



RESPONSABILITE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

A. ORGANISATION ET PRESENTATION DU MODELE D’AFFARE DE RADIO FRANCE	3
A.1 Le mode de gouvernance de la politique de RSE.....	3
A.2 La démarche de RSE de Radio France	3
A.3 La raison d’être de Radio France	6
A.4 Le modèle d’Affaires de Radio France.....	6
A.5 Les parties prenantes	7
 B. PRESENTATION DES PRINCIPAUX RISQUES EXTRA-FINANCIERS	 10
B.1 Le processus d’identification des risques	10
B.2 Les principaux risques extra-financiers	12
 C. LA MISE EN ŒUVRE DES POLITIQUES EN LIEN AVEC LES RISQUES MAJEURS	 15
C.1 Climat Social / Dialogue Social	15
C.2 Santé au travail	16
C.4 Gestion des compétences et des parcours professionnels.....	18
C.5 Diversité / Egalité de traitement	22
C.6 Sécurité /Atteinte à la sécurité des personnes et des biens, cybersécurité	29
C.7 Diversité des publics et nouveaux usages	31
C.8 Conformité, éthique et exemplarité	34
C.9 Environnement.....	36
C.10 La promotion des activités physiques et sportives	40
 Eléments méthodologiques	 42
Table de concordance	50

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

Pour la gouvernance de la politique RSE, l'année 2024 fut une année de transition dans la perspective de l'application de la directive européenne dite CSRD.

Un comité de pilotage présidé par le secrétaire général a été mis en place et réunissant, outre le coordinateur RSE, les principales directions concernées par l'exercice : finance, audit interne, ressources humaines.

Ce comité de pilotage a mobilisé l'ensemble des parties prenantes internes et externes pour préparer le reporting CSRD. Dans ce cadre, l'action en matière RSE s'est inscrite dans la continuité des années précédentes avant les transformations importantes qu'induit le reporting CSRD.

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 4ème 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



En 2024, Radio France a poursuivi les ambitions portées dans le Tournant, manifeste adopté et rendu public en août 2022. Le pilotage RSE veille à sa bonne prise en compte par tous les services concernés. Ce portage au plus haut niveau de l'entreprise se reflète dans la recherche d'une action plus approfondie, systématique et à l'échelle, notamment autour des enjeux de la sobriété et de la décarbonation (cf C.9.)

Le Tournant

RADIO FRANCE ENGAGE UN TOURNANT ENVIRONNEMENTAL

La crise climatique fait l'objet d'un consensus scientifique international solide depuis plus de vingt ans, documenté par le GIEC dans ses rapports successifs. Plus personne ne peut en ignorer les conséquences graves et concrètes sur l'environnement, l'économie et la vie humaine. Beaucoup a été fait pour parler des enjeux environnementaux sur nos antennes et faire de Radio France un média de service public écologiquement responsable. Pourtant, face à l'ampleur de l'urgence climatique, nous sommes résolus à aller plus loin. Radio France engage un tournant environnemental.

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 accélérons 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**.

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. La négociation du nouveau COM a pris du retard sur le calendrier initial en raison de la dissolution. Il a néanmoins été défini et couvre la période 2024-2028.

Il comprend des objectifs en matière :

- d'accès de tous les publics
- de transformation numérique
- d'information
- d'offre de proximité

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

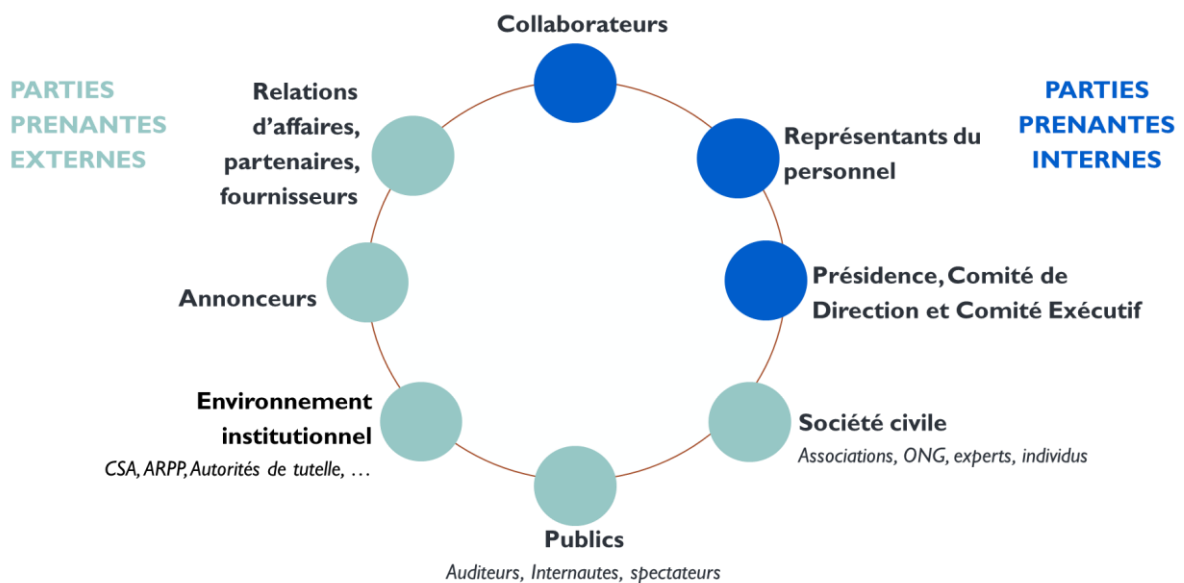
² La présentation du détail du chiffre d'affaires pour l'année 2024 est située dans la présentation d'entreprise du rapport intégré

- de souveraineté et de diversité culturelle
- de bonne gestion des ressources financières, humaines et environnementales

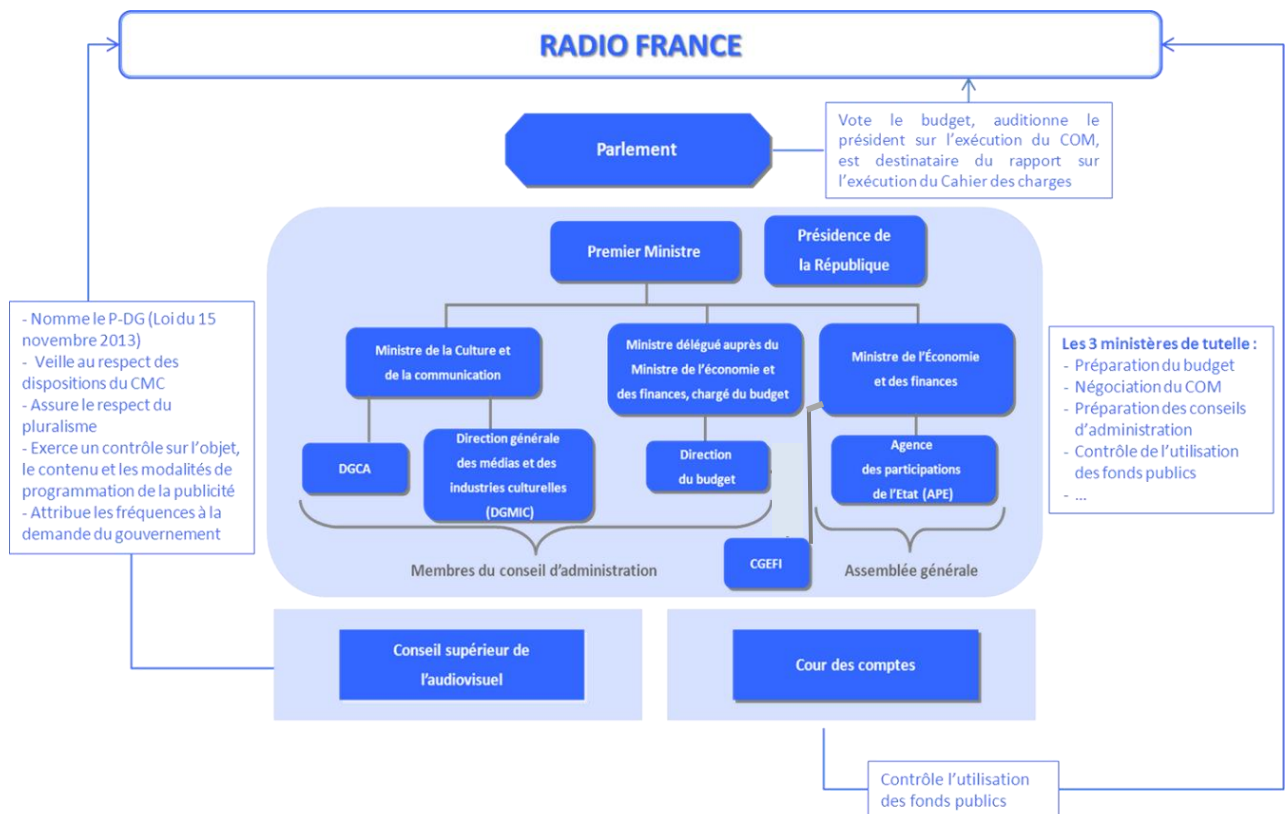
Parallèlement à l'exercice du COM, Radio France a adopté un projet d'entreprise qui en est le reflet et est le fruit d'une concertation approfondie avec les organisations syndicales et d'une participation des salariés qui s'est étalée en 2023 et 2024. Il s'agit de disposer d'une offre diversifiée et complémentaire susceptible de réunir tous les publics et d'aller les chercher là où ils se trouvent par une stratégie de contenus et de diffusion adaptée.

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

La composition du conseil d'administration de l'entreprise reflète l'environnement institutionnel dans lequel l'entreprise évolue. Siègent au conseil d'administration des parlementaires issus des commissions culturelles des deux assemblées et des personnalités indépendantes désignées par l'Arcom, 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 Hommes & femmes, Transat Jacques VABRE, Solitaire du Figaro...), dans le cadre d'une couverture éditoriale de ces événements.

Parmi les parties prenantes de l'entreprise figurent naturellement les fournisseurs de Radio France. En tant que pouvoir adjudicateur soumis aux règles de la commande publique, l'entreprise s'est dotée de procédures robustes de sélection de ses fournisseurs et y intègre, outre les exigences de conformité, des préoccupations en matière de lutte contre le dérèglement climatique et de droit humain.

A.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 (53% en 2024). En 2024, l'effectif de Radio France (CDD et CDI) s'établit à 4 519 salariés.

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

Conformément aux exigences de la Déclaration de Performance Extra-Financière aux termes des articles L225-102-1 et R 225-105-2 du Code de Commerce, Radio France a retenu une approche par les risques afin d'aborder ses obligations en matière de Responsabilité Sociale, Environnementale et Sociétale.

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

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

B.1 Le processus d'identification des risques

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

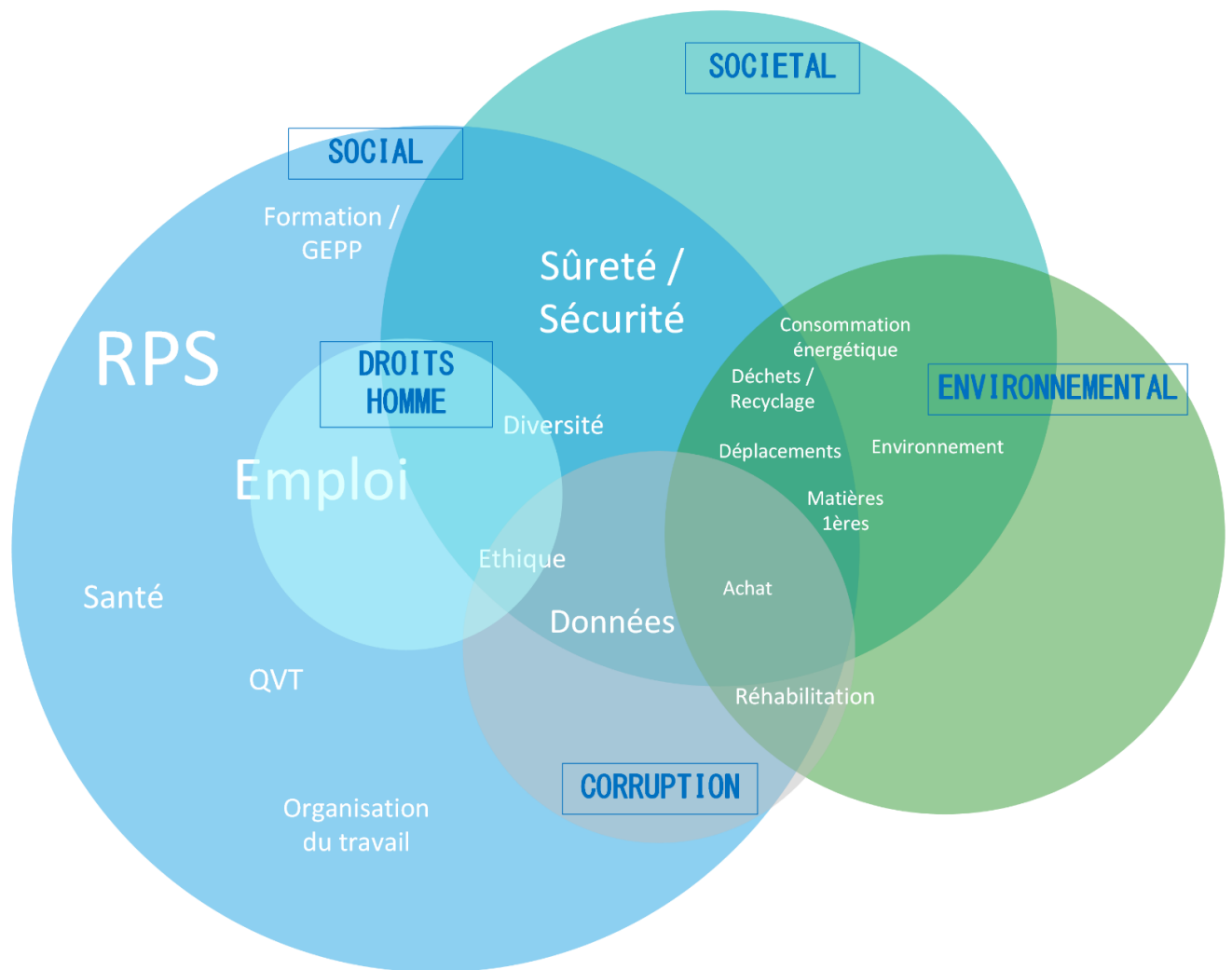
Elle s'est appuyée sur une définition constante du risque, soit :

« Un risque RSE est la possibilité que se produise, du fait de l'activité de l'entreprise, un 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 parcours professionnels
- 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		
Climat social / Dialogue social <i>Dans un contexte de transformation des métiers, de modernisation rapide des processus et systèmes d'information et de réduction des effectifs, il est indispensable de maintenir un dialogue social soutenu et d'accompagner le changement.</i>	Risques psychosociaux Qualité de vie au travail	C.1
Santé au travail <i>Radio France est une entreprise de « main d'œuvre ». L'humain reste donc au cœur de sa stratégie et de ses risques.</i> <i>Les risques de santé au travail ne doivent pas être sous-estimés dans un contexte de fortes évolutions et d'adaptations rapides de l'organisation. La Délégation à la Prévention des risques professionnels et Vie au Travail est en charge du suivi de ces risques.</i>	Santé	C2
Maîtrise des effectifs <i>La masse salariale de Radio France représente près de 60 % des charges de la société : il s'agit donc d'un enjeu majeur pour Radio France au regard des objectifs qui lui sont fixés par son actionnaire au sein du contrat d'objectifs et de moyens.</i>	Emploi	C.3

<p>Gestion des compétences et des parcours professionnels</p> <p>Un accord de Gestion prévisionnelle des emplois des compétences et des parcours professionnels est en cours de négociation à Radio France.</p> <p>Notre stratégie, qui passe par des redéploiements, s'appuie sur une mobilité interne activée : les salariés présents sont accompagnés par des plans de développement des compétences ambitieux sur la durée, afin de soutenir leur employabilité, développer et diversifier leurs compétences, les rendre les plus autonomes possibles dans leurs pratiques professionnelles pour faire face aux enjeux majeurs des prochaines années, notamment dans l'innovation, l'information et l'audio.</p>	<p>Gestion des compétences et des parcours professionnels/ Formation</p>	<p>C.4</p>
<p>Diversité / Égalité de traitement</p> <p>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.</p> <p>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 notamment aux postes d'encadrement.</p>	<p>Diversité/égalité /Handicap</p>	<p>C.5</p>
<p>SURETE / SECURITE</p>		
<p>Sécurité / Atteinte à la sécurité des personnes et cyber-sécurité</p> <p>Dans la continuité des mesures prises en 2015, dans le contexte des attentats terroristes et en lien avec le Plan Vigipirate, une montée en puissance des dispositifs de sécurité passifs (mise en</p>	<p>Sûreté / Sécurité</p>	<p>C.6</p>

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.		
STRATEGIQUE		
Diversité des publics et nouveaux usages <i>Alors que le média radio perd chaque année des auditeurs, Radio France fait face au risque de perdre son leadership à l'ère du numérique. Radio France est confrontée à un enjeu de renouvellement de ses offres et se doit d'attirer un public de plus en plus nombreux sur les nouveaux supports numériques.</i> <i>En outre, la vocation de média de service de Radio France passe par sa capacité à refléter au niveau éditorial la réalité de la société française. Pour cette raison, Radio France s'est engagée à atteindre la parité entre les hommes et les femmes sur ses antennes en 2024.</i>	Diversité	C.7
Conformité éthique et exemplarité <i>Dans le cadre du respect de ses obligations de conformité mais également dans un souci d'exemplarité renforcée, Radio France a mis en œuvre des plans d'actions volontaristes afin de répondre aux enjeux de la protection des données personnelles et de la prévention de la lutte contre la corruption.</i>	Ethique	C.8
ENVIRONNEMENT		
<i>Si la cartographie des risques de Radio France ne fait pas apparaître de risques majeurs de nature environnementale, le positionnement de l'entreprise en termes d'exemplarité et de modernisation la conduit à mettre en œuvre une politique de lutte contre le changement climatique.</i>	Consommation énergétique	C.9

<i>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>		
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

En fin de document sont présentés les différents indicateurs avec les risques associés (données N, N-1 et variations).

C.

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

C.1 Climat Social / Dialogue Social

Les grandes étapes du dialogue social de l'année 2024

L'année 2024 a été marquée par des incertitudes liées aux décisions budgétaires ainsi qu'un projet de loi sur l'audiovisuel public. Ces éléments ont fortement ralenti le dialogue social à Radio France, sur le second semestre.

Afin de conserver une bonne qualité de dialogue social et de permettre à tous les représentants syndicaux, notamment ceux en région, de participer aux réunions, l'entreprise a maintenu l'organisation des réunions de négociation à la fois en présentiel et à la fois en distanciel via les outils collaboratifs comme "Microsoft Teams".

L'entreprise a signé 5 accords en 2024 :

- Tout d'abord, l'accord en faveur de l'insertion professionnelle et de l'emploi des personnes en situation de handicap à Radio France 2024-2028 du 15 janvier 2024 a été signé par l'unanimité des syndicats représentatifs à Radio France : la CFDT, la CGT, FO, le SNJ, SUD et l'UNSA.
- Ensuite, le protocole d'organisation de l'élection des représentants de proximité de Radio France (CSE ici) a été signé le 2 février 2024 par quatre syndicats représentatifs à Radio France : la CFDT, la CGT, SUD et l'UNSA. Cette signature a été suivie par l'organisation des 44 élections au sein de chaque radio locale.

- Un accord relatif au Plan d'Epargne Retraite Collectif de Radio France a été signé le 11 juin 2024 par cinq syndicats représentatifs à Radio France : FO, le SNJ, SUD et l'UNSA.
- Un accord sur la réforme des modalités de mise en œuvre du compte épargne temps à Radio France a été signé le 11 juillet 2024 par 5 syndicats représentatifs à Radio France : la CFDT, FO, le SNJ, l'UNSA et SUD.
- Enfin, un accord relatif au Plan d'Epargne Entreprise de Radio France a été signé le 11 juillet 2024 par quatre syndicats représentatifs à Radio France : FO, le SNJ, SUD et l'UNSA.

Pour rappel 12 accords avaient été signés en 2023.

- **Réunions de négociations**

En 2024 se sont tenues au total 36 réunions de négociation (pour rappel 67 réunions de négociation en 2023) **et 10 réunions de commissions/comités conventionnels** (pour rappel 19 réunions de commissions/comités conventionnels en 2023).

C.2 Santé au travail

La santé et la sécurité au travail comptent parmi les priorités pour Radio France pour ses salariés. Conformément à notre politique de responsabilité sociale et environnementale, nous mettons en place des actions visant à garantir un environnement de travail sain, sécurisé et propice au bien-être de nos collaborateurs.

Dans cette optique, nous menons des actions dans les domaines suivants :

- Prévenir les risques professionnels en identifiant les risques liés aux activités spécifiques de l'entreprise et en mettant en place des mesures adaptées (évaluations des risques, plans de prévention, protocoles d'intervention en cas d'urgence). En 2024, la méthodologie contributive de mise à jour du DUERP (Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels) a été étendue à de nouvelles directions, dans une démarche de qualité d'évaluation et de cohérence des actions de prévention engagées par rapport aux besoins opérationnels, mais aussi de sensibilisation à la culture sécurité. La démarche de prévention de la désinsertion professionnelle a été déployée à toute les directions avec la mise en place de comités pluridisciplinaires réguliers. La liste des postes à risques a été mise à jour permettant un suivi médical en cohérence avec l'évaluation des risques.

Former et sensibiliser les collaborateurs aux bonnes pratiques en matière de santé et de sécurité au travail, notamment via des sessions de formation régulières et des campagnes de communication internes. En 2024, Radio France a notamment participé à la semaine nationale de qualité de vie au travail et proposé aux salariés une journée de prévention des risques cardiovasculaires. Le catalogue de formations sécurité a également été enrichi de nouveaux contenus pour répondre aux besoins spécifiques des activités.

- Améliorer les conditions de travail en veillant à l'ergonomie des postes, à la prévention des troubles musculosquelettiques et à la prise en compte des risques psychosociaux. En 2024, la procédure de traitement des signalements pour harcèlement moral, sexuel et agissements à caractère sexiste a été enrichie avec de nouveaux engagements en termes

de méthodologie et de délais, mais aussi des formations mises en place en conséquence. Radio France poursuit par ailleurs ses actions de prévention conformément aux engagements pris dans le cadre de son Programme Annuel de Prévention des Risques Professionnels et d'Amélioration des Conditions de Travail (PAPRI Pact), avec des efforts particuliers sur les champs du risque auditif, des troubles musculosquelettiques, de l'exercice de reportage en zone sensible (guerre, catastrophe naturelle), des risques psychosociaux.

- Assurer le suivi et le contrôle des actions mises en place, en suivant des indicateurs de performance SST (par exemple, reportings trimestriels accidents de travail et maladies professionnelles, reporting annuel sur le traitement des signalements pour harcèlement moral, sexuel et agissements à caractère sexiste ou encore sur la ligne de soutien psychologique suivi mensuel de l'absentéisme > 30 jours), permettant d'évaluer l'efficacité des dispositifs en place.

Le taux d'absentéisme correspond au nombre de jours d'absence, pour les salariés en CDI, sur l'année 2024 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, et les absences injustifiées ou non rémunérées (grève, congé sans solde, congé sabbatique...)

En 2024, ce taux s'est élevé à 4,3%.

Taux d'absentéisme par année	2020	2021	2022	2023	2024
Taux d'absentéisme	5,7%	5,1%	5,1%	4,8%	4,3%

C.3 Effectifs

La masse salariale de Radio France représente 53 % 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 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 a 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 31/12/2024, Radio France enregistre - comme au 31/12/2023 - 4 173 CDI. Le nombre de CDD a quant à lui augmenté de 51 salariés.

En 2024, le taux de CDI dans l'effectif total de Radio France était de 92,34%.

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Effectif total au 31/12	4 633	4 708	4 745	4 531	4 468	4 519

dont CDI	4 217	4 208	4 189	4 169	4 173	4 173
dont CDI (%)	91,02%	89,38%	88,28%	92,01%	93,40%	92,34%
dont CDD	416	500	556	362	295	346
dont CDD (%)	8,98%	10,62%	11,71%	7,99%	6,60%	7,66%

Entre le 31/12/2023 et le 31/12/2024, l'effectif CDI & CDD de droit commun de Radio France est passé de 4 468 à 4 519 salariés, soit un **taux de variation de l'effectif de +1,14%**.

C.4 Gestion des compétences et des parcours professionnels

La négociation triennale obligatoire sur la gestion prévisionnelle des emplois des compétences et des parcours professionnels est arrivée à son terme fin 2024 et n'a pas donné lieu à la signature d'un accord par les organisations syndicales représentatives, qui ne partageaient pas les constats, enjeux et méthodes proposés pour relever nos défis, à savoir piloter des redéploiements d'emplois au service de notre stratégie dans un contexte budgétaire tendu.

Le projet d'accord (qui sera donc un plan d'action) propose une Gestion Prévisionnelle des Emplois, des Compétences & des Parcours Professionnels soutenue par 7 leviers mis au service de nos orientations stratégiques :

1. Faire vivre la démarche Emplois-compétences en maintenant à jour les fiches de compétences des emplois/fonctions principales de l'entreprise, en y inscrivant les nouvelles compétences requises et les aires de proximité de compétences entre emplois/fonctions ; les rendre visibles pour les salariés.
2. Cartographier les compétences des salariés occupant les principaux emplois/fonctions de Radio France pour s'assurer qu'elles sont suffisamment développées et détecter à temps les besoins de développement de compétences ou d'orientation vers un secteur / un autre emploi/fonction et assurer l'employabilité pérenne des salariés. D'en tenir compte afin de savoir planifier / affecter les salariés qui les détiennent sur des projets, missions, mobilités temporaires adéquates, orienter les salariés vers d'autres emplois dont les compétences sont adhérentes.
3. Anticiper les phénomènes d'usure professionnelle et la seconde partie de carrière avec une pratique annuelle systématique des revues RH (copilotées par les managers, les acteurs RH et synthétisées en central).
4. Accompagner les salariés présents par des plans de développement des compétences ambitieux pour développer et diversifier leurs compétences et faire face aux enjeux majeurs des prochaines années, notamment dans l'innovation, l'évolution de l'information et l'audio, tout en soutenant par notre modèle de « formation interne » la transmission des compétences internes recherchées et des expertises requises.
5. Questionner systématiquement les besoins dans les organisations en amont des départs, pour s'offrir l'opportunité de toujours mieux servir nos enjeux, en comblant les postes libérés où et quand cela s'avère pertinent, et piloter finement l'évolution des emplois et des compétences dans l'entreprise.

6. Développer et faire circuler les compétences par une mobilité professionnelle dynamique et des reconversions accompagnées par des « parcours individualisé de développement des compétences (PIDC) » : Radio France accompagne individuellement ses salariés dans leur mobilité professionnelle interne, dans le cadre de redéploiements servant le projet stratégique.
7. Recruter des compétences en lien avec l'évolution des pratiques professionnelles et mener des actions de fidélisation pour les emplois « en tension ».

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 celles 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 5 220 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 2024, 3 870 apprenants s'étaient connectés au portail (90% 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 2024

En 2024, **5 920 stagiaires** ont bénéficié d'actions de formations, pour un total de **68 496 heures** (sessions présentielles 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 2024 **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 (56 stagiaires – 784 heures).

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

- Des **axes managériaux clés à la prise de poste et dans les premières années - fondamentaux du management** (111 stagiaires – 509 heures)
- **Leadership et efficacité** (73 stagiaires – 1058 heures).

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

- Programme « **Leadership au féminin** » (sur 2024 : 10 stagiaires – 280 heures),
- Stages d'accès aux fonctions de management éditorial : **Favoriser la créativité de son équipe de programme** (34 stagiaires – 476 heures).

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** (40 stagiaires – 476 heures). Une formation spécifique à la lutte contre les stéréotypes a été initiée en 2024 (65 stagiaires – 228 heures) La mise en place d'une action de Premier Secours en Santé Mentale à destination (PSSM) à destination de la filière RH (48 stagiaires – 672 heures). **En 2024, la poursuite des actions de renforcement réglementaire** à destination de la filière RH (règles conventionnelles et GTA, gestion des forfaits en jours...) (229 stagiaires – 914 heures) ainsi que la mise en œuvre d'actions de renforcement réglementaire conventionnel à destination des managers, des STR et des planificateurs (178 stagiaires – 760 heures).

Des actions de sensibilisation aux RGPD pour les salariés particulièrement concernés dans le cadre de leur activité par le traitement des données personnelles (121 stagiaires) et des actions pour comprendre et prévenir le risque de corruption Loi Sapin 2 à destination des collaborateurs à risques (64 stagiaires – 120 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 2023, nous avons finalisé les formations à **l'outil de gestion administrative et paye SIRHIUS** (352 stagiaires – 1 859 heures). En 2024, Radio France a poursuivi le déploiement du nouveau projet d'ampleur **ON AIR**, qui a pour objet d'améliorer et **moderniser la gestion des antennes avec des nouvelles fonctionnalités plus interfacées** avec les autres outils, en faciliter la gestion et la maintenance, améliorer les problématiques transverses autour de la gestion des données, favoriser l'évolution des modes de production avec des fonctionnalités collaboratives qui décloisonnent les process et permettent plus d'autonomie. La poursuite des formations à destination des référents (6 stagiaires – 168 heures) et des techniciens et réalisateurs (468 stagiaires – 2 981 heures).

Les actions se sont poursuivies en 2024 autour de **SEQUOIA MAGIX solution de production** de Radio France (techniciens et réalisateurs) (195 stagiaires – 5 030 heures),

Les formations et coachings antenne (110 stagiaires – 959 heures lors du déploiement des **matinales filmées multi-diffusées de ici se sont poursuivis** tant pour les personnels d'antenne (animateurs et journalistes) que pour les techniciens (sensibilisation à l'environnement caméra).

- 27 animateurs expérimentés de ici ont pu bénéficier d'un stage pour travailler la **créativité dans l'écriture radio** (756 heures) et 30 animateurs de ici en CDD ont pu bénéficier d'une formation sur **les fondamentaux de l'animation** (630 heures).
- 112 stagiaires journalistes ont bénéficié de **formations éditoriales thématiques** (, Perfectionner son écriture, Interview en radio, Gestion du direct et du stress, Faits divers ...) (2 345 heures).
- 37 stagiaires journalistes ont bénéficié d'une formation aux méthodes d'investigation grâce à des outils open source (**OSINT**) (508 heures).

En 2024, 10 journalistes sélectionnés pour animer des actions d'éducation aux médias ont suivi un parcours certifiant (836 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...)** (232 stagiaires – 3 058 heures).

Radio France a poursuivi son cycle de **formations et sensibilisations au service du « Tournant environnemental » de Radio France** : formations aux questions climatiques et scientifiques pour les salariés des équipes éditoriales non-expertes de ces sujets, leur permettant d'acquérir des outils et méthodologies techniques pour appréhender et traiter les sujets scientifiques au sens large, et un champ de connaissances sur des thématiques scientifiques, en rencontrant et échangeant avec des experts reconnus dans les thèmes scientifiques (, énergie, climat et environnement, agriculture, santé), afin de savoir distinguer entre faits et commentaires dans le traitement de l'information (192 stagiaires – 1 890 heures)

Dans le cadre de sa politique soutenue de prévention santé, Radio France a mis en œuvre des actions de formations adaptées à l'activité de tous ses salariés et notamment un webinaire sur l'Ergonomie et le travail sur écran (110 stagiaires – 140 heures) ; des formations sur les bonnes pratiques en matière de sommeil et horaires atypiques (55 stagiaires – 385 heures) ; des sensibilisations aux risques auditifs et à la prévention des troubles musculosquelettiques pour les musiciens (87 stagiaires – 261 heures).

Radio France s'est attachée comme chaque année en 2024 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 (28 stagiaires – 399 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 2024, 8 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) (2 653 heures).

Formation	2022	2023	2024
Nombre de stagiaires (présentiel et classes virtuelles)	5 812	7 142	5 920
Heures de formation (présentiel et classes virtuelles)	67 131	73 036	68 496
Moyenne d'heures de formation par stagiaire (KPI) (présentiel et classes virtuelles)	11,6 h	10,2 h	11,6 h
Nombre de salariés formés (présentiel et classes virtuelles)	2 750	3 292	2 754
Moyenne d'heures de formation par salarié formé (KPI) (présentiel et classes virtuelles)	24,4 h	22,2 h	24,9 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 conformément aux premiers engagements pris par Radio France en 2004 avec la signature de 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 de Radio France répondent à 4 axes prioritaires : égalité femmes / hommes, inclusion de personnes en situation de handicap, égalité des chances et diversité sociale et des origines, lutte contre les discriminations. Ce programme a la particularité de mettre en résonance les politiques ressources humaines internes de l'entreprise et son offre musicale et éditoriale.

En 2024, dans la continuité des actions engagées depuis 2021, 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.

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 2024 par des avancées concrètes et mesurables. Radio France s'est en effet dotée d'indicateurs, notamment dans les domaines de l'égalité femmes / hommes, de l'inclusion des personnes en situation de handicap, de la parité à l'antenne, de recrutements d'alternants issus de la diversité qui lui permettent de mesurer l'efficacité de ses actions.

Elles ont été accompagnées sur le plan du **dialogue social** par la mise en œuvre d'accords d'entreprise structurants : un nouvel accord (non agréé) en faveur de l'insertion professionnelle et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap 2024 - 2028 signé à l'unanimité par les organisations syndicales et le nouvel accord en faveur de l'égalité professionnelle (signé en 2022). Ces étapes clés du dialogue social, suivies d'avancées concrètes et mesurables, ont confirmé que l'égalité des chances est un enjeu de cohésion au sein de l'entreprise, et reflètent la détermination de Radio France d'amplifier ses actions et de les partager à tous les niveaux.

▪ **Suivi des recommandations de l'Afnor à la suite de l'obtention du Label Alliance**

En décembre 2022, Radio France s'est vue décerner par l'AFNOR, le label Alliance, qui allie le Label Diversité (obtenu par l'entreprise depuis 2013) et le Label Egalité, obtenu pour la première fois en 2022. En 2024, l'audit de suivi du label mené par l'Afnor confirme la conformité et même la performance de Radio France des politiques et pratiques Diversité / Egalité.

Forte de cette double distinction remise pour une durée de 4 ans, Radio France veille à honorer les engagements présentés dans le dernier Contrat d'objectifs et de moyens (COM) et à répondre aux objectifs fixés par le Comité Egalité 360°. La dynamique portée au plus haut de l'entreprise et enclenchée dans tous les secteurs et activités de façon transversale.

Les conclusions de l'audit mettent particulièrement en lumière :

- Le renforcement du portage des politiques Diversité / Egalité / Handicap par la Présidence et le Comité Egalité 360
- La structuration des politiques Diversité / Egalité / Handicap et leur traduction opérationnelle avec des résultats concrets
- Les efforts menés par Radio France pour diversifier ses recrutements dans une logique d'équité
- Les actions de sensibilisation régulières menées par l'entreprise pour promouvoir une culture d'égalité et de diversité
- La déclinaison territoriale des ambitions de l'entreprise

▪ **Mise en œuvre des engagements du nouvel accord égalité professionnelle.**

2024 a été marquée par la poursuite de la mise en œuvre des engagements de l'accord égalité professionnelle 2022 - 2025, signé à l'unanimité des organisations syndicales en juillet 2022.

Cet accord traduit l'attention que Radio France porte à son devoir d'exemplarité et à responsabilité à l'égard de l'ensemble des salariés face aux défis d'aujourd'hui sur la place des femmes et des hommes dans la société. Il amplifie la démarche initiée et concrétisée avec les précédents accords et le programme Egalité 360°, qui renforce l'engagement de Radio France en faveur de l'égalité sous toutes ses formes, sur ses antennes et en interne, et auprès de tous ses publics.

Il prévoit des engagements mesurables dans 5 domaines principaux :

- **Le recrutement**, pour favoriser l'équilibre femmes / hommes dans l'accès à l'emploi. Radio France pose pour principe de favoriser le genre sous-représenté à compétences égales, dans les domaines qui le nécessiteront (technique et numérique notamment).
- **La rémunération : Radio France** s'est engagée à réduire durablement les écarts de rémunération qui s'élevaient en 2023 à 1,06% au profit des hommes. L'accord égalité professionnelle a prévu la résorption de cet écart grâce à un plan triennal avec des moyens dédiés : près de 175 mesures de rattrapage ont été appliquées depuis 2023 et le plan se poursuivra en 2025. En 2024, l'entreprise obtient une note de 99/100 à l'index, en augmentation de 5 points par rapport à 2023 et 2022.
- **La gestion des parcours professionnels**,
En 2024, le pourcentage de femmes dans l'effectif total était de **44,08%** (CDI, CDD, alternants, pigistes, CDDU confondues – hors stage). Radio France s'engage à garantir aux femmes des mêmes possibilités d'évolution professionnelle qu'aux hommes, notamment dans les postes à responsabilité. Les instances de direction de Radio France sont composées 44% de femmes. Les femmes constituent **35%** de la population managériale.
- **La formation professionnelle afin de garantir le même accès aux femmes comme aux hommes.** Radio France veille particulièrement à l'accès des femmes à la formation, et à ce que leur participation soit proportionnelle à leur part dans l'effectif 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. Afin de favoriser la parité parentale, Radio France a également porté la durée maximale du congé paternité et d'accueil de l'enfant à 50 jours, soit 25 jours de plus que le congé légal. Le congé de paternité est pris à plus de 80% à Radio France.

▪ **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 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 (Annuaire des Expertes, Vu des quartiers, Club du 21ème siècle notamment).

Aux côtés du direction des programmes 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.

La représentation des femmes expertes³ atteint le chiffre de 50% en 2024.

▪ **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.

Dans un objectif d'amélioration permanente depuis le lancement du plan « Libérons la parole » ; Radio France a optimisé le dispositif de traitement des signalements en vue d'impliquer davantage la fonction RH de proximité, de responsabiliser les Directions et de déployer une culture de la prévention des risques psycho-sociaux.

Avancées en 2024 :

- Radio France a pris l'engagement de traiter les signalements, sauf cas spécifiques, dans un délai d'un mois suivant le signalement.
- Un comité pluridisciplinaire, réunissant le DRHG, la Direction juridique de la DRH centrale et le Directeur, et le / la Directeur.trice de l'entité concernée, est systématiquement impliqué dans le traitement des signalements.
- Un accompagnement des DRHG et des Directeurs de territoires de **ici** a été organisé tout au long de l'année 2024. Des formations sur la préqualification des signalements et des enquêtes leur ont été dispensées.
- 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 noté comme performant par l'Afnor dans son audit de suivi réalisé en décembre 2024. Il a également été présenté devant le Conseil Social et Economique en juin et adressé à leur domicile à tous les salariés en février 2025. Au total, 41 situations ont été prises en charge en 2024.
- Dans la continuité du programme de formations obligatoires en présentiel sous forme de conférences théâtralisées auxquelles 3 455 salariés ont participé entre 2020 et 2023, Radio France a lancé en 2024 un nouveau cycle de formations obligatoires de lutte contre les stéréotypes. Soixante-cinq managers RH ont été formés en 2024. Le plan de formation se poursuivra en 2025 pour l'ensemble des salariés et managers.
- En parallèle, les 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 ont été poursuivies. 2614 salariés ont participé au parcours (à fin d'année 2024).
- Le déploiement de ces modules 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

³ Selon le guide de l'Arcom, est considéré comme « experte » toute personne clairement identifiée comme experte, extérieure à la rédaction de la chaîne de télévision ou de radio, qui sera invitée à s'exprimer sur un sujet entrant dans son champ de compétences.

- 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.
 - 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 concernant les situations présumées de harcèlement moral et violences afférentes, ainsi que pour les situations de harcèlement sexuel, agissements sexistes : Ekilibre conseil, Plein Sens, Cabinet Alcens et Temime associés
 - Radio France veille à une bonne connaissance des dispositifs par les salariés. Le baromètre social interne de Radio France, réalisé au début de l'année 2023, a révélé que 93% des salariés déclaraient connaître le dispositif de traitement des signalements (+ 25 points par rapport à 2019). 75% des répondants estiment que la prise en charge et le traitement des signalements se sont améliorés.
 - 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'année 2024 a été marquée par la signature de l'accord en faveur de l'insertion professionnelle et de l'emploi des personnes en situation de handicap 2024-2028, par les organisations syndicales représentatives de Radio France qui l'ont signé à l'unanimité le 15 janvier 2024. Cet accord applique les nouvelles dispositions de la loi du 5 septembre 2018 (effective à compter du 1^{er} janvier 2024) « pour la liberté de choisir son avenir professionnel » qui réforme l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés (OETH). Il vise un double objectif : équité de traitement et égalité de traitement.

- **Information de l'ensemble des personnels**, à travers notamment la diffusion de vidéos et d'un dépliant sur la Reconnaissance de la Qualité de Travailleurs Handicapés ainsi que la mise à disposition d'une documentation sur le handicap en entreprise dans l'espace intranet RH dédié à la Mission Handicap.
- **Actions de recrutement et de maintien dans l'emploi** avec l'aide du Service Prévention et Santé au travail, du réseau interne des DRHG et des acteurs externes (Cap Emploi, Agefiph avec leurs partenaires spécialisés...).
- **Renouvellement du 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.
- **Radio France s'est associé aux acteurs de l'audiovisuel public** (Ina, Arte et France Médias Monde) pour présenter ses métiers et activités aux demandeurs d'emploi en situation de handicap à l'occasion du Forum Emploi Handicap 2024 à l'Ina, reconduisant l'initiative enclenchée en 2023
- **Aménagements de postes** sur la base des préconisations de la médecine du travail, à Paris et en région, y compris au domicile des salariés, en lien avec des prestataires

spécialisés externes et avec l'aide des équipes de l'établissement et de la direction technique.

- **Renouvellement des partenariats avec les acteurs de l'inclusion de personnes en situation de handicap** dont l'association Act Pro JARIS, l'association apiDV.
- **Organisation ou participation de la Mission Handicap de de Radio France à différentes actions de sensibilisation de ses personnels** à toute forme de handicap, notamment aux handicaps invisibles : Journée Nationale de l'Audition, semaine sur la QVCT, Semaine Européenne pour l'Emploi des personnes en situation de Handicap, Journée internationale des personnes handicapées, Duoday durant lequel 22 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'inclut plus le recours à la sous-traitance auprès du secteur protégé et adapté. Depuis janvier 2020, la déclaration des bénéficiaires de l'obligation d'emploi des personnes en situation de handicap est réalisée au travers des DSN mensuelles. La déclaration relative à l'OETH est annuelle et 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.

	2020	2021	2022	2023	2024*
Taux d'emploi direct des personnes en situation de handicap à Radio France*	3,97%	4,66%	4,12%	4,25 %	En cours

** 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 2024 et une déclaration annuelle de la DOETH 2024 en avril 2025.*

Le taux d'emploi 2024 des personnes en situation de handicap employées par Radio France correspondra au taux d'emploi direct.

Par ailleurs, sur l'impulsion de la Direction du numérique et de l'innovation, Radio France a porté une attention particulière à l'accessibilité de ses contenus et programmes. L'entreprise a déployé des outils numériques nombreux pour permettre aux différents publics d'accéder plus facilement à la radio et aux podcasts. Un groupe de travail multi-directions pour réaliser le plan pluriannuel d'accessibilité 2023 – 2025 a été lancé. En parallèle, un déploiement de la transcription de 30 émissions de 6 antennes pour les personnes sourdes et malentendantes a été permis par les éditeurs numériques de Radio France.

La Direction de la musique et de la création a quant à elle poursuivi l'accueil de publics en situation de handicap physique et mental pour les concerts donnés par ses 4 formations musicales grâce à un partenariat avec l'association Relax.

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

Ouvrir les portes de Radio France et de ses programmes aux publics les plus éloignés est un axe prioritaire du programme Egalité 360°. Il se traduit par des actions sur les antennes et en interne :

- Sur nos antennes :
- Suivi de la perception de la diversité à l’antenne : Radio France évalue chaque année la perception de la diversité chez ses auditeurs et auditrices. L’enquête 2023 révèle un taux de satisfaction de plus de 85% pour la plupart des stations.
- Evolutions du mode de recrutement des journalistes au planning avec pour objectif de réduire leur précarité :
 - o Refonte du mode de sélection des journalistes (effectif en mars 2025), avec pour objectif de valoriser les compétences spécifiques de chaque journaliste et réduction du délai de précarité (45 mois à 22 mois).
 - o Depuis 2018 : recrutement de 172 journalistes qui étaient occasionnels.
 - o Partenariat avec la Chance Média : depuis 2021, Radio France recrute au moins 2 candidats ne provenant pas d’écoles reconnues par la profession comme alternants chaque année au sein d’une promotion de 15 alternants.
En 2024, Radio France a ouvert ses portes aux 90 jeunes de la promotion 2023 / 2024 parrainée par Hakim Kasmi, grand reporter à France Culture

De façon générale, Radio France veille à la diversification de ses modes de recrutement :

- Renforcement de nos processus de recrutement :
 - o Interfaçage de nos offres d’emploi avec les sites de Mozaïk RH et de l’Agefiph
 - o Modules de formation obligatoires « recruter sans discriminer » (178 managers et recruteurs RH formés en juin 2024)
 - Actions ciblées sur la filière alternance et stages pour identifier de nouveaux talents :
 - o 1/3 des postes à l’alternance ont été confiés à Mozaïk RH : depuis 2014, 211 alternants identifiés avec l’aide de Mozaïk RH sont formés par Radio France aux métiers de la gestion, du juridique, de la finance, du numérique, de la technique et de la communication.
 - o Académie des antennes de Radio France : une centaine de recrutements pour des stages d’été comme attaché de production, animateur / chroniqueur, éditeur numérique et réalisateur depuis 2021. Parmi ceux-ci, 43% des lauréats ont intégré le vivier Radio France.
 - o Stagiaires sans réseau : sensibilisation de l’ensemble des entités de Radio France à l’accueil de stagiaires 3^{ème} et 2^{nde} sans réseau ni contacts. Radio France a participé en 2024 au dispositif « mon stage de seconde » lancé par le Ministère de l’éducation nationale (170 stagiaires accueillis dont 1/3 sans réseau).
 - o Collaboration avec la classe Alpha de l’Ina, dispositif d’égalité des chances ouvert aux jeunes de 18 à 25 ans (signature d’une convention Ina/Radio France en janvier 2025)
- **Des salariés pour des missions sociales et solidaires au service des publics les plus éloignés**

Lancée en 2021, la plateforme “je m’engage” vise à soutenir les démarches d’engagement citoyen 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.

Près de 600 salariés se sont inscrits sur la plateforme en 2024. Plus de 200 missions sont désormais accessibles sur cette plateforme et près de 500 heures ont ainsi été dédiées à la société par Radio France, notamment dans les domaines de l’inclusion des personnes en situation de handicap, de l’égalité femmes / hommes, et de l’égalité des chances et de l’insertion professionnelle.

C.6 Sécurité /Atteinte à la sécurité des personnes et des biens, cybersécurité

En matière de sécurité, Radio France porte une attention particulière à cinq risques majeurs :

- Les risques naturels, dont la fréquence et les impacts sont appelés à se multiplier et s’amplifier sous l’effet du réchauffement climatique,
- 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.

▪ **2024 : année d’enseignements sur la période Covid**

Après plusieurs années marquées par les effets de la crise sanitaire et la pandémie de Covid 19, 2024 est une première année ordinaire au regard de cet enjeu.

Radio France a saisi l’occasion pour tirer les enseignement et l’efficacité de la chaîne d’alerte et de l’organisation de sa cellule de crise.

▪ **2024 : année marquée par les JOP**

L’année a été marquée par la préparation et l’implication de Radio France dans les JOP Paris 2024, à la fois pour la couverture des JOP, la participation des orchestres et la sûreté et la sécurité de la Maison de la Radio et de la Musique, qui étaient inclus à plusieurs reprises dans les périmètres de sécurité, particulièrement pour la cérémonie d’ouverture.

En lien avec la préfecture de Police, Radio France a organisé le télétravail du personnel qui pouvait le pratiquer, la diffusion d'une information précise et de qualité aux salariés, notamment afin que les accréditations et autorisations nécessaires soient obtenus.

▪ ***Risques terroristes et cyber***

- **Échanges avec les services de renseignement** : des échanges multiples ont eu lieu avec les services de renseignement, tant au niveau national qu'au niveau régional, pour suivre les niveaux vigipirate définies par les services du Premier ministre.
- **Sensibilisations et conférences** : Des sensibilisations ont été organisées dans les stations ici et à Paris sur les risques de corruption des équipements électroniques. Ces sensibilisations incluaient des conférences données par la DGSi pour informer et préparer les équipes.
- Préparation spécifique au risque cyber pendant les JO 2024, avec un travail important de redondance des organes de création et de diffusion. Des liens forts ont été établis avec l'ANSSI ainsi qu'entre Radio France et les autres médias publics. Ces réunions entre médias publics se sont d'ailleurs prolongées au-delà de la période des JOP et sont devenues régulières et fructueuses.

Sur le plan des risques technologiques, rappelons la rédaction en 2023 d'un plan de continuité sur le risque de rupture de fourniture d'électricité pouvant conduire à des délestages et un blackout électrique et la définition d'options en cas de diminution du refroidissement disponibles par la géothermie.

▪ ***Exercices de sécurité réalisés en 2024***

Prévention du risque incendie

La délégation à la Sécurité et à la Prévention Incendie (DSPI) de la Direction de l'Immobilier et de l'Environnement de travail et des Services (DIESE) 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.

Exercices d'évacuation du personnel réalisés :

À Paris : 5 exercices dans différents secteurs de la Maison de la Radio et de la Musique (Tour et petite couronne – grande couronne- ERP- parc de stationnement – bases vie des chantiers.

En région, 12 exercices d'évacuation en cas d'incendie ont été réalisés dans des stations locales.

Exercice avec intervention et déplacements d'engins :

Ce type d'exercices vise à tester la coordination entre la DSPI de Radio France et la BSPP.

- Manœuvre commandement COS- BSPP a pu être organisée le 20 novembre 2024 avec le scénario suivant : feu d'une batterie lithium de trottinette électrique dans un bureau au 2^e étage du F, avec une propagation aux étages supérieurs par la façade et propagation des fumées dans les niveaux supérieurs, prise en charge de 250 personnes participant à un événement culturel organisé par l'ambassade de Norvège avec la présence de l'ambassadeur dans le Foyer F, le feu a été perçu par le public générant une panique (avec plusieurs victimes) et enfin une émission en direct dans un studio France Inter au 7^e étage avec un membre du gouvernement et un député de l'opposition organisation par le COS des modalités d'évacuation des personnalités.
- Manœuvre Compagnie (29 novembre 2024) : feu de véhicule électrique au -1 du parc de stationnement avec propagation sur d'autres véhicules.

Prévention de risques naturels

Préparation à une crue majeure de la Seine :

- Exercices d'entraînement au déploiement de la barrière de protection : nous avons fait manœuvrer nos équipes sur le montage partiel de la barrière et la mise en place des batardeaux dans le sous-sol de la Maison de la radio et de la Musique (2 fois par équipe).
- ***Prévention du risque cyber***

Depuis 2019, un indicateur clé de performance sur la prévention des risques cyber à Radio France a été élaboré afin de qualifier l'action. Il est fondé sur le nombre de machines (postes de travail et serveurs) disposant, au moment du contrôle, de la dernière mise à jour existante rapporté au nombre total de machines. Le relevé de l'état de mise à jour des machines permet de déterminer le nombre de machines dont le système d'exploitation est doté des derniers « patches » de protection.

Toutefois, compte tenu du caractère sensible de cette donnée statistique et de son impact potentiel sur la cybersécurité de Radio France, nous avons pris la décision de ne plus procéder à sa publicité à compter de cette édition.

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, favoriser de nouveaux talents parmi un public éloigné des canaux traditionnels, ainsi qu'à accélérer encore son adaptation aux nouvelles technologies.

▪ **L'adaptation des offres aux nouveaux usages**

Chaque jour, près de 15 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. 4 millions d'auditeurs écoutent en moyenne chaque jour Radio France sur les supports numériques encore une fois en progression

par rapport à l'année précédente. Radio France cumule **78M d'écoutes à la demande par mois** avec une forte croissance sur la plateforme Radio France (+23% en un an), particulièrement sur l'application Radio France (+32% en un an) et est le **premier groupe radio sur les podcasts** (45% des podcasts téléchargés mensuellement sont des podcasts Radio France) (chiffres APCM)

Ces tendances démontrent 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.

L'application Radio France a été au centre de cette stratégie de renforcement numérique et fait le pont entre les écoutes à l'antenne et en ligne. Créée en 2018 et relancée en 2024 avec une version remaniée en profondeur, l'application Radio France s'adapte chaque année pour offrir à ses auditeurs une expérience de service public optimisée.

Elle s'est développée chaque année depuis. Après notamment la verticale musique pour accéder en un même endroit à la richesse de l'offre musicale des antennes de Radio France mise en place en 2021, le site s'est doté en 2023 de nouveaux espaces d'exploration de catalogue : par exemple, un espace podcast pour enfant, un espace fiction et de nombreux espaces thématiques entièrement éditorialisés, une nouvelle rubrique dédiée aux podcasts "A écouter bientôt" pour savoir ce qui va bientôt sortir.

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 : les podcasts de France Télévisions, RFI, ARTE et de l'Institut National de l'Audiovisuel et de médias publics francophones sont désormais disponibles dans des espaces dédiés dans l'application, qui viennent s'ajouter aux contenus Radio France.

Une direction éditoriale de la plateforme a été créée, elle permet une meilleure mise en valeur du fond existant, comme un traitement de l'actualité. Elle permet des circulations entre contenus et entre antenne, permettant d'illustrer la pertinence d'une offre large où chaque antenne est complémentaire.

Par ailleurs, Radio France dispose d'une 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. En 2023, la version Mac de l'application a été développée et mise à disposition sur l'Appstore Mac.

Radio France a continué à développer son offre en ligne en proposant de nouveaux podcasts natifs sur ses différentes applications et sites internet comme les podcasts de la rédaction internationale de Radio France sur les conflits en cours, qui a pu voir le jour grâce aux envoyés spéciaux de franceinfo, France Inter et France Culture, le podcast historique de France Inter sur l'affaire Dreyus, les podcasts pour enfants de France Inter ou encore les podcasts explicatifs, de décryptage, d'analyse sur les sciences ou la politique portés en faveur de la connaissance par France Culture, notamment à travers les séries « Mécaniques de... », qui sont régulièrement alimentées, les podcasts d'éclairage de l'actualité par Guillaume Erner et Thomas Sgénégaroff.

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 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 dispose de formats pour les assistants vocaux avec notamment le lancement de Google Media Action, la solution pour la diffusion des contenus des antennes sur les enceintes Google Home et smartphones Android, et le Siri Kit qui offre la possibilité d'écouter les antennes de Radio France et ses webradios dans l'application Radio France grâce à Siri, et non plus uniquement via Apple Music.

▪ Parité Femmes/Hommes à l'antenne⁴

En tant qu'entreprise de service public qui touche chaque jour près de 15 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.

Selon une mesure effectuée sur l'ensemble du mois de mai 2024, le taux moyen de femmes à l'antenne sur Radio France s'est élevé 46 % en hausse par rapport à l'année dernière (45% en 2023). L'ensemble des antennes affichent d'excellents résultats.

	France Musique	FIP	Mouv'	France Inter	France Culture	France Info
Animatrice	327	154	79	266	381	107
Animateur	283	0	84	385	411	186
Journaliste F	20	0	235	1110	384	1398
Journaliste H	55	20	297	964	277	1312
Autre Intervenante F	152	7	73	489	587	477
Autre Intervenant H	184	29	106	693	953	954
Invitée politique F	0	0	1	23	3	46
Invité politique H	0	0	0	26	11	94
Total F	499	161	388	1888	1355	2028
Total H	522	49	487	2068	1652	2546
Total F + H	1021	210	875	3956	3007	4574
% F	49%	77%	44%	48%	45%	44%
%H	51%	23%	56%	52%	55%	56%

Enfin en 2024, le taux moyen de femmes expertes sur les antennes de Radio France a encore progressé cette année et s'est ainsi élevé à 50%, contre 49% en 2023 et 48% en 2022.

▪ Diversité

⁴ Périmètre de l'analyse : France inter, franceinfo, France Culture, France Musique, Fip, Mouv'

En conformité avec les engagements pris par radio France d'être à l'image de la société française, les antennes sont particulièrement sensibilisées sur ces sujets liés à la diversité.

Outre le dispositif de l'Académie des antennes développée plus haut (cf C.5 Diversité/Egalité de traitement), des tests concluants ont été menés en 2024 par les équipes de la direction du numérique et du partage de l'innovation afin de permettre la mise en ligne des transcriptions de nos programmes sur la plateforme. Grâce à la reconnaissance vocale Whisper, un modèle d'IA performant et robuste, les transcriptions sont disponibles rapidement et avec une grande précision, limitant ainsi le besoin de corrections. Radio France met ainsi l'IA au service de l'accessibilité de ses programmes

Un délégué éditorial en charge de la diversité et de l'égalité des chances a été nommé en 2020 afin que ces thématiques soient davantage traitées sur nos antennes. Son périmètre d'action concerne le handicap, les questions LGBT + et la diversité socio-culturelle (QPV et zones rurales). Sa mission est de proposer des idées de sujets, des angles pertinents ainsi que de fournir des contacts directs aux différentes rédactions et divers programmes de Radio France.

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 2024 sa démarche de mise en conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD).**

Les travaux menés ont, notamment, concerné :

1. La poursuite du recensement, l'analyse et la sécurisation des traitements identifiés contenant des données personnelles ;
2. L'accompagnement des directions au quotidien sur leurs nouveaux projets comportant des traitements de données personnelles ;
3. La poursuite d'une démarche de sécurisation juridique, contractuelle et technique ;
4. La gestion des demandes d'exercice de droits ;
5. i) Le déploiement d'actions d'information et de sensibilisation continue auprès des collaborateurs par l'animation de comités données personnelles (réseau des correspondants données personnelles, RSSI,

DPO) et la participation aux groupes de travail des DPO du GESTE, de l'Audiovisuel Public et de l'UER.

ii) Le déploiement d'une campagne annuelle de sensibilisation en 2024 centrée sur la sécurité informatique, une partie théorique et une partie pratique axée sur une problématique opérationnelle par direction ciblée. Cela intervient après l'animation en 2020 de sessions de sensibilisation au sein de Campus Radio France, de sessions dédiées à la mise à jour des connaissances sur la réglementation européenne en 2021, des études de cas permettant au personnel formé d'acquérir la compétence pédagogique de complétude d'une fiche de traitement en 2023 ;

6. La poursuite de 4 analyses d'impact sur la vie privée (AIVP) avec l'assistance à maîtrise d'ouvrage de la Mission pour une Politique de la Protection des Données Personnelles (MPPDP).

Nous avons réalisé, au travers de nos comités données personnelles (trois comités en 2024) 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.

Cette acculturation est fortement complétée par la tenue annuelle de sessions de sensibilisation animée en interne par la MPPDP en 2024 : 17 sessions animées du 13 mai au 20 juin 2024 ciblant 9 directions opérationnelles métiers pour un total de 122 personnes sensibilisées.

○ **La prévention de la corruption**

Depuis 2017, Radio France met en œuvre le dispositif de prévention de la corruption 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 été réalisée. Elle a conduit à doter Radio France d'un « Code de conduite relatif à la probité dans les relations d'affaires » qui a été annexé au règlement intérieur ». S'appliquant à l'ensemble des collaborateurs, il rappelle les principes de conformité et de probité en vigueur au sein de l'entreprise et énonce les comportements proscrits et les règles de comportement à adopter dans la conduite des affaires. Parallèlement a été déployé un cycle 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 à la disposition de tous sur l'intranet de l'université d'entreprise de Radio France (CAMPUS). 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.

Radio France a ensuite poursuivi le déploiement de son dispositif de prévention de la corruption en lançant une démarche d'évaluation des tiers au regard du risque de corruption avec les

directions qui sont en relation avec les fournisseurs, les clients et dans le cadre des partenariats d'antenne.

Par ailleurs, une nouvelle campagne de formation a été lancée 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, d'autre part, 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 d'affaires » en lien avec le code de conduite relatif à la probité dans les relations d'affaires. Cette politique 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 interprétées comme des actes de corruption ou de trafic d'influence. Elle permet à chacun de mieux cerner le cadre d'exercice de son activité et d'adopter des comportements en accord avec les valeurs de l'entreprise. La mise en application de la politique cadeaux d'affaires a été accompagnée d'une action de sensibilisation sous forme de diffusion de flyers.

En 2022 Radio France a mis en ligne un module de sensibilisation anti-corruption sur la plateforme de l'université d'entreprise e-campus. Didactique, interactif, ce module répond aux standards préconisés par l'Agence Française Anticorruption. Il s'adresse à l'ensemble des collaborateurs et sera intégré au parcours de formation de ceux qui sont en charge des activités les plus risquées.

Chaque année, Radio France s'associe à la journée internationale de lutte contre la corruption. A cette occasion une action de communication interne rappelle l'engagement de l'entreprise dans cette démarche éthique, les principaux points du dispositif de prévention de la corruption déployé et les exigences de probité dans l'exercice de nos activités.

En 2024 Radio France a actualisé la « Cartographie des risques de corruption » établie en 2018 afin d'être en mesure d'orienter ses actions de prévention sur les secteurs les plus critiques. Par ailleurs, le renforcement des contrôles comptables sur les actes de gestion les plus sensibles aux risques a été lancé.

Après une nouvelle impulsion donnée au plan de formation en 2013, le programme 2024 s'est déroulé de façon très satisfaisante. Ainsi, le taux de couverture de la population cible est passé de 90% en 2023 à 93 % en 2024.

C.9 Environnement

Radio France poursuit ses actions en faveur de l'environnement, notamment pour se conformer à ses engagements internes pris dans le cadre du Tournant en septembre 2022. 2024 a été l'année de la mise à jour du bilan carbone et donc d'un travail d'identification des leviers de décarbonation, de la continuation et du lancement d'actions de sobriété dans le bâtiment et les déplacements professionnels. 2024 fut aussi une année préparatoire à la réalisation des objectifs de la directive européenne dite CSRD et donc aux moyens de mieux mesurer et de mieux agir dans le domaine environnemental.

C.9.a La consommation énergétique

La réintégration de l'ensemble des équipes sur le site de la Maison de la Radio et de la Musique, dont 2024 fut la première année pleine, montre une maîtrise des consommations. Les consommations de Tripode et Mangin passent naturellement à zéro puisque nous n'occupons plus ces sites. Les écarts, très importants d'une année sur l'autre, constatés sur la consommation de chauffage urbain, sont dus au fait qu'il s'agit d'une solution d'appoint à la géothermie propre à la MRM, qui n'est donc appelée qu'en cas de températures rigoureuses (2022 et 2024 ont été plus froids que 2021 et 2023).

Quelques chiffres :

En MWH	2021	2022	2023	2024	ECARTS
CONSOMMATION D'ELECTRICITE					
Maison de la Radio*	15 999	16 461	16 949	17 105	3,9%
Immeuble Mangin	1 583	1 674	1 301	50	-97,0%
Site de Campus	55	54	51	62	14,8%
Tripode	241	164	150	0	-100,0%
France Bleu**	5 617	5 471	5 124	6 345	16,0%
CONSOMMATION DE CHAUFFAGE URBAIN					
Maison de la Radio	1	71	1	190	167,6%
Immeuble Mangin	686	610	493	0	-100,0%
CONSOMMATION DE GAZ					
France Bleu ***	632	490	471	568	15,9%

*Hors Base Vie Chantier
** Données sur 41 stations issues de la plateforme de collecte des données énergétiques (Contre 38 les années précédentes)
*** 6 sites concernés

Les actions de sobriété de 2022 ont été maintenues sur 2024, notamment les évolutions des températures de consigne sur l'ensemble de nos sites (avec retrait effectif des chauffages d'appoint). Le déploiement des LED a été achevé à la MRM.

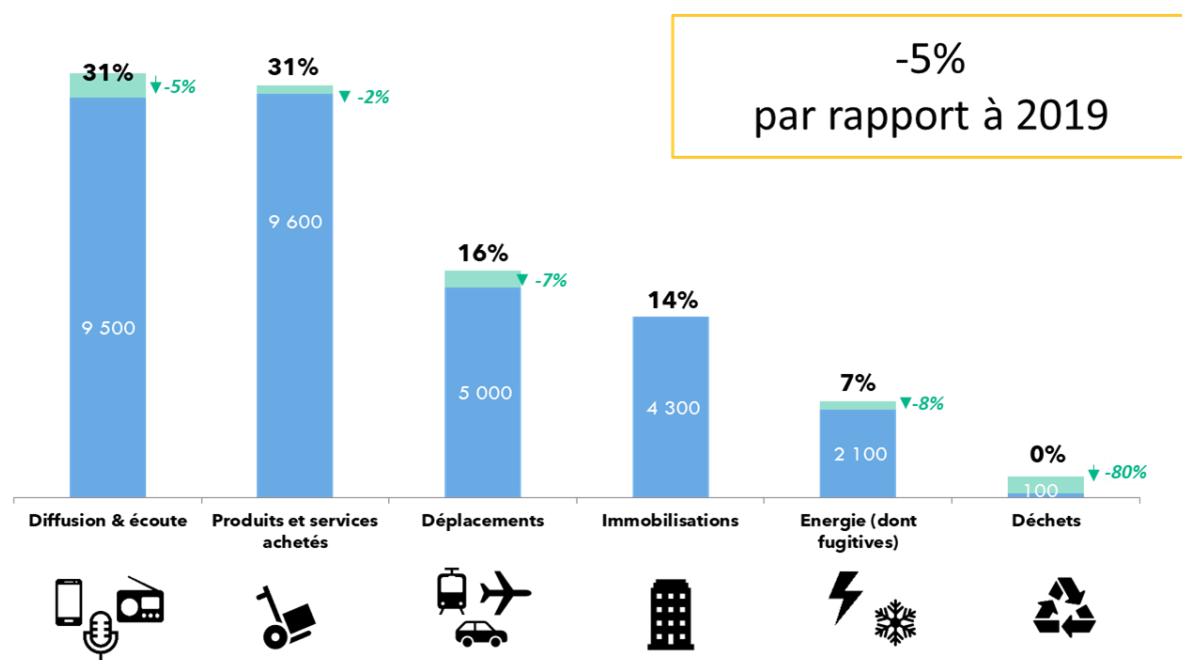
Afin d'aller au-delà de ces mesures de sobriété et d'efficacité, Radio France a engagé :

- des audits énergie sur 17 sites ;
- un chantier test pour évaluer la capacité à améliorer la performance thermique de la façade aluminium de MRM en travaillant sur les fenêtres (enjeu très contraint compte tenu du classement du bâtiment).

C.9.b L'impact carbone

Accompagné par le cabinet Utopies, Radio France a évalué son bilan carbone 2022 (et mené des ajustements méthodologiques sur le bilan 2019 qui nous sert de base).

Détail des postes du Bilan Carbone 2022 : 30650 tCO2e



Thèmes		tCO2e	tCO2e
Diffusion et Ecoute		9500	
<i>dont principaux postes :</i>	Consommation électrique des terminaux utilisateurs		3900
	Fabrication des terminaux utilisateurs		3400
	Diffusion Numérique		1100
	Diffusion Hertzienne		900
	Visionnage des vidéos		200
Produits et Services achetés		9300	
<i>dont principaux postes :</i>	Maintenance des bâtiments		1979
	Restauration		1847
	Hôtellerie		1273
	Achats d'études et prestations		1241
	Communication & Marketing		1024
	Nettoyage des bâtiments		522
	Fourniture		343
Déplacements		5000	
<i>dont principaux postes :</i>	Domicile - Travail		2595
	Déplacements professionnels		1648
	Déplacements des orchestres		369
	Déplacements des visiteurs		387
Immobilisations		4300	
<i>dont principaux postes :</i>	Bâtiments		2600
	Matériel IT		1434
	Voiture		235
Energie		2100	
Déchets		100	

Tableau des principaux postes d'impact carbone 2022

Les résultats vont dans le bon sens mais pour accélérer à la hauteur de nos ambitions, un plan de décarbonation devra être défini sur la base des pistes identifiées par Utopies, notamment dans le cadre du reporting CSRD, qui créera de fait une forte incitation.

Dans le cadre de la commission RSE du CSE – central des discussions ont eu lieu pour créer des changements à l'échelle des enjeux, notamment dans les déplacements professionnels et domicile-travail dans la perspective d'une négociation sur la mobilité qui pourrait avoir lieu au 2^{ème} semestre 2025. Outre le bilan carbone, ces discussions sont objectivées par le travail mené en 2023 avec le prestataire 1km à pied. Nous avons déterminé que 46% des collaborateurs viennent en voiture, 38% en transports en commun, 11% à vélo et 5% à pied, avec un impact carbone de 4512 tCO₂s.

D'ores et déjà les salariés disposent d'une solution de covoiturage pour les déplacements domicile-travail, d'une flotte de VAE pour les déplacements professionnels (augmentation de 58% de l'utilisation des VAE de la MRM). Le parc de véhicule électrique est lui aussi en augmentation (+18%) pour se conformer aux obligations légales.

Grâce à un resserrement des conditions de recours à l'avion, nous avons constaté une baisse de 10% des vols nationaux au profit du train. Malheureusement, dans le même temps, une augmentation de 21% des vols moyens et longs courriers est à signaler. Nous souhaitons renforcer les outils de pilotage de cet enjeu et encore affiner la politique transports afin de progresser. Compte tenu de l'impact métier certain, cet enjeu doit faire l'objet d'études approfondies, d'un dialogue avec les salariés et d'une sensibilisation des managers pour être à la fois effectif et répondre aux besoins spécifiques de nos métiers, notamment la couverture de l'actualité.

Les enjeux spécifiques du numérique

L'ensemble des équipes concernées sont à l'écoute des travaux au niveau national et mondial en matière de sobriété numérique et organisent des réunions de partage de connaissance sur le sujet.

La Direction Technique et des Systèmes d'Information avait lancé en 2023 une étude avec les cabinets Ecologeeek et KerEss qui avait pour objectif de définir une feuille de route Numérique Responsable. Cette feuille de route a été présentée fin 2023 au groupe de travail en charge de sa mise en place. De premiers éléments avait été mis en place au lancement du Tournant et lors de la mise en place d'un plan de sobriété au début de la crise énergétique de 2022-2023.

Les principaux axes de travail sont :

- La formation et la sensibilisation des équipes sur le sujet du numérique responsable ;
- La mise en place d'une stratégie d'achats durable du matériel ;
- La définition des bonnes pratiques d'usages des équipements ;
- La prise en compte du **Référentiel général d'écoconception de services numériques porté par une mission interministérielle au numérique écoresponsable.**

La mise à jour suivant le référentiel est prévue pour le premier semestre 2025.

Dans nos appels d'offres en cours ou à venir, une place importante est faite aux critères RSE, les constructeurs commencent à proposer du matériel reconditionné ou des composants facilement remplaçables.

Notre matériel est amorti sur 3 ans pour les smartphones et nous disposons d'un accord avec une société qui les reconditionne ou les recycle selon leur état. Concernant les PC le temps

d'amortissement est de 5 ans minimum et nous assurons également de leur recyclage selon les normes RSE en vigueur. Notre stratégie vise en outre un seul équipement PC par collaborateur pour obtenir des réductions de coût matériel et de support

Enfin nous optons dès que c'est possible à des upgrades de composants matériels d'un PC plutôt qu'à son remplacement complet.

Dans le cadre du lancement d'ici, Radio France a travaillé sur les questions de performance (s'assurer que le site fonctionne correctement sur les anciens appareils), de trafic et à la sensibilisation à la publicité numérique et à son impact. Les équipes travaillent régulièrement à analyser nos sites et applications et mettent à jour une page dédiée de *reporting* interne.

L'équipe web de **ici** a remporté le 6 décembre 2024 le premier prix du *Sustainable Digital Challenge* devant notamment Orange Business Service, SNCF, AMEX et Criteo. Les refontes actuelles de diffusion reprennent d'ailleurs les travaux effectués lors de cette compétition. Le sujet de l'éco-conception et de la performance des applications sont des critères pour tous les appels d'offre ici.

C.10 La promotion des activités 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 événements 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.

Sur ici, les 44 locales proposent tous les jours de la semaine et le week-end des chroniques et émissions autour du sport et sa pratique avec « 100% club » ou « 100 % sport ».

L'incitation à la pratique du sport va au-delà des contenus de nos antennes. Pour la 3ème année consécutive, franceinfo a organisé le 28 septembre 2024 « Demain le sport ». Un grand événement à Radio France, destiné à engager une réflexion sur l'avenir du sport.

Toute la Maison de la Radio et de la Musique a été mobilisée. Le studio 104, les 3 foyers ainsi que l'Agora ont été utilisés pour accueillir les débats et les tables rondes autour du sport et sa pratique. Il s'agit d'engager une réflexion sur l'avenir du sport. L'occasion de rencontres entre les acteurs du monde sportif français et international et le grand public, venu massivement. Les thèmes abordés ont été notamment l'écologie, l'IA, les engagements sociétaux, la santé et l'inclusion. Cet événement porté jusqu'ici par franceinfo deviendra en 2025 un événement porté par l'ensemble de Radio France.

Radio France a mis en place pour les JOP un dispositif exceptionnel.

France Inter, franceinfo, ici, France Culture et Mouv' ont été mobilisées afin de faire vivre au plus près les différentes compétitions dès la cérémonie d'ouverture et à travers une série d'éditions spéciales, de rendez-vous d'informations, de reportages, d'interviews des athlètes, de commentaires des compétitions aux 4 coins de la France et également accompagner les Français dans leur quotidien aux abords des sites olympiques tout au long de l'installation jusqu'à l'événement.

Par la mobilisation de **plus de 100 journalistes et techniciens**, l'installation de 2 plateaux au cœur du Club France, les radios du service public étaient présentes sur le terrain, aux côtés des athlètes et des supporters, pour capturer l'ambiance des Jeux.

Radio France a complété son équipe avec **18 consultants de renom** parmi lesquels **Bixente Lizarazu**, **Roxana Maracineanu**, **Jean Galfione** ou **Théo Curin**

L'Orchestre National de France, dirigé par son directeur musical Cristian Măcelaru, la Maîtrise et le Chœur de Radio France ont contribué au prestige de la cérémonie d'ouverture des Jeux Olympiques de Paris 2024. Plus de 200 musiciens des formations de Radio France ont accompagné le parcours de la parade fluviale suivie par le monde entier.

Le thème musical des Jeux Olympiques et Paralympiques a été **enregistré** par trois formations musicales de Radio France : **l'Orchestre National de France**, ainsi que **le Chœur et la Maîtrise de Radio France**. L'ensemble a été enregistré sur trois jours, début mars, au Studio 104 de la Maison de la Radio et de la Musique.

franceinfo a décroché un record de visites et a été la première marque d'actualité en juillet avec un total de 289 millions de visites.

Exercice 2024

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, sociétaux et de gouvernance (ESG) dans sa gestion, sa stratégie éditoriale et dans le développement de l'ensemble de ses actions, se traduit par une revue annuelle qui a été dotée d'une procédure spécifique en vue de l'établissement du rapport RSE 2015, procédure adaptée et enrichie en 2016, 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 permettant 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 2024 au 31 décembre 2024.

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

Suivant une forme éprouvée, qui n'a pas été modifiée cette année en attente du bouleversement prévu en 2025 par la CSRD, les directions sollicitées ont été très réactives pour répondre aux demandes.

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 dernières semaines de mars 2025.

Rôles et responsabilités

Sous l'autorité du Secrétaire général, la coordination de la rédaction du Rapport est confiée au coordinateur 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 **ici**, 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.

A noter également que Radio France n'a pas mis en place un dispositif spécifique facilitant l'engagement des salariés réservistes. Néanmoins elle porte une attention particulière à toute demande émanant de ces salariés et s'efforce à donner une suite favorable sous réserve que cela ne remette pas en cause la continuité de son activité.

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 et les préavis de grève. 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 2023 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
- Etre payé, ou non pour une durée d'absence non significative (inférieure à un mois), par la société.

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

EFFECTIFS INCLUS :

a. Personnel payé et présent au travail

- Temps plein ou temps partiel
- Contrats à durée déterminée ou indéterminée

b. Personnel payé et absent au travail ou personnel non payé et absent pour une durée continue inférieure à un mois

- Congés payés
- Congés maladie indemnisés
- Congés maternité et paternité
- Congés conventionnels pour événements familiaux
- Périodes militaires
- Congés sans solde

c. Personnel détaché (à l'étranger ou dans le même pays) :

- Les critères pour distinguer un détaché d'un expatrié s'appuient sur la couverture sociale et le contrat de travail (pas de notion de refacturation et de durée de détachement). Le personnel détaché par la société A à la société B conserve son contrat de travail avec sa société d'origine A et bénéficie de la protection sociale de son pays d'origine. Le « détaché » ne figure pas à l'effectif de la société d'accueil B et doit être rattaché à la société A.

d. Personnel expatrié (à reporter dans la société réceptrice, et non dans sa société d'origine car le contrat de travail est local)

e. Stagiaires sans convention d'école (Obligation d'un contrat de travail avec l'entreprise)

f. Personnel licencié pour motif économique dont la période de préavis est en cours

EFFECTIFS EXCLUS :

a. Contrats de type particulier

- Contrats d'apprentissage, contrats en alternance, conventions de stage, piges et CDDU

b. Congés sans solde d'une durée continue supérieure à un mois (contrat suspendu)

- Congé parental
- Formation individuelle
- Convenance personnelle
- Fonction élective
- Personnel en formation (+ 500 heures)
- Absences non rémunérées (congé sans solde, sabbatique, ...)

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 extérieures (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 2024 et l'année 2023.

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 :

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

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 (CDI, CDD, alternants, pigistes, CDDU).

Méthode de calcul :

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

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 ici.

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 mai et octobre 2023 (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**

L'indicateur met en rapport le nombre de salariés des fonctions les plus exposées ayant été formés à la prévention de la corruption depuis 2018 et encore en activité au 31/12/2024 (numérateur) avec la cible (dénominateur).

Le relevé des actions de formation extraites du SIRH permet de déterminer le numérateur (230 collaborateurs formés).

Le croisement avec les organigrammes permet d'identifier le dénominateur (cible de 246 collaborateurs) et la population restant à former (16 collaborateurs).

L'analyse se décompose en 5 catégories comme suit :

Périmètre	Cible 2024	Collaborateurs formés	Reste à former
COSTRAT / Dirigeants	28	22	6
Personnels et activités exposées			
prescripteurs (directeurs,...)	73	68	5
achat, vente, communication et partenariats	79	79	
DRHG / encadrement RH et gestion	22	17	5
Fonctions support (contrôle interne et finances)	44	44	
Total :	246	230	16
KPI : taux de couverture de la population cible : 230/246 =		93%	

Env. : Bilan carbone

Note : bilan carbone complet (scopes 1,2 et 3) réalisé en 2024 avec l'appui méthodologique du cabinet UTOPIES

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 : électricité et chauffage urbain.

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 2023	DONNEES 2024	Variations 2024/2023	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		12	5	-58%	1 6	RPS QVT
C.1 CLIMAT SOCIAL <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	Nombre de réunions de négociation		67	36	-46%	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	4,80%	4,30%	-10%	1 3 4 6 10	RPS Sûreté/sécurité Santé QVT 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.	93,40%	92,34%	-1,13%	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	-1,39%	1,14%	2,53 (écart en points)	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	10,2	11,6	13%	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	22,2	24,9	12%	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	43,89%	44,08%	0,43%	8	Diversité/égalité/ handicap/ harcèlement/ 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 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	28	21	-25%	3	Sûreté/sécurité
C.7 DIVERSITE DES PUBLICS ET NOUVEAUX USAGES <i>Données fournies le secrétariat général</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).	45%	46%	2,22%	8	Diversité/égalité/ handicap/ harcèlement/ 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		90%	93%	3,33%	5 9	Données Ethique
C.9 ENVIRONNEMENT <i>Données fournies par la direction de l'établissement</i>	Consommations d'énergie en Mwh		24 069	23 734	-1,39%	11	Consommation énergétique