

● Introduction et méthodologie

Qu'il s'agisse du quotidien Le Monde, des magazines hebdomadaires Télérama, Courrier International et La Vie, ou encore du média en ligne Le HuffPost, les publications du Groupe Le Monde ont l'ambition d'informer régulièrement leurs lecteurs sur la crise climatique et ses conséquences catastrophiques pour l'humanité.

Au-delà de cet enjeu éditorial fondamental, le Groupe Le Monde est mobilisé pour réduire l'empreinte carbone de ses activités quotidiennes et répondre à l'urgence environnementale. Depuis plusieurs années déjà, les directions agissent pour réduire les émissions générées par les publications papier et numériques. Cet engagement s'est renforcé en 2022 avec la création, en octobre, d'un pôle RSE au sein de la DRH, qui a deux missions essentielles : concevoir et déployer un plan de formation et de sensibilisation dédié à la compréhension des enjeux climatiques par l'ensemble des salariés et piloter une démarche de réduction de l'empreinte carbone du groupe.

Ainsi, après un premier bilan carbone réalisé en 2020, un nouveau bilan carbone sera réalisé en 2023 avec l'aide du cabinet EcoAct, suivi d'un plan de transition climatique qui permettra d'identifier des leviers d'action prioritaires, conciliables avec les objectifs de croissance du Groupe.

En parallèle, le Groupe a poursuivi, en 2022, ses engagements sociaux et sociétaux.

Sur le plan sociétal, le Groupe a notamment développé plusieurs dispositifs pour se prémunir face aux risques de cyberattaque, pour protéger les données personnelles de ses collaborateurs et celles de ses abonnés et il a continué à développer ses actions en faveur de l'éducation à l'information et aux médias.

Sur le plan social, le Groupe souhaite accompagner le développement des compétences de ses collaborateurs pour répondre aux enjeux de demain. Il a renforcé la lutte contre toutes les formes de discriminations qu'elles soient fondées sur le genre, le handicap ou l'origine et il a mis en œuvre des démarches concertées pour préserver la santé et la sécurité de ses salariés.

La présente Déclaration de performance extrafinancière (“DPEF”) vise à rendre compte des engagements et actions du Groupe tout en mesurant leurs impacts sociaux, environnementaux et économiques.

Périmètre

Cette DPEF est construite sur les données extra-financières 2022 consolidées au niveau du Groupe Le Monde et de ses principales filiales (Société Éditrice du Monde, Télérama, Courrier International, Malesherbes Publications, Huffpost, VM magazines, M Publicité), à l’instar du périmètre de consolidation des comptes annuels.

Toutefois, certaines données ne sont pas disponibles à l’échelle du Groupe, mais seulement au niveau de la Société Éditrice du Monde, seule filiale du Groupe de plus de 500 salariés. Dans ce cas, nous l’avons explicitement indiqué.

Structure

Cette DPEF s’articule en deux parties :

- Elle présente, d’abord, le modèle d’affaires du groupe et son cycle de création de valeur.
- Elle décrit ensuite les différentes politiques mises en place par le Groupe en réponse aux principaux risques extra-financiers identifiés par la direction pour l’exercice 2022.

• Le modèle d’affaires

La tendance baissière du marché publicitaire de la presse depuis plusieurs années et la profonde transformation des usages de consommation des médias imposent de transformer le modèle économique autour de quatre piliers :

- La force des marques nécessitant un investissement continu dans les domaines éditoriaux (offre matinale, vidéo, international...) et marketing visant à mieux les monétiser ;
- L’axe stratégique de la rentabilisation des diffusions avec priorité au développement des portefeuilles abonnés print et web avec l’augmentation du panier moyen par abonné et l’accélération des investissements numériques dans ce sens avec pour les 3 prochaines années un plan d’action propre aux magazines du groupe ;

- Une diversification renforcée des revenus (hors médias et événementiel au sens large) ;
- La maîtrise des coûts et leur variabilisation dans la mesure du possible pour l'ensemble des secteurs (avec trois vecteurs essentiels de changement : la cessation de l'activité d'imprimeur, la mutualisation des fonctions support et le regroupement géographique sur un seul site).

Les principaux chiffres d'affaires du groupe portent sur la diffusion, la publicité et les autres revenus (diversification, hors média...) qui représentent respectivement 70%, 17% et 13% du chiffre d'affaires du groupe.

La crise sanitaire covid-19 a accéléré la transformation des usages vers le numérique avec une progression du portefeuille numérique du Monde de +40% en 2020, +22% en 2021 et +9% en 2022 qui atteint désormais près de 450 000 abonnés à la fin de l'année 2022.

Les recettes d'abonnements print et web représentent désormais 53% des recettes du Groupe. Le Groupe consacre depuis plus de 10 ans l'essentiel de ses investissements au développement des portefeuilles d'abonnés numériques, aussi bien pour Le Monde que pour les magazines du Groupe.

Les activités sont très concentrées sur le territoire national avec une part de diffusion étrangère très réduite.

Pour le chiffre d'affaires diffusion, il porte principalement sur les ventes au numéro via notamment la société France Messagerie (anciennement Presstalis) et les abonnements via les sociétés de gestion Majorel (anciennement Arvato) et Ediis. Ces sociétés sont des acteurs reconnus du secteur de la presse pour la gestion de ce type de chiffres d'affaires.

Le chiffre d'affaires publicitaire transite par la régie publicitaire M Publicité détenue par le Groupe et qui a l'exclusivité de la commercialisation de l'espace pour l'ensemble des supports du Groupe (quotidien, magazine, internet) et qui dispose de marges de manœuvre pour générer de nouveaux chiffres d'affaires externes, publicitaires ou autres.

Le chiffre d'affaires diversification repose sur des projets de développement menés par des équipes internes sur la base d'opérations spéciales conjuguant l'éditorial, le marketing et le hors média.

Un des éléments clés du modèle d'affaires tient à la conviction du respect total de l'indépendance des rédactions. Le Groupe décidant de ne procéder, en aucun cas, à des

rapprochements d'équipes éditoriales et de développement de produits éditoriaux groupe. L'indépendance éditoriale des titres est par conséquent absolue impliquant que les projets de synergies ne peuvent concerner que les fonctions de back office. A ce titre, le Groupe dispose d'une société de services VM Magazines qui regroupe, pour l'essentiel, l'ensemble des fonctions administratives (Finances, Ressources humaines, DSI et direction technique, Service clients, DET, Marketing,).

Les effectifs du Groupe sont de 1400 à fin décembre 2022.

Dans ce contexte, les ressources clés du Groupe tiennent essentiellement aux équipes éditoriales, le passage du papier au digital impliquant de moins en moins de contraintes de gestion de papier et d'impression.

Les achats de papier se font pour l'essentiel auprès de Grammeo, centrale d'achat des éditeurs de presse. L'impression est sous-traitée auprès de différents opérateurs industriels.

Vision à moyen terme

Le Groupe fait le constat suivant sur le secteur :

- La situation de la distribution en kiosques reste dégradée et le cycle de décroissance de ce type de revenus est acquis d'autant plus que la filière de messagerie est en pleine restructuration depuis la liquidation judiciaire de Presstalis et la création de France Messagerie ;
- Le recul du marché publicitaire de la presse est une contrainte forte des années à venir avec notamment la prééminence des GAFAM sur le Digital ;
- La part encore faible des revenus numériques dans l'activité magazine impose de nouveaux développements numériques.

Fort de ce constat et de l'absolue nécessité d'accélérer la transformation de notre modèle économique dans un contexte de récession macro-économique avec une anticipation de contraction du marché publicitaire de la presse et de maintien des tensions inflationnistes significatives observées en 2022 (coûts de fabrication, coûts énergétiques), les axes à moyen terme restent fixés autour de :

- La poursuite du développement du portefeuille abonnés numériques du Monde avec son corollaire, un investissement dans la fidélisation des abonnés numériques du Monde.fr ;
- Un effort notable dans le développement d'abonnés pur numériques des magazines ;
- Le développement des revenus de diversification ;
- La meilleure rentabilisation des diffusions ;
- La poursuite des développements dans l'innovation (nouveaux formats digitaux, personnalisation) et à l'international (développement de l'édition du Monde en anglais lancée en 2022 et poursuite des développements du Monde Afrique).

• Politiques mises en place en réponse aux risques extra-financiers

Nos activités sont porteuses d'enjeux et de risques extra-financiers. Voici les **risques que nous avons identifiés au titre de l'exercice 2022**.

<u>Domaine social</u>	1. Développer les compétences des collaborateurs <i>Risque d'obsolescence des compétences des collaborateurs et de perte des talents</i>
	2. Offrir un environnement de travail inclusif, sans discrimination et égalitaire entre les femmes et les hommes <i>Risque de discrimination des collaborateurs ou futurs collaborateurs en raison de facteurs liés au genre, au handicap ou à l'origine.</i>
	3. Veiller à la qualité du dialogue social <i>Risque de dégradation du climat social qui nuirait à la réputation du Groupe et à l'engagement des collaborateurs</i>
	4. Prévenir les risques psychosociaux et accompagner les situations à risque

	<i>Risque de dégradation de la santé physique et mentale des collaborateurs, risques psychosociaux</i>
Domaine éthique, gouvernance et sociétal	<p>5. Assurer l'indépendance éditoriale des publications</p> <p><i>Risque de perte de qualité des publications et de perte de confiance des lecteurs</i></p>
	<p>6. Garantir la conformité légale de l'activité</p> <p><i>Risque de non-conformité et d'atteinte aux données personnelles de nos parties prenantes, risque de réputation</i></p>
	<p>7. Protéger l'activité face au risque informatique et de cyberattaque</p> <p><i>Risque de vol de nos données, risque de sabotage et d'interruption de notre activité, risque de réputation</i></p>
	<p>8. Développer la mission d'éducation aux médias</p> <p><i>Risque démocratique liés à une compréhension erronée par le grand public des critères liés à une information journalistique de qualité, risque de perte de confiance entre les médias et le grand public.</i></p>
Domaine environnemental	<p>9. Lutter contre le risque climatique</p> <p><i>Risque de mauvaise maîtrise de notre empreinte environnementale</i></p>
	<p>10. Sensibiliser les collaborateurs aux risques climatiques et environnementaux</p> <p><i>Risque de non prise en compte des enjeux environnementaux par les collaborateurs avec des conséquences négatives sur le plan éditorial et de perte de confiance des lecteurs.</i></p>

- **Domaine social**

- 1. Développer les compétences des collaborateurs**

- **Enjeu**

Les femmes et les hommes qui composent le Groupe Le Monde en constituent sa principale richesse. Notre défi est de fidéliser ces talents, de les accompagner dans leur parcours professionnel et de les aider à développer leurs compétences afin de favoriser l'innovation

au sein du Groupe et le maintien de leur employabilité. Notre objectif est que 100% des effectifs bénéficient d'au moins une formation tous les trois ans.

- **Risque**

Risque d'obsolescence des compétences, de perte des talents et de dégradation de la qualité de notre activité

- **Direction concernée : DRH**

- **Politique et actions 2022**

Les équipes de la DRH ont conçu et mis en place une offre de formation professionnelle destinée à la compréhension des enjeux majeurs du Groupe (Cybersécurité, prévention des violences sexistes et sexuelles, enjeux climatiques) et au développement des compétences des rédactions et des métiers transverses, tout en répondant aux attentes des collaborateurs et aux besoins identifiés par les directions et les chefs de service. Les salariés bénéficient ainsi d'un parcours de formation individualisé pour acquérir les savoir-faire techniques et développer les compétences transversales nécessaires à la transformation des métiers. Les demandes de formation exprimées par les collaborateurs remontent via les entretiens professionnels réalisés *a minima* tous les deux ans par le chef de service. Le chef de service établit un recueil des besoins de formation de son service qui est transmis à la DRH. Ces besoins sont ensuite arbitrés chaque année entre la DRH et chaque direction de rédaction, en fonction du budget disponible, de l'adéquation de la demande par rapport au poste occupé, de l'historique du poste occupé.

- **Refonte du parcours d'intégration des nouveaux collaborateurs**

En 2022, nous avons repensé le parcours d'accueil et d'intégration à l'embauche des nouveaux collaborateurs.

- Un livret d'accueil RH a été créé et mis en ligne sur l'Intranet. Il est systématiquement remis aux nouveaux collaborateurs après leur arrivée et rassemble les informations-clés et les contacts utiles à connaître.
- Un parcours de développement des compétences spécifiques a également été conçu pour ces nouveaux collaborateurs autour de modules permettant de faciliter la prise de poste, la prise en main des outils de travail et la compréhension des enjeux majeurs du Groupe (cybersécurité, outils numériques, outils métiers, outils de gestion interne, prévention des violences sexistes et sexuelles...). Ce parcours sera enrichi en 2023 d'un séminaire de découverte du Groupe et de tables rondes thématiques.

- **Renforcement du parcours managers**

Notre politique de formation comprend un parcours visant à renforcer les compétences des managers sur trois thématiques : la posture managériale, les aspects juridiques et le droit social, la prévention des risques professionnels. Une offre complémentaire de perfectionnement autour du “management de l’innovation” a été testée en 2022 pour favoriser l’apprentissage en équipe, développer la performance des collectifs de travail et familiariser les équipes avec de nouveaux outils d’intelligence collective. En 2022, un hackathon a, par exemple, réuni les équipes de la Direction technique et de la Direction Marketing & Produits afin qu’elles imaginent ensemble de nouveaux projets innovants pour le Groupe. Cette offre complémentaire va être de nouveau proposée en 2023.

- **Encourager la mobilité**

Enfin, le Groupe encourage la mobilité au sein du Groupe. Un comité “mobilité professionnelle” s’est réuni plusieurs fois en 2022 pour échanger sur les souhaits d’évolution exprimés par les collaborateurs, les expériences de mobilité en cours, les ouvertures de postes... Ce comité est particulièrement attentif à la dimension de l’égalité professionnelle entre les femmes et les hommes (voir aussi paragraphe plus bas).

Indicateurs clé 2022 :

Indicateurs pour le Groupe¹ :

- 624 actions et 8 560 heures de formation
- 61,5% pour les femmes, 38,46% pour les hommes – *Répartition effectif femmes-hommes du Groupe : 59% femmes, 41% hommes.*
- 443 personnes formées, soit environ 32% des effectifs
- Montant du budget de formation 2022 : 852 638 euros
- 138 managers ont été reçus en entretien (277 entretiens réalisés) dont 53 lors de leur prise de poste et 29 en accompagnement régulier

Indicateurs pour la SEM Le Monde²

- 236 personnes formées en 2022, soit 39% de l’effectif contre 194 en 2021 (32%)

¹. Sont concernés les CDI, CDD de plus de 6 mois et quelques pigistes réguliers pour les formations obligatoires sur la sécurité.

² Document Bilan de compétences 2022 de la SEM (CDI, CDD de plus de six mois et quelques pigistes réguliers pour des formations obligatoires en sécurité).

- Le budget de formation (331 620 euros) représente 2,21% de la masse salariale en 2022 contre 2,17% en 2021

2. Offrir un environnement de travail inclusif, sans discrimination et égalitaire entre les femmes et les hommes

Enjeu

La lutte contre les discriminations est un enjeu crucial pour lutter contre les stéréotypes et faire évoluer les mentalités vers plus d'inclusion. Une attention particulière est portée à l'égalité entre les femmes et les hommes.

Risque

Risque de discrimination des collaborateurs ou futurs collaborateurs en raison de facteurs liés au genre, au handicap ou à l'origine.

Direction : DRH

- **Promouvoir l'égalité femmes-hommes**

Des accords collectifs relatifs à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes sont actuellement en vigueur au sein de certaines filiales du Groupe (Société éditrice du Monde/SEM, Malesherbes Publications, VM Magazines.). Dans ce contexte, des dispositions importantes ont été prises pour favoriser l'équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle. Un avenant a par exemple été signé le 12 avril 2022, au sein de la SEM et de VM magazines, afin d'augmenter la durée du congé paternité et d'accueil de l'enfant. Il correspond désormais à 50 % de la durée légale du congé maternité (8 semaines pour le 1er et le 2e enfant et 13 semaines à partir du 3e enfant). 13 salariés en ont bénéficié en 2022 pour la SEM. Le groupe mène également une politique active de réduction des écarts de salaires entre les femmes et les hommes, notamment à l'occasion des Négociations Annuelles Obligatoires (NAO) ou de la commission des salaires pour la SEM où une enveloppe d'augmentation salariale spécifique pour réduire les écarts est ajoutée. Ainsi, en 2022, lors de la commission des salaires et pour les rédacteurs de la SEM, 60% de mesures individuelles ont été accordées aux femmes contre 40% pour les hommes³.

³ Cet indicateur concerne les collaborateurs en CDI.

- **Favoriser la diversité des profils**

La diversité est un axe de développement de la politique RH du Groupe qui est mené dans le cadre du comité diversité en vue de diversifier ses profils et de lutter contre les discriminations à l'embauche. Cette politique diversité a été initiée, pour l'instant, au niveau du recrutement des apprentis et alternants. 10 apprentis issus de la diversité ont ainsi été intégrés au sein de la rédaction du Monde en 2022. Ils ont bénéficié d'un accompagnement dédié tout au long de l'année avec leur référent Ressources Humaines et/ou leur chef.fe de service.

Une session de formation destinée à lutter contre les stéréotypes et les discriminations au recrutement a également été testée en 2022 auprès de plusieurs chef.fe.s de service en vue de son intégration dans le parcours de formation des managers.

Dans le cadre de cette politique, le Groupe Le Monde soutient l'association La Chance qui aide les étudiants boursiers à préparer les études de journalisme. Le groupe s'engage notamment à étudier avec attention les candidatures de stages et de contrats d'alternance qui lui parviennent par l'intermédiaire de La Chance.

- **Encourager l'inclusion des personnes handicapées**

Une référente handicap a été nommée au sein du groupe pour sensibiliser et informer les salariés sur la question du handicap, accompagner et orienter les salariés dans le cadre de leur démarche liée à une RQTH (Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé) au cours de leur carrière professionnelle, en particulier à certains moments clés (formation, maladie...), les aider dans leurs démarches administratives et anticiper au mieux les démarches à effectuer (renouvellement de dossier par exemple), aménager leur poste et leurs conditions de travail, favoriser la recherche de solutions face aux situations d'inaptitude... En 2021 et 2022, quinze personnes au total ont été accompagnées dans ce cadre.

Indicateurs-clé 2022⁴

Conformément aux obligations légales, chaque société du groupe a calculé son index d'égalité salariale. Cet indicateur est divers au sein du groupe du fait de différences de répartition de salaires entre hommes et femmes liées à l'histoire des publications et des

4

L'effectif pris en compte pour le calcul de l'index concerne toutes les personnes liées à l'entreprise par un contrat de travail (à l'exception des apprentis, des salariés en contrat de professionnalisation et des expatriés), présentes au moins pour la moitié de la période de référence. L'index 2023 concerne les données sociales 2022.

équipes. Ces différences ont vocation à se résorber progressivement grâce à la politique d'égalité professionnelle mise en place.

Synthèse index éga prof 2023 - données sociales 2022
(concerne les entreprises de plus de 50 salariés)

	nombre de points maximum des indicateurs calculables	SEM	TRA	CI	MPub	VMM	MP
1- écart de rémunération (en %)	40	39	38	36	31	38	36
2- écarts d'augmentations individuelles (en points de %)	20/35	20	35	35	35	35	35
3- écarts de promotions (en points de %)	15/0	15	NC	NC	NC	NC	NC
4- pourcentage de salariés augmentés au retour d'un congé maternité (%)	15	15	15	15	15	15	15
5- nombre de salariés du sexe sous-représenté parmi les 10 plus hautes rémunérations	10	10	10	10	10	10	10
Total des indicateurs calculables	100	99	98	96	91	98	96

Pour retrouver chaque index :

Index Société éditrice du Monde : <https://moncompte.lemonde.fr/mentions-legales>

Index Telerama : <https://www.telerama.fr/mentionslegales.php>

Index Courrier International : <https://www.courrierinternational.com/page/mentions-legales>

Index Malesherbes Publications : <https://www.lavie.fr/pages/mentions-legales>

Le Huffpost n'est pas concerné car il n'atteint pas la condition d'effectif.

3. Veiller à la qualité du dialogue social

Enjeu

Au carrefour des intérêts, parfois divergents, des acteurs de l'entreprise, le dialogue social est un facteur d'efficacité économique et de progrès social.

Risque

Risque de dégradation du climat social qui nuirait à la réputation du Groupe et à l'engagement des collaborateurs

Direction concernée : DRH

Politique et actions 2022 :

En 2022, au niveau de la Société Éditrice du Monde, le CSE a été réuni à 14 reprises et les partenaires sociaux se sont rencontrés à l'occasion de 21 réunions de négociation au cours de l'année. La Commission "santé, sécurité et conditions de travail" a été réunie à 6 reprises. Dans ce contexte, plusieurs accords ont été négociés et signés en 2022. Nous précisons, entre parenthèses, les filiales concernées par ces accords. Ils ont porté sur les sujets suivants ;

- Allongement de la durée du congé paternité et de l'accueil de l'enfant (SEM, VM magazines et depuis 2023, Courrier International)
- Versement d'un supplément d'intéressement (SEM, VM magazines)
- Prise en charge de la couverture sociale des journalistes rémunérés à la pige installés à l'étranger (SEM). 35 journalistes pigistes y étaient éligibles en 2022.
- Revalorisations salariales
- Augmentation de la participation de l'employeur à la prise en charge de la couverture de la mutuelle (SEM, M Publicité)
- Versement d'une prime de partage de la valeur (SEM, VM magazines)
- Augmentation de la valeur du ticket restaurant (SEM, VM magazines)
- Accord relatif à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes (Malesherbes Publications)

4. Prévenir les risques psychosociaux et accompagner les situations à risque

- Prévenir les agissements sexistes et les différentes formes de harcèlement (sexuel/moral)**

Enjeu

Le Code du travail rappelle qu'aucun salarié ne doit subir « les agissements répétés de harcèlement moral qui ont pour objet ou pour effet une dégradation de ses conditions de travail susceptible de porter atteinte à ses droits et à sa dignité, d'altérer sa santé physique ou mentale ou de compromettre son avenir professionnel ». La prévention, la sensibilisation et la formation sont des éléments incontournables pour enrayer les agissements sexistes et phénomènes de violence et le harcèlement sexuel.

Risque

Risque d'agissement sexiste ou de harcèlement sexuel pouvant porter atteinte à la dignité des collaborateurs et créer un environnement de travail intimidant, hostile, dégradant, humiliant ou offensant.

Direction concernée : DRH avec l'appui du cabinet EGAE.

Politique :

Depuis 2019, le groupe a établi une politique générale de prévention et de traitement des violences sexistes et sexuelles au travail. Un plan de formation spécifique a été mis en place pour prévenir le harcèlement moral, le harcèlement sexuel, les agissements sexistes et les violences sexuelles au travail. Une procédure de signalement a été définie. Les RRH (Responsable Ressources Humaines) ont été identifiées comme référentes prévention agissements sexistes et harcèlement sexuel dans chaque filiale. Un référent a également été nommé parmi les représentants du personnel dans chaque CSE. Une adresse mail, dédiée aux signalements et administrée par le cabinet spécialisé EGAE, a été mise en place. En cas de suspicion de harcèlement sexuel ou moral, une enquête est déclenchée dès qu'une potentielle situation de souffrance au travail est identifiée/signalée. Le cas échéant, un plan d'action est mis en œuvre. Par ailleurs, les trames des entretiens annuels ont été modifiées pour que ce sujet y soit systématiquement évoqué. Un entretien confidentiel est ensuite mis en œuvre, si nécessaire.

Actions 2022 au niveau du Groupe :

- En 2022, le Groupe a lancé un baromètre annuel, établi avec l'aide du cabinet EGAE, “concernant l'égalité professionnelle femmes-hommes et la prévention des violences sexistes et sexuelles”. L'objectif est triple : évaluer le niveau de perception des salariés sur les violences sexistes et sexuelles pouvant exister au sein du Groupe, leur niveau de sensibilisation sur ces sujets et leur niveau de connaissance des dispositifs de prévention et de formation mis en place dans le groupe. Les résultats de ce baromètre ont été présentés fin 2022 aux organisations représentatives du personnel puis à tous les managers et enfin, à l'ensemble des collaborateurs. 31% personnes y ont répondu de façon anonyme. Les réponses montrent que les espaces de travail dans lesquels les équipes évoluent sont en grande partie protégés de faits de discriminations liées au sexe ou de faits de violences sexistes ou sexuelles. Ainsi, 86,8% des répondant-es n'ont jamais été confronté-es à un propos sexiste et 90,1% n'ont jamais été confronté-es à un propos à connotation sexuelle depuis le 1er janvier

2021. Une majorité des répondant·es déclarent que les formations suivies depuis 2019 ont permis de mieux identifier la nature des faits et les encadrant·es formé·es déclarent aborder deux fois plus que les autres le sujet des violences sexistes et sexuelles en réunion d'équipe. A la suite de ce baromètre, la direction a mis en place un nouveau plan d'action, déployé à partir de 2023, et notamment la réédition de ce baromètre.

Actions 2022 au niveau de la SEM :

- Six élues ont été formées à l'entretien de première écoute (dont 2 référents agissements sexistes et harcèlement sexuel) et 3 enquêtes ont été menées. A noter que ce dispositif d'enquête vise toutes les situations de souffrance au travail, qu'elles soient liées à des violences sexistes et sexuelles ou à d'autres RPS (mal-être au travail, harcèlement moral).
- Neuf managers ont bénéficié de la formation « Prévention agissements sexistes (session managers) », sachant qu'un nombre conséquent de managers a déjà été formé lors de la mise en place de cette formation (139 managers formés en 2019).

Indicateur clé 2022 :

Source : Baromètre réalisé par le Groupe EGAE en 2022 portant sur l'année 2021⁵ - Première édition de ce baromètre qui sera reconduit chaque année.

- 31% personnes y ont répondu de façon anonyme au baromètre

- Protéger la sécurité des journalistes en mission en zone dangereuse, victimes ou témoins de récits et/ou de scènes traumatiques**

Enjeu

Guerre en Ukraine, procès des auteurs des attentats du 13 novembre 2015, récits de violences conjugales... un certain nombre de journalistes ont pu être confrontés en 2022 à des traumatismes liés à l'exercice de leur profession. L'impact traumatique peut apparaître

⁵ Ce sondage portant sur l'année 2021 a été diffusé le 19 mai 2022 à l'ensemble des équipes salariées et des personnes collaborant pour les groupes Le Monde et L'Obs, soit 2110 personnes (1608 CDI - CDD et 502 journalistes rémunérés à la pige). 666 personnes ont répondu après 3 relances, soit un taux de participation de 31 %. Les réponses étaient anonymes.

également lorsque les journalistes sont en situation de témoins (visualisation de vidéos, lecture de témoignages, chroniques de procès...). L'enjeu est de prévenir ces traumatismes et de favoriser leur prise en charge si nécessaire.

Risque :

Risque de dégradation de la santé et du bien-être des collaborateurs, risque de traumatisme psychologique

Direction concernée : DRH / service de prévention et de santé au travail

Politique et actions 2022 :

En 2022 et en particulier depuis le début du conflit en Ukraine, le dispositif de prévention a été renforcé, en lien avec le service de santé et de prévention au travail et la DSI, pour assurer la sécurité des journalistes en mission en zones dangereuses. Il prévoit notamment la mise à disposition d'équipements de protection (casques, gilet pare-balles, combinaison de protection pour les risques chimiques...), de trousse comprenant médicaments et traitements adaptés à la zone dangereuse en question (zone de conflit, post-catastrophe naturelle, accident industriel), et de matériel informatique et de communication sécurisé. 18 salariés et 25 journalistes rémunérés à la pige ont été accompagnés par le Groupe dans le cadre du conflit en Ukraine et 11 salariés ont été accompagnés dans le cadre de missions à l'étranger, hors conflit en Ukraine (Cameroun, Pékin, Sénégal, Madagascar, Niger, Afghanistan, Namibie, Côte d'Ivoire).

Un dispositif d'accompagnement psychologique est également proposé aux journalistes, avec le recours à une psychologue du travail spécialisée dans la prise en charge de salariés ayant vécu des situations traumatiques. Des conférences axées sur la prévention des situations traumatiques ont été organisées en 2022 dans plusieurs services des rédactions (société, international...).

Indicateurs clé 2022⁶ :

- 100% des collaborateurs partis en mission en zone dangereuse ont reçu le matériel de santé (trousse et/ou médicaments) mis à leur disposition par le Service de Prévention et de Santé au travail avant leur départ.

Le suivi de ce dispositif a été mis en place pour la première fois en 2022.

⁶. Cet indicateur concerne les salariés en CDI et pigistes (y compris photographes).

□ Prévenir le risque de cyberviolence

Enjeu

Toute attaque massive ou violente en ligne est considérée comme de la cyberviolence. Les journalistes y sont particulièrement exposés en raison du caractère public de leur travail. Parmi eux, les femmes et journalistes issu-e-s de minorités sont une cible privilégiée.

Risque

Risque d'insultes et de menaces envers les collaborateurs, risque de dégradation de la santé et du bien-être des collaborateurs, risque de harcèlement moral

Direction : DRH / service de prévention et de santé au travail

Politique et actions 2022 :

Le Groupe a formalisé un dispositif de prévention de la cyberviolence pour traiter les signalements et proposer un accompagnement pour les journalistes qui y sont exposés (cyberharcèlement, insultes, menaces ...). Quatre volets d'accompagnement sont prévus :

- Un rappel des bonnes pratiques du collaborateur victime ou témoin des faits avec l'appui du référent prévention cyberviolence : signalement auprès des services RH et juridique, modification des paramètres des comptes sociaux, constitution des preuves en vue d'une procédure judiciaire.
- Un accompagnement RH : accompagnement médical / psychologique et déclaration accident du travail le cas échéant, avec l'accord du salarié concerné
- Un accompagnement juridique : en fonction de l'appréciation des faits, contact avocat et/ou engagement d'une procédure judiciaire
- La fourniture de contacts utiles : référents prévention cyberviolence au sein de la rédaction spécifiquement formés, Direction, RH, IRP, médecine du travail

Indicateur clé 2022 :

- 1 signalement pour cyberviolence fait en 2022, suivi d'un accompagnement RH, mais sans suite sur le plan judiciaire compte tenu des faits avérés.

- **Domaine éthique, gouvernance et sociétal**

5. Assurer l'indépendance éditoriale

Enjeu

La valeur des médias réside notamment dans leur indépendance éditoriale. Depuis près de 80 ans, les publications du Groupe ont forgé une solide culture d'indépendance, indispensable pour nouer des relations de confiance avec ses principales parties prenantes.

Risque :

Risque de perte de qualité des publications et de perte de confiance des lecteurs

Direction concernée : direction éditoriale de chaque publication

Politique et actions 2022 :

L'indépendance éditoriale vis-à-vis des influences de toute origine est garantie par la ["Charte d'éthique et de déontologie des publications du Groupe Le Monde"](#) en vigueur depuis novembre 2010. Cette Charte rappelle les principes essentiels d'indépendance, de liberté et de fiabilité de l'information et précise les droits et devoirs des journalistes, des dirigeants comme des actionnaires. Elle a force obligatoire entre les parties (sociétés ou associations des journalistes des différents titres, actionnaires, dirigeants du groupe Le Monde, directeurs des publications et des rédactions), et est reprise dans les statuts des sociétés du Groupe. Deux Comités d'éthique et de déontologie distincts, chargés, d'une part, du quotidien *Le Monde* et de l'ensemble de ses déclinaisons papier et numériques, et, de l'autre, de l'ensemble des magazines (le "Pôle Magazines") et de leurs déclinaisons numériques, sont chargés de veiller au respect de cette Charte.

Par ailleurs, l'indépendance des rédactions du Groupe se fonde sur un dispositif unique dans le paysage médiatique international : une stricte séparation des pouvoirs éditorial et actionnarial et un droit d'agrément exercé par le pôle d'indépendance (constitué des actionnaires historiques du Groupe : journalistes, personnel, lecteurs et fondateurs), en cas de changement d'actionnaire de contrôle.

Les relations avec les annonceurs sont définies par une charte publicitaire, signée en 2013. Elle fixe les règles visant à différencier sans ambiguïté le contenu rédactionnel du contenu publicitaire. Cette ["Charte des partenariats éditoriaux et des partenariats commerciaux du](#)

Groupe” précise les règles de présentation des formats publicitaires qui doivent être très précisément séparés des espaces dédiés à l’éditorial, la ligne éditoriale ne pouvant être ni guidée, ni infléchie par les intérêts des annonceurs.

A titre d’exemple, depuis sa fondation en décembre 1944, le journal *Le Monde* s’est construit sur des valeurs d’indépendance par rapport aux pouvoirs, qu’ils soient politiques, économiques ou autres. Outre cette charte d’éthique et de déontologie du Groupe, il s’est doté de plusieurs chartes internes comme une charte publicitaire et une charte des rectificatifs. Les lecteurs sont représentés, au sein du quotidien, par la Société des Lecteurs du Monde, créée en 1985, qui réunit quelque 12 000 lecteurs-actionnaires attachés à l’existence du quotidien *Le Monde* et soucieux d’en assurer l’indépendance à l’égard de tout pouvoir économique et politique. La Société Éditrice du Monde soutient son activité et son développement. Un directeur délégué aux relations aux lecteurs du Monde est, par ailleurs, le point de contact privilégié du journal avec les lecteurs.

En savoir plus :

- https://www.lemonde.fr/le-monde-et-vous/article/2021/01/27/le-monde-une-independance-editoriale-totale-et-absolue_6067813_6065879.html

6. Garantir la protection des données personnelles et la conformité légale de l’activité

Enjeu :

Le Groupe est amené à recueillir et traiter des données à caractère personnel, à digitaliser la relation avec ses abonnés et clients. Il doit donc garantir la confidentialité et l’intégrité des données dont il dispose. Le respect de la confidentialité et de la sécurité des données personnelles est un sujet auquel sont sensibilisés et associés tous les métiers de l’entreprise sous la coordination de la Directrice juridique et déléguée à la protection des données.

Risque :

Risque de non-conformité et d’atteinte aux données personnelles de nos parties prenantes, risque de réputation

Direction concernée : Direction juridique

Politiques et actions 2022

- En 2022, un poste de chargé de mission RGPD a été pérennisé en CDI. Une ressource supplémentaire a également été dédiée à cette activité (étudiant sous contrat d'apprentissage)
- Une politique dédiée à la gestion des demandes d'exercice de droit des personnes a également été menée. Des formulaires en ligne ont été mis en place afin de faciliter l'exercice de ces droits sur les différents sites du Groupe. Ce formulaire contient une définition des droits des personnes (droit d'accès, de rectification, droit à l'effacement, droit à la limitation, d'opposition, droit à la portabilité, opt-out, etc.).

Les rôles et responsabilités du DPO, de la Direction de la relation client, du prestataire (Majorel) et de toutes les parties prenantes dans ce processus ont été définies et la procédure applicable aux traitements des demandes complexes a été précisée.

Des sessions de formation ont été régulièrement organisées pour les différentes catégories d'intervenants au processus en contact avec les personnes demandant à exercer des droits sur leurs données

Des modèles de réponses types par typologie de demandes ont été conçus sur la base des réponses types contenues dans le support de formation.

- Une veille réglementaire permanente et une action continue de mise en conformité ont été effectuées. A titre d'exemple, le Groupe Le Monde a été l'un des premiers acteurs du secteur de la presse en ligne à entamer une réflexion puis initier une action de mise en conformité sur l'utilisation de Google Analytics. Pour rappel, en 2022, dans une décision de mise en demeure d'un gestionnaire de site internet de la Cnil, cette dernière a considéré que les transferts de données personnelles de Google Analytics vers les Etats-Unis n'étaient pas assortis de garanties appropriées (en effet les mesures organisationnelles et techniques supplémentaires mises en place par Google ont été considérées comme insuffisantes pour protéger les données contre les demandes d'accès – légales- adressées par le gouvernement américain à Google ou l'interception des données pendant la phase de transit). La Cnil a recommandé à ce titre de cesser d'avoir recours à la fonctionnalité Google Analytics (dans les conditions actuelles) ou d'avoir recours à un outil n'entraînant pas de transfert hors UE ou plus généralement que les services de mesure et d'analyse d'audience servent uniquement à produire des données statistiques anonymes.

Au regard de cette décision, dès le mois de juin 2022, la décision a été prise au plus haut niveau décisionnel du Groupe de ne plus utiliser Google Analytics. A ce jour, cette décision a été déployée sur 100% des sites Internet du Groupe.

- Enfin, un programme d'audit interne des supports de collecte de données (papier et numérique) et de mise en conformité a été effectué : notamment cartographie des supports à contrôler, cadence et calendrier, référentiel de contrôle. A l'issue des audits, des plans d'actions et du suivi de la mise en œuvre des actions prévues ont été formalisés, accompagnés de trois sessions de formation et de sensibilisation des équipes marketing et de la diffusion de supports de référence (supports de formation, supports infographiques).

Notre objectif est de nous doter d'un indicateur annuel pour rendre compte de notre maîtrise de cet enjeu à partir de la DPEF 2023.

7. Protéger l'activité face aux risques de cyberattaque

Enjeu

Explosion du nombre de cyberattaques dans le monde, vol de données... Les entreprises et organisations connaissent un niveau de risque informatique et de cyberattaque inédit. Les médias sont des cibles privilégiées pour des pirates dont l'objectif est de revendre des données, mais aussi pour des groupes activistes ou terroristes. Afin de se prémunir contre ces menaces, le Groupe Le Monde a intensifié sa politique de lutte contre le risque informatique.

Risques

Risque de vol de nos données, risque de sabotage et d'interruption de notre activité, risque de réputation

Direction concernée : Direction des systèmes d'information et DRH

Politique et actions 2022 :

Le Groupe a nommé un responsable cybersécurité dès 2015 et met en œuvre les mesures organisationnelles et techniques nécessaires afin de préserver la sécurité de ses systèmes d'information et des ressources confiées à ses collaborateurs.

Une charte informatique a été rédigée et adoptée en 2022, à l'initiative de la DSI du Groupe, pour rappeler les principes fondamentaux de la réglementation applicable en matière de confidentialité, de sécurité et du bon usage des matériels mis à disposition des collaborateurs. Cette charte fait désormais partie du règlement intérieur de l'entreprise. Elle est disponible sur l'intranet du Groupe et remise à l'embauche à tous les nouveaux collaborateurs. Elle a été établie en conformité avec les principes du Règlement Général sur la Protection des Données, du droit à la déconnexion, du droit de la propriété intellectuelle et dans le respect des règles d'éthique et de déontologie. En parallèle, la DSI du Groupe continue à faire évoluer les outils de sécurité pour renforcer les capacités de détection, de protection et de réaction face à l'accroissement des menaces. En 2022, elle a mis en place un processus de double authentification pour protéger les boîtes mail et les accès à distance et renforcé le chiffrement des dossiers confidentiels.

La sécurité des systèmes d'information passe aussi par l'alerte et la sensibilisation des collaborateurs. Un mail et un téléphone d'urgence et d'alerte sont disponibles pour l'ensemble des personnels depuis 2015. La DSI du Groupe a également mis en place depuis 2018 une formation sur la cybersécurité, systématiquement proposée aux nouveaux arrivants. Enfin, elle a lancé, en avril 2021, puis en juin 2022, une campagne annuelle de faux-phishing (hameçonnage) pour tester le niveau de sensibilisation des collaborateurs. Cette campagne est systématiquement suivie d'un mailing général destiné à rappeler les bons réflexes à adopter pour déjouer les cyberattaques.

Indicateurs clé 2022

- 71 collaborateurs ont suivi la formation à la cybersécurité ("Tous concernés par la cybersécurité informatique") en 2022 (contre 41 en 2021).⁷

8. Développer l'éducation aux médias face au risque de désinformation

Enjeu

La multiplication des fausses nouvelles (fake news) et leur rapidité de diffusion fait peser des menaces inédites sur l'information des citoyens et peut aller jusqu'à remettre en question la crédibilité et l'impact du journalisme. Garants historiques d'une information fiable, vérifiée, et de qualité, les médias constituent un rempart face à cette désinformation. Par ses actions, le groupe Le Monde souhaite contribuer à cet enjeu majeur.

⁷. Cette formation est ouverte à tous les collaborateurs en poste dans le Groupe : CDI, CDD, alternance, etc.

Risque

Risque démocratique lié à une compréhension erronée par le grand public des critères liés à une information journalistique de qualité, risque de perte de confiance entre les médias et le grand public

Directions concernées : DRH et directions des rédactions du Groupe

Trois journalistes, salariés de la SEM, sont membres de l'association Entre les lignes.

Politique et actions 2022 :

En 2018, le groupe Le Monde a rejoint l'association Entre les lignes, créée en 2010 pour animer des ateliers d'éducation à l'information. Depuis, des journalistes de toutes les rédactions du Groupe effectuent des interventions auprès de jeunes scolarisés dans des collèges et les lycées pour les sensibiliser à la qualité de l'information, la lutte contre les fake news...Chaque journaliste bénévole s'engage à animer au moins deux ateliers d'une demi-journée pour une classe. Par ailleurs, trois journalistes du Monde sont administrateurs de l'association et s'investissent à ce titre dans son développement.

Le Groupe Le Monde accueille par ailleurs de nombreux stagiaires de 3ème et de seconde chaque année pour leur faire découvrir ses métiers et les sensibiliser à l'importance d'une information de qualité. Les élèves accueillis proviennent en partie de collèges ou de lycées situés en zone d'éducation prioritaire dans les 13è et 19è arrondissements et à Ivry-sur-Seine. Le groupe travaille notamment avec les associations [Viens voir mon taf](#) et [l'Association de prévention du site de la Villette \(APSV\)](#) (19è), deux associations qui mettent les entreprises en relation avec des jeunes collégiens sans réseau.

Indicateurs-clé 2022 :

- En 2022, 106 bénévoles du Groupe se sont investis dans des actions d'éducation aux médias avec Entre les lignes dont 85 au Monde, 13 à Télérama, 5 à Courier International, 2 à La Vie et 1 au Huffpost. Ils sont intervenus auprès de 55 classes et ont animé 111 ateliers.
- Nombre de collégiens et lycéens ayant bénéficié d'une sensibilisation à l'enjeu d'une information de qualité dans le cadre de leur stage au Groupe Le Monde : 126.

● **Domaine environnemental**

Lutter contre le dérèglement climatique et faire émerger une société plus sobre en carbone : ce défi majeur de notre époque constitue plus que jamais une urgence absolue. Pour y répondre, le Groupe Le Monde s'est engagé dans une ambitieuse démarche de réduction de son empreinte carbone. Elle est portée par l'ensemble des collaborateurs qui bénéficient, depuis 2022, d'un dispositif de sensibilisation et de formation à la lutte contre le changement climatique.

9. Lutter contre le risque climatique

Enjeu

Par ses activités, le Groupe Le Monde génère des externalités négatives qu'il est essentiel de réduire au maximum. Conscient de cette urgence climatique, le Groupe Le Monde a réalisé un bilan carbone de ses émissions de gaz à effet de serre (BEGES) en 2020 et mis en œuvre de premières actions pour réduire son empreinte environnementale. Cette démarche sera mise à jour et amplifiée en 2023 après la réalisation d'un nouveau bilan carbone, suivi d'un plan de transition dédié.

Risques

Risque de mauvaise maîtrise de notre empreinte environnementale, risque de contribution au réchauffement climatique.

Directions concernées : Directoire, Directions des filiales et directions transverses.

Pilotage : DRH / pôle RSE au sein de la DRH

Politique et actions 2022 :

En 2020, le groupe a réalisé un premier bilan de ses émissions de gaz à effet de serre complet (scopes 1 à 3), avec l'aide du cabinet EcoAct, sur la base de la méthode Bilan carbone développée par l'ADEME. Ce travail a mis en évidence un volume total d'émissions de GES de 41 374 tonnes équivalent CO₂, soit 26 tonnes équivalent CO₂ par ETP.

Dans le détail :

- les intrants (achats de papier d'imprimerie essentiellement, à la marge achat de fournitures de bureau et prestations de service type honoraires, études, maintenance) **représentent 40% de ces émissions.**
- le fret (transport en amont du papier de la papeterie vers l'imprimeur et en aval, depuis l'imprimeur vers les lecteurs, distribution et retour des invendus) : **24% des émissions**
- les consommations d'électricité engendrées par l'utilisation des supports numériques (site internet et applications) et des activités numériques (newsletters, push, réseaux sociaux) : **24% des émissions**
- les déplacements professionnels et domicile-travail : **5% des émissions**
- les immobilisations (fabrication des biens durables utilisés sur leur durée d'utilisation : bâtiments, parc informatique, véhicules, mobilier,...) : **3% des émissions**

Suite à ce bilan carbone, plusieurs actions ont été mises en œuvre pour réduire l'empreinte environnementale globale du Groupe.

Un nouveau bâtiment labellisé HQE

Le Groupe a emménagé en 2020 dans un bâtiment labellisé "HQE en exploitation, niveau excellent", imaginé par l'agence norvégienne d'architecture Snohetta. Isolation des cloisons, utilisation d'éclairages basse consommation, installation de panneaux solaires sur le toit, bâches de récupération des eaux pluviales... Conçu avec des matériaux et des solutions capables de réduire les dépenses énergétiques, le siège du Groupe respecte le label d'efficacité énergétique Effinergie+ et les critères du Plan climat air énergie de Paris.

Une démarche d'achats responsables

Le Groupe s'est également fixé pour objectif de diminuer son impact sur l'environnement à travers une politique d'achats responsables. Elle se traduit par la sélection de produits et de fournisseurs respectant des critères éco-responsables et durables. Le restaurant d'entreprise privilégie ainsi les produits locaux et/ou issus de l'agriculture biologique et propose chaque jour une offre végétarienne à tous les convives. Autre exemple : pour l'aménagement de ses bureaux, le Groupe a choisi une entreprise de la région tourangelle, labellisée ISO 9001/140001. 96% de ses produits sont fabriqués sur site à partir de matériaux d'origine européenne.

Économiser les ressources

La préservation des ressources constitue un pilier essentiel de la politique de développement durable du Groupe. En novembre 2022, le Groupe a annoncé un objectif de réduction de 10% des dépenses énergétiques, en modifiant le réglage de la température des bureaux (autour de 20°) et le seuil de déclenchement de la climatisation (à partir de 26°) .

Cette démarche de préservation des ressources concerne aussi la production et le recyclage des déchets. Une collecte de tri sélectif (papier/carton, métal, plastique et verre) a été mise en place dans tous les bureaux avec une signalétique revue fin 2022 pour en améliorer l'efficacité. Quatre autres filières de tri et de recyclage sont également en place, avec un rythme de collecte qui s'adapte en fonction des besoins (équipements électriques et électroniques, piles et batteries, déchets d'activité de soins, cartouches et toners d'impression...).

Le restaurant d'entreprise n'est pas en reste : depuis 2022, tous les biodéchets (restes alimentaires) sont triés pour être valorisés sous la forme de compost ou de biogaz (méthanisation). En 2022, la vente de bouteilles en plastique a également été supprimée dans toute l'entreprise tandis que l'utilisation de mugs ou de contenants réutilisables est encouragée à la cafétéria et dans les distributeurs automatiques.

Enfin, le nouveau paramétrage des imprimantes installées à chaque étage a permis une nette diminution de la consommation d'encre et de papier bureautique.

Limiter l'impact des déplacements

Les collaborateurs du Groupe sont encouragés à privilégier autant que possible des transports moins émetteurs de gaz à effet de serre pour leurs trajets domicile-travail et pour leurs déplacements professionnels. Plus de 150 arches ont été installées sur le parvis, devant le siège, pour faciliter l'usage du vélo. La proximité de plusieurs stations de métro, de RER et des gares de Lyon et d'Austerlitz favorise aussi l'utilisation des transports publics. La flotte professionnelle a été réduite par ailleurs à 7 véhicules. Concernant les reportages, les journalistes sont incités à utiliser le train et à faire appel en priorité au réseau de correspondants. Quand la destination ou la couverture éditoriale de l'actualité impose le choix de l'avion, les rédactions tentent autant que possible d'allonger la durée du séjour pour y réaliser plusieurs articles et mutualiser l'empreinte carbone du voyage.

Réduire l'empreinte environnementale des publications

Diminuer l'empreinte environnementale des publications print et web permet de réduire significativement les émissions de gaz à effet de serre. Le Groupe Le Monde est engagé depuis plusieurs années dans une démarche environnementale sur l'achat de son papier via l'utilisation des papiers IFGD (Issus de Forêts Gérées Durablement) et dont les papetiers ou

imprimeurs sont certifiés PEFC (*Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes*). Par ailleurs, Citeo, dans le cadre des nouvelles obligations réglementaires, a incité les éditeurs du Groupe Le Monde à rechercher une plus grande proximité de ses fournisseurs de papier, à privilégier des partenaires certifiés (FSC [Forest Stewardship Council], PEFC, Eco label) et à favoriser l'achat de papiers recyclés.

- Pour le quotidien Le Monde, des économies d'eau, d'énergie et d'additifs ont été générées grâce à la technologie d'impression waterless mise en œuvre par l'imprimeur (suppression du séchage). On constate également une augmentation du taux de fibres recyclées en 2022 par rapport à 2021 (+ 8% pour Le Monde, + 40% pour M le magazine, + 56% pour Télérama).
- Côté diffusion, les films en plastique ont été progressivement supprimés en 2022 au profit d'enveloppes papier pour les magazines. Le journal Le Monde est désormais envoyé avec une étiquette collée directement sur le papier (offre dite "à découvert"). Le quotidien est imprimé sur deux sites (région parisienne et montpelliéraine) pour limiter les émissions liées à son acheminement. Le volume des invendus a été limité et ils sont systématiquement recyclés.
- Concernant les publications numériques, un travail d'éco-conception a été mené sur le site du Monde en 2022 avec la solution [Green Frame](#) détaillée dans l'article ajouté en lien. Cette démarche a permis de réduire d'environ 20% les émissions de CO2 liées à l'utilisation du site par un internaute situé en France, dans le cadre d'un scénario incluant la lecture de la page d'accueil et de deux articles. (Ce calcul tient compte exclusivement de l'utilisation du site et n'inclut pas les émissions de CO2 induites par la fabrication de l'équipement informatique de l'utilisateur). Cette démarche va être progressivement déployée sur les sites internet des autres publications du Groupe.

Indicateurs clé 2022

Consommations électriques

- 2350 kwh/personne présente sur site en 2022 contre 2748 kwh/personne présente sur site en 2021 (-14% environ).⁸

Consommations de chauffage (réseau de chauffage urbain, CPCU)

⁸ Cet indicateur est calculé en tenant compte du volume de consommations électriques (.2 659 958 kwh en 2022 contre 2 328 792 kwh en 2021) rapporté au nombre de personnes présentes sur site (226 349 personnes en 2022 contre 169 478 personnes en 2021, soit + 33,6%) sur environ 200 jours (nombre moyen de jours travaillés, hors samedis, dimanche, jours fériés et 49 jours de congés accordés à chaque salarié dans le Groupe).

- 982,0 Mwh en 2022 contre 1305 Mwh en 2021 (- 25%). A noter : un climat plus chaud en moyenne en 2022 qu'en 2021.

10. Sensibiliser les collaborateurs aux enjeux climatiques et environnementaux

Enjeu

L'engagement environnemental du Groupe nécessite une prise de conscience partagée par tous les collaborateurs des impacts du réchauffement climatique afin de faciliter le passage à l'action et la mobilisation de tous.

Risque

Risque de non prise en compte des enjeux environnementaux par les collaborateurs avec des conséquences financières et d'image négatives

Direction concernée : DRH/ pôle RSE de la DRH et service développement des compétences

Politique et actions 2022 :

Pour sensibiliser ses collaborateurs aux enjeux climatiques, le Groupe entend déployer la Fresque du climat à l'ensemble de ses collaborateurs. La fresque du climat est un atelier participatif de compréhension des causes et des conséquences du réchauffement climatique. La deuxième partie de cet atelier, axée sur les solutions, permet aux salariés, réunis en petits groupes, d'identifier des leviers d'action concrets pour diminuer l'empreinte carbone du Groupe. Ce déploiement a commencé en novembre 2022 au niveau du Comex, puis de tous les salariés et se poursuit en 2023 avec 18 collaborateurs formés en interne à l'animation. Cette démarche a d'ailleurs fait l'objet d'un processus de labellisation en 2023, mené par l'association La Fresque du climat qui souhaite ainsi s'assurer du respect des principes de bon fonctionnement de l'atelier.

En parallèle, les équipes RSE et Ressources humaines ont lancé, fin 2022, les premières réflexions pour le développement de modules de formation aux enjeux climatiques destinés aux journalistes et aux fonctions transverses.

Indicateur-clé 2022

- 100% des membres du Comex ont participé à la Fresque du climat en novembre 2022
 - 16% des salariés ont participé à la Fresque du climat à fin décembre 2022 et près de 40% au 1er avril 2023. Nous visons la participation d'au moins 80% de l'effectif total au 1er septembre 2023.
-

Compte tenu de la nature de nos activités, nous considérons que les thèmes suivants (économie circulaire, protection de la biodiversité, pollution, conséquences sur le changement climatique de l'activité de la société et de l'usage des biens et services qu'elle produit, engagements sociétaux en faveur du développement durable, de la lutte contre le gaspillage alimentaire, de la lutte contre la précarité alimentaire, du respect du bien-être animal et d'une alimentation responsable, équitable et durable, des enjeux culturels et sportifs) ne constituent pas actuellement des thématiques prioritaires pour le Groupe Le Monde.