

5

RESPONSABILITE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

ORGANISATION DE LA RSE ET PRESENTATION DU MODELE D'AFFAIRES DE RADIO FRANCE.....	3
A.1 LE MODE DE GOUVERNANCE DE LA POLITIQUE DE RSE	3
A.2 LA DEMARCHE DE RSE DE RADIO FRANCE.....	4
A.3 LA RAISON D'ETRE DE RADIO FRANCE.....	6
A.4 LE MODELE D'AFFAIRES DE RADIO FRANCE	7
A.5 LES PARTIES PRENANTES	8
PRESENTATION DES PRINCIPAUX RISQUES EXTRA-FINANCIERS.....	11
B.1 LE PROCESSUS D'IDENTIFICATION DES RISQUES.....	11
B.2 LES PRINCIPAUX RISQUES EXTRA-FINANCIERS	13
LA MISE EN ŒUVRE DES POLITIQUES EN LIEN AVEC LES RISQUES MAJEURS	17
C.1 CLIMAT SOCIAL / DIALOGUE SOCIAL	17
C.2 SANTE AU TRAVAIL	18
C.3 MAITRISE DES EFFECTIFS.....	20
C.4 GESTIONS DES COMPETENCES.....	21
C.5 DIVERSITE / EGALITE DE TRAITEMENT.....	24
C.6 SECURITE /ATTEINTE A LA SECURITE DES PERSONNES ET CYBERSECURITE	30
C.8 CONFORMITE, ETHIQUE ET EXEMPLARITE	34
C.9 ENVIRONNEMENT	36
C.10 LA PROMOTION DES ACTIVITES PHYSIQUES ET SPORTIVES.....	40
ANNEXE.....	42

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).

A.2 La démarche de RSE de Radio France

Une démarche de structuration de la politique de RSE de Radio France a été lancée au cours du 4eme trimestre 2021 permettant de clarifier la stratégie de RSE de l'entreprise.

Cette démarche a consisté à consulter des parties prenantes de l'entreprise (collaborateurs, organisations syndicales, auditeurs, partenaires, annonceurs et fournisseurs), via enquêtes ou entretiens, et à établir la matrice de matérialité relative aux enjeux de RSE de Radio France.

27 enjeux présélectionnés par les comités des directeurs et des référents RSE ont été soumis à la consultation.

L'analyse des résultats de cette consultation a permis de structurer la stratégie de RSE de Radio France qui se décline sous 3 grands piliers et 17 enjeux prioritaires :

Nous contribuons à l'émancipation de chacun et à la création de lien social dans notre démocratie, à travers **nos trois engagements RSE** que nous intégrons à la stratégie et au pilotage de nos activités.

Garantir une information à la hauteur de la confiance qui nous est accordée

- ▶ Lutte contre la désinformation et éducation aux médias
- ▶ Intégrité journalistique
- ▶ Indépendance éditoriale des rédactions
- ▶ Conformité, conduite éthique et transparence financière
- ▶ Protection des données personnelles et de la propriété intellectuelle

Rassembler et ressembler à nos publics

- ▶ Valorisation de la culture, du patrimoine et de la création musicale
- ▶ Contribution à la prise de conscience des publics sur les grands sujets de société
- ▶ Représentativité des publics et diversité à l'antenne
- ▶ Usages responsables des contenus numériques

Intégrer l'empreinte sociale et environnementale dans nos activités internes

- ▶ Exemplarité des comportements
- ▶ Santé, sécurité et bien être au travail
- ▶ Gestion des compétences et des carrières
- ▶ Diversités, inclusion et égalité des chances
- ▶ Eco-production et impact numérique
- ▶ Économie circulaire et gestion des déchets
- ▶ Gestion durable des bâtiments
- ▶ Mobilité des collaborateurs et des externes



Radio France et l'environnement

Dans la continuité de ces travaux, au cours du troisième trimestre 2022, Radio France engage un tournant environnemental retranscrit dans un manifeste :



EN TANT QUE MÉDIA :

- 1 Nous nous tenons résolument du côté de la science**, en sortant du champ du débat la crise climatique, son existence comme son origine humaine. Elle est un fait scientifique établi, pas une opinion parmi d'autres.
- 2 Nous fournirons une information de confiance sur les effets de la crise climatique** en France et dans le monde, en nous fondant sur des données vérifiées et en utilisant un vocabulaire qui reflète la réalité de cette crise, sans la minorer.
- 3 Nous éclairerons la transition écologique.** Nous ferons vivre sur nos antennes un espace public contradictoire et civilisé sur les choix auxquels nous sommes confrontés. Nous contribuerons à faire connaître les innovations et les solutions, des comportements individuels les plus quotidiens aux changements économiques les plus structurants, veillant ainsi à ne pas nourrir un découragement climatique mais à donner à chacun les clés pour comprendre, débattre et agir.

POUR CELA :

- 4 Les antennes de Radio France font de la crise climatique un axe éditorial majeur.** Il se déclinera dans nos programmes et nos tranches d'information, au quotidien et dans des spéciales. Nous maintiendrons également un volume conséquent d'émissions et de chroniques dédiées. Un accès thématique facile à ces programmes sera disponible en permanence sur le site et l'application Radio France.
- 5 Radio France lance le plus grand plan de formation de son histoire à destination de ses journalistes, ses producteurs et équipes de production, et ses animateurs, sur les questions climatiques et scientifiques.** Nous changeons de philosophie : l'environnement et la science ne seront pas l'affaire des seuls journalistes spécialisés, ils constitueront le socle de connaissances indispensables mobilisables par toutes nos équipes éditoriales.
- 6 Nous accélérerons notre transition vers une publicité plus responsable en visant l'exclusion progressive des produits et services les plus polluants.** Nous augmenterons de 15 % par an le volume de publicités consacrées aux produits, services et entreprises responsables, mesuré par un organisme extérieur. Nous élargissons notamment le nombre d'espaces publicitaires offerts aux organisations engagées dans la transition (+ 20 % d'espaces « transition en commun »).
- 7 Nous faisons de notre sobriété numérique une priorité.** La radio est un média par construction sobre, nous avons néanmoins conscience du défi que présentent les usages numériques. Une équipe dédiée à la sobriété énergétique optimise le code de nos produits et leurs utilisations. Nous nouerons un dialogue avec les acteurs du numérique pour réduire le bilan carbone lié au stockage et à la diffusion de nos contenus.

EN TANT QU'ENTREPRISE :

- 8 Nous adoptons un plan de sobriété énergétique immédiat** (notamment : limitation des températures de chauffage et de climatisation suivant les recommandations officielles, extinction des éclairages non indispensables, etc.).
- 9 Nous nous engageons à baisser de 40 % notre bilan carbone d'ici 2030.**
- 10 Nous serons transparents sur nos progrès en rendant régulièrement compte de l'avancement de nos objectifs.**

En parallèle et tout au long de l'année, l'entreprise a multiplié les actions de sensibilisation à l'attention de ses salariés sur l'ensemble des thématiques de la RSE :

- Mobilité durable
 - o Ateliers de réparation vélos tout au long de l'année
 - o Journée de la sécurité routière au travail en mai 2022
 - o Prime mobilité durable pouvant aller jusqu'à 200€
- Semaine de la qualité de vie au travail en juin 2022
- Semaine du développement durable - du 19 septembre au 7 octobre : ateliers de sensibilisation sur l'empreinte carbone, la sobriété énergétique et la sobriété numérique
- Semaine pour l'emploi des personnes en situation de handicap en novembre 2022
- Appel à candidatures pour deux missions de congés solidaires en lien avec l'ONG Planète Urgence : deux salariées de Radio France ont effectué une mission de transfert de compétences au cours du mois de décembre 2022 au sein de deux ONG Béninoises dont l'objet est la lutte contre le dérèglement climatique.
- Organisation de master classes animées par des journalistes de Radio France ouvertes à l'ensemble des salariés :
 - o Master classe consacrée au dérèglement climatique le 27 septembre 2022 (intervenants : Eric GUILYARDI, océanographe et climatologue à l'Institut Pierre-Simon Laplace / CNRS, président de la fondation Office for Climate Education - Sophie SZOPA, chimiste de l'atmosphère CEA, Université Paris-Saclay, auteure et coordinatrice au sein du GIEC - Jean-Marc JANCOVICI, professeur à Mines Paris et président du laboratoire d'idées The Shift Project - François GEMENNE, politologue, chercheur FNRS, spécialiste des enjeux de gouvernance du climat, enseignant, auteur principal du dernier rapport du GIEC (Groupe II) - Magali REGHEZZA, maîtresse de conférences habilitée à diriger des recherches en géographie à l'Ecole normale supérieure, membre du Haut conseil pour le climat
 - o Master classe consacrée à la biodiversité le 1^{er} décembre 2022 (intervenants : Franck COURCHAMP, directeur de recherche au CNRS, membre du Laboratoire Ecologie, Systématique et Evolution à Paris-Saclay - Philippe GRANDCOLAS, directeur de recherche au CNRS et directeur scientifique de l'Institut écologie et environnement du CNRS

A.3 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.4 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 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**

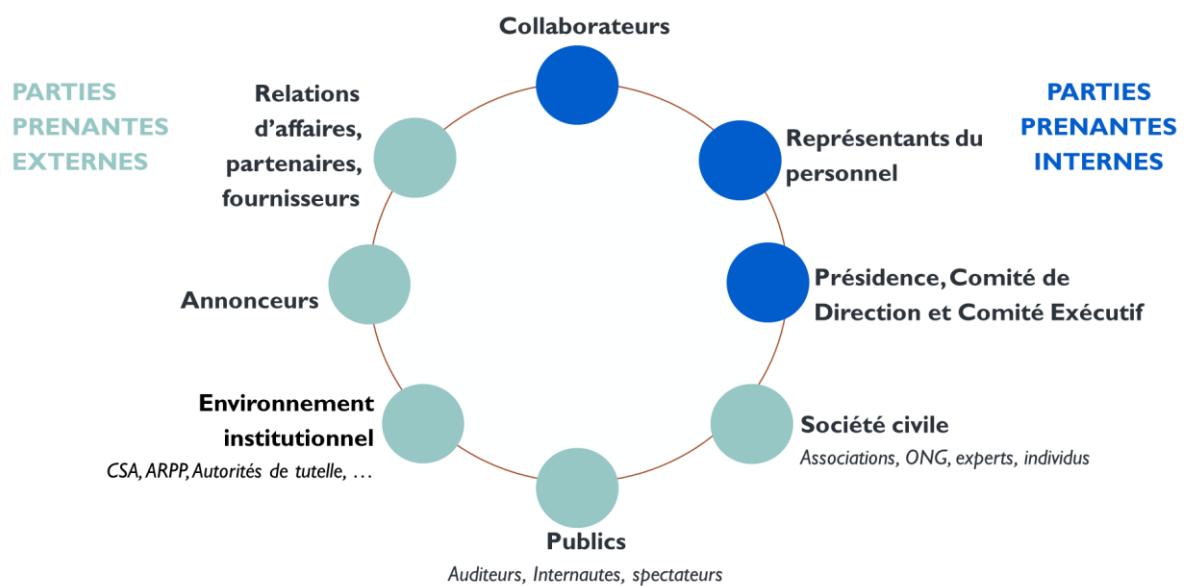
¹ La présentation des chaînes et formations musicales de Radio France est faite dans la présentation de l'entreprise située au début du présent rapport intégré (*voir page*).

² La présentation du détail du chiffre d'affaires pour l'année 2022 est située dans la présentation d'entreprise du rapport intégré (*voir page*).

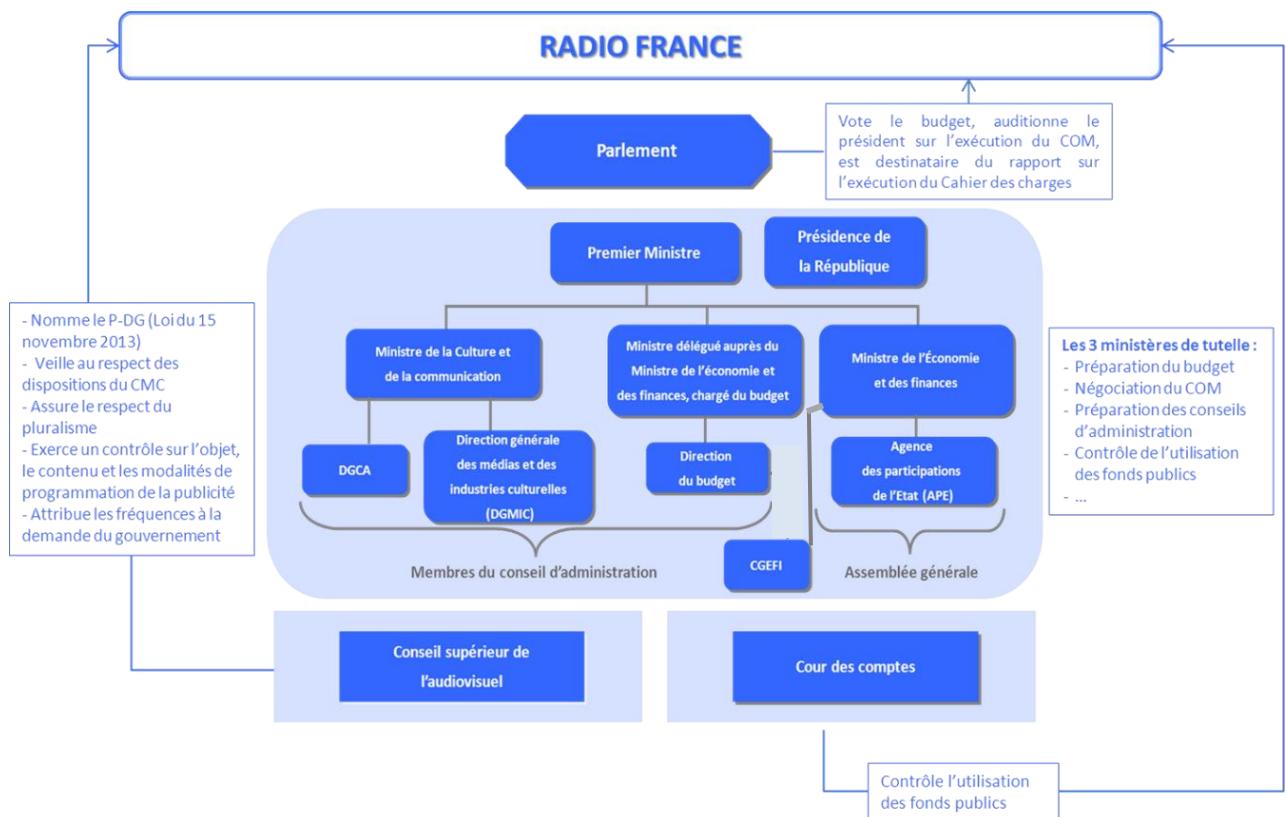
femmes, le handicap, la diversité des origines, l'équilibre intergénérationnel, l'orientation sexuelle et l'identité de genre.

A.5 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.5.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 Participations 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.5.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.5.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, Festival de Deauville, Chorégies d'Orange, Festival de la Roque d'Anthéron...) ou d'importantes manifestations sportives (Tour de France, Route du Rhum, Solitaire du Figaro...), dans le cadre d'une couverture éditoriale de ces évènements.

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.5.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 (55% en 2022). En 2022, l'effectif de Radio France (CDD et CDI) s'établit à 4 531 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.

B

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.

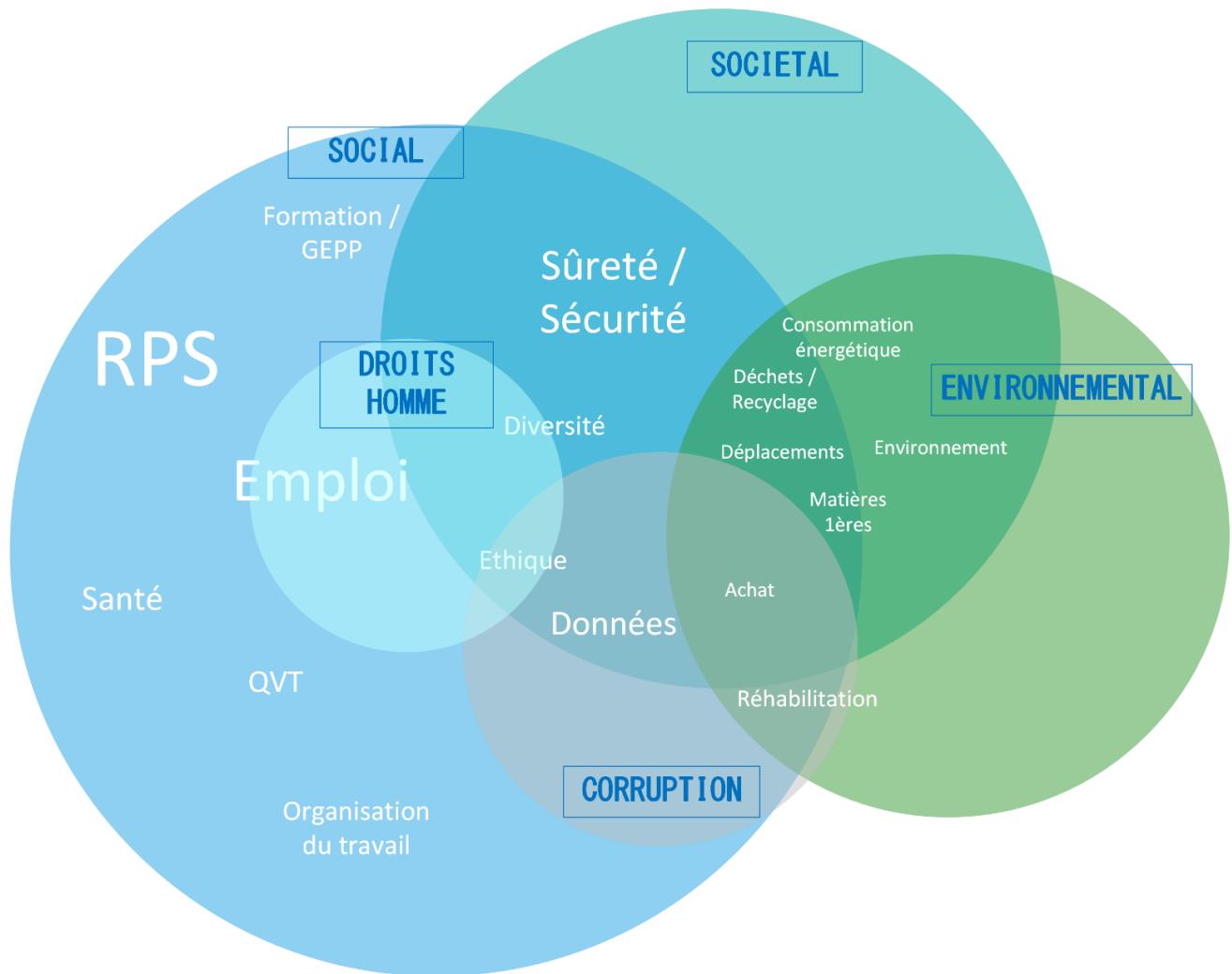
Elle s'est appuyée sur une définition constante du risque, soit :

« Un risque RSE est la possibilité que se produise, du fait de l'activité de l'entreprise, un évènement 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

Les principaux risques extra-financiers internes sont en cohérence avec le troisième pilier de notre stratégie RSE qui consiste à *intégrer l'empreinte sociale et environnementale dans nos activités internes*. Les enjeux liés à ce troisième pilier couvrent 8 enjeux principaux :

- ▶ Santé, sécurité et bien-être au travail
- ▶ Gestion des compétences et des carrières
- ▶ Diversités, inclusion et égalité des chances
- ▶ Exemplarité des comportements
- ▶ Eco-production et impact numérique
- ▶ Économie circulaire et gestion des déchets
- ▶ Gestion durable des bâtiments
- ▶ Mobilité des collaborateurs et des externes

RESSOURCES HUMAINES	<p>Climat social / Dialogue social</p> <p><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></p>	Risques psychosociaux Qualité de vie au travail	C.1
	<p>Santé au travail</p> <p><i>Radio France est une entreprise de « main d'œuvre ». L'humain reste donc au cœur de sa stratégie et de ses risques.</i></p> <p><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></p>	Santé	C.2
	<p>Maîtrise des effectifs</p> <p><i>La masse salariale de Radio France représente près de 60 % des charges de la société : il s'agit donc d'un enjeu</i></p>	Emploi	C.3

	<i>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>		
	<p>Gestion des compétences</p> <p><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 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></p>	Formation / Gestion des emplois et des parcours professionnels	C.4
	<p>Diversité / Égalité de traitement</p> <p><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.</i></p> <p><i>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></p>	Diversité/égalité /Handicap	C.5
SURETE SECURITE	<p>Sécurité / Atteinte à la sécurité des personnes et cyber-sécurité</p> <p><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</i></p>	Sûreté / Sécurité	C.6

	<p><i>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></p>		
STRATEGIQUE	<p>Diversité des publics et nouveaux usages</p> <p><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></p> <p><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></p>	Diversité	C.7
	<p>Conformité éthique et exemplarité</p> <p><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</i></p>	Ethique	C.8

	<i>prévention de la lutte contre la corruption.</i>		
ENVIRONNEMENT	<p><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></p> <p><i>L'empreinte carbone, la mobilité, les consommations d'énergie ainsi que la gestion des déchets font partie des thématiques particulièrement suivies par Radio France.</i></p>	Consommation énergétique	C.9
Promotion d'activités physiques et sportives	<i>Si la cartographie des risques de Radio France ne fait pas apparaître de risques sur ce thème, Radio France contribue à la promotion du sport et de la pratique d'une activité physique et sportive auprès de ses publics</i>		C.10

C.

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

C.1 Climat Social / Dialogue Social

L'année 2022 a été marquée par un contexte de transformation de l'entreprise d'une part, et par la poursuite de la crise sanitaire nécessitant le maintien 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 s'est adaptée 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 a pris 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'accord NAO 2022 du 11 mars 2022 a été signé par trois syndicats représentatifs à Radio France : la CFDT, SUD et l'UNSA.
- Ensuite, l'accord télétravail de Radio France, qui ouvre la possibilité aux salariés pour lesquels l'activité le permet de bénéficier de 2,5 jours de télétravail en moyenne sur 2 semaines consécutives, a été signé de façon unanime le 25 mai 2022.
- Un accord NAO pour l'année 2023 a été signé le 13 décembre 2022 par 5 syndicats représentatifs à Radio France : cet accord prévoit notamment la première mesure d'augmentation généralisée pour les salaires inférieurs à 70.000 € annuels depuis plus de 10 ans.
- Enfin, un accord relatif aux enseignants de la maîtrise à Radio France a été conclu le 21 décembre 2022. Ce dernier, signé par toutes les organisations syndicales représentatives à Radio France sauf le SNJ, a permis, conformément à l'engagement qui avait été pris lors de la signature de l'avenant de révision du 19 octobre 2021, de réviser de manière profonde un accord devenu obsolète et datant du 21 décembre 2000.

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

- Un accord à durée déterminée pour 4 ans sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes a été signé le 30 juin 2022 par l'ensemble des syndicats représentatifs à Radio France : cet accord institue notamment des moyens renforcés pour lutter contre les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes et un congé paternité d'une durée de 50 jours.
- Un accord collectif du 15 avril 2022 sur la mise en place du vote électronique dans le cadre des élections des représentants du personnel au Conseil d'Administration.

- **Accords signés**

En 2022, 6 accords ont été signés (pour rappel 9 accords signés en 2021).

En plus de ces accords collectifs d'entreprise, trois relevés de décision de préavis de grève ont été signé :

- Relevé de décision portant sur le préavis de grève relatif aux assistantes de gestion administratives de France Bleu du 12 avril 2022
- Relevé de décision relatif à la suppression d'un poste de personnel d'antenne de radio locale à France Bleu Drôme –Ardèche du 29 juin 2022
- Relevé de décision relatif à la mutualisation des matinales de 4 stations du 20 octobre 2022.

- **Réunions de négociations**

En 2022 se sont tenues au total 65 réunions de négociation (pour rappel 50 réunion de négociation en 2021) **et 15 réunions de commissions/comités conventionnels** (pour rappel 43 réunions de commissions/comités conventionnels).

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 2022 a été marquée par la poursuite des projets de transformation : déménagements des directions dans le cadre du projet « Retrouvailles », poursuite des projets de modernisation des outils, notamment le changement du SIRH, des restructurations organisationnelles

Au-delà de ce contexte qui a nécessité une attention particulière sur les impacts en termes de santé et conditions de travail de ces transformations, l'entreprise a engagé en 2022 les chantiers prioritaires suivants :

- La refonte des outils d'évaluation des risques pour les rendre plus opérationnels, systématiques et efficaces (DUERP, plans de prévention, pénibilité), les procédures et l'accompagnement aux utilisateurs associé
- La mise en œuvre de mesures préventives sur le risque auditif (dont des mesures d'exposition, la mise à disposition de protections auditives adaptées, de formations, des mesures organisationnelles...)

- La mise en œuvre de nouvelles formations prévention (prévention des TMS dans le cadre du télétravail, de la pratique musicale...)
- La sensibilisation régulière à des thématiques de sécurité (ex : charge de travail, risque routier)
- Dans le cadre du contrat de prévoyance, 44 bilans de santé individuels proposés aux salariés particulièrement exposés à des risques professionnels dont 29 ont été réalisés.

Radio France a continué de structurer le champ de la Qualité de Vie au Travail tout en accompagnant les situations qui le nécessitent :

- L'accompagnement de situations collectives dégradées : 19 directions ont été accompagnées sur des problématiques organisationnelles, managériales et relationnelles.
- La poursuite du dispositif de traitement des signalements portant sur des situations de souffrance et/ou de violence au travail
 - ➔ 56 signalements traités
- Le déploiement du marché d'accompagnement RH et psychologiques 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.
 - ➔ 13 accompagnements collectifs et 22 prises en charge individuelles.
 - ➔ 5 cellules d'écoute mises en place.

La poursuite et l'évolution des process et actions transverses à Radio France sur ce champ :

- 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 mise en place d'un objectif managérial en lien avec la prévention des RPS, à hauteur de 20% de la part variable pour les managers soumis à un entretien d'objectifs.

Dans le cadre du dialogue social nécessaire à notre enjeu de QVT, Radio France a :

- Assuré la mise en place et l'animation de sept comités de suivis QVT & Conditions de travail.
- Assuré la mise en place de dix commissions Prêts et entraide, deux commissions logement et une commission Prévoyance.
- Mis en œuvre l'accord télétravail en y intégrant les principes de la prévention primaire et les actions associées (élaboration de guides méthodologiques, ateliers DRHG et accompagnement des managers en amont du déploiement).
- L'animation de la semaine QVT avec 6 ateliers thématiques ouverts à tous / managers uniquement pour deux.
- La préfiguration des travaux préparatoires à la démarche QVCT lancée en janvier 23.

Le taux d'absentéisme correspond au nombre de jours d'absence, pour les salariés en CDI, sur l'année 2022 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 2022, ce taux s'est élevé à 5,11 %.

Taux d'absentéisme par année	2019	2020	2021	2022
Taux d'absentéisme*	5,3%	5,7%	5,1%	5,1%

*Correction apportée pour les années 2018 et 2019 : Prise en compte de l'exclusion des "cures" qui ne sont plus prises en compte dans le calcul de l'absentéisme

C.3 Maîtrise des effectifs

La masse salariale de Radio France représente 55 % 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 31/12/2022, Radio France enregistre une baisse de 20 CDI par rapport au 31/12/2021. Le nombre de CDD a quant à lui baissé de 194.

En 2022, le taux de CDI dans l'effectif total de Radio France était de 92%.

	2019	2020	2021	2022
Effectif total au 31/12	4 633	4 708	4 745	4 531
dont CDI	4 217	4 208	4 189	4 169
dont CDI (%)	91,02%	89,38%	88,28%	92,01%
dont CDD	416	500	556	362
dont CDD (%)	8,98%	10,62%	11,71%	7,99%

Données 2019 corrigées

Entre 2021 et 2022, l'effectif de Radio France est passé de 4 745 à 4 531, soit un taux de variation de l'effectif de -4,5%.

C.4 Gestions des compétences

Le **plan stratégique Radio France 2022** a placé le développement des compétences des salariés au centre de la transformation de Radio France.

L'accord « **Emplois Radio France 2022** » (qui s'est achevé fin 2022) prévoyait 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 de l'accord, Radio France dédie des moyens pour favoriser l'évolution des compétences, les parcours professionnels et l'accession aux métiers émergents.

C.4.a CAMPUS Radio France

La délégation à la formation, au sein de la Direction du Développement des Ressources humaines de la DRH de Radio France, 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 requise des compétences au regard de celle des pratiques professionnelles.

Le budget dédié finance ainsi les formations servant le déploiement de divers plans d'actions transverses et les besoins recensés et validés en proximité auprès des salariés via leurs managers ou au service de projets de parcours professionnels.

Radio France met à disposition des salariés un **espace de formation au service de l'accompagnement des évolutions professionnelles de tous les salariés : Campus Radio France**, son université d'entreprise, réunit des moyens humains et techniques déployés par Radio France au service du développement des compétences. Elle met en action une offre de formation en adéquation avec les priorités de l'entreprise, en s'appuyant sur des organismes de formation et 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 5 200 apprenants (CDI, CDD et intermittents) de nombreux modules et parcours e-learning en asynchrone, au service de grands enjeux : accompagner la transformation numérique, renforcer les pratiques managériales, améliorer la pratique des métiers, développer les compétences de savoir-être, accompagner nos divers plans d'actions transverses notamment sur l'égalité, la diversité, la prévention des risques.

Fin 2022, 3 384 apprenants s'étaient connectés au portail (91% de connexion parmi les 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, le recrutement sans discrimination et l'ensemble des compétences managériales attendus à Radio France.

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**,
- 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 2022

En 2022, **5 812 stagiaires** ont bénéficié d'actions de formations, pour un total de **67 131 heures** (sessions présentielle et classes virtuelles).

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 poursuivi en 2022 **la mise à disposition d'une formation spécifique pour ses managers en poste, 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 (83 stagiaires – 1 162 heures).

Une **offre de formation managériale** étendue leur permet de développer :

- Des **axes managériaux clés à la poste et dans les premières années - fondamentaux du management** (81 stagiaires – 693 heures)
- **Leadership et efficacité** par la suite (82 stagiaires – 728 heures).

Des programmes de formations de développement des talents et d'accès aux fonctions managériales sont accessibles sur désignation :

- Programme « **Leadership au féminin** » (sur 2022 : 19 stagiaires – 469 heures),
- Programme « **Masterclass cycle long management** » (sur 2022 : 27 stagiaires – 1 470 heures) dédié à des cadres experts/managers récemment nommés, identifiés comme des potentiels,
- Stages d'accès aux fonctions de management éditorial : **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** (84 stagiaires – 758 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 2022 (1 160 stagiaires).

L'accent a également été mis sur la **montée en compétences de la filière RH** avec l'**organisation de formations thématiques notamment sur l'entretien de recrutement, les procédures de sorties, les procédures disciplinaires et diverses actions de renforcement réglementaire** (225 stagiaires – 981 heures).

Radio France investit de manière soutenue pour former les salariés dans le cadre du renouvellement de tous les outils/méthodes/pratiques en lien avec les **grands projets stratégiques de déploiement de nouvelles infrastructures, outils de production et de diffusion, de gestion**. En 2022, nous avons finalisé les formations à l'outil de gestion administrative et paye SIRHIUS (824 stagiaires – 3 535 heures) et à l'outil de réservations des voyages Cytric/Jancarthier des gestionnaires et des voyageurs (71 stagiaires – 213 heures).

En 2022, Radio France a commencé le déploiement du nouveau projet d'ampleur **ON AIR**, qui a pour objet d'améliorer et **moderniser la gestion des antennes avec des nouvelles fonctionnalités plus interfacées** avec les autres outils, en faciliter la gestion et la maintenance, améliorer les problématiques transverses autour de la gestion des données, favoriser l'évolution des modes de production avec des fonctionnalités collaboratives qui décloisonnent les process et permettent plus d'autonomie : le plan de formation au nouvel outil **Zenon** a débuté à destination des référents (12 stagiaires – 322 heures) et d'une première cohorte de techniciens et réalisateurs (80 stagiaires – 1 103 heures).

Les actions se sont poursuivies en 2022 autour de :

- **SEQUOIA MAGIX solution de production** de Radio France (techniciens et réalisateurs) (282 stagiaires – 7 515 heures),
- **IP MEDIA (ORANGE-BCE), nouvelle infrastructure de diffusion média** (30 stagiaires – 210 heures).

Les formations et coachings antenne (83 stagiaires – 754 heures) lors du déploiement des **matinales filmées multi-diffusées de France Bleu** se sont poursuivis tant pour les personnels d'antenne (animateurs et journalistes) que pour les techniciens (sensibilisation à l'environnement caméra).

33 animateurs expérimentés de France Bleu ont pu bénéficier d'un stage pour travailler la **créativité dans l'écriture radio** (924 heures) et 11 animateurs de France Bleu en CDD ont pu bénéficier d'une formation sur **les fondamentaux de l'animation** (11 stagiaires – 231 heures).

183 stagiaires journalistes ont bénéficié de **formations éditoriales thématiques** (Data journalisme, Fact Checking, Perfectionner son écriture, Interview en radio, ...) (3 241 heures).

Des actions ont également porté sur l'accompagnement de la **production et de la mise en avant des contenus multimédia** (formations à l'écriture multimédia, formations pratiques (photo, **vidéo...**), **formations aux outils (montage vidéo...)**) (99 stagiaires – 1 614 heures).

Au dernier trimestre 2022, Radio France a lancé les sessions pilotes (10 stagiaires et 126 heures) de son cycle de **formations et sensibilisations au service du « Tournant environnemental » de Radio France** : formations aux questions climatiques et scientifiques pour les salariés des équipes éditoriales non-expertes de ces sujets, leur permettant d'acquérir des outils et méthodologies techniques pour appréhender et traiter les sujets scientifiques au sens large, et un champ de connaissances sur des thématiques scientifiques, en rencontrant et échangeant avec des experts reconnus dans les thèmes scientifiques suivants (climat et environnement, énergies, biodiversité/agriculture/ alimentation, santé, espace), afin de savoir distinguer entre faits et commentaires dans le traitement de l'information.

Radio France s'est attachée comme chaque année en 2022 à **capitaliser les compétences et à professionnaliser la transmission des savoirs** pour assurer une relève de qualité dans ses métiers : les

actions de formation à la pédagogie des experts métiers en charge d'animer des formations auprès de leurs collègues sont en effet reconduites chaque année (24 stagiaires – 336 heures).

Enfin, grâce à sa politique de développement des compétences mise en action dans ses **dispositifs d'accompagnement RH** (**Entretiens professionnels, Entretiens de carrière, Parcours Individualisés de Développement des Compétences, Passerelles ...**), Radio France accompagne les salariés dans leur **mobilité professionnelle interne**, pour qu'ils acquièrent les compétences requises : en 2022, 16 salariés ont été accompagnés par des formations approfondies et des immersions professionnelles longues (changements d'emploi, fortes montées en compétences au service d'un parcours professionnel interne - 10 379 heures).

Formation	2020	2021	2022
Nombre de stagiaires (présentiel et classes virtuelles)	3 947	6 827	5 812
Heures de formation (présentiel et classes virtuelles)	42 225	63 007	67 131
Moyenne d'heures de formation par stagiaire (KPI) (présentiel et classes virtuelles)	10,7 h	9,2 h	11,6 h
Nombre de salariés formés (présentiel et classes virtuelles)	2 058	2 690	2 750
Moyenne d'heures de formation par salarié formé (KPI) (présentiel et classes virtuelles)	20,5 h	23,4 h	24,4 h

C.5 Diversité / Egalité de traitement

En tant qu'entreprise, média et institution musicale, Radio France doit 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 plus de 15 millions d'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, est le sens du programme *Egalité 360°* lancé par Radio France en 2021 pour donner une nouvelle impulsion à sa stratégie en faveur l'égalité, de la diversité et de l'inclusion. Objectif : faire de la diversité un réflexe partagé à tous les niveaux de l'entreprise.

Ce programme traduit le volontarisme de Radio France pour promouvoir la diversité et l'égalité dans toutes ses activités à travers une soixantaine d'actions articulées autour de 15 leviers prioritaires. Il a la particularité de mettre en résonance les process ressources humaines internes de l'entreprise et ses objectifs éditoriaux et musicaux.

En 2022, Radio France a intensifié ses actions pour poursuivre la mise en œuvre de cette ambition qui engage toutes ses antennes et entités, à Paris et en régions afin de 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.**

Sous l'impulsion de la direction des Ressources humaines, de la direction de la stratégie éditoriale et des antennes, du Comité Egalité 360°, instance transversale dédiée à la promotion de la diversité, de l'égalité des chances et de l'égalité professionnelle, les ambitions de Radio France se sont traduites en 2022 par des avancées concrètes et mesurables.

Elles ont été accompagnées sur le plan du **dialogue social** par la mise en œuvre d'accords d'entreprise structurants : l'accord triennal en faveur de l'insertion professionnelle et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap (signé en 2021) et le nouvel accord en faveur de l'égalité professionnelle (signé en 2022). 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.

- **Obtention du Label Alliance, décerné par l'AFNOR, qui allie le Label Diversité décerné à Radio France depuis 2013, et le Label Egalité, obtenu pour la première fois en 2022.**

A la suite d'un audit approfondi mené par l'Afnor de l'ensemble des pratiques et processus RH de Radio France impliquant plusieurs directions et antennes de l'entreprise, les commissions nationales de labellisation ont rendu un avis favorable à l'unanimité pour le renouvellement à Radio France du Label Diversité et la délivrance du Label Egalité, sur une durée de 4 ans. Avec cette double distinction, Radio France honore les engagements présentés dans le dernier Contrat d'objectifs et de moyens (COM) et répond aux objectifs fixés par le Comité Egalité 360°. Elle met en exergue la dynamique portée au plus haut de l'entreprise et enclenchée dans tous les secteurs et activités de façon transversale, l'engagement marqué de toutes les directions et les actions concrètes mises en œuvre. Le label constitue ainsi un point de départ pour poursuivre l'action de Radio France sur les enjeux stratégiques pour Radio France que sont la diversité et l'égalité.

- **Signature d'un nouvel accord égalité professionnelle.**

L'engagement de Radio France en matière d'égalité femmes / hommes s'est traduit concrètement par la signature en juillet 2022 d'un nouvel accord égalité professionnelle, à l'unanimité des organisations syndicales. Cet accord qui réaffirme l'attachement de l'entreprise au principe fondamental d'égalité professionnelle amplifie la démarche initiée par le précédent accord 2018 – 2021 et le programme Egalité 360°. Il prévoit des engagements mesurables dans 5 domaines principaux :

- **Le recrutement**, pour favoriser l'équilibre des femmes / hommes dans l'accès à l'emploi. Radio France pose pour principe de favoriser le sexe-sous représenté à compétences égales, dans les domaines qui le nécessiteront.

- **La rémunération**, en vue de réduire durablement les écarts de rémunération avec un triplement des mesures égalité professionnelles ; 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 2022, l'entreprise a obtenu une note de 94/100 (pour rappel note obtenue en 2021 : 98/100 et en 2020 : 93/100).

- **La gestion des parcours professionnels**, afin de garantir les mêmes possibilités d'évolution professionnelle aux femmes comme aux hommes, y compris dans les postes à responsabilité. En 2022, le pourcentage de femmes dans l'effectif total était de **43,04%** (CDI et CDD confondues) dont **32,84 d'entre elles parmi les cadres de direction**. Radio France prête en outre une attention particulière à la représentation des femmes au sein de son comité exécutif et de son comité de direction.

- **La formation professionnelle afin de garantir le même accès aux femmes comme aux hommes**. Afin d'identifier les freins pouvant entraver les évolutions professionnelles des femmes, Radio France poursuit en parallèle les formations de leadership au féminin et à la non-discrimination.

- **L'articulation entre la vie professionnelle et la vie personnelle**, composante essentielle de la Qualité de Vie au travail, avec notamment l'allongement du congé paternité à 50 jours.

▪ **Intensification de la visibilité de la parité et de la diversité sur nos antennes**

En parallèle, engagée à représenter la société dans son contenu éditorial, Radio France a poursuivi 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. (annuaires des Expertes, Vu des quartiers, Club du 21ème siècle notamment).

Aux côtés de la directrice des antennes et de la stratégie éditoriale, un délégué éditorial en charge de la diversité et de l'égalité collabore avec toutes les antennes et leurs référents diversité / égalité au sein de chaque Codir pour intensifier la visibilité de la parité et de la diversité dans l'offre éditoriale de Radio France et en assurer le suivi.

Ainsi le taux de représentation des expertes s'élève à fin 2022 à 48 %, en augmentation de plus de 10 points en deux ans (38% en 2020). En outre les antennes de Radio France ont traité dans près de 1000 émissions la thématique des violences sexistes et de la lutte contre les violences faites aux femmes.

▪ **Lutte contre le sexisme et prévention des violences sexistes**

La prévention des violences au travail et la lutte contre les comportements inappropriés figurent au cœur des priorités de Radio France afin d'assurer aux salariés un cadre de travail sécurisant, qui favorise leur développement professionnel.

2022 a vu la poursuite et l'intensification du plan « Libérons la parole » lancé en 2019 par Sibyle Veil pour lutter contre le harcèlement sexuel, les agissements sexistes et les discriminations au sein de l'entreprise sur ses deux axes majeurs : la formation et le renforcement du dispositif de traitement des signalements.

- Poursuite du 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. Au 31 décembre 2022, tous statuts confondus, 3055 salariés l'avaient entamé ou terminé. 65% des managers ont totalement terminé le parcours.
- Poursuite du déploiement des conférences théâtralisées obligatoires contre le harcèlement sexuel, les agissements sexistes et les discriminations à Paris et en régions. Près 1900 collaborateurs ont été formés depuis le lancement en 2021 dont 1 1 58 uniquement sur 2022 (19 conférences sur Paris, 14 en régions). Ces formations obligatoires sont destinées à lutter durablement et en profondeur contre les ambiances de travail sexistes et discriminatoires. Ces conférences sont accompagnées d'un important travail de sensibilisation des managers avec l'objectif de diffuser une culture d'entreprise partagée autour de l'égalité, au plus proche du terrain.

- Radio France continue son action dans la prévention des violences au travail et la lutte contre les comportements inappropriés qu'il s'agisse de harcèlement moral, de harcèlement sexuel, d'agissement sexiste et de discriminations.
- Le dispositif de traitement des signalements dans sa version renforcée et l'ensemble des voies de recours (RH centrale, DRHG, référents employeur et salariés, médecin du travail, assistantes sociales notamment) a été présenté devant le Conseil Social et Economique en juin et adressé à leur domicile à tous les salariés.
- Pour renforcer la capacité d'enquête de la cellule en charge du dispositif, Radio France a la possibilité de faire appel à des prestataires externes : Pros-consulte concernant les situations de harcèlement moral et violences afférentes, Aequality pour les situations de harcèlement sexuel, agissements sexistes et discriminations.
- Par ailleurs Radio France poursuit son engagement auprès de ses salariés pour toutes les situations nécessitant des actions d'accompagnement, de mise en place de plan d'action, de médiation.
- Une ligne d'écoute est à la disposition de tous les salariés ouverte 7J/7 et 24H/24.
- **Mise en œuvre des engagements de l'accord handicap triennal dans le cadre de la loi sur la liberté de choisir son avenir professionnel**

L'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 régulière auprès de l'ensemble des salariés en particulier à l'occasion des évènements de sensibilisation à différents types de organisés à l'attention des salariés de Radio France à Paris et en régions.

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 vidéos sur la Reconnaissance de la Qualité de Travailleurs Handicapés.
- **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 ...). Nouveau partenariat avec l'Agefiph : les offres d'emploi de Radio France sont diffusées sur l'espace emploi de l'Agefiph et Radio France a rejoint le réseau «activateur de progrès » des entreprises engagées en faveur de l'inclusion des personnes en situation de handicap initié par l'Agefiph.
- **Aménagements de postes** sur la base des préconisations de la médecine du travail, à Paris et en région, y compris au domicile des salarié(es), avec l'aide des équipes de l'établissement et de la direction technique et de prestataires externes Aides financières et organisationnelles 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** dont l'association Act Pro JARIS, l'association apiDV et Baisser les barrières

- 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, semaines d’informations sur la santé mentale, Duoday, Semaine Européenne pour l’Emploi des personnes en situation de Handicap, journée internationale des personnes en situation de handicap.

L’ensemble de ces actions ont été organisées en présentiel ou en format numérique par la Mission handicap pour participer à changer le regard sur le handicap. En 2022, de nombreux salariés ont participé à des actions de sensibilisation réalisées à distance dont des temps d’échange autour de situations de handicap, à titre d’exemple : webinaires sur les enjeux du handicap auditif en entreprise et conférences en ligne sur le handicap psychique.

Des informations régulières sur l’intranet ont été effectuées à l’occasion de la Semaine pour l’emploi des personnes en situation de handicap à travers notamment la diffusion de témoignages de cinq personnes travaillant dans l’audiovisuel et porteurs d’un handicap, et le lancement du premier outil gratuit en ligne dédié à la recherche d’emploi, de stage ou d’alternance pour les personnes en situation de handicap.

Un module de dépistage de troubles de l’audition a été mis en ligne à l’occasion de la Journée Nationale de l’Audition.

Une initiation à l’athlétisme les yeux bandés en compagnie d’une athlète championne paralympique a été organisée dans les locaux de la Maison de la Radio et de la Musique, à l’occasion de la Journée internationale des personnes en situation de handicap.

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

Afin d’engager ses salariés dans ces actions d’inclusion, Radio France s’est renouvelé son association à l’édition 2022 du DuoDay qui s’est déroulée au mois de novembre pendant la SEEPH : 12 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 régions.

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’inclue 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 est effectuée depuis l’année 2022 sur la DSN du mois d’avril, à partir d’une part, des données communiquées par les organismes sociaux, d’autre part, des éléments renseignés par l’employeur.

	2019	2020	2021	2022**
Taux d’emploi des personnes en situation de handicap à Radio France*	5,61 % dont 3,98 % taux emploi direct	3,97 %	4,66%	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 2022 et une déclaration annuelle de la DOETH 2022 en avril 2023 Le taux d’emploi 2022 des personnes en situation de handicap employées par Radio France correspondra au taux d’emploi direct.

- **Renouvellement de la politique de recrutement et recrutement de nouveaux talents dans le cadre de l'Académie d'été des antennes de Radio France**

Radio France a reconduit en 2022 le dispositif expérimental de l'Académie d'été des antennes avec pour objectif de donner leur chance à des femmes et des hommes passionnés par les métiers de la radio de vivre une première expérience à Radio France comme animateurs, chroniqueurs et attachés de production. Forte du succès de la première édition en 2021, Radio France a élargi en 2022 l'appel à candidature aux métiers de réalisateurs et d'éditeurs numériques. L'entreprise 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 cette deuxième année, près de 400 candidatures ont été adressées et 26 recrutements effectués. Près d'1/3 des lauréats des deux premières promotions de 2021 et 2022 ont poursuivi leur collaboration avec Radio France.

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 2022), la Chance Média, dans le cadre d'une nouvelle convention qui prévoit désormais de recruter chaque année 2 alternants ne provenant pas d'écoles de journalistes reconnues pour la profession, ainsi qu'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 notamment confirmé cet engagement lors du 2ème sommet de l'inclusion économique organisé à Bercy et à laquelle elle a participé au mois de novembre 2022.

Radio France a également poursuivi sa collaboration avec la l'Ina pour sa classe expérimentale « Alpha » dédiée l'apprentissage des métiers de l'audiovisuel pour les jeunes sans diplôme âgés de 17 à 25 ans en participant activement à l'accueil de stagiaires et sessions de découvertes métiers.

En outre, une action spécifique auprès des collégiens a été initiée en vue de renforcer l'accueil de stagiaires sans réseaux et les plus éloignés des médias et de la culture. Radio France s'est notamment engagée auprès d'associations spécialisées dans l'accompagnement de ces jeunes en vue d'en accueillir régulièrement en stages au sein de ses antennes et entités tout au long de l'année en leur proposant des activités dédiées (Viens voir mon taf, association de prévention du site de la Villette, Chemin d'avenirs ...).

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. 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.

Plus d'une centaine de missions sont désormais accessibles sur cette plateforme.

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

En matière de sécurité, cinq thématiques de 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.

- ***2022 : vivre avec la Covid 19***

Depuis mars 2020, le Secrétaire Général de Radio France, par ailleurs référent Covid, pilote la gestion de crise sanitaire de la Covid 19.

Le premier trimestre a été marqué par une forte vague épidémique impliquant des mises à jour 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 (2 janvier et 16 février).

Les mesures socles applicables au sein des entreprises de Radio France se fondaient sur le respect et la déclinaison des mesures obligatoires, ou préconisées (*respect des gestes barrières, distanciation sociale*). Parmi les mesures on peut citer l'obligation du travail à distance obligatoire pour les métiers le permettant, ainsi que par l'application du Pass vaccinal (obligation de disposer d'un schéma vaccinal complet de 3 doses) pour les activités en contact avec le public. Les adaptations aux mesures réglementaires et législatives se sont déroulées au cours de plusieurs réunions de Cellule de crise jusqu'au 12 décembre date de la dernière réunion pour statuer sur les mesures d'accompagnement de la 9ème vague.

Le Plan de Continuité d'activité a été levé en septembre 2022.

Ces mesures ont fait l'objet d'une communication interne par voie de bulletins « Texto » du N°55 au N°64.

Dans le droit fil de l'année 2021, le dialogue social autour de cette thématique s'est poursuivi avec **les instances représentatives du personnel**.

- ***Exercices de sécurité réalisés en 2022***

La poursuite de la crise sanitaire a conduit à neutraliser la conduite d'exercices au cours du premier trimestre.

Prévention du risque incendie

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 2022, les rencontres avec les personnels sur site ont repris au cours du second semestre, toutefois des exercices d'évacuation ainsi que des manœuvres avec la BPSP ont pu être organisés.

Exercices d'évacuation du personnel réalisés :

A Paris : 3 exercices dans différents secteurs de la Maison de la Radio et de la Musique, les 10 et 16 juin (IGH), 18 août (ERP),

- **En région**, 32 exercices d'évacuation en cas d'incendie ont été réalisés dans des stations locales.

Exercices avec intervention et déplacements d'engins réalisés :

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

- Une manœuvre avec la 6^{eme} Compagnie le 9 juillet (scénario chute d'un ouvrier dans un puit de chantier)
- Une manœuvre commandement Cos- BSPP a pu être organisée le 21 novembre sur un scénario de feu de chantier d'engin électrique avec propagation vers l'auditorium,

Prévention de risques naturels

Préparation à une crue majeure de la Seine : un exercice sur table avec le soutien du cabinet Maitrise Des Crises a été conduit en interne, les 27 et 28 janvier. Etaient mobilisés des acteurs de la Direction de l'Etablissement, des Techniques et Systèmes d'Information, des Ressources Humaines, ainsi que France Bleu Paris.

Autres risques

Du fait de la convention de Partenariat entre le ministère de l'Intérieur et Radio France relative à l'information des populations en situation de crise, la délégation Défense et Continuité d'Activité a participé à deux exercices organisés par le Secrétariat Général de la Défense et de la Sécurité Nationale (Blackout les 24 et 25 mai et Rugby 22 les 29 et 30 novembre)

<i>Exercices</i>	<i>Paris 2021</i>	<i>Région 2021</i>	<i>Paris 2022</i>	<i>Région 2022</i>
<i>Incendie</i>	5	33	4	32
<i>Crue</i>	2		1	
<i>Terrorisme</i>		1		
<i>Cyber</i>			1	
<i>Autres risques</i>			2	
<i>Total</i>	41		40	

- **Prévention du risque cyber**

Dans le cadre de l'exercice Rempart 22, organisé par l'Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information et le Club de la Continuité d'Activité, la Délégation Défense et Continuité d'Activité a greffé un exercice sur table avec un scenario de cyber attaque avec fuite de données personnels et blocage de la production. Cette simulation visait à tester l'organisation de gestion de crise cyber, l'articulation entre différentes cellules (technique, communication, juridique, et stratégique) et améliorer la cyber résilience.

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 « patchs » de protection.

Au 31 décembre 2022, le taux de machines maintenues sur le nombre de machine total s'est établi à 97 %.

Indicateur global des machines maintenues	31 Déc-19	31 Mars-21	31-déc-21	31-déc-22
<i>Nombre de machines</i>	8 139	10140	9 750	9 382
<i>Nombre de machines maintenues</i>	7 278	7422	9 381	9073
<i>Taux de machines maintenues</i>	89,42%	73,20%	96,20%	96,71%

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, 15,3 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. 3,8 millions d'auditeurs écoutent en moyenne chaque jour Radio France sur les supports numériques en progression de 91% 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 298 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. Crée 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 2 millions de podcasts des antennes de France Inter, franceinfo, 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 nombreux accords de distribution en 2021 avec Deezer, Spotify, Sybel, encore la plateforme spécialisée Podcast Addict, qui consacrent la mise en place d'une chronologie des podcasts distribués sur les agrégateurs. Dans ce prolongement, c'est avec Amazon Music que Radio France a signé en 2022 un nouvel accord de distribution. Pour proposer toujours plus de contenus aux auditeurs, Radio France a également renforcé ses coopérations avec ses partenaires internationaux, en rendant notamment disponible sur sa plateforme des séries de podcasts issues de Radio-Canada, qui a elle-même aussi pu partager sur sa plateforme des podcasts de Radio France.

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 podcast sur la guerre en Ukraine, « Guerre en Ukraine, le podcast » qui a pu voir le jour grâce aux envoyés spéciaux de franceinfo, France Inter et France Culture, le podcast historique de France Inter sur Léon Blum en 9 épisodes « Léon Blum, une vie héroïque », le podcast d'éveil de France Inter destiné aux enfants de 2 à 4 ans « Toudou » ou encore le podcast politique de France Culture « Mécaniques du Politique » qui revisite les coulisses des grandes crises contemporaines.

C'est aussi grâce à sa présence sur les réseaux sociaux que Radio France touche un public encore plus large et diversifié. Les antennes de Radio France ont multiplié la création de nouveaux contenus sur Twitch, Snapchat et TikTok, tout en consolidant leur présence sur les plateformes historiques (YouTube, Facebook, Instagram) : en 2022, les contenus des antennes ont ainsi cumulé 1 milliard de vues sur les réseaux sociaux, et les comptes de Radio France et de ses antennes comptabilisent 22 millions d'abonnements sur l'ensemble des plateformes (YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Snapchat, Twitch).

En outre, 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 les développements de formats pour les assistants vocaux avec notamment le lancement de playlists d'actualité pour 8 locales de France Bleu sur Alexa, le lancement de 3 playlists d'actualité

thématisques (économie, politique, sciences et environnement) sur Alexa transverses à Radio France, le lancement d'une nouvelle version de « La Récré à Sons » sur Alexa à destination des 4/12 ans et son intégration à l'offre Amazon Alexa for kids.

Enfin, Radio France a lancé en 2022 son propre algorithme de service public. Ce nouvel algorithme, dont la particularité repose sur la recommandation hybride, ajoute à l'efficacité algorithmique l'objectif de guider chacun vers la découverte grâce à l'intelligence humaine des équipes éditoriales et permet de garantir la diversité des propositions faites aux auditeurs.

- **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 l'Arcom 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 2022, le taux moyen de femmes à l'antenne sur Radio France s'est ainsi élevé à 44 %, chiffre stable par rapport à 2021 (44%), avec des progressions notables au niveau des chaînes. Notamment, France Inter continue de progresser et affiche un taux moyen de femmes à l'antenne de 48% contre 46 % en 2021, ou encore France Musique qui progresse de 3 points et atteint 48% de femmes à l'antenne contre 45% en 2021. Par ailleurs en 2022, le taux moyen de femmes expertes sur les antennes de Radio France a lui aussi progressé de 3 points et s'est ainsi élevé à 48%, contre 45% en 2021.

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 2022 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 continue des collaborateurs par l'animation de comités de pilotage données personnelles (COPIL DP) et de comités avec le réseau des correspondants données personnelles (CORESP DP) et participation aux groupes de travail des DPO du GESTE, de l'Audiovisuel Public et de l'UER, venant après l'animation en 2020 de sessions de sensibilisation à l'université de formation de Radio France et en 2021 de sessions de sensibilisation dédiées à la mise à jour des connaissances sur la réglementation européenne
- Initiation de 4 AIVP avec l'AMO de la MPPDP

Nous avons réalisé, au travers de nos comités de pilotage et du réseau des correspondants données personnelles, une session continue de sensibilisation et d'information sur les sujets nous préoccupants et partagés communément avec nos partenaires de l'Audiovisuel public et autres éditeurs de contenus en ligne membres du GESTE.

Quatre comités de pilotage se sont tenus en 2022 réunissant les principaux correspondants données personnelles des directions manipulant le plus de données au quotidien dans le cadre de leurs activités ainsi que trois comités des correspondants données personnelles qui, par son titre éponyme, rassemble l'ensemble des relais Informatique et Libertés des directions et chaînes à Radio France.

○ **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 2022 Radio France s'est engagée dans la conception d'un module anti-corruption pour la plateforme de l'université d'entreprise e-campus. Didactique, interactif, ce module répond aux standards préconisés par l'Agence Française Anticorruption. Il vise à une large sensibilisation de l'ensemble des collaborateurs et sera intégré au parcours de formation de ceux qui sont en charge des activités les plus risquées.

Le module a été mis en ligne le 9 décembre, dans le cadre de la journée internationale de lutte contre la corruption. A cette occasion une action de communication interne a rappelé l'engagement de Radio France dans cette démarche éthique et les principaux points du dispositif de prévention déployé au sein de l'entreprise.

En 2022, les sessions de formation ont été suspendues dans l'attente des évolutions réglementaires, elles reprendront en 2023. Compte tenu du départ de 6 collaborateurs qui avaient été formés à la prévention de la corruption au cours des années précédentes, **le taux de couverture de la population cible est de 86 %** (pour rappel 89% en 2021).

C.9 Environnement

En tant que média de service public responsable, Radio France renforce ses actions internes en faveur de l'environnement. Au cours de l'année 2022, des actions en faveur d'une meilleure sobriété énergétique et d'une diminution de notre empreinte carbone ont été lancées. Radio France a réalisé son premier bilan carbone complet (données de référence : années 2019).

C.9.a La consommation énergétique

Radio France s'est dotée d'une plateforme de suivi des consommations énergétiques afin de suivre au plus près ses consommations. Ce suivi renforcé répondra également aux obligations fixées par le Décret Tertiaire.

L'année 2022 a été marquée par un contexte énergétique tendu qui nous a amenés à construire des plans d'action rapides déployé sur l'ensemble de nos sites :

- Changement des températures de consignes pour le chauffage et la climatisation.
- Modification des horaires d'extinction automatique des bureaux.
- Mise en place d'un planning d'utilisation des studios pour réduire la climatisation durant les périodes de non-fonctionnement à la Maison de la Radio et de la Musique.
- Extinction des enseignes lumineuses des radios locales et réduction de la plage horaire d'allumage sur notre site principal.

Une étude est en cours sur la possibilité de peindre en blanc les étanchéités des toits terrasses (actuellement de couleur noire) afin de baisser la température du sol et ainsi baisser en même temps la température de l'air aspiré par les centrales de traitement d'air situées en terrasse.

Depuis 2022, Radio France ne consomme qu'une électricité verte garantie sur l'ensemble de ses sites.

Quelques chiffres :

En MWh	2019	2020	2021	2022	ECARTS
CONSOMMATION D'ELECTRICITE					
Maison de la Radio*	18 717	160689	15999	16 461	2,9%
Immeuble Mangin	1 828	1546	1583	1 674	5,7%
Site de Campus ***	65	56	55	54	-1,8%
Tripode		249	241	164	-32,0%
France Bleu**	5 011	5427	5617	5 471	-2,6%
CONSOMMATION DE CHAUFFAGE URBAIN					
Maison de la Radio	6	8	1	71	7000,0%
Immeuble Mangin	540	525	686	610	-11,1%

*Hors Base Vie Chantier

** Données sur 38 stations (37 issues de la plateforme de collecte des données énergétiques, et 1 station sur la base de données facturantes)

***Données provenant des factures.

Indicateur consommations électriques.

Début 2022 un changement de fournisseur d'énergie a dû être réalisé afin de palier à la défaillance de notre ancien fournisseur Planète Oui qui a cessé son activité à la fin 2021. Un fournisseur tampon a été repris le temps de reprendre la consultation.

Les données indiquées sont issues de la plateforme Savee d'Advizéo qui collecte les données en provenance direct d'Enedis.

En 2022, les consommations énergétiques ont augmenté à la Maison de la Radio et de la Musique. Cette augmentation est due à l'ouverture et au réaménagement de la dernière phase des travaux historiques du site. Une surconsommation a également été constatée sur le site de Mangin, liée à une défaillance d'un équipement technique.

De manière générale les consommations ont baissé sur la plupart de nos stations France Bleu, quelques stations ont pu voir leurs consommations augmenter suite à des travaux de remise en service d'équipements techniques.

Les données de consommation de CPCU de la Maison de la Radio et de la Musique sont issues des factures CPCU reçues au cours de l'année 2022. Les températures particulièrement froides du début de l'année 2022, ainsi qu'une intervention technique sur notre système de géothermie, nous ont obligé à faire fonctionner le système CPCU qui est en secours.

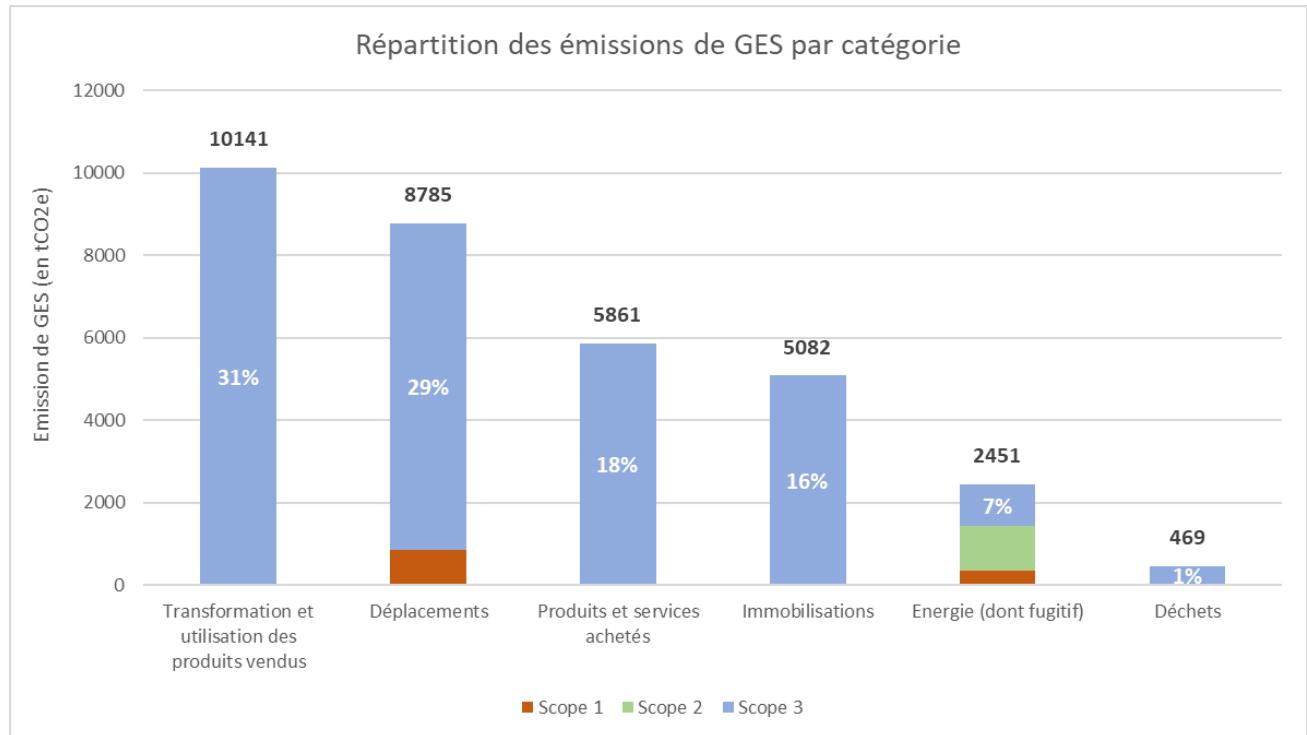
Avec l'ouverture complète de la Maison de la Radio et de la Musique, il sera désormais plus régulier d'utiliser le CPCU en appoint de la géothermie.

C.9.b L'impact carbone

Radio France a réalisé pour la première fois son bilan carbone complet (scopes 1,2 et 3). Cette démarche a été réalisée avec l'appui méthodologique du cabinet EKODEV (méthode Bilan Carbone).

- 6 % des émissions de GES sont générées par des postes comptabilisés dans le scope 1 et le scope 2.

- 94 % des émissions de GES sont générées par des postes comptabilisés dans le scope 3.



- *Transformation et utilisation des produits vendus : 10 141 tCO2e, dont 3 604 tCO2e liés aux terminaux de nos auditeurs, et 6 537 tCO2e pour nos outils de production et diffusion*
- *Déplacements : 8 785 tCO2e, dont 4 216 tCO2e pour les déplacements de nos formations musicales, et 1 718 tCO2e pour nos déplacements professionnels, le reste représentant les déplacements domicile travail et de nos visiteurs. Sur les 8 785 tCO2e, 855,5 tCO2e sont relatives au scope 1, 7929 tCO2e sont relatives au scope 3.*
- *Produits et services achetés : 5 861 tCO2e, représentant les prestations IT, prestations hôtelières et restauration, imprimerie et publicité.*
- *Immobilisations : 5 082 tCO2e*
- *Energie : 2 451 tCO2e représentant nos consommations de gaz, chauffage urbain, électricité. Sur les 2 451 tCO2e, 361 tCO2e sont relatives au scope 1, 1064 tCO2e sont relatives au scope 2 et 1026 tCO2e relatives au scope 3.*
- *Déchets : 469 tCO2e.*

Le plan d'action de réduction de notre empreinte carbone a été renforcé avec principalement des actions en cours sur :

- Le déplacement des collaborateurs
 - Mise à disposition de vélo à assistance électrique pour les déplacements professionnels de courte durée.
 - Mise à disposition des salariés parisiens d'ateliers réparation vélo
 - Mise en place d'une prime mobilité douce plafonnée à 200€ et cumulable avec l'abonnement transport en commun (le tout plafonné à 500€ annuels)

- Lancement d'une étude plus approfondie sur les déplacements de nos formations musicales.
- L'empreinte de notre activité de production audiovisuelle et numérique
 - Un premier chantier sur l'optimisation de nos sites internet a été initié en 2022 avec l'aide de la startup Greenmetrics
 - Un deuxième chantier de réflexion vient d'être lancé afin d'évaluer et de travailler sur une diminution de l'empreinte carbone de nos modes de production.
- La politique d'achat responsable. Radio France a signé en 2022 la Charte des relations fournisseurs et des achats responsables.

C.9.c Le tri des déchets

Radio France a renforcé ses actions en faveur d'un meilleur tri de ses déchets.

- Déploiement de bornes de tri par apport volontaire au sein de la Maison de la Radio et de la Musique. L'ensemble du site sera équipé en 2023. Une réflexion identique est en cours d'étude sur les stations France Bleu, en complément de dispositifs de tri sélectif d'ores et déjà en place.
- Objectif zéro bouteille d'eau en plastique : plusieurs expérimentations permettant de supprimer le recours à des bouteilles plastiques lors de nos événements et pour nos invités en studio sont en cours. Durant l'année 2022, des machines de nettoyage AUUM, qui permettent une solution de nettoyage autonome des verres ont été installées et un circuit de distribution/récupération de gourdes d'eau à proximité des studios mis en place.

C.10 LA PROMOTION DES ACTIVITES PHYSIQUES ET SPORTIVES

En tant que média, Radio France contribue à la promotion du sport et de la pratique d'une activité physique et sportive auprès de ses publics. Les antennes de Radio France sont partenaires de grands évènements tels que le tour de France, la route du Rhum, la solitaire du figaro. Radio France est également partenaire de la Fédération française de handball.

Radio France propose à ses 15 millions d'auditeurs plusieurs rendez-vous majeurs en ce sens. France Inter a lancé cette année l'émission 100 % sport « L'esprit sport ». Sur FrancelInfo, tous les dimanches de 21h00 à minuit, les auditeurs peuvent écouter « Le Club Info », 3 heures d'émissions consacrées au sport sous toutes ses formes (résultats sportifs, directs, reportages, chroniques). Pendant ce rendez-vous, on retrouve notamment le reportage de Théo Curin, vice-champion du monde de para natation, dans les coulisses des Jeux Olympiques et paralympiques de Paris 2024.

Radio France met également un point d'honneur à faire la promotion du sport au féminin. Ces équipes ont donné un large écho à la Coupe du monde féminine de rugby à XV, qui s'est tenue en mai 2022 en Espagne. Même priorité pour le football, avec la finale de la Ligue des champions féminine de l'UEFA.

De nombreuses journalistes et consultantes femmes apportent leur expertise sur le sport féminin et aussi masculin, pour le football, le rugby, le ski ou encore le biathlon. Car il va de soi que le sport n'est pas une question de genre.

Au-delà de ses antennes, Radio France s'engage aussi pour le sport et sa pratique à travers différents partenariats. Comme à l'occasion du Think Tank Marie Claire, avec la session « Les femmes et le sport : un défi ? ». La directrice des sports de Radio France a animé une table-ronde autour du thème « Les femmes et le sport » le 8 juin 2022 dans le cadre du partenariat « Agir pour l'Egalité femmes hommes ».

Radio France a également établi un partenariat avec le journal L'Equipe autour des « Trophées de l'Inclusion par le sport » initiés par la fondation L'Equipe et l'APPELS, l'Agence pour l'Education par le Sport. Le jury, composé de personnalités du monde du sport et prescripteurs œuvrant en faveur de l'inclusion par le sport, dont la directrice des sports de Radio France, s'est réuni le 24 mai 2022 pour choisir 5 lauréats, ainsi qu'un coup de cœur pour cette première édition.

Dans le cadre de ce partenariat avec L'Equipe, franceinfo et France Bleu étaient les chaînes partenaires et ont relayé les trophées sur leurs antennes avec une mise en avant des initiatives récompensées. La remise des prix s'est tenue mardi 28 juin dernier au Stade de France.

Sur France Bleu, les 44 locales proposent tous les jours de la semaine un rendez-vous quotidien sur le sport de proximité de 18h00 à 19h00, avec « 100% club ».

Des émissions à des heures de grande écoute sont consacrées à la pratique sportive, comme « Grand bien vous fasse ».

Au cours de l'année 2022, Franceinfo, en partenariat avec l'Equipe et France télévisions a lancé le festival « Demain le sport » destiné à engager chaque année une réflexion sur l'avenir du sport. France bleu a organisé les 10 et 11 septembre la quatrième édition des randonnées France Bleu en partenariat avec la fédération française de la randonnée.

Annexe

Exercice 2022

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 Responsabilité sociétale et Environnementale (RSE).

L'engagement de Radio France à intégrer les critères environnementaux, sociaux 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 2022 au 31 décembre 2022.

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 2023 avec les directions contributrices afin d'arrêter la forme de la DPEF 2022 qui sera incluse au sein d'un rapport intégré comprenant le rapport financier et le rapport de gestion de Radio France pour l'exercice 2022.

Le 16 décembre 2022, 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 2023.

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 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

Soc. : Absentéisme

Indicateur 2 : Taux d'absentéisme *

- Le taux d'absentéisme correspond au nombre de jours d'absence sur l'année 2022 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.*

Soc. : Emploi

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
- Être 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 2022 et l'année 2021.

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 :

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

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

Soc. : Diversité et égalité de traitement

Indicateur 5 : Part des femmes dans l'effectif

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

Méthode de calcul :

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

Soc. : Sécurité / Atteinte à la sécurité des personnes et cyber-sécurité

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 2022 (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 :

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

Env. : Bilan carbone

Note : bilan carbone complet (scopes 1,2 et 3) réalisé avec l'appui méthodologique du cabinet EKODEV

Unité : kg Co2

Méthode utilisée : méthode Bilan Carbone.

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.

INDICATEURS DPEF		DONNEES 2021	DONNEES 2022	Variations 2022/2021	RISQUES ASSOCIES
C.1 CLIMAT SOCIAL <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	Nombre d'accords collectifs en vigueur signés lors de l'année de référence	9	6	-33%	1 6 RPS QVT
C.1 CLIMAT SOCIAL <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	Nombre de réunions de négociation	50	65	30%	1 RPS
C.2 SANTE AU TRAVAIL <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	Taux d'absentéisme	Nbre de jours d'absence pdt l'année N / nbre de jours de travail théorique pdt l'année N *100	5,10%	5,11% 0%	1 3 RPS Sureté/sécurité 4 Santé 6 QVT 10 Organisation du travail
C.3 MAITRISE DES EFFECTIFS <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	Pourcentage de l'effectif en CDI	Pourcentage d'effectifs en CDI par rapport à l'effectif total (CDD et CDI), à l'exclusion des contrats de stage et d'alternance.	88,28%	92,01% 4%	2 Emploi
C.3 MAITRISE DES EFFECTIFS <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	Variation de l'effectif	Taux de variation de l'effectif (CDI et CDD) entre l'année N et l'année N-1	0,80%	-4,50% -663%	2 Emploi
C.4 GESTION DES COMPETENCES <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	Nombre moyen d'heures de formation par stagiaire	Nbre total d'H de formation / nbre de stagiaires total formés	9,2	11,6 26%	7 Formation /GEPP
C.4 GESTION DES COMPETENCES <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	Nombre moyen d'heures de formation par salarié formé	Nbre total d'h de formation / nbre de salariés formés	23,4	24,4 4%	7 Formation /GEPP
C.5 DIVERSITE / EGALITE DE TRAITEMENT <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	Part des femmes dans l'effectif	Effectif Femme / effectif total	43,60%	43,04% -1%	8 Diversité/égalité/ handicap/ harclement/ violence
C.6 SECURITE / CYBERSECURITE <i>Données fournies par la délégation à la continuité d'activité</i>	Gestion de crise	Nombre d'exercices de gestion de crise réalisés dans l'année courrant au moins un des 5 risques majeurs, sur les sites de Radio France à Paris et dans les stations locales du réseau France Bleu	41	40 -2%	3 Sureté/sécurité
C.6 SECURITE / CYBERSECURITE <i>Données fournies par la délégation à la continuité d'activité</i>	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.	96,20%	96,71% 1%	3 5 Sureté/sécurité Données
C.7 DIVERSITE DES PUBLICS ET NOUVEAUX USAGES <i>Données fournies par la direction des antennes et de la stratégie éditoriale</i>	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 2022 (mois représentatifs d'une activité normale des antennes).	44%	44% 0%	8 Diversité/égalité/ handicap/ harclement/ violence
C.8 CONFORMITE, ETHIQUE ET EXEMPLARITE <i>Données fournies par la direction de l'audit, du contrôle interne et de l'éthique</i>	Taux de salariés des fonctions les plus exposées formés à la prévention de la corruption		89%	86% -3%	5 9 Données Ethique
C.9 ENVIRONNEMENT <i>Données fournies par la direction de l'établissement</i>	Consommations d'énergie en Mwh		24 182	24 505 1%	11 Consommation énergétique