altice

Déclaration de Performance Extra-Financière

Groupe Altice France 2022

Édito

Acteur de la vie économique mais aussi de la vie sociale, sociétale et environnementale, Altice France est une entreprise résolument engagée au service des Français.

Depuis 10 ans, Altice France déploie le très haut débit en France. Depuis 10 ans, Altice France agit en parallèle en faveur de l'inclusion numérique. Aux côtés d'Emmaüs Connect, des programmes d'aide ambitieux ont progressivement été déployés partout sur le territoire. Plus d'1 million de recharges prépayées SFR ont ainsi été distribuées aux plus démunis pour permettre à chacun un égal accès aux services numériques. En 2022, 23 000 personnes ont bénéficié d'un accompagnement par notre partenaire historique.

La Fondation SFR agit également au quotidien auprès des jeunes issus de milieux modestes pour faciliter leur insertion professionnelle et les accompagner concrètement, individuellement, vers l'emploi. Grâce au soutien d'associations dont l'action est reconnue dans ce domaine et à la mobilisation des salariés d'Altice France, nous les aidons à construire leur projet, à prendre confiance en eux et à croire en leur avenir. En 2022, 10 000 jeunes ont ainsi été soutenus dans leur projet.

Le groupe a également renforcé son action au printemps 2022 et s'est mobilisé pour venir en aide aux Ukrainiens. D'une part, il a permis aux clients SFR de rester en contact avec leurs proches en Ukraine et d'autre part a fait don de 20 000 kits de connexion aux réfugiés pour répondre au mieux à leur besoin de connexion en France. Altice Media s'est, par ailleurs, associé au Secours Populaire et a relayé les appels aux dons de l'association sur toutes ses antennes et plateformes.

Convaincu que la diversité est un vecteur d'innovation, de créativité, de motivation ainsi que de performance pour l'entreprise, Altice France l'a inscrite au cœur de sa politique de responsabilité sociétale. Au-delà des actions spécifiques pour assurer l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, le groupe accorde une place particulière aux jeunes et aux personnes en situation de handicap, tout en s'appuyant sur un système solide de formation interne pour permettre à ses collaborateurs de développer leur plein potentiel.

Altice France a par ailleurs fait le choix de mettre en place une politique d'apprentissage particulièrement ambitieuse, avec un objectif de formation de 1 000 alternants par an, accompagnant ainsi la dynamique du Plan « 1 jeune, 1 solution » du Gouvernement. Ce programme, qui permet aux salariés de transmettre leur expertise et leur savoir-faire aux jeunes générations, est une vraie chance pour diversifier les profils et introduire de la mixité générationnelle au sein des équipes. Les alternants chez Altice France bénéficient ainsi d'un accompagnement renforcé tout au long de leur parcours, tant dans l'apprentissage d'un métier, auprès d'équipes expertes et passionnées, que dans la découverte de la vie d'un grand groupe.

Enfin, début octobre, Altice France a amplifié son plan d'action en faveur de la transition écologique. Depuis deux ans, ce plan améliore la performance environnementale des produits et services du groupe. Les nouvelles mesures prises dans le cadre de la sobriété énergétique contribuent à l'effort global français et européen. Cette démarche s'est articulée autour de trois axes : des initiatives concrètes sur les décodeurs et des infrastructures télécoms ; de nouveaux partenariats éditoriaux avec RTE et GRTgaz pour soutenir les dispositifs EcoWatt et EcoGaz, ainsi que la sensibilisation des salariés, clients et de l'ensemble des Français à la maîtrise de la consommation énergétique.

En parallèle, nous avons travaillé, tout au long de l'année, pour permettre à chacun de toujours mieux et facilement se connecter, s'informer et se divertir. La satisfaction de nos abonnés et de nos publics est depuis toujours notre priorité. Elle s'est traduite cette année par le lancement d'un plan stratégique d'amélioration de l'expérience client. Grâce à la mobilisation des équipes du pôle Télécoms et d'Intelcia qui ont mené un travail de fond, SFR a été élu Service Client de l'Année 2023 dans la catégorie Solutions communicantes pour les particuliers. Via nos médias, nous continuons par ailleurs à toucher toujours plus de Français : BFMTV a consolidé sa position de première chaîne d'information de France avec 12,3 millions de téléspectateurs quotidiens et nous avons agrandi le réseau des BFM Régions avec le lancement de BFM Alsace en juin et de BFM Normandie en septembre 2022. RMC est quant à elle devenue la 4e radio de France, avec 3,2 millions d'auditeurs.

Cette année encore, je tiens à souligner la mobilisation exceptionnelle de l'ensemble des collaborateurs du groupe, qui ont su démontrer une agilité et une inventivité dans un contexte national et international difficile.

« L'implication des salariés du groupe, le relais quotidien de nos partenaires sur le terrain et la mobilisation de nos publics constituent la clé du succès de l'engagement d'Altice France pour façonner un monde plus durable et solidaire. »

Arthur DREYFUSS
Président-directeur général d'Altice France

Sommaire

Modèle d'affaires 04

Enjeux et Risques RSE 08

Gouvernance du groupe Altice France 09

Nos Engagements 11

Qualité de Service, Innovation et Accessibilité 11

Le groupe Altice France, acteur engagé au quotidien 14

Le groupe Altice France, engagé en faveur de l'environnement 25

Le groupe Altice France, engagé pour ses salariés 41

Le groupe Altice France, engagé en faveur d'une éthique partagée des affaires et des données 54

SFR Réunion, se mobiliser au service des enjeux environnementaux et sociétaux sur les territoires ultramarins 60

SFR Business 61

Focus : *Une performance et un engagement au service des clients*

Index 63

Note méthodologique 64

Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la déclaration consolidée de performance extra-financière 69

Modèle d'affaires

Acteur incontournable des Télécoms et Media en France, le groupe Altice France apporte à chacun une offre de services complets de télécommunications, de contenus et de solutions d'externalisation de relation client. Il participe, à travers la synergie de ses activités, à une création de valeur collective au bénéfice de ses parties prenantes et de la société dans son ensemble.
L'ambition du groupe Altice France est de devenir le leader du très haut débit et des contenus en France.
Sa stratégie s'articule autour de plusieurs axes de développement :

- la poursuite de la convergence entre les télécoms, les médias, les contenus et la publicité ;
- les investissements pour déployer des réseaux de communication très haut débit toujours plus performants et offrir des contenus différenciants ;
- l'innovation et l'accompagnement de nos publics, grâce à nos expertises techniques (déploiement, information, cybersécurité, service clients, etc.) ;
- l'amélioration de l'expérience client multicanale au plus près des besoins des clients.

Défis humains

Les enjeux humains auxquels le groupe Altice France répond sont variés. Par son implantation géographique diversifiée, le groupe participe à l'essor économique de nombreuses régions en favorisant des partenariats locaux pour le recrutement et le développement de ses activités ; par la nature même de ses activités et dans un contexte de digitalisation croissante de la société, le groupe Altice France est conscient de son rôle central pour lutter contre la fracture numérique. C'est pourquoi le groupe a identifié parmi ses principaux défis l'ancrage territorial et l'inclusion numérique.

Défis environnementaux

Changement climatique, consommation énergétique, économie circulaire et gestion des déchets sont autant d'enjeux clés pour répondre au changement climatique. Rendre le numérique plus responsable est ainsi un défi permanent pour le groupe Altice France afin qu'il puisse agir pleinement comme levier de la transition écologique.

Défis technologiques

Le déploiement de la 5G et de la Fibre, les investissements dans les nouvelles technologies, les progrès de l'intelligence artificielle, l'offre de services innovants et la protection des données sont autant de défis technologiques que le groupe Altice France s'emploie à relever.

Défis économiques

Les principaux défis économiques auxquels est confronté le groupe Altice France sont la rentabilité des investissements, le déploiement de la 5G, la pérennité économique des activités médiatiques, la couverture réseaux des territoires avec la fourniture du haut débit partout en France et pour tous, la croissance et l'expansion géographique de ses activités d'outsourcing.

La stratégie de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE) du groupe repose sur les Objectifs de Développement Durable des Nations-Unies (ODD), adoptés en 2015 par l'Organisation des Nations Unies (ONU) et qui ont été définis pour soutenir et agir conformément aux 10 principes du Global Compact des Nations Unies dans les domaines des droits humains, des pratiques de travail et de la lutte anticorruption et la protection de l'environnement. Grâce à ses politiques volontaristes, le groupe contribue à la réalisation des ODD identifiés comme les plus importants au regard de ses domaines d'action et de ses compétences. Le groupe s'engage à analyser l'impact de ses activités sur ces objectifs, en tenant compte de la nature, de l'ampleur et du périmètre de son activité.

Pôle Télécoms

À travers SFR, 2e opérateur français, le groupe Altice France est un acteur incontournable des télécommunications au service de 27 millions de clients. Il est présent sur différents marchés que ce soit auprès des particuliers, des entreprises, des opérateurs ou des collectivités. Doté d'un réseau très haut débit Fixe et Mobile sur l'ensemble du territoire, SFR permet à chacun de tirer parti de toutes les possibilités offertes par le numérique. Des potentialités qui confèrent aux infrastructures du très haut débit tout leur effet d'accélération du développement économique et de modernisation de la société.

Pôle Media

Autour de ses marques emblématiques RMC et BFM, le groupe Altice France est le 3e groupe média privé français[1]. Les chaînes du groupe Altice France proposent une offre éditoriale alliant qualité de l'information nationale comme régionale et richesse de divertissement. Ces contenus sont produits et diffusés en télévision, radio et digital. Grâce à la convergence, chacun peut accéder au meilleur des contenus n'importe où, n'importe quand, sur n'importe quel écran fixe ou mobile.

Pôle Expertises

Dans un objectif global d'amélioration permanente de l'expérience client, le groupe Altice France s'est doté, à travers ses filiales, d'expertises uniques dans les métiers des télécommunications. Grâce à Intelcia, acteur majeur de la relation client et ERT, filiale spécialisée dans la conception et la construction des infrastructures réseaux, le groupe Altice France maîtrise la chaîne de production de bout en bout et s'assure ainsi d'une expérience client améliorée.

(1) Médiamétrie - Médiamat 2021 - *25/49, 25/59, actifs

De la création au partage de valeur

Afin de rendre compte de sa stratégie de croissance et de création de valeur partagée, le groupe Altice France a formalisé son modèle d'affaires conformément aux lignes directrices de l'International Integrated Reporting Council (IIRC). Il reprend ainsi en entrée les capitaux qui sont utilisés sous forme de ressources et sont convertis ensuite par les activités en réalisations (produits, services, etc.) et en valeur pour le groupe et l'ensemble de ses parties prenantes.

CAPITAL INDUSTRIEL ET COMMERCIAL

Nos ressources

- 31,1 millions de prises Fibre optique (FTTH / FTTB)
- près de 7 000 communes couvertes en 5G
- 20 chaînes de télévision/radios dont 10 régionales
- 2 nouvelles technologies pour améliorer les relations clients : Evoluciona et Smart Analytics Hub

Nos enjeux

- Satisfaction des clients et qualité des produits et services
- Accessibilité des offres au plus grand nombre
- Développement économie et social des territoires
- Protection, sécurité et confidentialité des données
- Innovation des produits
- Achats responsables

Pôle Télécoms 95,2 % du CA

- Déploiement, conception et exploitation de réseaux de communications électroniques
- Fourniture de services de communications électroniques
- Ventes de terminaux mobiles, accessoires et objets connectés
- Accompagnement de la digitalisation et des nouvelles technologies comme l'Internet des objets ou l'industrie 4.0

CAPITAL SOCIÉTAL

Nos ressources

- 476 collaborateurs en situation de handicap[1]
- 3 427,4 M€ achats et sous-traitances
- Fondation SFR
- 15 espaces solidaires
- 32 sites Intelcia implantés à travers l'Europe et l'Afrique

Nos enjeux

- Respect des droits de la personne dans la chaîne de valeur
- Diversité, égalité des chances et non-discrimination
- Développement économique et social des territoires
- Soutien aux initiatives solidaires et d'inclusion numérique

(1) Perimètres : Télécoms, Media et sites d'Intelcia en France

CAPITAL INTELLECTUEL

Nos ressources

- Production de contenus audiovisuels
- Partenariats institutions gouvernementales (ANSSI)
- Expertise IT et cybersécurité

Nos enjeux

- Protection, sécurité et confidentialité des données
- Innovation des produits

Pôle Media 3,9 % du CA

- Création et production de contenus originaux (TV, radio, digital)
- Diffusion de programmes audiovisuels rendus accessibles à tous types de publics
- Elaboration d'une offre de plus en plus digitalisée
- Régie publicitaire

Pôle Expertises 0,9 % du CA

- Déploiement et maintenance de réseaux de communication
- Études techniques : conception et ingénierie
- Centre de relation
- Business Process Outsourcing (BPO)
- Conseil et IT Solutions

CAPITAL HUMAIN

Nos ressources

- 1 096,9 M€ charges de personnel
- 13 726 collaborateurs Télécoms[2]
- 1 224 collaborateurs Media[2]
- 24 696 collaborateurs Expertises[2]
- 829 alternants[3]

(2) Effectif moyen annuel
(3) Perimètres : Télécoms et Media

Nos enjeux

- Gestion des carrières, emplois et compétences
- Création d'emplois pérennes
- Qualité de vie et bien-être au travail
- Dialogue social
- Santé et sécurité des collaborateurs
- Système de rémunération équitable et transparent

CAPITAL ENVIRONNEMENTAL

Nos ressources

- 1 153 GWh d'énergie consommée
- 1 544 tonnes de Déchets d'Equipements Electriques et Electroniques[3]

(3) Périmètres : Télécoms et Media

Nos enjeux

- Atténuation du changement climatique
- Adaptation au changement climatique
- Consommations de ressources et sobriété numérique
- Limitation des déchets et des polluants
- Ecoconception et économie circulaire
- Biodiversité et écosystèmes

Le partage de valeur avec les parties prenantes

Le groupe Altice France s'engage pour et avec ses parties prenantes. Elles font partie intégrante du modèle d'affaires de l'entreprise afin que chacune des initiatives lancées puisse répondre au plus grand nombre, et ainsi créer une valeur partagée. Le groupe Altice France veille à la régularité, à la transparence et à la qualité de ses échanges avec chacune d'elles grâce à des instances et rendez-vous récurrents dédiés mais aussi au travers de sa participation à des groupes de travail multipartites sur des thèmes tels que l'impact environnemental du numérique.

Créer de la valeur pour nos collaborateurs

Le groupe Altice France s'emploie à créer et à maintenir dans le temps des conditions de travail optimales pour ses collaborateurs (salariés, stagiaires, alternants, CE etc.). Le groupe a à cœur de permettre à chacun de développer ses compétences et son employabilité en proposant des formations continues. Les collaborateurs des différents pôles d'activité sont aussi encouragés à s'engager grâce à des dispositifs de mécénats de compétences ou encore de soutien à des associations et à leurs actions.

CHIFFRES CLÉS

7 103 embauches en CDI

Plus de 1,4 million d'heures de formation

Happy Trainees depuis 2018
sur ses activités Télécoms et Media

3 associations coups de cœur des collaborateurs
ont reçu une subvention de la Fondation SFR

Créer de la valeur pour nos clients grand public et entreprises

Le déploiement de la 5G et de réseaux très haut débit, le développement de chaînes d'information locales et l'accompagnement dans la transition digitale participent à la modernisation de l'économie et à l'attractivité des territoires, au bénéfice de l'ensemble des acteurs économiques.

CHIFFRES CLÉS

2e opérateur télécoms francais

3e groupe médias privé en France(1)

Top 5 des outsourceurs en France

27 millions de clients Télécoms

7 000 communes en 5G

170 clients accompagnés par Intelcia(2)

Créer de la valeur pour nos investisseurs

Le groupe s'assure une croissance économique qui profite à ses investisseurs grâce à la définition d'un modèle d'affaires financier et extra-financier ainsi qu'à la construction d'une stratégie d'investissements dans les réseaux très haut débit, 5G et les nouvelles technologies.

CHIFFRES CLÉS

11 378,3 M€ CA

936,9 M€ Investissements Réseaux

(1) Médiamétrie - Médiamat 2021 - *25/49, 25/59, actifs
(2) Sur son marché francophone

Créer de la valeur pour nos fournisseurs et partenaires notamment associatifs

Le groupe Altice France établit un dialogue continu et responsable avec ses fournisseurs pour promouvoir le développement durable tout au long de la chaîne de valeur.
Le groupe, notamment au travers de la Fondation SFR et de l'ancrage territorial fort d'Intelcia, s'investit auprès de ses partenaires associatifs via des dispositifs d'accompagnement, des dons et le sponsoring d'actions locales.

CHIFFRES CLÉS

355 évaluations RSE des fournisseurs

1 073 projets
soutenus par la Fondation SFR

1 million d'euros
donnés aux associations partenaires par la Fondation SFR

2 406 collaborateurs engagés

25 sites Intelcia
implantés à travers l'Europe et l'Afrique

Préserver la valeur et la richesse de nos écosystèmes

Le réchauffement climatique, la transition énergétique, la pollution des écosystèmes, l'économie circulaire et la raréfaction des ressources sont des enjeux majeurs pour lesquels le groupe Altice France est pleinement mobilisé notamment à travers son plan « J'avance avec Altice » porté par ses pôles Télécoms et Media et la Charte d'Ecoresponsabilité d'Intelcia.

CHIFFRES CLÉS

2,32 tonnes de CO_2 [1]
par collaborateur

PUE de 1,4
pour la dernière génération de datacenters

Plus de 90 % des consommations d'énergie du groupe
sont certifiées ISO 50001

Créer de la valeur pour les institutions

ARCEP, CNIL, ANSSI, ADEME, ARCOM, AFA, etc. Le groupe Altice France est en relation avec de multiples institutions françaises et européennes. Il répond à leurs obligations et à leurs demandes en participant notamment à des groupes de travail. Par exemple, SFR travaille aux côtés de l'ADEME et des autres opérateurs français à l'établissement d'outils de calcul de l'empreinte carbone du numérique.

CHIFFRES CLÉS

Groupe de travail loi AGEC

(1) Scopes 1 et 2

Une analyse de nos enjeux, au service d'une performance durable

Le groupe Altice France a construit une matrice de matérialité en 2022, un outil indispensable au pilotage de sa performance. Socle de la stratégie du groupe Altice France, elle comprend plusieurs niveaux d'analyse dont celui, essentiel, des risques RSE. Tout au long de cette étude, le groupe Altice France, accompagné du cabinet spécialisé Goodwill Management, a réalisé des consultations auprès de ses dirigeants, de ses directeurs, de ses collaborateurs ou encore de ses parties prenantes externes, à l'exemple de ses clients ou de ses partenaires et fournisseurs. Ces échanges ont permis de faire émerger les enjeux les plus significatifs pour l'activité de l'entreprise tout comme les attentes et préoccupations des parties prenantes internes et externes. Au travers des résultats de cette étude, le groupe a pu analyser 30 enjeux, issus de la norme ISO 26000 et définir ses priorités d'action.

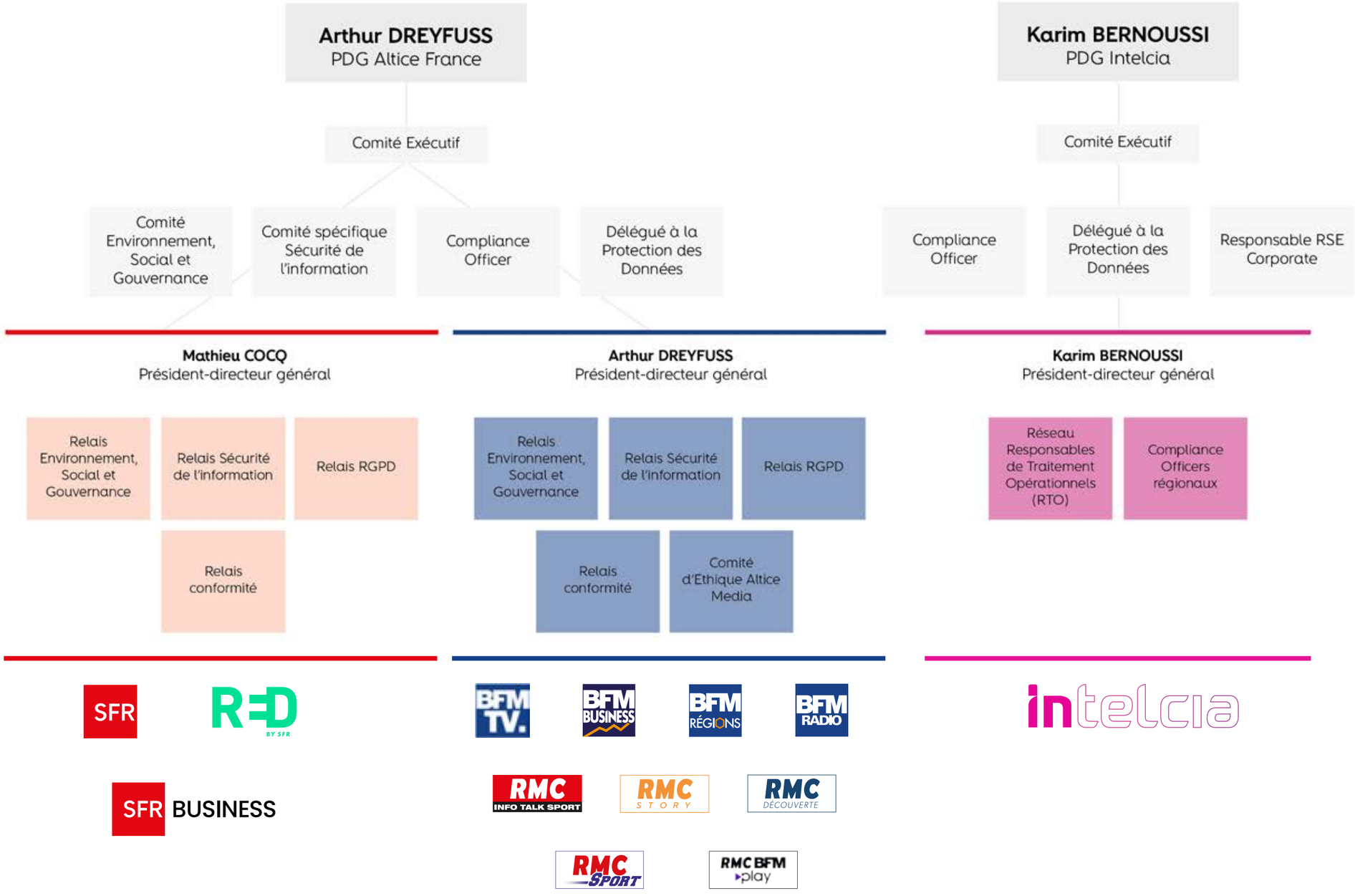
PRINCIPES DE L'ISO 26000	RISQUES	PARAGRAPHES DE LA DPEF DÉTAILLANT LES POLITIQUES ET PROJETS MIS EN ŒUVRE, RÉSULTATS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE	PRINCIPAUX ENJEUX DE LA MATRICE	PRIORITÉS ISSUES DE LA MATRICE DE MATÉRIALITÉ
Gouvernance responsable et pérenne	Continuité d'activité	Modèle d'affaires Assurer à tous un accès Internet de premier rang Développer des services innovants pour nos clients et partenaires	Maîtrise des risques et continuité de l'activité Transparence et respect des engagements envers les clients	**2**
	Stratégie responsable	Modèle d'affaires	Stratégie responsable	**2**
	Relations avec les parties prenantes	Modèle d'affaires Un dialogue social pragmatique La construction de relations respectueuses et équilibrées	Dialogue avec les parties prenantes	**2**
Protection de l'environnement	Changement climatique	J'avance avec Altice, un plan global et concret en faveur de la transition écologique Contribuer à la lutte contre le Changement Climatique et à la Transition Energétique	Atténuation du changement climatique (réduction des émissions de GES) Adaptation au changement climatique	**1**
	Biodiversité	Préservation de la biodiversité	Biodiversité et écosystèmes	**3**
	Economie circulaire	Vers une économie circulaire : écoconception et limitation des déchets Promotion d'une consommation responsable : sensibiliser nos collaborateurs, partenaires et clients aux enjeux environnementaux	Ecoconception et économie circulaire Consommation de ressources et sobriété numérique Consommation responsable et sensibilisation des clients Limitation des déchets et polluants (air, sols, eau...)	**2**
Droits des personnes	Sécurité de l'Information et Ethique des données	La sécurité de l'information au sein du groupe Altice France	Protection, sécurité et confidentialité des données Santé, sécurité, sûreté des clients	**1**
	Droits humains et libertés fondamentales	Modèle d'affaires Attraction des talents et insertion des jeunes dans le groupe Egalité professionnelle : assurer l'égalité entre les femmes et les hommes Accompagnement de l'emploi des personnes en situation de handicap La création d'un écosystème de fournisseurs engagés La construction de relations respectueuses et équilibrées	Respect des droits des personnes dans la chaîne de valeur Diversité, égalité des chances et non-discrimination	**2**
Intérêts des clients	Qualité des produits et services	Assurer à tous un accès Internet de premier rang Développer des services innovants pour nos clients et partenaires Rendre les services accessibles à tous	Satisfaction des clients et qualité des produits et services	**1**
	Innovation	Assurer à tous un accès Internet de premier rang Développer des services innovants pour nos clients et partenaires	Innovation des produits	**3**
	Inclusion numérique	Un accès et un usage du numérique facilités Un numérique accessible à tous avec LaCollecte.tech	Accessibilité des offres au plus grand nombre	**4**
Relations et conditions de travail responsables	Employabilité & stabilité	Développement des compétences des collaborateurs afin de porter les innovations d'aujourd'hui et demain Un dialogue social pragmatique	Création d'emplois pérennes Dialogue social	**3**
	Gestion des Talents	Attraction des talents et insertion des jeunes Bien vivre ensemble Organisation du travail et rémunération au sein du groupe Altice France	Système de rémunération équitable et transparent Qualité de vie et bien-être au travail Santé et sécurité des collaborateurs Gestion des carrières, emplois et compétences	**2**
Développement local et ancrage territorial	Ancrage territorial et création de valeur partagée	Le groupe Altice France, acteur engagé au quotidien	Développement économique et social des territoires d'implantation Soutien de projets d'intérêt général sociaux, solidaires ou environnementaux	**3**
Éthique des affaires et loyauté des pratiques	Ethique des affaires	Une politique d'achats responsables renforcée La construction de relations respectueuses et équilibrées Tolérance zéro vis-à-vis de la corruption et du trafic d'influence	Achats responsables Relations durables avec les fournisseurs Compétition loyale et propriété intellectuelle Prévention de la corruption	**2**

Gouvernance du groupe Altice France

Le groupe Altice France a mis en place les dispositifs de gouvernance au plus haut niveau, permettant d'assurer la performance, la conformité aux réglementations nationales, européennes et internationales ainsi que la protection des données dans chacune de ses activités. Cette gouvernance vise à garantir le respect des principes de responsabilité et de transparence, la prise en compte des intérêts des parties prenantes internes et externes tout en garantissant le respect des droits humains et de l'environnement.

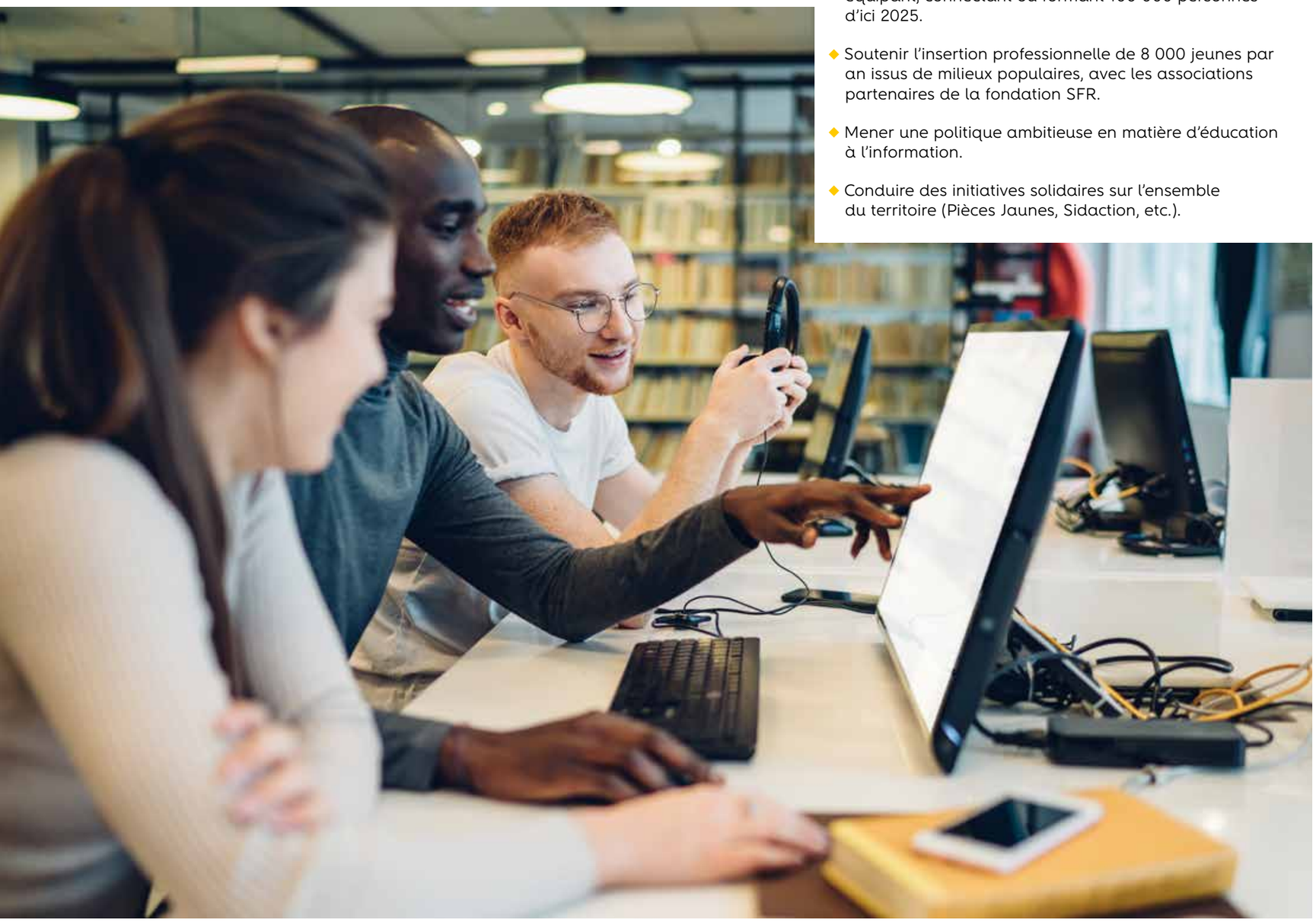
En 2022, ces dispositifs de gouvernance ont été complétés par la mise en place d'un Comité Environnement, Social et de Gouvernance (ESG) en charge de définir et d'assurer le suivi de la mise en œuvre des orientations stratégiques du groupe en matière de développement durable. L'animation de ce nouveau volet de gouvernance est assurée par le Secrétariat Général des pôles Télécoms et Media par Marie Lhermelin, Secrétaire Générale Adjointe, Directrice de l'Engagement et Antoine Delamaire, Directeur de la Gestion des Risques et des Obligations Légales, et pour Intelcia par Nadia Ben Bathane, Directrice de la Marque et de l'Engagement.

Cette instance vise notamment à mieux prendre en compte les attentes des parties intéressées dans la politique RSE, portée au plus haut niveau par le Comité Exécutif. La matrice de double matérialité réalisée courant 2022, permet d'assurer la prise en compte des intérêts des différentes parties intéressées et de les hiérarchiser afin d'orienter la définition de la stratégie du groupe. Ce nouveau volet de gouvernance est complété par des comités locaux pour chacun des piliers ESG auxquels siègent les différents relais opérationnels.



Stratégie de Développement Durable

Altice France s'engage



AMBITION #1

Faire du numérique une chance pour tous au service de l'inclusion

Agir en faveur de l'inclusion numérique et de l'égalité des chances et faire de l'engagement des collaborateurs un accélérateur pour les initiatives solidaires.

- Développer l'inclusion numérique dans les territoires en équipant, connectant ou formant 100 000 personnes d'ici 2025.
- Soutenir l'insertion professionnelle de 8 000 jeunes par an issus de milieux populaires, avec les associations partenaires de la fondation SFR.
- Mener une politique ambitieuse en matière d'éducation à l'information.
- Conduire des initiatives solidaires sur l'ensemble du territoire (Pièces Jaunes, Sidaction, etc.).

AMBITION #2

Faire du numérique un accélérateur pour les talents

Faire de la diversité un vecteur de performance, de motivation et de développement de l'entreprise et de ses salariés et ainsi agir en faveur de l'égalité des chances.

- Favoriser l'emploi des jeunes et leur accompagnement dans la construction de leur avenir professionnel : recrutement de 1 000 alternants/an et de 1 000 jeunes à horizon 2025.
- Promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes (recrutement, évolution professionnelle) ; l'équilibre des temps de vie et la lutte contre les stéréotypes de genre.
- Soutenir l'insertion et maintien de l'emploi des personnes en situation de handicap.
- Maintenir l'employabilité de nos salariés et leur évolution professionnelle.

AMBITION #3

Faire du numérique un allié de la transition écologique

Réduire l'impact environnemental des activités de l'entreprise et œuvrer pour un numérique au service de la transition écologique.

- Diminuer de 40 % les émissions de gaz à effet de serre d'ici à 2030 par rapport à 2022.
- Atteindre le Net Zéro Carbone en 2050.
- Participer au développement de services numériques utiles à la préservation de l'environnement (IT for Green).
- Devenir un acteur de l'économie circulaire par la réparation, le réemploi, le reconditionnement et le recyclage.

Qualité de Service, Innovation et Accessibilité

À travers ses filiales, le groupe Altice France fournit de nombreux services à ses clients : accès Internet, téléphonie fixe et mobile, accès à l'information et au divertissement via ses chaînes TV, radio et ses plateformes digitales, mais également des services de relation client et de cybersécurité. Le groupe Altice France s'emploie à offrir à l'ensemble de ses clients la meilleure qualité et accessibilité pour chacun de ses services et à permettre à tous de bénéficier des dernières innovations. Ainsi, SFR a été élu Service Client de l'Année 2023 dans la catégorie Solutions communicantes pour les particuliers. Cette victoire vient récompenser le travail de fond mené depuis plusieurs années par les équipes du Service Client autour de la formation, des outils ou encore de l'organisation du travail.

Assurer à tous un accès Internet de premier rang

I. Via un réseau mobile

Déploiement d'un réseau 5G performant

À travers le déploiement de son réseau 5G sur toute la France, le pôle Télécoms répond non seulement à la demande actuelle d'un réseau toujours plus rapide et efficace, mais prépare également les usages du futur. En effet, la 5G permet de nouveaux usages encore peu répandus et pourtant clés pour le développement de nos sociétés : l'Internet des objets, l'Industrie 4.0, la télémédecine, etc.

Continuant de s'inscrire comme acteur innovant et avant-gardiste, SFR était le premier opérateur, en novembre 2020, à lancer la 5G dans la ville de Nice. Fin 2022, plus de 60 % de la population française bénéficie d'un réseau 5G grâce à SFR.

Les résultats de l'enquête annuelle de l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques, des Postes et de la distribution de la presse (Arcep) confirment l'ambition du groupe Altice France d'offrir à ses clients la meilleure qualité de réseau. Ces résultats attestent de la performance du réseau SFR, en progression par rapport à 2021, qui permet notamment au groupe d'être le 2e meilleur opérateur concernant les débits descendants 4G et 5G. Sur les usages voix/SMS, SFR se place en 1ère ou 2e position selon les territoires. Enfin, en matière de qualité de service des usages voix, SFR performe dans l'ensemble du pays, atteignant 94 % de communications maintenues et se place numéro 2 sur les communications réussies et parfaites.

Poursuite de la mobilisation de SFR dans la mise en œuvre du New Deal

En janvier 2018, les opérateurs, le Gouvernement et l'Arcep sont parvenus à un accord historique, le New Deal mobile, visant à généraliser une couverture mobile de qualité pour tous les Français. Les engagements suivants ont été pris :

- généralisation de la 4G sur l'ensemble des réseaux mobiles : équiper tous les sites mobiles en 4G ;
- couverture ciblée : améliorer la couverture de manière localisée pour répondre aux besoins identifiés par les pouvoirs publics ;
- couverture des axes de transport : couvrir les principaux axes routiers et ferrés pour permettre à tous de communiquer en se déplaçant ;
- amélioration progressive de la qualité des réseaux mobiles : élever le standard d'exigence appliqué aux obligations de couverture mobile et amener de la transparence sur les sites en panne ou en maintenance ;
- couverture indoor : apporter des solutions complémentaires pour permettre à tous de communiquer à l'intérieur des bâtiments ;
- développement de la 4G fixe : fournir un service fixe grâce à la 4G pour apporter un complément de couverture aux réseaux fixes.

Concernant le dispositif de couverture ciblée, les déploiements continuent à progresser : 1 008 nouveaux pylônes 4G multi-opérateurs ont été construits et mis en service à fin 2022.

Concernant la généralisation de la 4G, SFR a atteint l'objectif global d'upgrade 4G de son parc à fin 2020. L'objectif spécifique de 75 % des sites mutualisés en zone blanche en 4G à fin 2020 a également été atteint : il est aujourd'hui dépassé avec 93,4 % du parc concerné.

Concernant la 4G fixe, SFR devra à terme mettre en service 500 sites 4G fixe, répartis en plusieurs lots successifs. Les premières mises en service ont commencé.

Concernant la couverture des Axes Routiers Prioritaires (ARP), il s'agissait d'obtenir une couverture 4G à fin 2020 en « outdoor » et à janvier 2022 en « in car ». Ces objectifs ont été atteints et SFR continue à étendre sa couverture au-delà des objectifs initialement fixés, toujours dans le but d'offrir la meilleure qualité de service à ses clients.

II. Via un réseau fixe

La fibre pour tous

Le groupe Altice France continue également ses investissements dans les réseaux fixes, notamment très haut débit via ses infrastructures FTTH[1], afin d'offrir un service de qualité à tous les citoyens, quelle que soit leur position géographique. Le groupe s'attache en particulier à déployer la fibre dans les zones moins denses afin d'offrir à tous les résidents en France la meilleure accessibilité de service et de lutter contre l'exclusion numérique.

Près de 5,3 millions de nouvelles prises FTTH/FTTB[2] commercialisables (à fin décembre 2022)

7 202 nouvelles communes éligibles à la fibre (soit plus de 21 570 communes au total à fin décembre 2022)

SFR et XpFibre pleinement engagés dans le déploiement de la fibre sur les territoires

- Grâce aux investissements massifs de SFR et de XpFibre, ainsi qu'à la mobilisation de leurs sous-traitants, un niveau exceptionnel de déploiement de la fibre a pu être réalisé en 2022. XpFibre, filiale du groupe Altice France, a déployé près de 5,3 millions de prises en fibre optique, dans plus de 7 200 communes. Avec plus d'1 million de logements et locaux professionnels rendus éligibles sur les deux dernières années, XpFibre n'a cessé de se mobiliser sur le terrain pour réaliser une année exceptionnelle en termes de volume de déploiement.
- Ces déploiements ont très largement contribué à l'amélioration de la couverture très haut débit du territoire et répondent aux besoins croissants des Français qui recourent massivement au télétravail depuis la crise sanitaire.
- En 2021, le groupe a soutenu le Gouvernement dans la mise en œuvre de son plan d'action « très haut débit pour tous ». Le groupe Altice France a également continué d'œuvrer aux côtés des collectivités locales pour déployer le très haut débit fixe partout sur le territoire.
- En Zones d'Initiative Publique (ZIP), SFR et XpFibre continuent d'être les partenaires privilégiés des collectivités locales, en étant désormais présents dans tous les départements de France métropolitaine via des Délégations de Service Public (DSP) ou Appels à Manifestation d'Engagements Locaux (AMEL).

Au total, plus de 31 millions de prises éligibles (FTTH/FTTB) en France (à fin décembre 2022)

E-Intervention : mutualiser les efforts pour améliorer le déploiement de la fibre et l'expérience des usagers

Afin de garantir la qualité des interventions fibre, les opérateurs en concertation avec l'Arcep ont décidé de mettre en œuvre une plateforme d'échanges normalisée par le groupe Interop'Fibre et dénommée « E-intervention ».

Cette solution permet de signaler en quasi-temps réel, les interventions faites sur un point de mutualisation afin de détecter rapidement les problèmes de déconnexion après le passage d'un technicien. Les informations liées à ces interventions sont agrégées dans une base de données, tracées et partagées entre l'opérateur d'infrastructure et les opérateurs commerciaux qui commercialisent les lignes FTTH du point de mutualisation.

SFR est l'un des premiers opérateurs d'infrastructure à avoir mis en production la première étape de ce projet qui consiste à établir un historique des débuts et fins d'opérations effectuées par les intervenants des opérateurs commerciaux sur son infrastructure.

Ce projet permettra une qualité de service améliorée grâce à un déploiement plus efficace et une détection des problèmes plus rapide.

(1) FTTH : Fiber to the home
(2) FTTB : Fiber to the building

Développer des services innovants pour nos clients et nos partenaires

I. Créer un cadre propice à des relations clients privilégiées

Intelcia propose des solutions spécifiques à ses partenaires pour assurer des relations clients de qualité. Cela passe notamment par la mise en place de pratiques de démarchage marketing respectueuses du client. En amont de la prise de contact, les équipes Intelcia procèdent à une analyse des scripts transmis par les donneurs d'ordres pour s'assurer que le protocole conversationnel est conforme avec une démarche commerciale loyale. Au cours des entretiens, les Teams Leaders effectuent des écoutes pour s'assurer que les informations transmises aux consommateurs sont conformes avec le protocole convenu. Et en aval de la prise de contact, les Responsables Contrôles Qualité effectuent des écoutes sur enregistrements et s'assurent notamment que les informations transmises sont exactes, comprises et acceptées par le consommateur final.

Ce rigoureux dispositif de qualité vise à proposer aux partenaires d'Intelcia le meilleur service et ainsi, la meilleure relation avec leurs propres clients. De plus l'ensemble des conseillers sont formés à la prévention des pratiques frauduleuses lors de la phase d'intégration grâce à une formation d'1h à 1h30. À cette occasion, ils signent tous un document sur le respect du droit du consommateur. La démarche d'Intelcia et sa mise en œuvre font l'objet d'une certification combinée ISO 9001 / ISO 18295-1 auprès de l'organisme tiers indépendant BUREAU VERITAS, qui permet d'ancrer la démarche qualité et d'amélioration continue au cœur des services proposés

Intelcia veille à la qualité de son service client en fournissant plusieurs dispositifs de suivi en temps réel des prestations apportées, allant de l'identification des appels à la remontée des axes de progrès. Pour s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue, Intelcia a mis en place un processus innovant où les données clients sont mises à disposition automatiquement lors du traitement des contacts clients. Cela permet de favoriser l'autonomie des équipes et d'améliorer l'expérience client.

II. Des espaces publicitaires pour les annonceurs locaux sur les canaux de BFM en régions

En 2022, le réseau d'antennes de BFMTV s'est étendu à l'Alsace et à la Normandie, portant ainsi le nombre de chaînes locales à 10 (Lyon, Grand Lille et Grand Littoral pour la région lilloise, Marseille - Provence, Toulon-Var, Nice-Côte d'Azur, D'ICI, Alsace, Normandie, Paris-Ile-de-France).

Afin d'allier qualité de service et innovation, le pôle Media du groupe Altice France a lancé en mai 2022 une plateforme d'achat d'espaces publicitaires dédiée aux annonceurs locaux. Cette plateforme s'adresse aux associations, artisans, commerçants, Très Petites Entreprises (TPE) et Petites et Moyennes Entreprises (PME) qui souhaitent faire connaître leurs produits et services via les canaux TV ou digitaux des BFM en régions. En quelques étapes, cet outil innovant et pratique permet de :

- choisir sa zone géographique de diffusion ;
- définir son budget et sa période de communication ;
- bénéficier d'un accompagnement personnalisé pour produire sa vidéo publicitaire, si elle n'est pas déjà réalisée ;
- être recontacté dans les 48 heures après la finalisation de sa commande.

Cette solution simple, accessible et personnalisée démocratise et facilite l'accès à la publicité des acteurs locaux. Elle contribue à la dynamisation du tissu entrepreneurial régional.

III. Le réseau LTE-M de SFR Business, une solution innovante au service des usages de demain

Dans un esprit d'innovation continue, le groupe Altice France travaille depuis plusieurs années pour rendre possible et toujours plus accessible l'Internet des objets. Premier opérateur à avoir proposé le NB-IoT (Narrow-Band Internet of Things) pour les objets connectés en France, SFR Business ajoute le LTE-M (Long-Term Evolution for Machines) à sa gamme de solutions de connectivité cellulaire IoT. Ainsi, SFR Business apporte une réponse à la fois pérenne et complète à l'ensemble des cas d'usages de l'Internet des objets.

La technologie LTE-M vient donc renforcer l'offre de réseaux bas débit proposée par SFR Business et répondre par exemple aux besoins nécessitant des échanges de données plus importants ou un suivi en temps réel d'objets utilisés en mobilité. Déployée sur le réseau 4G existant de SFR, la technologie LTE-M de SFR Business permet de bénéficier des mécanismes d'authentification forte et de cryptage des cartes SIM LTE, afin de garantir une fiabilité et une sécurité optimales des données clients transitant sur les réseaux SFR. Des accords de roaming sont prévus avec des opérateurs étrangers afin de proposer aux clients une couverture internationale.

L'impact environnemental lié à l'Internet des objets croît rapidement, du fait de l'utilisation de plus en plus importante des objets connectés. Cet impact peut néanmoins être limité via des actions d'écoconception et en privilégiant les solutions techniques les moins énergivores. Par ailleurs, l'Internet des objets contribue également à la transition écologique en rendant possible l'optimisation de certains systèmes, via le suivi de données en temps réel notamment (température, consommation d'énergie, éclairage, etc.). Ainsi, la technologie LTE-M se caractérise par sa faible consommation énergétique grâce à des sollicitations optimisées du réseau, point particulièrement important pour les objets auto-alimentés.

En mettant la technologie LTE-M à disposition de ses clients, SFR Business les accompagne donc dans le développement de leurs écosystèmes d'objets connectés et renforce son statut d'acteur majeur de l'Internet des objets.

Rendre les services accessibles à tous

Acteur engagé, le groupe Altice France agit chaque jour en faveur d'une qualité de service inclusive notamment pour ses clients en situation de handicap en les accompagnant au rythme des avancées technologiques.

I. Un Service Après-Vente dédié aux personnes sourdes et malentendantes avec Samsung Electronics Maroc

Ce SAV est disponible depuis 2021 à travers des appels vidéo et accessible quel que soit le lieu où le client se trouve. Il permet d'étendre le service d'assistance en langue des signes aux personnes sourdes et malentendantes qui rencontrent des difficultés hors ligne, en magasin ou en centre de services de réparation.

Cette action commune à Samsung et à Intelcia s'inscrit dans leur stratégie respective d'inclusion des handicapés.

II. L'accessibilité des services numériques

Pionnier en matière d'accessibilité des services numériques, SFR a rendu dès 2010 sa relation client accessible aux personnes sourdes ou malentendantes grâce à son partenariat avec Deafi.

Des vidéo-conseillers sourds assurent la relation avec les clients par écrit à l'aide d'un dispositif de chat ou en langue des signes française par webcam. En 2022, Deafi a traité 11 263 appels.

Depuis 1997, Handicapzéro accompagne SFR dans le développement de dispositifs adaptés aux besoins des abonnés aveugles ou malvoyants en éditant des documents en braille ou en caractères agrandis. En 2022, Handicapzéro a édité plus de 15 000 documents en braille ou factures agrandies.

III. L'extension des dispositifs d'accessibilité du pôle Télécoms

Depuis octobre 2018, les clients sourds et malentendants peuvent utiliser le Centre Relais Téléphonique adapté à leurs appels interpersonnels. Ce service, opéré par la start-up française Rogervoice, s'appuie sur une application innovante. Depuis l'automne 2021, une modalité de communication supplémentaire reposant sur le braille est mise à disposition des personnes sourdaveugles. De même, le forfait offert pour passer des appels interpersonnels via Rogervoice a évolué pour passer de 1h à 3h par mois et sur des horaires élargis. En plus de cette nouveauté, les horaires d'ouverture du Centre Relais Téléphonique se sont étendus en soirée et le samedi.

IV. Évolution de l'accessibilité des médias

Altice Media a continué à renforcer l'accessibilité de ses émissions, en sous-titrage ou en langue des signes française, comme avec les grands rendez-vous électoraux de l'année 2022 (élections présidentielle et législatives) sur BFMTV.

Le groupe Altice France, acteur engagé au quotidien

MARIE LHERMELIN
Secrétaire générale adjointe Altice France
Directrice de l'Engagement du groupe

« Altice France est convaincu que les entreprises sont les premiers acteurs de la transformation de la société, raison pour laquelle des engagements forts ont été pris depuis plus de 20 ans déjà. Aujourd'hui, Altice France est plus que jamais mobilisé pour mener des actions citoyennes et aider à relever les nombreux défis auxquels nous devons collectivement faire face. Promouvoir l'égalité des chances, favoriser la diversité, faire du numérique un outil d'inclusion pour tous, innover pour que les nouvelles technologies servent la cause environnementale, tels sont les engagements qui conditionnent les décisions du groupe et façonnent notre manière de travailler. Il est incontournable pour un groupe comme Altice France de se montrer exemplaire et volontaire afin d'inciter d'autres acteurs à suivre nos pas. »

« La politique RSE d'Intelcia poursuit son chemin, toujours guidée par notre mission consistant à avoir un impact positif sur les Hommes et les territoires. Nous veillons à donner du sens à notre activité, à maintenir nos standards d'excellence et à faire grandir avec nous nos collaborateurs et nos fournisseurs, tout en limitant nos externalités, notamment en matière d'environnement. Nous poursuivons ainsi tous nos projets précédents et avons également initié cette année de nouveaux chantiers stratégiques qui témoignent de notre engagement, tels que le lancement d'une plateforme de whistleblowing en matière d'éthique, ou encore la mesure progressive de nos émissions de gaz à effet de serre au niveau de tous nos pays. La RSE s'ancre chez Intelcia de plus en plus dans les différents métiers, et c'est vers une intégration complète que nous nous orientons. »

NADIA BEN BAHTANE
Directrice Marque et Engagements
Intelcia

Côté Télécoms et Media

Il est naturel pour un grand groupe de donner à la responsabilité sociétale de l'entreprise et à l'engagement toute la place qu'ils méritent. Chaque année, les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France s'engagent davantage en faveur de l'inclusion numérique, l'insertion professionnelle, la diversité ou encore la santé. Chacune des entreprises du groupe, notamment SFR et sa Fondation, RMC et BFM, agit au quotidien concrètement pour contribuer à construire un avenir porteur de promesses.

Côté Intelcia

Les enjeux liés à l'implantation locale sont primordiaux pour Intelcia, du fait de sa croissance rapide et de son déploiement dans différents pays. Aussi, le groupe Intelcia fonde l'ensemble de sa politique d'engagements sur les trois objectifs suivants :

- l'ancrage territorial, que ce soit par l'inclusion à travers l'emploi, ou la participation à la dynamique territoriale notamment par la promotion de l'entrepreneuriat ;
- la solidarité avec les communautés, avec trois causes majeures : l'éducation des enfants et des jeunes, la santé, et le soutien à toutes les formes de vulnérabilité ;
- le sponsoring d'actions locales, visant à impliquer Intelcia dans la vie des territoires.

Indicateurs clés de performance

ENJEUX	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE	2021	2022
Ancrage territorial et création de valeur partagée	✓	N/A	N/A	Nombre de projets soutenus par la Fondation SFR depuis 2006	1 043	1 073
	✓	✓	✓	Total des collaborateurs engagés	984	2 406
	✓	✓	N/A	Nombre d'heures de mécénat de compétences	355 H	366 H
	✓	N/A	N/A	Montant du mécénat financier	1 M euros	1 M euros

N/A : Non-applicable ; **N/D** : Non-dit ; **N/C** : Non-consolidé

Les objectifs du groupe Altice France

ENJEUX	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	OBJECTIFS	2021	2022	TEN-DANCE
Ancrage territorial et création de valeur partagée	✓	✓	N/A	Accompagner 10 000 personnes par an dans leur réussite professionnelle grâce au soutien d'associations	19 353	22 996	↗
Inclusion numérique	✓	N/A	N/A	Equiper 2 000 personnes par an grâce aux dons de SFR pour LaCollecte.tech	3 286 équipements donnés	Plus de 3 400 équipements donnés	→
	✓	N/A	N/A	Ouvrir 16 espaces de solidarité numérique Emmaüs Connect entre 2021 et 2025	25 %	25 %	→
	✓	N/A	N/A	Equiper, connecter et former + de 100 000 personnes d'ici 2025 avec Emmaüs Connect	64 %	87 %	↗

N/A : Non-applicable ; **N/D** : Non-dit ; **N/C** : Non-consolidé

Côté Télécoms et Media

À travers ses différents pôles d'activités, le groupe Altice France place les enjeux sociétaux au premier plan de ses engagements. Ces pôles ont ainsi concentré leurs efforts autour de l'égalité des chances, la promotion de la diversité et enfin l'inclusion numérique.

Ils ont mis un point d'honneur à favoriser l'insertion professionnelle des personnes issues de milieux défavorisés. En 2022, 22 996 personnes ont été accompagnées grâce au soutien de la Fondation SFR et à la mobilisation des salariés du groupe. La Fondation SFR a noué des partenariats avec des associations dont l'action est reconnue dans le domaine de l'insertion, telles que Sport dans la Ville, La Cravate Solidaire, Rêv'Elles.

Par ailleurs, le pôle Media veille à valoriser la diversité au sein de ses antennes au travers de plusieurs initiatives, comme la mise en lumière de témoignages présentant des parcours professionnels inspirants sur RMC Story et BFM Business.

Enfin, SFR a continué à se mobiliser en faveur de l'inclusion numérique en agissant autour de 3 priorités : l'accès à l'équipement, l'accès aux moyens de connexion et l'accompagnement vers des compétences essentielles. Grâce au soutien de SFR, Emmaüs Connect a démultiplié ses actions auprès des personnes en situation de précarité numérique et sociale sur l'ensemble du territoire français en 2022.

Côté Intelcia

Intelcia travaille en partenariat avec ses parties prenantes territoriales pour atteindre les 3 objectifs de sa politique d'engagement, notamment avec les autorités locales et agences du territoire. Intelcia collabore également avec les associations, les start-ups et entreprises sociales locales qui œuvrent dans de nombreux domaines tels que la santé, le monde éducatif et les vulnérabilités.

Ses engagements visent aussi bien des actions ponctuelles nécessitant un mécénat d'urgence, que des partenariats durables. Intelcia met un point d'honneur à impliquer ses collaborateurs ou à favoriser les initiatives que ceux-ci défendent. Ainsi, ce sont plus de 2 100 collaborateurs Intelcia qui se sont mobilisés en 2022 sur l'ensemble des sites des différents pays.

Insertion, égalité des chances et diversité

L'engagement est au cœur de l'identité du groupe Altice France. Depuis plus de 15 ans, le groupe agit chaque jour auprès des publics fragiles pour rétablir l'égalité des chances, en concentrant ses actions sur les jeunes. Cet engagement se décline en 3 axes très complémentaires : le soutien d'associations qui œuvrent en faveur de l'emploi des jeunes, la promotion de la diversité et la mobilisation des salariés et des clients.

I. Egalité des chances et insertion professionnelle

La promotion de l'insertion professionnelle aux côtés de La Cravate Solidaire

Association partenaire de la Fondation SFR depuis trois ans, La Cravate Solidaire a pour mission de faciliter l'accès à l'emploi de personnes en insertion ou en réinsertion professionnelle en luttant contre les discriminations liées à l'apparence.

Elle propose des tenues professionnelles gratuites à des personnes en recherche d'emploi, des conseils en image et des simulations d'entretiens.

En 2022, pendant deux semaines, une collecte nationale de vêtements professionnels a été organisée sur neuf sites SFR : en région parisienne, à Aix-en-Provence, à Bordeaux, à Lille, à Lyon, à Nantes et à Rouen.

300 personnes en recherche d'emploi ont ainsi bénéficié d'une tenue appropriée et ont gagné en confiance dans leur parcours d'insertion professionnelle, notamment grâce aux ateliers coups de pouce mis en place par l'association.

770 kg
de vêtements collectés en 2022

Le soutien de l'insertion par le sport avec Sport dans la Ville

Sport dans la Ville est la principale association d'insertion par le sport en France. Depuis plus de 20 ans, l'ensemble des programmes mis en place par Sport dans la Ville dans 59 centres sportifs a permis de favoriser l'insertion sociale et professionnelle de 9 500 enfants et jeunes âgés de 6 à 25 ans. La Fondation SFR a renouvelé son soutien en 2022 afin de promouvoir l'égalité des chances grâce au sport et de favoriser l'insertion professionnelle de 2 500 filles à travers le programme L Dans La Ville.

En 2022, une vingtaine de jeunes de 14 à 18 ans de l'association ont été accueillis à l'Altice Campus pour leur permettre de découvrir le monde de l'entreprise. Certains ont eu l'opportunité d'interviewer des salariés de SFR sur les spécificités de leur métier et ont découvert l'univers des médias avec une visite des studios du groupe. Tandis que les jeunes lyonnais du programme « Commentateurs sportifs » de Sport dans la Ville ont vécu une expérience immersive au sein de RMC Sport, notamment en échangeant longuement avec un journaliste spécialisé de la chaîne. Le commentateur leur a partagé son expérience, sa passion pour le sport ainsi que donné des conseils pour commenter un match à la radio et à la télévision.

Nos Quartiers ont du Talent : un programme de mentorat professionnel dédié aux jeunes diplômés

Depuis 6 ans, le pôle Media soutient Nos Quartiers ont du Talent (NQT) qui propose un dispositif d'aide à l'emploi aux jeunes diplômés issus de milieux défavorisés. Depuis octobre 2021, le groupe soutient également le programme d'entrepreneuriat de l'association pour permettre d'accompagner 100 jeunes pendant 3 ans. Dans ce cadre, NQT a déjà organisé le 2e «hub entrepreneurs» au sein du campus Altice France en juillet 2022. Une dizaine de jeunes entrepreneurs ont été coachés par des experts sur leur stratégie marketing, communication, juridique et financière. Ces derniers ont ensuite participé à un concours de pitch devant un jury. Le lauréat de cette seconde édition a pu bénéficier d'un reportage sur BFM Business ainsi que d'une subvention financière pour l'aider dans le développement de son projet.

Le Collectif pour l'Emploi : se mobiliser autour d'une cause commune

Le Collectif pour l'Emploi, initié par 6 fondations d'entreprise, dont la Fondation SFR, crée des solutions pour l'emploi telles que le Parcours Ecole-Entreprise de la Seine-Saint-Denis qui aide les élèves de SEGPA à avoir les bons outils et les bonnes informations afin de faciliter leur orientation et leur entrée dans le monde professionnel.

Les parcours Ecole-Entreprise : accompagner les jeunes dans leur projet scolaire et professionnel

Fédération de 17 associations, agréée par le Ministère de l'Education Nationale, de la Jeunesse et des Sports et partenaire de la Fondation SFR, Les Idéateurs interconnectent l'école et l'entreprise. il s'agit de faire grandir tous les potentiels à travers le programme Mini-Entreprises Parcours Ecole-Entreprise, né du Collectif pour l'Emploi. Ce parcours de 2 ans offre une expérience entrepreneuriale concrète aux collégiens en 4ème et 3ème SEGPA de Seine-Saint-Denis.

28 collèges engagés
16 mentors
543 jeunes accompagnés

La mise en lumière de parcours professionnels inspirants

Actrices de l'insertion professionnelle et sociale, la Fondation SFR et les 20 associations regroupées au sein de L'Ascenseur agissent auprès des jeunes pour les aider à surmonter les difficultés et les obstacles qu'ils peuvent rencontrer dans leur parcours académique, professionnel et personnel. Ensemble, L'Ascenseur et la Fondation SFR se sont associés à BFM Business et à RMC Story dans l'élaboration d'un programme TV et digital de témoignages présentant des parcours professionnels inspirants.

7 parcours de vie

« Exemplaires » :
Portraits inspirants, en partenariat avec la Fondation SFR - YouTube

La deuxième saison de ce programme présente 7 parcours de vie inspirants de jeunes accompagnés, par le passé, par des associations de L'Ascenseur et qui avancent aujourd'hui avec confiance dans leur parcours professionnel. L'objectif de ce programme est de transmettre un message d'espoir et d'optimisme à la nouvelle génération, mais également de sensibiliser les décideurs économiques et politiques sur la nécessité de faire confiance à des talents plus représentatifs de la pluralité de notre société.

L'engagement pour révéler le talent des jeunes femmes

L'association Rêv'Elles s'engage depuis 2013 pour l'égalité des chances. Elle œuvre pour une meilleure orientation professionnelle des jeunes filles de 14 à 20 ans issues des milieux populaires. Son action passe par la mise en place d'un dispositif d'accompagnement d'une durée de 9 mois composé de coachings collectifs et individuels, ainsi que d'ateliers leur permettant de travailler sur leur projet professionnel.

En 2022, l'association a accompagné 252 nouvelles bénéficiaires et 245 alumnae grâce au soutien de la Fondation SFR. À travers ce partenariat initié il y a 5 ans, la Fondation SFR organise régulièrement des rencontres entre ces jeunes filles et des salariées des entreprises du groupe Altice France (SFR, BFMTV, BFM Business, RMC Story et RMC Découverte). En février 2022, une journée « Rêv'Elles Moi SFR » organisée au sein du campus du groupe Altice France, pour les bénéficiaires d'Île-de-France. Au total, 19 salariées « Rôles Modèles » se sont engagées tout au long de l'année pour présenter leur parcours professionnel, inspirer ces jeunes filles et les guider à leur tour.

SANDRINE PINCIN
Responsable de service
Direction Réseau et service

« Grâce à cet engagement je m'aperçois qu'on donne beaucoup, mais en fait on reçoit énormément. Ça apporte vraiment beaucoup de fierté de transmettre des conseils, des encouragements à ces jeunes filles et de les voir s'épanouir. De participer à ces échanges avec elles, c'est aussi très inspirant pour moi parce que ça m'ouvre le champ de mes possibles à moi et puis de l'espoir car ces jeunes filles sont tellement motivées qu'elles me donnent beaucoup d'espoir en l'avenir. »

Voir le témoignage de Sandrine Pincin

II. La mobilisation des salariés et des clients en faveur de l'égalité des chances

Le parrainage d'une association

L'implication des salariés constitue la clé du succès de l'engagement du groupe Altice France. Ceux-ci peuvent s'engager à travers le parrainage d'une association.

30 associations bénéficiaires avec des soutiens de 5 000 € et 10 000 € pour les associations coups de cœur

Dans le cadre de sa démarche responsable et citoyenne, SFR, via sa Fondation, a mis en place différents dispositifs d'engagement des salariés dont le Fonds de Soutien Citoyen qui permet aux salariés de parrainer un projet associatif. 1 073 associations ont ainsi été soutenues par des salariés SFR depuis 2006. Chaque année, la Fondation SFR sélectionne des associations qui ont pour objectif commun de favoriser l'insertion professionnelle, sportive ou culturelle, l'inclusion numérique, l'accompagnement de jeunes issus de milieux modestes, le soutien aux publics en situation de fragilité (précarité, handicap, etc.) ou la lutte contre toutes les formes de discrimination.
Parmi 55 associations ayant déposé leur candidature au Fonds de Soutien Citoyen de cette année, 30 d'entre elles ont bénéficié d'une subvention de 5 000 euros par la Fondation SFR. Les salariés ont notamment participé à l'élection des trois projets coups de cœur et leurs votes se sont dirigés vers les associations Les Chiens guides d'aveugles d'Île-de-France, Accès-Cité et la Maison Familiale Rurale St Symphorien-Hédé qui ont ainsi reçu 5 000 euros supplémentaires.

Le mentorat

Depuis sa création en 2004, Article 1 accompagne des jeunes talents issus de milieux modestes dans leur réussite académique et professionnelle, notamment par le biais du mentorat et du programme de pré-incubation « Tous Entrepreneurs ». Depuis 18 ans, 1 725 jeunes mentorés ont été accompagnés individuellement par près de 1 508 salariés engagés de SFR. En 2022, grâce au soutien de la Fondation SFR, 1 125 jeunes entre 16 et 25 ans ont pu être suivis par l'association.

En 2022, Article 1 poursuit le développement de sa plateforme DEMA1N.org qui démocratise le mentorat afin que des salariés ou des indépendants bénévoles accompagnent des étudiants dans leur réussite scolaire et professionnelle. À travers la Fondation SFR, le groupe se mobilise en relayant sur BFM Business, ainsi qu'en interne, la campagne publicitaire destinée à promouvoir cette plateforme dédiée au mentorat.

Article 1
PRENDRE LE POUVOIR SUR L'AVENIR

Le mécénat de compétences

SFR est la première entreprise française à avoir négocié, dès 2006, un accord d'entreprise à propos du mécénat de compétences permettant aux salariés de s'impliquer dans une association sur leur temps de travail. Tous les salariés de l'UES SFR peuvent s'engager entre 2 et 8 jours par an en faveur d'une ou plusieurs actions associatives. S'agissant des salariés en fin de carrière, ils peuvent consacrer 20 % de leur temps de travail à une association. Une plateforme d'engagement solidaire a été lancée en avril 2020 afin de permettre aux salariés de réaliser une action solidaire auprès d'une association qui a besoin de bénévoles. Elle compte plus de 4 000 missions disponibles. En 2022, plus de 2 160 salariés étaient inscrits sur la plateforme et plus de 240 actions solidaires ont été menées à bien.

+ de 240 actions solidaires

+ de 2 160 salariés inscrits

+ de 4 000 missions disponibles

L'implication des clients dans nos engagements

Depuis 2013, SFR propose à ses clients de soutenir des associations partenaires en souscrivant une « option solidaire ». Grâce à cette option sans engagement, 1 € par mois est facturé au client et est intégralement reversé à l'association. Près de 39 700 € ont été reversés à Emmaüs Connect en 2022. SFR a également lancé fin 2020 un nouveau choix d'options auprès des abonnés SFR et RED. Ils peuvent désormais reverser 1 € par mois à la Fondation des Hôpitaux afin d'améliorer le quotidien des patients, des soignants et des aidants au sein des hôpitaux.

EMMAÜS CONNECT

fondation des hopitaux

III. Diversité

La valorisation de la diversité

RMC Story s'engage auprès de 52 associations

Convaincu que la diversité est facteur de dynamisme social, d'innovation et d'efficacité économique, le groupe Altice France l'a inscrite au cœur de sa politique de responsabilité sociétale. Le groupe veille à valoriser des visages pluriels au sein de ses médias. Cette volonté de refléter la pluralité des opinions et la diversité de la société française se traduit dans les choix éditoriaux des différentes rédactions et chaînes du groupe.

Lancée en 2018, RMC Story est la chaîne des histoires vraies, ancrée dans le réel de notre société et motrice sur la représentation et la promotion de la diversité. RMC Story s'engage chaque année auprès de 52 associations à travers la production et la diffusion d'un programme court hebdomadaire intitulé « Engagez-vous », en faveur de la cohésion sociale et de la diversité sur le territoire français.

Emission « Engagez-vous » sur RMC story
présentée par Aïda Touihri

BFMTV a cofondé « Vu des Quartiers », une association visant à créer un annuaire d'habitants et d'acteurs dans les quartiers prioritaires, à destination des journalistes. L'objectif est de créer un lien direct entre la presse et les quartiers pour un traitement médiatique plus juste, plus équilibré, plus proche du terrain et du quotidien. L'outil, soutenu par le Ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales ainsi que par l'Agence Nationale de la Cohésion des Territoires, a été mis en ligne en 2021.

vu des QUARTIERS

150 interventions d'éducation aux médias et à l'information auprès de 1 680 bénéficiaires

LA CHANCE
Pour la diversité dans les médias

BFM et RMC sont partenaires de La Chance, une classe préparatoire aux concours des écoles de journalisme. Cette formation gratuite de 8 mois est réservée aux étudiants boursiers, souvent issus de quartiers populaires ou de zones rurales isolées. L'objectif est de promouvoir la diversité au sein des écoles de journalisme. Chaque année, 80 étudiants sont accompagnés par l'association. En 2022, grâce au soutien du groupe, 73 % des étudiants ont été admissibles aux concours des écoles de journalisme et plus de 2 étudiants sur 3 ont intégré une formation en journalisme reconnue.

Enfin, convaincu que la diversité est facteur de dynamisme social, d'innovation et de performance, SFR est partenaire depuis 10 ans de Mozaik RH et de sa Fondation qui agissent contre les discriminations à l'emploi.

La Fondation SFR soutient, notamment, depuis son lancement en 2018, la plateforme inclusive « Mozaïkstalents.com ». Elle a pour objectif de démultiplier les mises en relation des entreprises avec des candidats évalués non plus uniquement sur leur CV mais sur leur potentiel et leur personnalité. Au-delà du soutien financier de la Fondation SFR, les antennes du groupe se mobilisent régulièrement pour mettre en lumière les actions développées par Mozaïk RH : participation à des émissions, relais des grandes campagnes annuelles de sensibilisation de l'opinion publique, etc.

Enfin, le groupe est partenaire du mouvement pour l'inclusion économique initié par la Fondation Mozaik en avril 2022 et a participé au Sommet de l'inclusion économique qui s'est déroulé le 29 novembre à Bercy (participation d'Arthur Dreyfuss, Président-directeur général d'Altice France, à une table ronde sur les enjeux de la diversité pour une entreprise, animation d'un atelier de présentation de nos métiers, rencontre de jeunes talents avec Arnaud de Courcelles, Directeur général de BFM Business, etc.).

Mozaïk FONDATION

SOMMET DE L'INCLUSION ÉCONOMIQUE

Un accès facilité à la santé pour tous et une amélioration de la prise en charge des populations fragilisées

Le groupe Altice France se mobilise depuis plus de 20 ans en faveur de la santé. En s'engageant auprès du Sidaction et de la Fondation des Hôpitaux, les pôles Télécoms et Media œuvrent pour que chacun ait la possibilité d'accéder aux services de santé. Intelcia s'est investie de son côté en 2022 pour la lutte contre le cancer du sein et a contribué à l'effort hospitalier des territoires où elle est implantée.

Des actions pour la santé avec la Fondation des Hôpitaux et l'opération Pièces Jaunes

Le pôle Télécoms est partenaire de la Fondation des Hôpitaux depuis plus de 10 ans, avec notamment le soutien de l'opération Pièces Jaunes, renouvelé tous les ans. D'une part, SFR collecte des fonds pour l'opération grâce à une campagne de SMS diffusée auprès de ses abonnés, qui peuvent faire un don par SMS débité sur leur facture téléphonique. D'autre part, le pôle Télécoms relaie la campagne de dons dans toutes ses boutiques, sur ses sites Internet, ses applications et auprès de ses salariés. La campagne TV et radio des Pièces Jaunes est également diffusée sur toutes les antennes du pôle Media du groupe Altice France, notamment BFM et RMC. Les montants collectés sont attribués au programme de « Transition », qui répond aux besoins des adolescents souffrant de maladies chroniques qui passent d'un système médical pédiatrique à une prise en charge en médecine adulte.

La Maison Des Adolescents : un espace pour les jeunes en souffrance physique et psychologique

Grâce à une mobilisation exceptionnelle en 2022, SFR a pu collecter 120 000 € et participer à la rénovation et l'extension des locaux de la Maison Des Adolescents 13Nord à Salon-de-Provence. Cette association accueille chaque année des jeunes entre 11 et 25 ans en souffrance physique et psychologique. L'objectif de la MDA 13Nord est d'accompagner, d'orienter, de prendre en charge des jeunes exposés à des situations de risque et de leur entourage adulte ainsi que de conduire des actions de prévention collectives en direction des jeunes.

Photo d'illustration - ©Fondationdeshopitaux

Pasteurdon.fr

Les antennes d'Altice Media sont partenaires de l'Institut Pasteur. Elles apportent tous les ans leur soutien à la campagne Pasteurdon en diffusant les moyens de collecte pour défendre la recherche médicale.

Pour cette 16e édition, 6 journalistes du groupe se sont mobilisés en tant que parrains pour sensibiliser le grand public à ces enjeux.

Plus de 20 ans d'engagement auprès du Sidaction

Le groupe Altice France est engagé aux côtés du Sidaction. Depuis 22 ans, SFR met gracieusement à la disposition du Sidaction l'infrastructure télécoms et les services permettant d'acheminer les appels des donateurs vers les différents centres de réception téléphoniques ouverts pour l'opération. Cette prestation permet au Sidaction d'être autonome et de gérer au mieux l'arrivée des appels des donateurs et leur répartition sur les centres d'appels partenaires. Grâce à cette infrastructure, le Sidaction peut également, en toute autonomie, consulter les statistiques de trafic et les heures d'affluence des appels.

Pour la deuxième année consécutive, 62 salariés bénévoles du groupe Altice France ont pris les appels depuis chez eux, de 20 h à minuit. SFR a ainsi dû modifier la structure de réception de son centre d'appels, qui se tenait habituellement dans ses locaux.

Les chaînes BFMTV, RMC, RMC Découverte et RMC Story se sont mobilisées en diffusant gratuitement la campagne d'appel aux dons, ainsi que le spot mettant en scène les parrains et marraines de cette édition 2022.

Intelcia s'engage en faveur de la santé et lutte contre le cancer du sein

En France, Intelcia a apporté son soutien à Courir en Ardenne. Cette association culturelle organise annuellement la course solidaire Les Foulées Roses du Sedan-Charleville qui a pour but de soutenir la lutte contre le cancer du sein. Une partie des collectes est reversée au Comité Départemental de la Ligue Contre le Cancer au profit de la campagne de sensibilisation au dépistage. En 2022, 60 collaborateurs ont participé à cette course.

En Côte d'Ivoire, Intelcia a soutenu financièrement la Ligue Ivoirienne de Lutte Contre le Cancer (LICC).

Autre fait marquant, Nadia Ben Bahtane, Directrice de la Marque et Engagement chez Intelcia, a nagé sur plusieurs kilomètres dans la région d'Agadir, en partenariat avec l'association Ruban Rose qui lutte également contre le cancer du sein. Cet exploit, jamais réalisé auparavant et largement applaudi, a été réalisé sous la bannière « Nager à contre cancer ». L'action se poursuit depuis lors sous le nom de « Pink Wave ».

Plus globalement, Intelcia se mobilise auprès des acteurs actifs dans le secteur de la santé au sein de ses territoires d'implantation. Entre autres actions, une campagne de don du sang a été organisée au Sénégal en collaboration avec le Centre National de Transfusion Sanguine.

Un engagement au cœur des territoires et au service des communautés

Intelcia a pour spécificité d'être implantée dans près d'une vingtaine de pays, notamment en Afrique et dans l'océan Indien. L'implantation locale est donc primordiale, afin que les activités du groupe puissent s'organiser en accord avec les réalités propres à chaque territoire.
Afin de se développer avec les communautés locales, Intelcia est engagée dans de nombreuses actions visant à soutenir leurs structures dans différents domaines : santé, monde éducatif, vulnérabilités, etc. Le groupe accompagne autant les mesures ponctuelles nécessitant un mécénat d'urgence, que les partenariats de longs termes. La particularité d'Intelcia réside dans le fait d'impliquer ses collaborateurs dans ses actions, et de favoriser les initiatives que ceux-ci mettent en avant.

Au Maroc, Intelcia a apporté son soutien à des associations comme Tifaouine, Azghart ou encore SOS Villages d'Enfants, afin de distribuer des paniers alimentaires, des couvertures et reverser les dons effectués par ses collaborateurs au profit des populations vulnérables situées dans des régions défavorisées. De même, à Madagascar, Intelcia a réalisé une campagne de distribution des paniers de produits de première nécessité, et une campagne de distribution de repas chauds pendant l'hiver afin de venir en aide aux personnes en situation précaire.

Aussi, Intelcia s'est engagée avec l'association Ndir Lkhir au Maroc, qui a pour vocation d'aider les plus démunis dans le domaine social, éducatif et médical, et ce dans le cadre du projet "Dari B7al Nass" (qui signifie littéralement « avoir une maison comme tous les autres gens »). Ce projet soutient les familles dans le besoin, vivant notamment dans des habitats insalubres ou dans des zones reculées, d'accéder à un logement social décent. Elle accompagne l'employabilité du ou des parents et aide à la scolarisation des enfants. Intelcia a apporté son soutien à cette association en réalisant une plateforme web pour la collecte de dons.

La dynamisation du tissu local

Côté éducation, Intelcia Maroc a pris en charge l'abonnement premium de 100 élèves bacheliers auprès de KEZAKOO, une entreprise sociale qui opère dans l'éducation à travers tout le Maroc, via une plateforme de cours de soutien et de capsules vidéos pour les collégiens et les lycéens. Cet abonnement leur a donné accès à différents cours de soutien dans différentes matières. L'enquête auprès de ces 100 bacheliers a permis de constater une augmentation de la note entre le 1er et le 2e semestre de 1.85 points.

kezakoo

Enfin, comme chaque année, Intelcia a participé au tournoi de football des écoles PIES au Sénégal. L'engagement des collaborateurs d'Intelcia a permis la formation de 5 équipes. Les frais de participation à ce tournoi ont permis d'inscrire 5 enfants défavorisés à l'école.

Au Maroc, Intelcia favorise l'implication de ses collaborateurs et soutient les start-ups comme les entreprises sociales dont la mission s'inscrit dans les orientations RSE du groupe. Cet engagement renforce le tissu local et crée de l'emploi indirect.
Ainsi, Intelcia est partenaire de KEZAKOO, entreprise sociale œuvrant dans l'éducation. Elle accompagne l'association sur son dispositif de gestion de la relation client en mettant en place des outils et des enquêtes de satisfaction

Intelcia continue aussi à accompagner Moroccan Magic. Cette associaiton chapeaute une soixantaine de coopératives et d'artisans dans différentes régions du Maroc et les aide dans leur stratégie de marketing digital. En 2022, les équipes d'Intelcia et celles de Moroccan Magic ont collaboré pour :

- mettre à jour l'interface graphique de la plateforme de vente en ligne des coopératives ;
- l'affinement du design et la création d'un nouveau logo ;
- lancer des campagnes marketing sur les réseaux sociaux, avec notamment la conception d'une vidéo institutionnelle et la réalisation de shooting photos.

Ce faisant, Intelcia contribue aux efforts pour accroître l'indépendance économique de ces coopératives qui, pour un grand nombre d'entre elles, sont constituées de femmes.

Le numérique : une chance pour tous

En tant qu'acteur majeur des Télécoms en France, SFR est convaincu que tous les citoyens doivent avoir un accès égal aux services numériques. L'usage de la téléphonie mobile et d'Internet constitue un levier majeur d'insertion sociale et professionnelle pour les personnes en situation de précarité ou d'exclusion. L'inclusion numérique est par conséquent un sujet au cœur des préoccupations de l'entreprise.

JULIE LESEUR
Déléguée générale de la Fondation SFR,
Responsable de l'engagement du groupe

« SFR a fait du défi de l'inclusion numérique une priorité depuis plus de 10 ans en participant à la création d'Emmaüs Connect qui est aujourd'hui l'association de référence en matière d'illectronisme et d'inclusion numérique. SFR, en partenariat avec Emmaüs Connect, agit autour de trois priorités : équiper, connecter et accompagner sur les compétences essentielles. »

Fondation SFR

« La crise sanitaire a mis en lumière l'urgence que représente le combat contre l'exclusion numérique et sociale. Il faut sensibiliser les citoyens et les acteurs de terrain pour que la mobilisation ne faiblisse pas. Aux côtés de l'État et de SFR, partenaire historique qui nous permet d'agir au quotidien auprès des publics en situation de précarité, nous menons des projets ambitieux d'inclusion numérique pour connecter, équiper et accompagner davantage sur tout le territoire. »

EMMAÜS CONNECT

MARIE COHEN-SKALLI
Co-directrice d'Emmaüs Connect

Un accès et un usage du numérique facilités

SFR s'engage depuis 10 ans dans l'inclusion numérique et a notamment participé à la création d'Emmaüs Connect qui est aujourd'hui l'association de référence sur ce sujet. Grâce au soutien de SFR et de sa Fondation, Emmaüs Connect met à disposition du matériel solidaire dans ses 13 espaces de solidarité. L'association propose également un accompagnement à l'acquisition de compétences numériques essentielles.

En 2022, 1 252 066 Go et 172 632 recharges prépayées ont été offerts pour permettre aux plus démunis d'accéder à Internet et aux services essentiels (démarches administratives, recherche d'emploi, etc.).

Des espaces de solidarité numérique

L'espace Emmaüs Connect Paris Sud - Maison Blanche, situé dans le 13e arrondissement, a été rénové en 2022. Les centres d'accueil de l'association permettent aux personnes en situation de précarité numérique d'accéder à des équipements informatiques et d'être accompagnés dans leur utilisation. Au total, plus de 135 000 personnes ont ainsi pu être aidées depuis la création d'Emmaüs Connect, dont 23 044 en 2022.

Les relais numériques

Grâce au soutien de SFR, Emmaüs Connect a notamment déployé son réseau de Relais Numériques pour outiller les structures sociales désireuses de faire de l'inclusion numérique. 375 structures ont déjà intégré le dispositif et 7 500 personnes ont bénéficié d'un accompagnement gratuit qui leur a permis d'acquérir un bagage numérique minimum : prise en main d'un ordinateur ou d'un smartphone, navigation sur Internet, utilisation d'une boîte mail, etc.

Un numérique accessible à tous avec LaCollecte.tech

SFR a participé, en novembre 2020, au lancement de « LaCollecte.Tech », la première plateforme solidaire destinée à recueillir les dons de matériel usagé des entreprises pour équiper des personnes exclues du numérique. En tant que premier donateur privé, SFR s'est engagé à donner chaque année le matériel informatique inutilisé (ordinateurs, écrans, accessoires, etc.) pour soutenir ce projet au cœur de l'économie circulaire avec un triple impact social, environnemental et économique. En 2022, ce don s'élève à plus de 3 400 équipements, qui sont remis en état par des reconditionneurs solidaires (Ateliers du Bocage, Trira, Ateliers Sans Frontières, etc.). Ensuite, ce matériel informatique est proposé à tarif solidaire dans les espaces de solidarité d'Emmaüs Connect, mais aussi auprès des partenaires associatifs, pour que des personnes en situation de précarité numérique puissent être équipées à leur tour.

LaCollecte.tech

Un plan d'urgence numérique pour les réfugiés ukrainiens

En 2022, SFR et Emmaüs Connect ont mis en place un dispositif d'urgence en faveur des réfugiés ukrainiens. Des kits de connexion solidaire ont été gracieusement fournis pour leur permettre de téléphoner à leurs proches et d'être connectés à Internet pour suivre la situation sur place. Ces kits d'urgence numérique ont été distribués par Emmaüs Connect dans ses espaces de solidarité qui couvrent l'ensemble du territoire français et par ces partenaires associatifs. Au total, ce sont plus de 500 000 Go de data qui ont été donnés par SFR.

La Fondation SFR et Emmaüs Connect se sont mobilisés à bord du ferry « Le Méditerranée » de Corsica Linea en faveur des réfugiés ukrainiens :

- 1 600 réfugiés ukrainiens acueillis à bord du navire de la compagnie pendant deux mois ;
- 800 kits d'urgence numérique, composés de cartes SIM et de data Internet, distribués à bord du ferry ;
- distribution aux familles à bord d'une documentation traduite en ukrainien et en russe.

Des formations aux métiers du numérique pour les publics fragiles

SFR, dans le cadre de son obligation légale de revitalisation des territoires, a soutenu en 2022 plusieurs associations œuvrant pour le développement d'un numérique inclusif et solidaire. Afin de faciliter l'insertion professionnelle et sociale des publics fragiles, des formations aux métiers du digital ainsi qu'à la profession de technicien Data Centers sont dispensées respectivement par Simplon et Les Plombiers du Numérique. Les associations accompagnent les bénéficiaires jusqu'à leur embauche, notamment en les mettant en relation avec les entreprises du territoire. Grâce au soutien de SFR, 98 personnes ont participé à une de ces formations pré-qualifiantes et 73 d'entre elles ont été embauchées par la suite.

SIMPLON.CO

LES PLOMBIERS DU NUMÉRIQUE

Des actions au cœur des territoires avec WeTechCare

Voir la webconférence

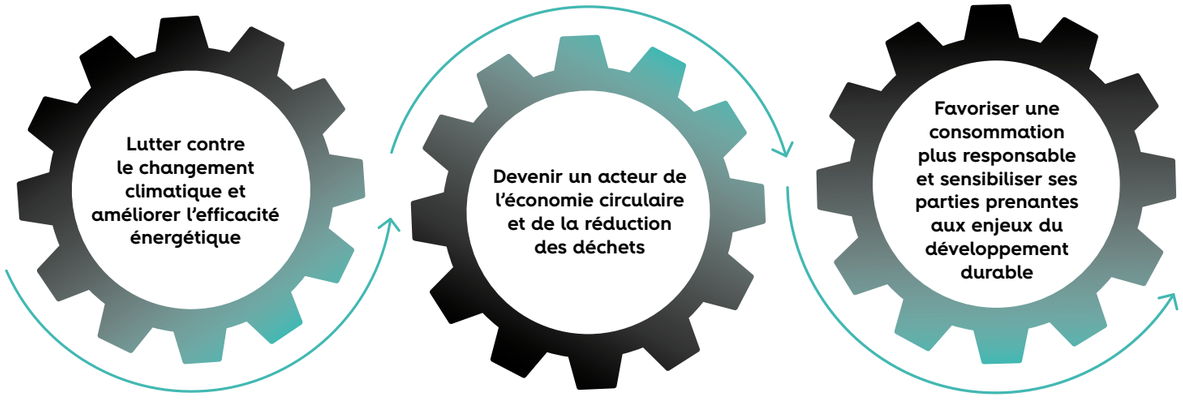
WeTechCare, cofondée par la Fondation SFR, lutte pour réduire la fracture numérique en permettant à chacun d'accompagner à son échelle des publics en difficulté. Au travers de sa plateforme LesBonsClics, l'association informe sur les enjeux de l'inclusion numérique et propose aux aidants des contenus pour se former sur les compétences essentielles à transmettre.

SFR et WeTechCare accompagnent depuis 5 ans les opérateurs de service public, les collectivités et les acteurs de l'insertion dans leur stratégie d'inclusion numérique. Ainsi, SFR et l'association organisent régulièrement des webconférences afin d'aider les territoires à prendre en compte l'inclusion numérique dans leurs politiques publiques.

Le groupe Altice France, engagé en faveur de l'environnement

Les acteurs économiques et sociaux sont plus que jamais confrontés aux défis de la préservation de l'environnement et de la lutte contre le changement climatique. La publication du rapport du Groupe d'experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat (GIEC) à l'été 2021, les différentes COP[1] et l'augmentation de la fréquence des évènements climatiques extrêmes en 2022, favorisent la prise de conscience au niveau mondial de ces enjeux.

En raison de son implantation géographique étendue et de son statut d'acteur majeur du numérique en France, le groupe Altice France a renforcé en 2022 ses engagements environnementaux. Pour cela, il a décliné sa politique environnementale sur l'ensemble de ses pôles d'activité, au travers de 3 enjeux stratégiques :



(1) COP : Conférence des Parties (Conferences of the Parties)

Indicateurs clés de performance

ENJEUX	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE	2022
Changement climatique	✓	✓	✓	Consommations énergétiques Scope 1	34 GWh
	✓	✓	✓	Emissions de GES(1) Scope 1	14 445 t.CO_2
	✓	✓	✓	Consommations énergétiques Scope 2	1 120 GWh
	✓	✓	✓	Emissions de GES(1) Scope 2	53 075 t.CO_2
	✓	✓	N/D	Emissions de GES(1) Scope 3(2)	75 520 t.CO_2
	✓	N/A	N/A	Réduction annuelle de la consommation électrique ramenée à l'usage client	12 %
	✓	✓	✓	Emissions de GES(1) par collaborateur(3)	2,32 t.CO_2
	✓	✓	✓	Part des énergies renouvelables dans la consommation d'électricité	8 %
Economie circulaire	✓	✓	N/D	Taux de valorisation des déchets d'équipements électriques et électroniques	96 %
	✓	N/A	N/A	Part des box reconditionnées	99 %
	✓	N/A	N/A	Part des ventes entraînant une reprise mobile	30 %

N/A : Non-applicable ; **N/D** : Non-dit ; **N/C** : Non-consolidé

(1) Gaz à effet de serre
(2) En 2022, le Scope 3 comprend la consommation des box et des décodeurs chez les clients, les déplacements professionnels, les transports de la chaîne logistique et le Scope 3 des énergies.
(3) Scopes 1 et 2

J'avance avec Altice, un plan global et concret en faveur de la transition écologique

Depuis 2020, les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France s'inscrivent dans une démarche environnementale intégrée et globale, au travers du plan « J'avance avec Altice ». Ce plan se décline autour de trois axes : améliorer la performance environnementale des produits et services ; mobiliser les salariés, les clients et le grand public face au défi environnemental ; développer des infrastructures télécoms et une production audiovisuelle écoresponsables. Des objectifs ambitieux ont été définis sur l'ensemble des axes stratégiques du groupe Altice France et de nouvelles actions ont été lancées pour améliorer sa performance environnementale.

Parmi les mesures mises en place par les pôles Télécoms et Media pour favoriser un numérique plus responsable, des services innovants ont été développés pour permettre à leurs clients de réduire leur impact environnemental, un plan de sobriété énergétique a été déployé en 2022 assorti d'une large campagne de sensibilisation au numérique responsable.

En 2021, SFR a signé la charte d'engagements volontaires des opérateurs membres de la Fédération Française des Télécoms en faveur d'un numérique durable. Cette charte comprend notamment l'ambition d'atteindre la neutralité carbone sur les scopes 1 et 2 à horizon 2040 par des engagements pour limiter l'impact sur les ressources naturelles et l'ambition de mettre le numérique au service de l'environnement.

Les objectifs du groupe Altice France

ENJEUX	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	OBJECTIFS	2021	2022	TENDANCE
Changement climatique	✓	✓	N/A	Réduire de 50% les émissions de GES des Scopes 1 et 2 d'ici 2030 par rapport à l'année de référence 2020(1)	-15,01 %	+18,60 %	↗
	✓	✓	N/A	Contribuer à la neutralité carbone grâce à la réduction ou la compensation de l'ensemble des émissions des Scopes 1 et 2 d'ici à 2040(1)	-15,01 %	+18,60 %	↗

N/A : Non-applicable ; **N/D** : Non-dit ; **N/C** : Non-consolidé

(1) les valeurs 2021 ont été corrigées par rapports aux valeurs publiées dans la DPEF 2021, suite à un renforcement du contrôle interne

Politique environnementale d'Intelcia

La démarche environnementale du groupe Intelcia se structure et monte en puissance depuis plusieurs années.

En 2021, l'identification des meilleures pratiques adoptées par ses sites présents sur trois continents et la volonté de les uniformiser a donné naissance à la Charte d'écoresponsabilité d'Intelcia, signée par son Top Management. Cette charte décline les objectifs du groupe Altice France en les adaptant aux activités d'Intelcia et à son expansion géographique rapide. Afin de décliner les ambitions de la Charte d'écoresponsabilité sur l'ensemble de ses sites, le groupe Intelcia a réalisé, également en 2021, une refonte complète de sa direction des Moyens Généraux.

En 2022, dans la logique de cette déclinaison, un processus de reporting généralisé a été construit et mis en place dans l'ensemble du groupe Intelcia afin de suivre la performance par rapport aux objectifs de la Charte d'écoresponsabilité.

Enfin, en 2023, Intelcia prévoit de réaliser son bilan de gaz à effet de serre et d'agrandir son réseau de partenaires œuvrant à une meilleure gestion des déchets, thématique clé sur le continent Africain. En effet, les filières agissant pour l'économie circulaire y sont encore peu développées et parfois rendues inaccessibles par leurs prix, ou par les infrastructures qui n'existent pas toujours dans les pays d'implantation.

La Charte d'Ecoresponsabilité d'Intelcia

La charte s'articule autour de 3 objectifs prioritaires :

- réduire au maximum toutes les émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre ;
- réduire l'impact environnemental des achats et consommations, notamment en adoptant une approche circulaire du cycle de vie des produits ;
- éduquer et sensibiliser les collaborateurs ainsi que toutes les parties prenantes ; initier et soutenir des actions volontaires.

Ces 3 objectifs se déclinent autour de 6 thématiques : l'eau, l'énergie, les déchets et la circularité, les achats écoresponsables, la promotion de pratiques vertueuses et la gouvernance.

La lutte contre le Changement Climatique et en faveur de la Transition Energétique

I. Politique Bas-Carbone

S'il offre des perspectives de réduction des émissions de gaz à effet de serre, le numérique est également un secteur dynamique et en croissance dont les émissions augmentent chaque année. Le groupe Altice France, conscient de la responsabilité qui est la sienne, a renforcé sa politique bas-carbone pour se donner les moyens de contribuer au développement d'un numérique plus responsable. Le groupe a défini un plan d'action reposant sur les 3 piliers de référence : éviter, réduire et compenser. Il s'attache notamment à fiabiliser ses calculs d'impacts afin de réduire ses principales émissions de gaz à effet de serre et d'optimiser ses consommations d'énergie.

1. ÉVITER

Supprimer une activité ou un pan d'activité garantissant ainsi l'absence totale d'impacts directs ou indirects

2. RÉDUIRE

Réduire la durée, l'intensité ou l'étendue des impacts sans pour autant les supprimer totalement

3. COMPENSER

Compenser les impacts écologiques inévitables dans un souci de proximité géographique, avec une obligation de résultat et de pérennité

Bilan 2022 des consommations d'énergie et émissions du groupe Altice France

	GROUPE ALTICE FRANCE		TELECOMS		MEDIA		INTELCA	
	Consommations	Emissions	Consommations	Emissions	Consommations	Emissions	Consommations	Emissions
Scope 1	34 GWh	14 444 t. CO_2	30 GWh	13 391 t.CO_2	2 GWh	531 t.CO_2	2 GWh	522 t.CO_2
Scope 2	1 120 GWh	53 075 t. CO_2	1 095 GWh	46 629 t.CO_2	11 GWh	432 t.CO_2	14 GWh	6 014 t. CO_2
Scope 1+2	1 153 GWh	67 519 t. CO_2	1 125 GWh	60 020 t.CO_2	13 GWh	963 t.CO_2	16 GWh	6 536 t. CO_2
Scope 3	N/A	75 520 t. CO_2	N/A	74 495 t.CO_2	N/A	1 025 t.CO_2	N/A	N/D
Scope 1 à 3	N/A	143 039 t. CO_2	N/A	134 514 t.CO_2	N/A	1 988 t.CO_2	N/A	6 536 t. CO_2

Les pôles Télécoms et Media définissent des trajectoires de réduction des émissions de GES

En 2022, les pôles Télécoms et Media ont redéfini une stratégie carbone ambitieuse et évolutive. Cette stratégie vise à la fois à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre, à étendre le périmètre de calcul des émissions et à développer des partenariats avec des acteurs responsables afin de contribuer significativement et collectivement à la lutte contre le dérèglement climatique.

Les ambitions bas-carbone du groupe Altice France

Réduire de 40 %
ses émissions directes et indirectes d'ici à 2030 par rapport à 2022

Éviter, réduire ou compenser l'intégralité des émissions de CO_2
d'ici à 2040 sur les scopes 1 et 2

Éviter, réduire ou compenser l'intégralité des émissions directes et indirectes d'ici à 2050

Étendre le calcul du scope 3 pour réduire les émissions tout au long de la chaîne de valeur

Développer des services numériques permettant de contribuer à la neutralité carbone et à la préservation des écosystèmes (IT for green)

Compens'Actif : des espaces publicitaires neutres en carbone

Depuis janvier 2021, Altice Media propose aux annonceurs des espaces publicitaires neutres en carbone. Accompagnée par le cabinet expert EcoAct[1], la régie donne la possibilité aux annonceurs d'évaluer l'empreinte carbone de leurs campagnes digitales et de déployer une stratégie de compensation par des projets labellisés bas-carbone.

(1) https://eco-act.com/

Engagement Fret21 : SFR, chargeur engagé

En juillet 2022, SFR a adhéré au dispositif Fret21, initié par l'Association des Utilisateurs de Transport de Fret (AUTF) et l'Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME – Agence de la transition écologique) dans le but de mettre en œuvre des actions concrètes visant à limiter l'impact des transports sur le climat. Ce programme vient renforcer la démarche « Objectifs CO_2 » regroupant 1 000 entreprises de transport routier de marchandises et de voyageurs, opérante depuis 2009 et qui a déjà permis d'éviter plus d'un million de tonnes de CO_2 depuis 2009.

Fret21 est un dispositif volontaire permettant de calculer les émissions de CO_2 des transports de la chaîne logistique afin de mieux intégrer l'impact de ces derniers dans la stratégie de développement durable de l'entreprise.

Le pôle Media se mobilise pour sensibiliser le grand public

Acteur incontournable de l'information, le pôle Media du groupe est un relais essentiel pour la valorisation des enjeux environnementaux auprès du grand public et des entreprises. Ces sujets, notamment celui de la sobriété énergétique, sont traités au quotidien dans les journaux d'information, les chroniques, les émissions ou les choix d'invités, avec la mise en avant d'experts issus de divers secteurs d'activité.

BFMTV a ainsi innové en proposant un programme exceptionnel le 14 novembre 2022 : l'émission d'anticipation « 2050 : OUVRONS LES YEUX ! », présentée par Bruce Toussaint. Ce programme était basé sur les données scientifiques des rapports du GIEC et de l'Ademe. Ce concept original a offert aux téléspectateurs deux fenêtres différentes sur l'année 2050 : un scénario dans lequel des mesures ont été prises pour atteindre la neutralité carbone et limiter le réchauffement climatique et un autre dans lequel rien n'a été fait, avec pour effet un réchauffement de plus de 2,4°C et des conséquences dramatiques.

La Première ministre Élisabeth Borne était l'invitée spéciale de la chaîne pour réagir à ces deux visions de l'avenir, répondre aux questions de la rédaction et du public sur les actions entreprises par le Gouvernement et expliquer les 22 chantiers déployés par l'État français pour la mise en œuvre de la planification écologique.

Une approche cycle de vie

Dans la poursuite de ses engagements environnementaux et en lien avec ceux en matière d'économie circulaire, le groupe Altice France a inscrit en 2022 dans sa politique d'achats responsables Télécoms et Media le souhait de collecter les analyses de cycle de vie de ses équipements les plus impactants. De plus, le cycle de vie des box et décodeurs fait l'objet d'une attention toute particulière tant pour son calcul que pour la mise en place de plans d'action de réduction.

La réduction des impacts de la flotte de véhicules

Le groupe Altice France s'engage pour limiter sa pollution atmosphérique au travers du remplacement progressif de ses flottes de véhicules thermiques par des véhicules à faible émission.

Côté Intelcia, une politique ambitieuse a été instaurée. Elle comprend l'utilisation de véhicules hybrides en France et la limitation de l'attribution de nouvelles voitures dans le reste de ses pays d'implantation.

II. Plan de sobriété

En 2022, dans le contexte de la crise énergétique liée au conflit russo-ukrainien, le groupe Altice France a amplifié son plan d'action au service de la transition écologique par la mise en place de nouvelles mesures en faveur de la sobriété énergétique.

Côté Télécoms et Media

Des mesures sur les décodeurs et infrastructures télécoms

Dépassant le cadre de ses propres infrastructures et dans le but de permettre aux ménages de maîtriser leur consommation d'énergie, le groupe Altice France a déployé en novembre une mise en veille automatique profonde des décodeurs TV SFR. Avec ce mode plus poussé que la veille légère, SFR innove et permet de faire économiser jusqu'à 70 % de l'énergie consommée par l'appareil.

En parallèle, SFR effectue une revue complète des paramétrages de son réseau mobile afin de diminuer sa consommation en fonction du trafic. Cette revue s'accompagne d'un programme d'actions sur l'architecture du réseau qui permet une réduction énergétique tout en préservant la continuité et la qualité de service.

Un partenariat éditorial avec RTE et GRTgaz pour soutenir les dispositifs EcoWatt et EcoGaz

Depuis le 1er novembre 2022, BFMTV, BFM Business et les 10 chaînes BFM d'info locale, dans le cadre de leur mission d'information au service des Français, donne en temps réel, grâce aux partenariats avec RTE et GRTgaz, les alertes et conseils issus des dispositifs « EcoWatt » et « EcoGaz » pour une meilleure maîtrise des consommations en matière d'électricité et de gaz.

Cartes de France dédiées à ces alertes RTE et GRTgaz, reportages, interventions régulières des spécialistes météo et environnement ou habillage antennes, les chaînes ont donné une large place à la pédagogie pour favoriser la sobriété énergétique tout au long de l'hiver.

écowatt

écogaz

Un dispositif de sensibilisation et d'actions global à destination des salariés, des clients et de l'ensemble des Français

Le groupe Altice France a intensifié ses actions pour sensibiliser ses salariés via des campagnes de e-learning sur le numérique responsable et les écogestes, en favorisant la mobilité douce via des aides financières à l'achat ou sur les abonnements de vélo. De plus les consommations électriques des bâtiments ont été optimisées notamment via la limitation du chauffage et de la climatisation sur l'ensemble des sites Télécoms et Media (19°C en hiver et 26°C en été). Enfin, une attention particulière a été portée sur l'éclairage des enseignes et des vitrines de toutes les boutiques pour le réduire et l'éteindre de 22h à 8h30.

Le groupe Altice France a également mené une campagne pédagogique de sensibilisation aux écogestes numériques et en particulier autour de l'usage des box et décodeurs diffusée largement auprès de ses clients. Et, pour impliquer ses clients mais également l'ensemble des Français, le groupe a ouvert un appel à projet sur le thème « le numérique au service de la sobriété » afin de contribuer au développement d'initiatives énergétiques innovantes.

Côté Intelcia

Afin de soutenir le plan de sobriété français, les équipes d'Intelcia France ont mis en place une baisse des températures de 1 à 2°C selon les sites. Tous les sites sont passés à un éclairage par LED, moins consommateur que les ampoules ou néons traditionnels, et déclenché par détecteurs de mouvement afin d'optimiser au maximum les temps d'allumage.

III. Politique énérgétique

« En tant qu'acteur majeur du numérique, notre mission est d'apporter aux Français la meilleure expérience grâce à un réseau performant et efficient.

Soucieux de prendre en compte les enjeux actuels et prochains de nos parties prenantes, Altice France intègre pleinement le développement durable dans sa stratégie de conception et de déploiement : datacenters nouvelle génération, sobriété énergétique, réduction de l'utilisation de gaz polluants, etc.

Engagés pour un numérique innovant et plus responsable, nous comptons bien relever tous les défis que supposent cette ambition. »

OLIVIER TAILFER
Directeur Executif Réseau et Services
Altice France

Une stratégie énergétique des réseaux définie au plus haut niveau

Le système de management de l'énergie du pôle Télécoms, mis en place selon la norme ISO 50001, permet une optimisation et une maîtrise immédiate du réseau. Il améliore les fonctionnements et usages, en évitant les dysfonctionnements. Il permet également des effets sur le long terme grâce à une politique énergétique volontariste inscrite sur plusieurs années et revue annuellement pour être en accord avec les objectifs du groupe.

A travers la signature de sa nouvelle politique énergétique en 2022, le groupe Altice France confirme son engagement à faire de sa stratégie énergétique un pilier pour l'atteinte des objectifs de l'Accord de Paris et de la politique nationale en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre.

Les objectifs

Soutenir la réalisation des objectifs de la politique bas-carbone du groupe Altice France (cf. p. 26) notamment grâce aux actions visant à :

Réduire annuellement de 12 % la consommation énergétique ramenée à l'usage client (année de référence 2020) ;

Augmenter la part d'énergies renouvelables dans le mix énergétique ;

Prendre en compte les aspects énergétiques et environnementaux dès la conception du réseau et dans le choix des équipements ;

Favoriser l'utilisation de fluides frigorigènes plus performants avec un Potentiel de Réchauffement Planétaire (PRP) plus faible.

La stratégie de réduction des consommations énergétiques d'Intelcia

Réduction des consommations liées aux éclairages et à la climatisation

Poursuivant sa logique d'harmonisation des bonnes pratiques, Intelcia capitalise sur les expériences de ses différents pays d'implantation.

Ainsi, exemple a été pris des sites de Madagascar, où l'éclairage est intégralement assuré par des LED, et des actions ont été lancées sur les autres sites d'Intelcia pour remplacer de façon opportuniste les ampoules en place par des LED mais également installer des détecteurs de présence, programmer une veille des écrans en dehors des heures de travail et sensibiliser les agents de sécurité à l'extinction des lumières.

Au Maroc, un projet d'optimisation énergétique a été lancé en 2021 avec un pilote sur le site de Casablanca. Ce pilote a notamment permis, sur l'année 2021 de réduire de 15% la consommation électrique avec :

- le remplacement de 956 ampoules par des LED pour une réduction de 10 % de la consommation d'énergies ;
- l'optimisation de l'extinction généralisée et programmée des lumières à la fin des horaires de travail, pour une réduction d'environ 5 % des consommations du site.

Par ailleurs, les sites sénégalais se sont dotés d'un contrôleur d'allumage et d'arrêt de la climatisation afin de programmer ses cycles en fonction de la présence de collaborateurs sur site et généraliser son extinction en fin de journée.

Les achats responsables au cœur de la réduction de la consommation d'énergie

À l'image des engagements du pôle Télécoms dans sa politique énergétique, le groupe Intelcia a adopté des critères énergétiques dans ses choix d'achats de matériel informatique. Ainsi les gammes d'ordinateurs et d'écrans sont labellisées Energy Star et EPEAT (Gold ou Silver) et le renouvellement des gammes de serveurs et baies de stockage est lui aussi réalisé avec des modèles labellisés Energy Star depuis 2012.

IV. Les projets autour de l'énergie

Le réseau, au cœur des besoins et des décisions

Les consommations d'énergie du groupe sont principalement liées aux sites techniques qui constituent le réseau de télécommunications. Il représente environ 94 % de sa facture électrique globale. L'optimisation des consommations d'énergie est une priorité pour le groupe Altice France afin de répondre à l'un de ses principaux enjeux environnementaux. L'augmentation constante des usages des clients et le déploiement de la 5G pour y répondre induisent, en effet, une augmentation régulière de la consommation d'électricité du réseau.

Plus de 311 actions d'efficacité énergétique
engagées en 2022

1 632 MWh économisés
soit la consommation annuelle de presque 734 Français(1)

-11,8 % de consommation électrique ramenée à l'usage client en 2022,
témoignant de l'augmentation des usages numériques clients mais également de l'amélioration croissante de la performance énergétique du réseau

« Nous concevons, développons et exploitons notre réseau en intégrant les critères énergétiques au cœur de nos décisions. »

VIRGILIO GOMES,
Directeur DATACENTER

(1) https://selectra.info/energie/guides/conso/consommation-moyenne-electricite

Un système de Management de l'Energie au service de la transition énergétique

Dans cette optique, le groupe Altice France s'est engagé dans une démarche de certification volontaire de son système de management de l'énergie (ISO 50001) depuis 2015. Cette certification couvre l'ensemble des sites réseau de SFR, SFR Fibre, Completel et de la SRR, représentant pas moins de 94 % des consommations d'énergie du groupe. Les équipes de l'exploitation du réseau ont travaillé en ce sens en collaboration avec les principaux sous-traitants des datacenters.

Achat d'énergies renouvelables

Depuis janvier 2021, le groupe Altice France a opéré un choix fort en s'associant au fournisseur d'énergies français Ekwateur pour alimenter une partie de ses sites télécoms en énergies 100 % renouvelables.

En parallèle, SFR s'est engagé à alimenter une partie de ses sites 5G en énergies renouvelables.

Ainsi, depuis juillet 2021, les énergies renouvelables alimentent plus de 160 sites 5G.
Cette électricité, provenant de barrages hydroélectriques, d'éoliennes ou de panneaux solaires permet au groupe Altice France de réduire ses émissions carbone, mais aussi de contribuer au développement d'une production d'électricité 100 % française.

Plus de 92 Gwh
d'énergies renouvelables soit 8 %
des consommations électriques du groupe

Développement de projets solaires

Le groupe expérimente de nouvelles technologies afin de réduire son empreinte environnementale. Dans ce cadre, depuis 2021 SFR s'est lancé dans le déploiement d'antennes relais et 5G alimentées par des panneaux solaires et deux projets innovants ont été développés en 2022.

Le premier projet concerne le déploiement et la mise en service du **1er relais de transmission mobile « off-grid » (hors réseau électrique), alimenté à 100 % avec des panneaux photovoltaïques**.

Une solution écoresponsable, qui permet d'apporter l'ultra haut débit dans les zones isolées. Les panneaux photovoltaïques fournissent 100 % de l'énergie nécessaire au bon fonctionnement du relais, soit environ 500 Watt.

Ce projet innovant répond aux nouveaux besoins à la croisée entre accessibilité et environnement dans lesquels le groupe Altice France s'inscrit pleinement au travers de sa démarche de développement durable :

- étendre la couverture du réseau mobile 4G/5G pour répondre aux nouveaux usages et améliorer la qualité et l'accessibilité des services dans des zones rurales et isolées, et qui ne peuvent pas être raccordées au réseau électrique ;
- verdir le réseau en limitant l'utilisation de carburant pour l'alimentation et la maintenance des antennes. Le système d'alimentation solaire est dimensionné pour assurer une autonomie totale de 7 jours ;
- éviter 500 tonnes de CO_2 au bout de 30 ans, en comparaison à un site classique raccordé au réseau électrique ;
- assurer la fin de vie de l'installation au travers d'un partenariat de recyclage des panneaux photovoltaïques et des batteries.

Le second projet développé par le groupe Altice France a permis de déployer 3 antennes pour la 2G/3G/4G et 3 antennes à faisceaux orientables pour la 5G en autoconsommation grâce à l'installation de panneaux photovoltaïques en région Bordelaise.

Utilisation de la chaleur fatale de nos Datacenters

Afin de rendre son réseau toujours plus efficient et de s'intégrer pleinement dans une démarche de numérique responsable, le groupe Altice France innove et se lance dans la récupération de la chaleur fatale de ses installations.

A ce titre, le groupe Altice France souhaite utiliser la chaleur produite par son datacenter de Strasbourg pour contribuer à chauffer la piscine municipale. Grâce à ce projet de récupération de chaleur fatale, c'est plus de 12 000 000 kWh par an qui pourront être injectés, soit la consommation de plus de 2 500 foyers[1].

A l'heure où la sobriété énergétique est une nécessité, ces constats démontrent l'investissement de toutes les équipes engagées dans l'amélioration de la performance énergétique du groupe.

(1) https://selectra.info/energie/guides/conso/consommation-moyenne-electricite

Vers une économie circulaire : écoconception et limitation des déchets

I. Le programme Greener Altice

Fin 2020, le groupe Altice a lancé son programme, Greener Altice. Global et responsable. Il concerne l'ensemble des équipements vendus par le groupe et se décline en 3 plans d'action : les équipements fixes, les smartphones et les accessoires.

ELODIE BETRON
Responsable Greener Altice
et Responsable Roadmap Produit
groupe Altice

« Le programme « Greener Altice », lancé en Novembre 2020, illustre la volonté du groupe Altice de renforcer son engagement environnemental sur l'ensemble de ses territoires d'implantation.

Il s'agit d'un programme transverse qui mobilise tous les opérateurs du groupe pour atteindre un objectif commun : réduire l'empreinte environnementale de nos produits (smartphones, accessoires, box, et décodeurs).

Ainsi, nos équipes traduisent les principes de l'écoconception et appliquent ses méthodes sur l'ensemble du cycle de vie de nos nouveaux produits - sans compromis sur la qualité ni les performances. »

Des box écoconçues

La fabrication des box est en enjeu important pour la réduction de l'empreinte environnementale d'Altice, c'est pourquoi le groupe s'engage dans l'écoconception de ses produits. En 2021, Altice a développé un cahier des charges spécifique à l'écoconception de ses box et a rendu obligatoire son suivi pour tous ses nouveaux produits.

Charte d'écoconception des box

Le cahier des charges impose de nombreux critères environnementaux, tels que :

- l'optimisation des poids et volumes afin de réduire la quantité de matériel nécessaire à la production et optimiser le transport ;
- l'obligation d'incorporer a minima 50 % de matière recyclée dans les boîtiers en plastique ;
- l'optimisation de la durée de vie des box qui devront assurer un total de 400 000 heures d'utilisation en moyenne ;
- la recherche de réduction de la consommation énergétique des équipements, priorité importante pour le groupe Altice, au travers de la mise en place de modes spécifiques de logiciel ;
- la poursuite de l'excellence en matière de facilité de reconditionnement, afin que les box puissent être réparées et démantelées le plus simplement possible en veillant aussi à ce que les pièces détachées soient facilement remplaçables ;
- le suivi strict, pour les emballages, de la charte d'écoconception. À ce titre, l'utilisation du papier, notamment, a été réduite au minimum grâce à l'impression des instructions d'installation directement sur le carton, en encre végétale.

50 %
de plastique
recyclé minimum

Charte emballage

La pollution issue du plastique représente un défi majeur pour la préservation de l'environnement. Or, le marché des emballages représente à lui seul près de la moitié de tous les déchets plastique produits dans le monde et plus de 40 % du plastique n'est utilisé qu'une fois, avant d'être jeté[1].

Conscient de l'impact de cette pollution, le groupe Altice France s'est doté d'une charte d'écoconception spécifique pour ses emballages. Ainsi, depuis 2022, 100 % des nouveaux produits du groupe se conforment à cette charte.

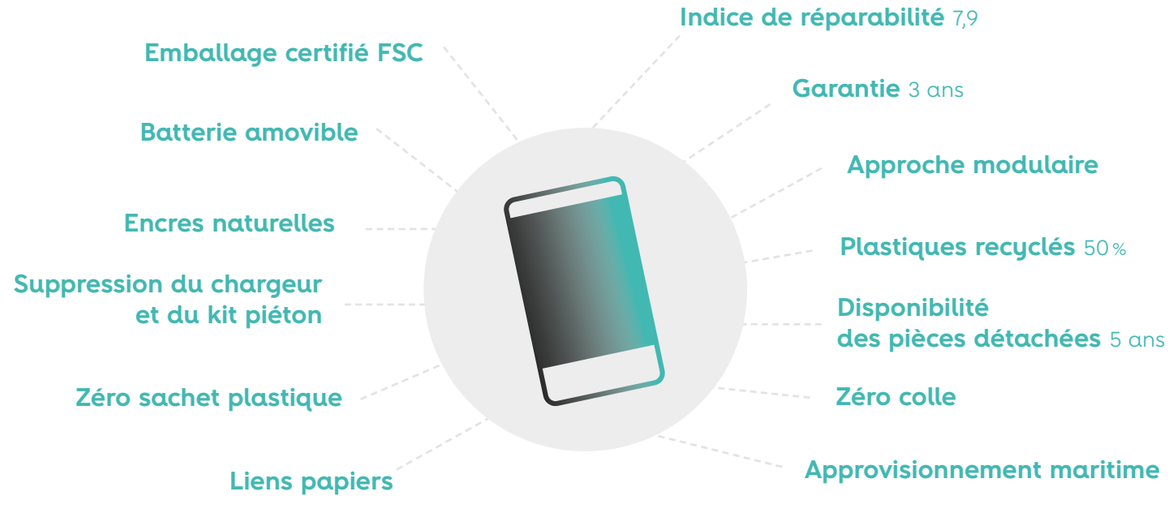
Quelques actions de la charte emballage

- **la réduction du poids et de la matière des emballages**
- **l'utilisation de carton labellisé (recyclé ou issu de forêts gérées durablement)**
- **l'utilisation d'encres végétales et la réduction du nombre de couleurs**
- **l'utilisation de colle végétale**
- **la suppression des éléments de plastique (zéro plastique à usage unique)**
- **l'optimisation des formats des notices**

Des mobiles écoconçus

Le groupe Altice France travaille régulièrement à l'élargissement de sa gamme de mobiles responsables en incluant dans son catalogue les derniers modèles de plusieurs marques écoresponsables, dont les smartphones sont pensés et conçus pour présenter le moins d'impact possible sur l'environnement et sont fabriqués dans les conditions les plus socialement équitables possibles.

Dans cette lignée, le groupe Altice France a conçu et propose depuis novembre 2021 à ses clients des smartphones responsables : le Altice E54 rejoint en 2022 par le Altice E25. Ce dernier modèle écoconçu et économique illustre l'ambition du groupe de permettre l'accès pour tous au numérique, tout en cherchant à minimiser son impact sur l'environnement.



(1) National Geographic

Des accessoires responsables
Made in Europe

Le plastique dérivant en milieu océanique représente une menace très importante pour l'écosystème terrestre. Ainsi, National Géographic estime autour de 5 000 milliards, le nombre de morceaux de plastique qui flottent dans les océans. Chaque année ce sont environ 640 000 tonnes de filets qui finissent abandonnés en mer.

S'associant à Seaqual, Altice Groupe a lancé la gamme Made in Europe. Ces accessoires, fabriqués en Europe, sont composés de filets de pêche usés dont la provenance est certifiée par un Organisme Tiers Indépendant.

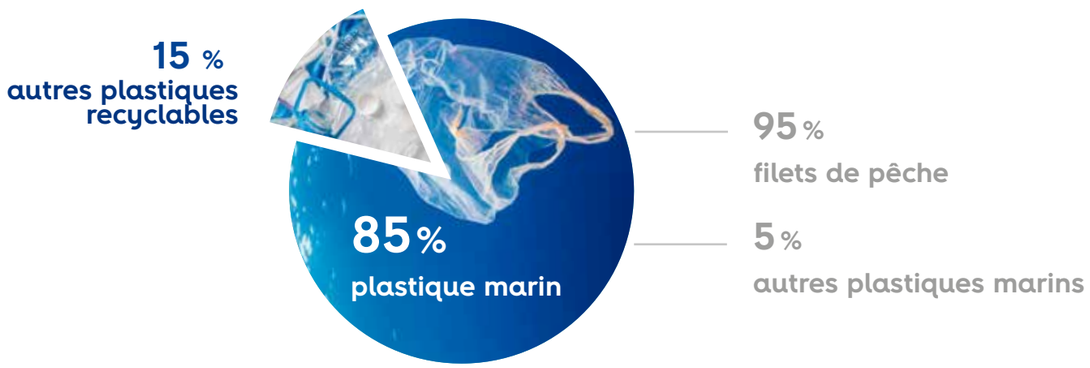
Le partenariat avec Seaqual permet de transformer ces filets, qui sont d'ordinaire difficilement recyclables, en nouveaux produits.

Étapes de production

Collecter → Trier → Nettoyer → Transformer → Upcycler

Quelle est la composition d'une coque de téléphone ?

Les accessoires créés tels que des coques de téléphone sont ainsi 100 % recyclables et composés de 85 % de plastique marin.



1kg de filet de pêche = 1kg de plastique recyclé

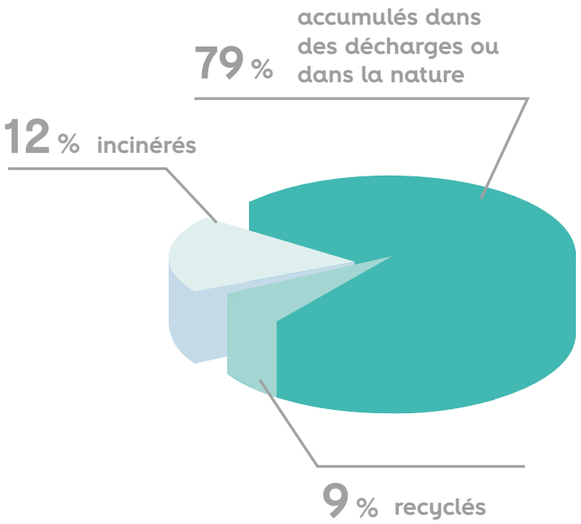
640 000 t/an de filets de pêche abandonnés en mer

La Factory

La pollution plastique est un désastre écologique. Depuis 2015, plus de 6,9 milliards de tonnes de déchets plastique ont été produits, dont seuls 9 % ont été recyclés et 12 % incinérés. Les 79 % restants ont été accumulés dans des décharges ou dans la nature(1).
Dans un objectif de réduction des déchets plastique, Altice France a lancé une nouvelle offre de protection de smartphones en se dotant de La Factory. Les films de protection d'écran permettent d'allonger significativement la durée de vie des smartphones, ils contribuent ainsi à réduire leur impact sur l'environnement.
De la taille d'une imprimante, les machines Factory sont installées dans les boutiques SFR et permettent aux vendeurs de découper des protections d'écran de smartphone sur-mesure en quelques secondes, à la demande des clients.
Ce procédé innovant permet de protéger n'importe quel smartphone disponible sur le marché à partir d'un format unique de film de protection, limitant ainsi considérablement la pollution liée à la production, au transport et au stockage de ce type de produit.

Les protections Factory sont compatibles avec l'ensemble des modèles de smartphones sur le marché. Elles sont découpées à la demande, ce qui réduit l'obsolescence et facilite la gestion des stocks. Cette flexibilité permet également de garantir une suppression totale du recours à l'avion et l'approvisionnement est réalisé par bateau uniquement.

Devenir des déchets en plastique dans le monde



Depuis leur lancement en 2021, les protections La Factory ont su convaincre de plus en plus de clients et représentent, en 2022, 72 % des ventes de protection écrans chez SFR. En 2022, la gamme La Factory a été étoffée avec l'ajout d'un nouveau film de protection fumé, permettant au seul utilisateur du smartphone de voir son écran.

Réduction de 90 % des émissions de CO_2 liées aux emballages et au transport par rapport à l'ancienne génération de film Altice

En 2022, le groupe Altice France a ainsi évité 220 tonnes de CO_2 grâce à la Factory

(1) National Geographic

II. La seconde vie des équipements

Allongement de la durée de vie des équipements

Afin de donner une seconde vie à ses produits, le groupe Altice France a mis en place depuis plusieurs années un système de reconditionnement des box et décodeurs TV de sa marque SFR. Ces produits, prévus pour atteindre une durée de vie maximale, sont réparés et remis à neuf tant que leur technologie n'est pas dépassée.

Pour aller encore plus loin, le groupe s'emploie également à réduire l'impact environnemental du reconditionnement de ses produits, par exemple en utilisant du plastique régénéré pour changer les capots des box ou en optimisant les trajets effectués pour reconditionner les produits grâce au gerbage des palettes.

Près de 99 % de box reconditionnées

Dans une démarche d'amélioration continue, de nouvelles actions pour réduire l'impact environnemental du reconditionnement sont régulièrement introduites. Par exemple, en 2022, les critères esthétiques à atteindre pour qu'un équipement soit remis sur le marché ont été abaissés : plus d'1,7 million d'équipements ont ainsi subi une ou plusieurs opérations de reconditionnement de moins, ce qui a permis d'importantes économies d'énergie et de matières premières. De nouvelles techniques sont également testées puis mises en place lorsque pertinentes: ainsi, depuis fin 2022, les faces avant des décodeurs de génération 7 subissent une opération de flammage, procédé qui permet d'effacer les rayures du plastique et donc d'éviter un changement à neuf.

Depuis juin 2021, les capots abimés des box de la génération 7 sont remplacés par des capots neufs, réalisés en plastique régénéré à partir des anciens capots de cette gamme : les parties de plastique abimées sont extraites, broyées puis « refondues » pour obtenir un nouveau capot « comme neuf ». Moins de 1% de la matière plastique est perdue au cours du processus de régénération, ce qui en fait un véritable atout pour la démarche d'économie circulaire du groupe.

536 tonnes de CO_2 évitées grâce au changement partiel de plasturgie

Lorsque cela est possible, seules les coques inférieure et ou supérieure de la télécommande sont remplacées afin d'éviter la production d'une nouvelle télécommande.

Le gerbage des palettes est un procédé qui permet d'empiler plusieurs unités de charge les unes sur les autres, sans avoir recours à des étagères. Les gains de place réalisés permettent d'optimiser les trajets en doublant le nombre de palettes transportées par trajet. En 2022, plus de 90 % des camions transitant entre les centres de reconditionnement et les centres logistiques de SFR utilisent ce procédé. L'optimisation de la palettisation des boîtiers fibre a également permis d'augmenter de presque 40 % le nombre de boîtiers chargés dans un camion, et donc d'améliorer encore l'efficacité des trajets effectués.

Une seconde vie pour les téléphones mobiles

30 % des ventes entraînent une reprise mobile

Afin d'inciter les consommateurs à donner une seconde vie à leur téléphone lorsqu'ils en changent, SFR propose deux offres avantageuses :

- **la reprise mobile :** l'ancien téléphone est repris par SFR en boutique ou en ligne, contre une remise à déduire d'un achat ou directement versée sur le compte bancaire ;
- **le bonus reprise :** il s'agit d'une remise supplémentaire sur l'achat d'un nouveau téléphone, disponible sur une sélection de téléphones après la reprise par SFR de l'ancien mobile.

Selon l'Ademe[1], plus de 54 millions de téléphones sont stockés dans nos tiroirs, alors qu'ils pourraient être réutilisés, en l'état ou pour réparer d'autres téléphones.

Face à ce constat, **le groupe se mobilise pour éveiller les consciences en proposant à ses clients de donner leurs anciens téléphones :**

- grâce à un bordereau d'envoi affranchi disponible gratuitement en ligne, sur le site de RED by SFR ;
- en déposant son téléphone en boutique, dans un espace dédié.

(1) La face cachée du numérique, ADEME (2019)

Un service certifié de récupération des équipements pour les entreprises

SFR Business est certifié ISO 14001 sur la gestion de la récupération, du réemploi et du recyclage des équipements clients (fixe, service et mobile).

Une plateforme de revente aux brokers et/ou de don des flottes de mobiles (en partenariat avec les Ateliers du Bocage) est également mise à disposition pour encourager les entreprises à valoriser les téléphones dont elles n'ont plus l'usage.

III. Gestion des déchets

Une gestion des déchets plus responsable : offrir une seconde vie au matériel électrique et électronique

Les actions des pôles Télécoms et Media

Directement dans leurs bureaux ou sur les sites qui permettent le fonctionnement du réseau SFR, les pôles Télécoms et Media utilisent des équipements électriques et électroniques. Lorsque ce matériel tombe en panne ou que sa technologie devient obsolète se pose toujours la question d'une réutilisation ou d'une valorisation. Ainsi, plus de 95 % des équipements ont été revalorisés en 2022.

Les actions d'Intelcia

L'enjeu d'économie circulaire et de gestion des déchets représente un défi particulier sur le périmètre du groupe Intelcia. Afin d'améliorer la valorisation de ses déchets et lutter contre les pollutions, Intelcia a accentué ses partenariats locaux pour favoriser le réemploi, le reconditionnement et le recyclage, dans un contexte géographique de faible structuration de ces filières.

Par ailleurs, l'ensemble du matériel informatique devant faire l'objet d'un remplacement (PC, écrans et imprimantes) des pôles Télécoms et Media a été donné à Emmaüs Connect, soit près de 22 tonnes en 2022 qui ont permis d'équiper des personnes dans le besoin.

Près de 400 tonnes de CO_2 évitées grâce au partenariat de réutilisation et recyclage avec Shields, acteur engagé dans le reconditionnement et le recyclage des EEE

Des actions spécifiques aux équipements électriques et électroniques sont en cours d'harmonisation sur l'ensemble du périmètre d'Intelcia. C'est notamment le cas pour le matériel informatique et les onduleurs en fin de vie pour lesquels des processus sont en cours de généralisation afin d'en faire don à des associations partenaires, de les remettre à neuf puis les revendre ou d'adopter des solutions spécifiques aux implantations géographiques avec des partenaires locaux. Ainsi, au Maroc, Intelcia est partenaire d'Al JISR, une association qui a créé un centre d'apprentissage des compétences de reconditionnement, démantèlement et recyclage de matériel informatique.

En 2021, le Maroc est ainsi parvenu à revaloriser l'ensemble de son matériel informatique via des acteurs locaux.

Déchets non-dangereux : limiter leur production, mieux les recycler

Si les infrastructures et filières de recyclage sont peu structurées sur ce type de déchets, Intelcia a toutefois entrepris différentes initiatives dans ses pays d'implantation pour favoriser la réduction de l'impact environnemental de ses déchets.

Papier et plastique

Une campagne globale de dématérialisation des documents administratifs est en cours pour réduire l'utilisation de papiers et ainsi la génération de déchets. Cette dématérialisation s'assortit du développement d'une application accessible via l'intranet ou sur les smartphones des collaborateurs permettant d'accéder à ces documents.

De plus, des campagnes de sensibilisation sont régulièrement déployées pour inciter à la limitation des impressions, qui, lorsqu'elles sont toutefois nécessaires, sont réalisées sur du papier labellisé dans le cadre de la politique d'achats responsables d'Intelcia.

Enfin, des partenariats ont été créés dans différents pays d'implantation avec des experts du tri et du recyclage :

- au Cameroun, Intelcia travaille depuis 2018 avec Red-Plast, spécialiste dans la collecte et le recyclage des déchets plastiques industriels et ménagers ;
- en France, Intelcia s'est alliée à différents partenaires comme PAPREC, ELISE, LemonTri, mais aussi Cy-Clope qui collecte les mégots de cigarette rassemblés dans des bacs installés spécifiquement sur les sites Intelcia pour les recycler ;
- au Maroc, Intelcia a noué un partenariat avec l'association KOUN depuis 2021 avec pour objectif le tri et la revalorisation de 100 % des bouteilles en plastique et du papier. Dans ce cadre, plus de 80 ambassadeurs ont été formés parmi les collaborateurs pour porter et diffuser cette initiative ;
- également au Maroc, des actions de sensibilisation spécifiques ont également été menées : une enquête pour connaître les habitudes et les comportements des collaborateurs a été organisée, et un challenge a été lancé entre les différents sites d'Intelcia Maroc pour récompenser, par un label interne, le meilleur site en matière de tri. Un module de e-learning sur l'importance du tri et du recyclage est également en cours de lancement. Grâce à ces initiatives, plus de 450 kg de plastique et 650 kg de papiers-cartons ont été triés dans tous les sites marocains, en 2022, pour être transformés en nouveaux produits au sein des ateliers de KOUN.

Promotion d'une consommation responsable : sensibiliser nos collaborateurs, partenaires et clients aux enjeux environnementaux

I. L'engagement des parties prenantes

Selon l'Ademe, chaque Français émet en moyenne 9 tonnes de CO_2 par an[1], alors que seule une moyenne de 2 tonnes par an par personne permettrait de respecter la trajectoire + 1,5°C de l'Accord de Paris.

La consommation responsable est ainsi un levier important dans la lutte contre le réchauffement climatique. Les écogestes pourraient ainsi réduire jusqu'à 45 % l'empreinte carbone individuelle[2].

Découvrez les écogestes
du numérique
pour commencer
à réduire votre empreinte carbone !

C'est dans cette optique que le groupe Altice France sensibilise ses parties prenantes notamment en les informant sur les sujets socio-environnementaux, en favorisant une consommation responsable et en réinventant son offre pour faire de ses clients des « consom'acteurs ».

Le groupe Altice France, au travers de son activité de télécommunications, participe à différents groupes de travail inter-opérateurs pour améliorer le calcul de l'empreinte du numérique et la sensibilisation de ses abonnés.

L'année 2022 a été l'occasion de renforcer les exigences du groupe en matière d'écoconception de ses box et décodeurs via le cahier des charges Greener Altice (cf. page 31), mais surtout d'agir sur l'énergie consommée par ses produits lorsqu'ils sont utilisés par les clients afin de leur donner les outils pour réduire l'impact de leurs activités numériques.

Afin d'entraîner les consommateurs dans cette dynamique de consommation plus responsable, le groupe Altice France communique et sensibilise. Une page dédiée aux actions d'écoconception et aux écogestes du numérique est disponible sur les sites internet de SFR et RED by SFR. Il est ainsi conseillé aux consommateurs de conserver le plus longtemps possible leur smartphone, d'opter pour des produits reconditionnés lorsque cela est possible, ou encore d'éteindre leur box internet et/ou leur décodeur lorsqu'ils ne s'en servent pas. Une campagne pédagogique de sensibilisation aux écogestes numériques a aussi été diffusée auprès des clients SFR et RED by SFR d'octobre à décembre pour les inciter à adopter des usages numériques plus sobres et responsables (emailings dédiés, publications régulières sur les réseaux sociaux, articles, etc.).

(1) https://agirpourlatransition.ademe.fr/particuliers/testez-vos-connaissances/connaissez-empreinte-climat
(2) « Faire sa part » - Carbone 4 (2019)

Engagement des collaborateurs et diffusion d'une culture du développement durable

Côté Télécoms et Media

Afin de soutenir son engagement, le groupe Altice France a renforcé les actions de sensibilisation auprès de ses collaborateurs afin de leur offrir les clés de compréhension des enjeux liés au développement durable dans leur secteur d'activité. Grâce à son partenariat conclu en 2022 avec l'Institut du Numérique Responsable (INR), les collaborateurs des pôles Télécoms et Media ont pu assister à deux conférences « Paroles d'experts » sur des thématiques environnementales. Ainsi, la conférence « Le Numérique face au défi de la transition écologique ? » a permis la rencontre de Vincent Courboulay, Directeur scientifique de l'INR, interviewé par François Pitrel, journaliste de BFMTV.

Promouvoir des vacances plus durables

Lors de la période estivale, le groupe a sensibilisé ses salariés à la pratique de vacances plus responsables. Au travers de plusieurs défis pédagogiques et ludiques, les collaborateurs ont découvert les enjeux du monde marin ainsi que les différentes causes de pollution qui menacent les océans. Des missions solidaires et écoresponsables ont également été relayées aux salariés leur permettant ainsi de s'engager sur des collectes de déchets ou encore des défis écologiques.

Côté Intelcia

Le groupe Intelcia déploie différentes campagnes de sensibilisation à la préservation de l'environnement. Elles ont pour objectif l'adoption de meilleures pratiques et d'écogestes par l'ensemble de ses collaborateurs sur leur lieu de travail, ainsi que dans le cadre de leur vie privée.

Ainsi, l'utilisation des transports en commun et du covoiturage est encouragée au travers de campagnes de communication. De plus, l'incitation à limiter les déplacements professionnels s'est accélérée depuis la crise pandémique et les collaborateurs sont invités à privilégier les réunions à distance.

En France, de nombreux ateliers de recyclage ont été organisés dans le but de sensibiliser les collaborateurs aux sujets environnementaux, à l'exemple de l'atelier organisé en collaboration avec ELISE, entreprise qui œuvre pour le tri et le recyclage pour les entreprises. Aussi, des gourdes en verre ont été distribuées aux collaborateurs sur les différents sites français afin de limiter l'utilisation des bouteilles et des gobelets en plastique.

En outre, différentes actions volontaristes ont eu lieu pour permettre aux collaborateurs de participer à des initiatives comme celle du nettoyage des plages en Côte d'Ivoire réalisé en partenariat avec l'Ambassade du Maroc et AMISTAD CIV, ou encore le ramassage des déchets en France réalisé avec Team River Clean 08 qui a permis la collecte de 300 kg de déchets.

Ce type d'actions est non seulement encouragé parmi les collaborateurs de tous les pays où opère Intelcia, mais permet aussi d'inviter à la participation des familles, favorisant ainsi une sensibilisation plus large et notamment des enfants, acteurs de l'écoresponsabilité de demain.

Au Sénégal et en Côte d'Ivoire, une campagne d'affichage et de sensibilisation invite à une utilisation raisonnée de l'eau, partageant les gestes positifs pour la réduction de sa consommation.

Des réseaux d'information d'envergure : sensibiliser la population française

Des médias transmettant des informations de plus en plus engagées

Les conséquences du changement climatique s'inscrivent de façon croissante dans le quotidien des Français. En tant que 1ère chaîne d'information de France et première chaîne de France dédiée à l'économie, BFMTV et BFM Business sont des relais essentiels pour la valorisation de l'enjeu environnemental auprès du grand public et des entreprises.

Conscients de cette responsabilité et dans le cadre des échanges autour des contrats climats, les médias du groupe Altice France ont pris l'engagement de procéder à un suivi du traitement éditorial des questions environnementales sur leurs antennes.

Plus de 900 sujets
environnementaux traités
en 2022 par les antennes
Altice Media

Qu'il s'agisse de l'actualité autour du changement climatique, notamment avec les fortes canicules rencontrées lors de la période estivale, des innovations technologiques ou de la sobriété énergétique, les questions environnementales s'invitent désormais dans tous les aspects de la vie quotidienne des Français et les antennes Altice Media en sont les témoins.

Le nombre de journalistes se spécialisant dans le traitement des actualités environnementales s'est également renforcé : BFMTV compte désormais un journaliste spécialisé, François Pitrel, en charge des questions climat et environnement, en collaboration avec les journalistes météo. Ces derniers incarnent un nécessaire changement de ton, à l'instar de Marc Hay, auteur d'une réaction remarquée en juin 2022 sur BFMTV sur l'inertie autour des questions climatiques.

L'enjeu de la sobriété énergétique

De même, toutes les antennes du groupe accompagnent les Français dans la compréhension des enjeux énergétiques actuels, que ce soit pour anticiper les risques de coupures ou pour économiser l'énergie.

Dans la chronique quotidienne « BFMTV répond à vos questions », Roselyne Dubois aborde régulièrement des questions liées à la sobriété en invitant des spécialistes pour aider les téléspectateurs de la chaîne à gérer ces enjeux avec sérénité.

Des émissions dédiées à la RSE

Première chaîne de France dédiée à l'économie, BFM Business assure une mission essentielle de diffusion de ces questions environnementales. Chaque week-end, l'émission Objectif Raison d'Être organise une table ronde qui rassemble des dirigeants, des experts et des professionnels d'un secteur pour échanger sur la RSE et ses défis. L'émission du 18 novembre a permis de mettre en lumière la lutte que mène Mike Horn, aventurier et explorateur, pour la préservation des paysages et des équilibres naturels.

Cyrielle Hariel porte également les questions environnementales avec la chronique hebdomadaire « La Pépite RSE », diffusée depuis la rentrée de septembre 2022.

CYRIELLE HARIEL
Présentatrice Objectif Raison d'Être
BFM Business

« *Depuis bientôt 3 ans, j'ai la chance d'être au cœur des enjeux RSE en présentant chaque semaine Objectif Raison d'Être avec des acteurs de tous secteurs et de toutes tailles, tous engagés à décarboner leur business model !*

Et chaque vendredi en direct à 6h14 je viens présenter une startup engagée dans la Pépite RSE pour démontrer qu'engagement peut être synonyme de compétitivité ! »

Chacune des chaînes régionales de BFM dispose également de son émission consacrée à des sujets et des initiatives liés à l'environnement. L'émission Planète Locale propose ainsi un rendez-vous hebdomadaire sur chacun de ses territoires dédié à l'écologie, avec des reportages et des invités inspirants.

Un partenariat unique avec le ministère de la Transition écologique

Des chaînes du réseau BFM Régions ont accompagné les Assises nationales des risques naturels et technologiques, qui avaient lieu les 13 et 14 octobre 2022 à Strasbourg et étaient accompagnées d'ateliers pratiques et de rendez-vous pédagogiques dans toute la France.

L'émission politique de BFM Alsace était entièrement consacrée à cette thématique, avec en plateau :

Thierry Schall, maire de la commune de Fegersheim et vice-président de l'Eurométropole de Strasbourg en charge des risques naturels.

Daniel Reininger, président de l'association Alsace Nature et ancien chef de service de l'Office national de l'eau et des milieux aquatiques (Onema), qui s'est fondue en 2016 dans l'Agence française pour la biodiversité, devenue l'Office français de la biodiversité.

Une chronique spéciale a permis d'aborder sur BFM Business diverses thématiques en lien avec la COP27 pendant la durée du sommet organisé à Charm el Cheikh (Égypte), du 6 au 18 novembre 2022.

II. La Semaine Européenne du Développement Durable : une occasion unique pour sensibiliser les collaborateurs et nos clients

En 2022, le groupe Altice France a participé à la Semaine Européenne du Développement Durable en mobilisant...

...Ses clients

Passez au reconditionné !

Plus de 330 tonnes de CO_2 évitées grâce à la vente des mobiles reconditionnés !

À l'occasion de la Semaine Européenne du Développement Durable (SEDD), SFR et RED by SFR ont proposé à leurs clients une remise immédiate de 50 € sur une sélection de mobiles reconditionnés. Pour maximiser la visibilité des téléphones reconditionnés et dans une logique de gamification, les conseillers du Service Client SFR ont été mobilisés via un défi de deux semaines visant à augmenter la part de téléphones reconditionnés parmi les ventes. Plus de 200 conseillers ont ainsi été récompensés pour leur contribution aux efforts de SFR pour sensibiliser les consommateurs aux enjeux de l'économie circulaire. Le résultat de cette initiative ? Plus de 7 000 mobiles reconditionnés vendus entre le 19 septembre et le 8 octobre, soit près du double comparé à l'année précédente !

Le reconditionné, une tendance durable

Toute l'année, les mobiles reconditionnés sont mis à l'honneur par SFR. En effet, en 2022, 120 815 mobiles reconditionnés ont été vendus (dont plus de 7 000 au cours de la SEDD).

Le groupe s'inscrit notamment dans cette démarche en continuant d'intégrer dans ses boutiques des « meubles green » qui mettent en valeur la gamme de mobiles reconditionnés et comportent un tiroir protégé destiné à accueillir les mobiles usagés des clients pour leur donner une seconde vie via un partenariat avec les Ateliers du Bocage.

... et ses collaborateurs !

Des forums du Développement Durable à Paris et à Lyon

Cette année, des forums du Développement Durable ont été organisés les 22 et 23 septembre, afin de permettre aux collaborateurs de rencontrer, s'informer et échanger avec des associations engagées et partenaires du groupe Altice France.

À Lyon, les collaborateurs ont pu rencontrer :

- Citeo, qui proposait des animations sur le tri et le recyclage des déchets ;
- et Deafi, pour mieux savoir communiquer avec les clients sourds ou malentendants.

CITEO
Donnons ensemble une nouvelle vie à nos produits.

À Paris, 4 associations partenaires étaient présentes pour échanger avec les collaborateurs :

- Deafi, partenaire de SFR rendant accessible le Service Client de la marque aux personnes sourdes ou malentendantes ;
- Emmaüs Connect, association partenaire historique de la Fondation SFR œuvrant pour l'inclusion numérique ;
- A Tree for You, avec qui RED by SFR s'engage dans des opérations de reboisement ;
- et NosAbeilles, apiculteur partenaire déployant des ruches sur les sites datacenters de SFR pour contribuer à la restauration des écosystèmes et de la biodiversité.

Multiplier les actions de sensibilisation

Dans le cadre de l'adhésion en 2022 à l'Institut du Numérique Responsable, un parcours de sensibilisation au numérique responsable a été mis à disposition de l'ensemble des collaborateurs du groupe. En libre accès depuis son lancement lors de la SEDD, ce module de E-learning permet de comprendre les grands enjeux socio-environnementaux liés au développement des outils numériques, et notamment de calculer son empreinte environnementale professionnelle.

En complément de ce module dédié au numérique responsable, des écogestes ont été diffusés sur les plateformes de communication interne, afin d'attirer l'attention des collaborateurs sur certaines bonnes pratiques environnementales.

Enfin, l'ensemble des collaborateurs du groupe a été invité à participer à un quiz pour tester leurs connaissances sur le développement durable, avec un IPhone 11 reconditionné à gagner.

A fin 2022, 16 % de collaborateurs ont déjà été sensibilisés.

Offrir une seconde vie aux téléphones

En collaboration avec les Ateliers du Bocage, entreprise d'insertion spécialisée dans la collecte et le réemploi des téléphones portables, deux systèmes de collecte solidaire ont été proposés aux clients et aux collaborateurs du groupe. L'objectif ? Donner une seconde vie à tous les téléphones qui dorment dans les tiroirs dans une logique d'inclusion numérique et de réduction du gaspillage.

Que devient un téléphone envoyé aux Ateliers du Bocage ? **La réponse ici !**

les ateliers du bocage
employer - réemployer

SFR a proposé à ses clients un abondement de 30 € sous forme de bon d'achat pour la reprise de certains téléphones, en plus de la valeur de reprise initiale du téléphone. Dans le cadre de cette offre, près de 16 000 téléphones ont été collectés et envoyés aux Ateliers du Bocage pour être triés et reconditionnés ou recyclés !

Les collaborateurs de 13 sites du groupe Altice France, en Ile-de-France et en régions, ont pu faire don de leurs anciens téléphones dans des espaces de collecte. Plus de 200 téléphones ont été collectés en 2 semaines ! Les téléphones réemployables ont été donnés à Emmaüs Connect afin d'équiper les populations les plus précaires et ainsi favoriser l'inclusion numérique.

Enjeux environnementaux complémentaires

Au-delà des enjeux environnementaux identifiés comme critiques au travers de la matrice de matérialité du groupe Altice France, le groupe agit sur des enjeux connexes afin de réduire son impact écologique globale.

I. Gestion de l'eau

Le groupe Altice France a mis en place, depuis de nombreuses années, des mesures visant à réduire la consommation d'eau de ses sites tertiaires, comme l'installation de réducteurs de pression et de chasses d'eau à double débit. De plus, les nouveaux bâtiments respectent les règles et recommandations les mieux-disantes pour l'optimisation de la ressource en eau.

Les sites techniques bénéficient également d'une attention particulière concernant leur consommation d'eau. En effet, l'ensemble des nouveaux sites ou installations respectent les critères environnementaux requis dans le cadre d'une consommation d'eau plus durable. Grâce à ces derniers, il n'est plus nécessaire de refroidir les équipements en cas de fortes chaleurs avec de l'eau.

Un dispositif canicule est également mis en place afin de limiter la quantité de l'eau prélevée. Ces actions nécessitent une coordination entre le groupe et ses partenaires qui organisent des vérifications et contrôles de l'ensemble des équipements de refroidissement avant la période estivale afin d'assurer une efficacité optimale de ces derniers. Une revue des moyens mobiles disponibles tels que les groupes électrogènes, les climatisations ou extracteurs est réalisée. Cette évaluation approfondie permet d'éviter la surchauffe des équipements de refroidissement et par conséquent, l'utilisation potentielle d'eau.

Enfin, les circuits d'eau des sites stratégiques sont tous équipés d'un système de boucles fermées. Ce dispositif signifie que l'eau utilisée pour le refroidissement des salles techniques est chargée uniquement lors de l'installation des équipements et ne nécessite pas ou peu d'appoint.

	GROUPE ALTICE FRANCE	TELECOMS	MEDIA	INTELCA
Consommation en eau (m3)	159 339	42 108	11 271	105 960

II. Préservation de la biodiversité

Sensibiliser à un enjeu encore méconnu

Le groupe Altice France est convaincu que la préservation de la biodiversité est un enjeu crucial pour l'avenir de l'humain, notamment dans le cadre de la lutte contre le changement climatique. Afin de sensibiliser ses collaborateurs sur ces questions, Maud Lelièvre, Présidente du Comité français de l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature a été interviewée par François Pitrel dans le cadre d'une conférence « Parole d'expert » consacrée à l'urgence d'une nature en danger. Elle a ainsi présenté aux collaborateurs des pôles Télécoms et Media du groupe Altice France la situation et les enjeux de la biodiversité en France et a proposé des actions concrètes à réaliser.

Lutter pour la préservation des abeilles

Le groupe Altice France contribue à la préservation des abeilles françaises, mettant en œuvre une action proposée par les salariés eux-même. En 2022, un partenariat a été signé avec Nos Abeilles, apiculteur francilien, afin d'installer des ruches sur le site de SFR à Trappes, face à la forêt de Port royal riche en châtaigniers et noisetiers. Cette initiative permet de participer à la sauvegarde des abeilles et au développement des colonies, population en très forte diminution depuis quelques années.

Cette première saison a permis de polliniser les plantes mellifères autour du site et de récolter 20kg de miel. Des ruches avaient déjà été installées sur le site SFR de Nantes Saint-Herblain en juin 2021.

Limiter ses impacts

Conscient de sa responsabilité, le groupe Altice France assure un contrôle renforcé de ses Installations Classées pour la Protection de l'Environnement (ICPE). Les ICPE sont les infrastructures du groupe qui représentent le risque le plus significatif – bien que demeurant mineur – pour l'environnement et la biodiversité.

Le réseau du groupe comprend ainsi 117 sites concernés par 4 sections ICPE, relatives au stockage des batteries et de l'huile de carburant, et à la présence d'agents d'extinction, d'unités de réfrigération et de générateurs. Ces sections induisent des contrôles réguliers et précis sur ces sites, afin d'éviter toute pollution de l'environnement.

De son côté, Intelcia a inscrit dans ses prérequis d'achats responsables l'utilisation de produits certifiés pour leur respect de l'environnement. Ces produits labellisés n'étant pas toujours disponibles dans les pays d'implantation du groupe Intelcia, ce dernier est moteur pour leur déploiement plus large à l'échelle mondiale.

En France, par exemple, Intelcia encourage ses prestataires de nettoyage à employer des produits respectueux de l'environnement depuis plusieurs années afin de lutter contre les pollutions chimiques. En 2021, une revue complète a été réalisée, assortie d'une exigence de remplacement des produits non-labellisés par des substituts certifiés.

Dans les pays où ces labels sont peu accessibles, des actions alternatives sont néanmoins mises en place. Par exemple, à Madagascar, les appels d'offres stipulent que les produits doivent être non-dangereux et représenter l'impact le plus faible possible sur l'environnement.

Devenir #REDSPONSABLE avec RED by SFR

I. MANIFESTE #REDSPONSABLE

Le programme #REDsponsable a été lancé fin 2020 par les équipes de la marque RED by SFR. Il est désormais un pilier à part entière de la stratégie de RED et ajoute à son ADN un levier de différenciation par l'engagement. Un positionnement facile et clair à l'image de la marque : AGIR, ACCOMPAGNER, ASSOCIER, sont les trois axes du programme #REDsponsable.

« 2ème année pour le programme #REDsponsable ! Nous continuons d'agir, d'accompagner nos clients et de se mobiliser ensemble. Chaque collaborateur RED est investi dans ce programme afin de soutenir le pilier Ecoresponsable de la marque. Sensibilisation, renouvellement de partenariat, solutions de recyclage de votre téléphone... Nous avons continué en 2022 à faire grandir ce programme ! »

OLIVIER ROY
Directeur de Red by SFR

En 2022, le volume d'anciens téléphones repris **a été multiplié par 5** lors de l'intégration de la reprise mobile dans le parcours d'achat d'un nouveau mobile

AGIR
pour réduire son empreinte carbone et parce que chacun a une part de responsabilité.

ACCOMPAGNER
les clients dans leur démarche et nouvelles attentes environnementales. Chacun, à son niveau, a la capacité d'apporter du changement.

ASSOCIER
en s'engageant avec ses clients dans des projets écoresponsables, parce qu'ensemble ils iront plus loin.

Longue vie aux téléphones !

À l'occasion de la semaine du développement durable, RED by SFR a mis en place des promos exclusives sur les mobiles reconditionnés.

De plus RED by SFR a mis en place les bonus reprises pour inciter les clients à rendre leurs anciens téléphones.

Les Talks #REDSPONSABLE

RED by SFR produit depuis 2021 des contenus digitaux spécifiques pour sensibiliser et accompagner ses clients, mais aussi impliquer ses collaborateurs. La marque organise ainsi régulièrement des échanges autour de sujets « durables » avec des acteurs inspirants. Cette année, sont intervenus Arthur Guillaumee de Fairphone sur la longévité et la réparabilité des téléphones, ainsi que Alban Rangier sur la forêt française face au changement climatique.

Faire connaître l'éco-redsponsabilité

En 2022, la marque RED by SFR a réalisé des contenus vidéos avec l'humoriste Redouane Bougheraba pour faire la promotion de son programme #REDsponsable et parler d'écoresponsabilité.

Je donne mon téléphone avec RED by SFR

RED by SFR s'associe à l'éco-organisme agréé Ecosystem pour allonger la durée de vie et augmenter le recyclage des appareils électriques et électroniques. Depuis le site internet de RED by SFR, les clients ont la possibilité d'imprimer un bordereau d'envoi gratuit et ainsi de transmettre leurs anciens téléphones à Ecosystem. En fonction de leur état, les téléphones sont revendus par les Ateliers du Bocage ou dépollués et recyclés sous forme de matières premières.

Renouvellement du partenariat avec A Tree For You sur 2022

En 2022, RED by SFR a choisi de renouveler son engagement aux côtés de l'association A Tree for You et de l'ONF.

Le 1er projet était la sauvegarde de la forêt de Montmorency touchée par la maladie de l'encre du châtaignier. RED by SFR a abondé chaque don client du même montant. Résultats : près de 3 000 arbres plantés par les collaborateurs RED by SFR et un projet financé à 100 %.

RED va poursuivre son action avec un nouveau projet à financer dans la forêt domaniale de Meudon en Île-de-France.

MOURAD BELGRICH

« Avec l'ensemble des collaborateurs RED by SFR, j'ai participé à la plantation de chênes sessiles dans la forêt de Montmorency. Les équipes de l'ONF nous ont initiés aux techniques de plantation des arbres, afin d'optimiser les chances de survie de ces jeunes plants. C'était un beau moment d'équipe, enrichissant et responsable. Je suis fier de travailler pour une marque qui s'engage. »

Le groupe Altice France, engagé pour ses salariés

Audacieux, engagés, agiles, les salariés des pôles Télécoms et Media agissent dans un objectif commun : répondre aux besoins essentiels et quotidiens de connectivité et d'information des Français. Pour accompagner cette dynamique, les pôles Télécoms et Media poursuivent le déploiement de nombreux dispositifs au service de l'excellence opérationnelle et de la performance des équipes. Cela passe par la mise en place de filières de formation exigeantes, une politique d'apprentissage volontariste, une gestion performante de la mobilité et des carrières des salariés. Les pôles Télécoms et Media poursuivent également leur action en faveur de l'inclusion, conscients que la diversité est un vecteur d'innovation, de créativité, de motivation et de performance pour l'entreprise.

De son côté, Intelcia, forte sur son métier initial d'outsourcer, a joué la carte de l'innovation. Elle compte ainsi aujourd'hui quatre lignes métiers : les métiers des centres de relation client, le Business Process Outsourcing (BPO), une filiale IT-Solutions lancée en 2019 spécialisée dans les solutions IT, et enfin une unité de conseil et de solutions innovantes.

Depuis ses débuts, Intelcia est orientée autour de l'employabilité et de l'emploi. C'est ainsi le premier employeur dans plusieurs régions et communautés étrangères. Intelcia poursuit ses missions envers ses collaborateurs : offrir une chance à l'emploi aux primo-accédents au marché du travail avec des embauches définitivement tournées vers les moins de 25 ans et accroître leur employabilité grâce à son dispositif de formation.

Indicateurs de performance

ENJEUX	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE	2022
Employabilité & stabilité Gestion des talents	58 %	32 %	120 %(1)	Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation	NC
	18,4	19,2	61,3	Nombre moyen d'heure de formation par collaborateur ayant suivi une formation	NC
	939	211	7 103	Nombre de recrutement en CDI	8 253
	1 883	1 029	5 293	Embauches de salariés de 30 ans et moins	8 205
	400	88	30	Nombre de recrutement d'alternants	518
	85 %	85 %	N/A	Taux de recommandation des étudiants	85 %
Droits humains et libertés fondamentales	38 %	43 %	44 %	Part des promotions attribuées à des femmes	41 %
	39 %	38 %	58 %	Part des femmes parmi les embauches	51 %
	UES SFR : 93 % SFR Distribution : 85 %	UES Next : 85 %	96 %(3)	Index égalité professionnelle(2)	NC
	362	9	105(3)	Nombre de salariés en situation de handicap	476
	11 %	11 %	30 %	Taux de départs volontaires	22 %
	5,76	4,03	N/D	Taux d'absentéisme	5,54

N/A : Non-applicable ; **N/D** : Non-dit ; **N/C** : Non-consolidé

(1) Intelcia forme un nombre de personnes annuellement supérieur à son effectif de fin d'année, témoignant de l'effort de formation sur la population des conseillers clients, population principalement à l'origine du turn over
(2) Index publié en 2022 pour l'année 2023. Périmètre France pour Intelcia
(3) Périmètre Intelcia France

Les objectifs du groupe Altice France

ENJEUX	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	OBJECTIFS	2021	2022	TENDANCE
Droits humains et libertés fondamentales	✓	N/A	N/A	Augmenter la représentativité des femmes dans : - les effectifs - le management - les promotions/mobilités(1)	 36 % 30 % 42 %	 36 % 30 % 35 %	 → → ↘
	✓	N/A	N/A	Réduire l'écart salarial entre les femmes et les hommes, avec une enveloppe budgétaire dédiée	1,9 %	1,8 %	↗
	✓	N/A	N/A	Augmenter le taux d'emploi TH	3,03 %	3,80 %	↗
	✓	N/A	N/A	Embaucher a minima 70 salariés TH entre 2020 et 2022	42 (cumulés)	50 (cumulés)	↗

N/A : Non-applicable ; **N/D** : Non-dit ; **N/C** : Non-consolidé

(1) Si la part des promotions et mobilités féminines a diminué en 2022, leur volume sur la même période a plus que doublé

Attraction des talents et insertion des jeunes dans le groupe

I. Intelcia : Une politique de recrutement dynamique et responsable, orientée vers la jeunesse

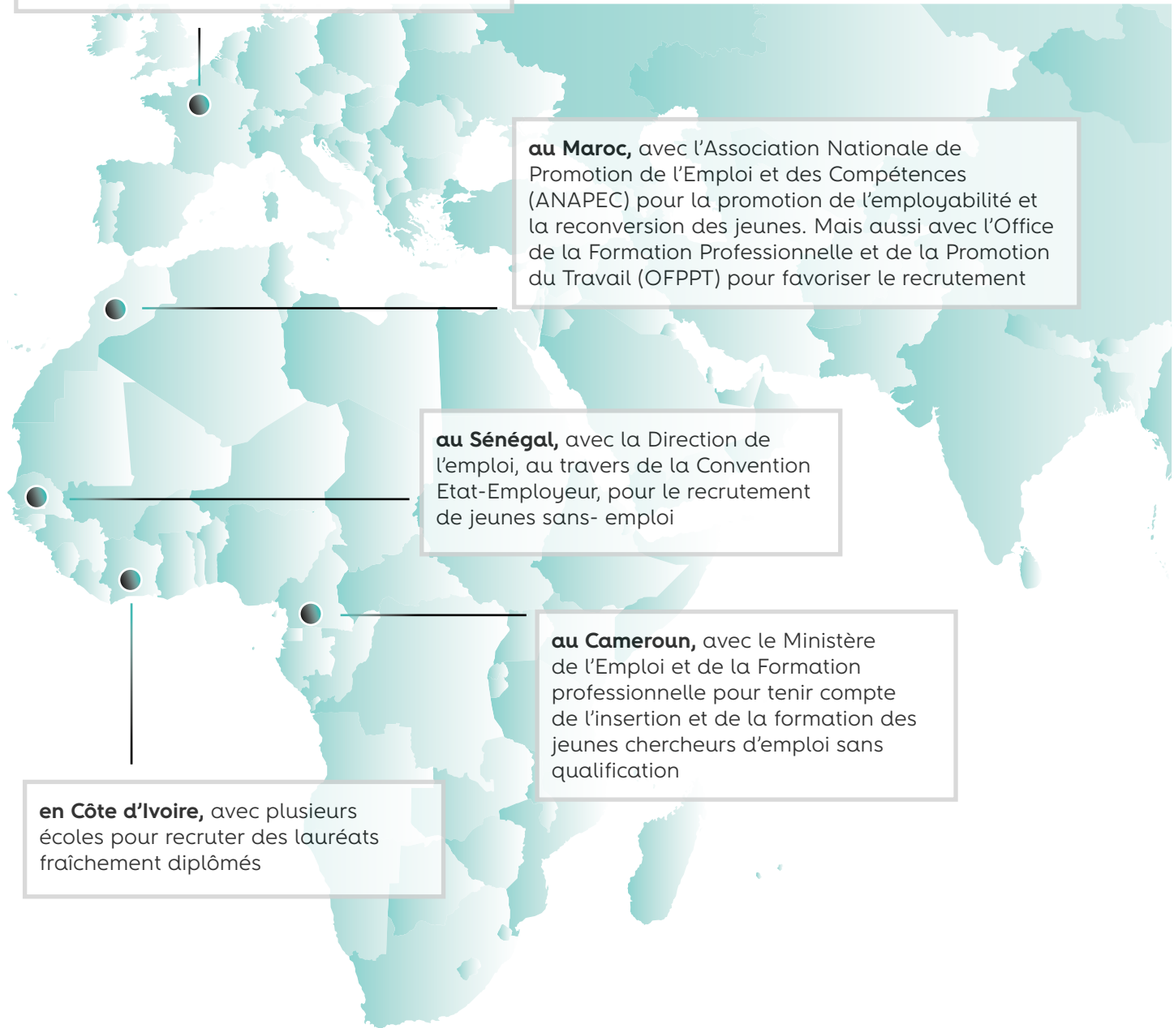
L'identité d'Intelcia est à l'image de la jeunesse qui représente la majorité de ses effectifs. Tous les efforts du groupe sont ainsi mobilisés pour construire une entreprise au plus près des attentes de la jeunesse, notamment en offrant des perspectives d'évolution de carrière au sein du groupe.

Intelcia est en croissance constante et a choisi de faire de la diversité et de l'égalité des chances une richesse pour l'entreprise. Ainsi, Intelcia emploie les populations dites éloignées de l'emploi, notamment les jeunes et les seniors. Dans ce cadre, elle a noué des accords avec des acteurs du territoire renforçant son intégration dans le tissu local.

21 % des collaborateurs ont moins de 25 ans.

Nombreux partenariats noués

en France, notamment avec Pôle Emploi, les missions locales, les cellules de réinsertion, mais également les agglomérations. Ainsi, 35 % des recrutements sur tout le périmètre français sont issus des dispositifs de Préparation Opérationnelle à l'Emploi individuel (POE) ou d'Action de Formation Préalable au Recrutement



au Maroc, avec l'Association Nationale de Promotion de l'Emploi et des Compétences (ANAPEC) pour la promotion de l'employabilité et la reconversion des jeunes. Mais aussi avec l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT) pour favoriser le recrutement

au Sénégal, avec la Direction de l'emploi, au travers de la Convention Etat-Employeur, pour le recrutement de jeunes sans- emploi

au Cameroun, avec le Ministère de l'Emploi et de la Formation professionnelle pour tenir compte de l'insertion et de la formation des jeunes chercheurs d'emploi sans qualification

en Côte d'Ivoire, avec plusieurs écoles pour recruter des lauréats fraîchement diplômés

II. Pôles Télécom et Media

Une dynamique de recrutement sur un marché en tension

L'année 2022 a été marquée pour le groupe Altice France par une forte dynamique de ses recrutements. Près de 1 200 embauches en CDI ont été effectuées sur ses pôles Télécoms et Media, dans un contexte de forte tension du marché de l'emploi et de pénurie des talents, en particulier sur les métiers du numérique et les profils tech.

Côté Media, un plan d'investissement a été mis en place pour accompagner les enjeux de digitalisation de son activité, avec près de 60 recrutements sur des profils digitaux : journalistes digitaux, développeurs, etc. Cette même année, BFMTV a lancé deux nouvelles chaînes d'information locales et crée 180 postes de journalistes partout en France.

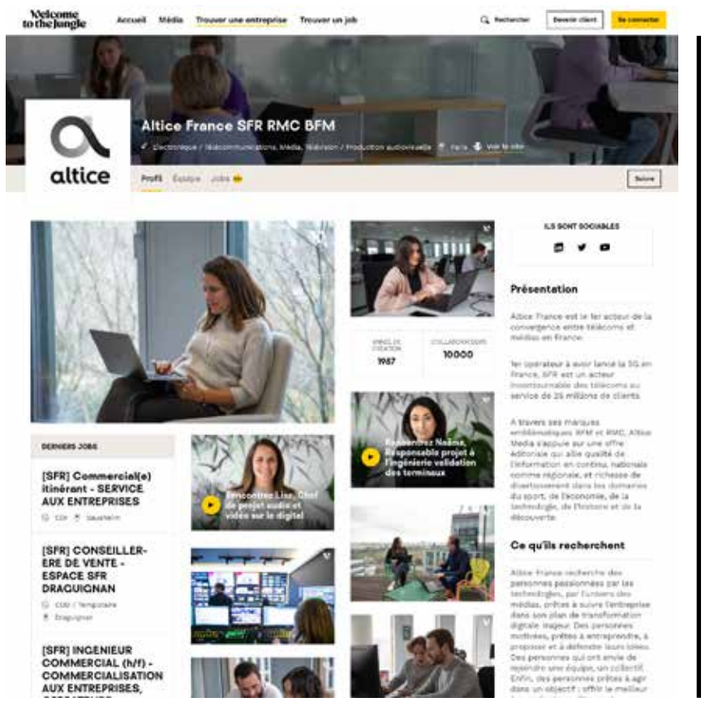
Sur l'activité Télécoms, les recrutements se sont portés majoritairement sur les forces commerciales, sur les métiers d'ingénierie – réseau, systèmes d'information - ainsi que sur les fonctions support, comme la finance.

Développement de nouveaux outils et process pour faire face à la pénurie des talents

Conscients de la nécessité d'émerger dans un marché en tension, les pôles Télécoms et Media ont déployé de nouveaux outils et process pour une meilleure expérience des candidats.

Le pôle Télécoms a mis en place des sessions de recrutement par « assessment collectif » pour ses forces de vente. Un nouveau mode de recrutement « sans CV » permettant aux recruteurs et managers opérationnels de se concentrer sur les compétences, la motivation et les affinités du candidat avec le poste, en l'observant sur une journée lors de mises en situation collectives. Une démarche qui casse les codes classiques du recrutement et permet de valoriser avant tout les compétences et la personnalité de chaque candidat et de gagner en rapidité sur le process de recrutement.

Les pôles Télécoms et Media ont également adopté de nombreux outils pour développer leur attractivité, valoriser leurs métiers et les opportunités de carrière, à travers des plateformes plébiscitées par les jeunes diplômés pour se renseigner sur les entreprises et chercher leur premier emploi.



Welcome to the Jungle, une plateforme digitale pour développer l'attractivité des pôles Télécoms et Media auprès des jeunes et leur montrer l'entreprise de l'intérieur.

Une politique d'alternance ambitieuse

Les pôles Télécoms et Media d'Altice France mènent depuis de nombreuses années, une politique volontariste en faveur de l'apprentissage, dans le but d'accompagner et d'encourager les jeunes vers le marché de l'emploi et dans la construction de leur avenir professionnel. Cet engagement est inscrit dans le projet du groupe « Transformation & Ambitions 2025 » et vise à soutenir la dynamique du plan gouvernemental « 1 jeune 1 solution ».

Chaque année, les pôles Télécoms et Media accueillent près de 1000 étudiants issus des filières numérique, commerce, journalisme, production audiovisuelle, corporate (finance, RH, juridique, etc.).

Au-delà de l'apprentissage de leur métier, les pôles Télécoms et Media offrent aux étudiants une véritable découverte des activités et de la vie de l'entreprise, à travers un cycle de visites et de conférences et de nombreux moments de rencontres et d'échanges tout au long de leurs parcours au sein du groupe.

En 2022, près de 21% des étudiants ont été recrutés en CDD ou CDI à l'issue de leur expérience d'apprentissage. La parole leur est donnée à travers une série d'interviews vidéos où les étudiants évoquent leur expérience d'alternance, ce qui leur a donné envie de rester au sein du groupe et comment ils s'épanouissent aujourd'hui dans leur métier.

Cliquez sur l'image pour voir les témoignages de plusieurs alternants embauchés en CDI cette année

« Happy Trainees » pour la 5e année

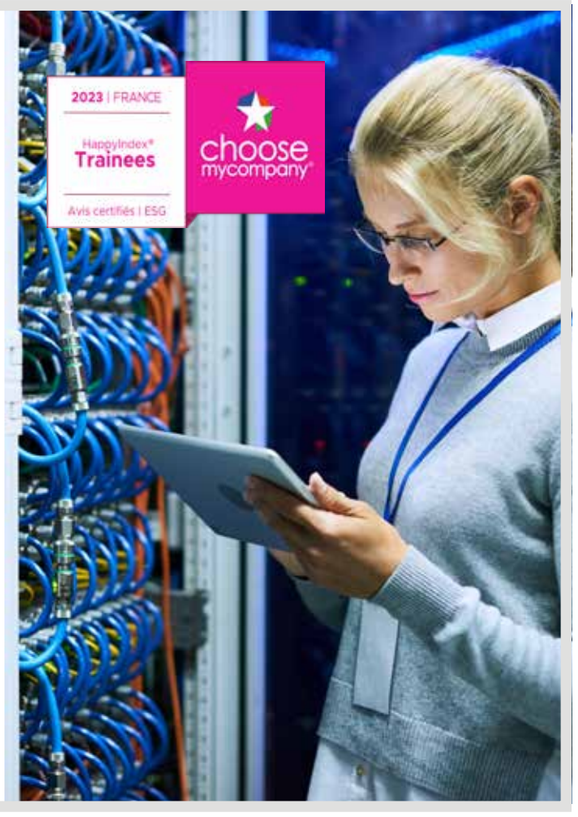
En 2022, le groupe Altice France est labellisé « Happy Trainees » pour la 5ème année consécutive sur ses activités Télécoms et Media, dans le cadre d'une enquête menée par ChooseMyCompany.com auprès des jeunes en stage et en alternance au sein de l'organisation. 85 % des étudiants recommandent le groupe Altice France pour l'accueil, la progression professionnelle, l'intérêt des missions, la qualité de l'accompagnement ou encore le plaisir au travail.

« *A travers mon job, j'ai un impact concret au sein de l'entreprise et dans la vie des Français.* »

« *Il y a une super ambiance de travail, et mon équipe a toujours été d'un grand soutien.* »

« *On travaille auprès de collaborateurs très engagés et qui maîtrisent leurs sujets, c'est stimulant !* »

« *On a la chance d'avoir de beaux locaux, de très bonnes conditions de travail et de nombreux avantages.* »



Développement des compétences des collaborateurs afin de porter les innovations d'aujourd'hui et de demain

I. Deux académies de formation interne, au service des collaborateurs d'Intelcia

Intelcia dispose de 2 académies de formation interne : Intelcia Academy pour les conseillers et Intelcia University pour les managers, qui assurent le déploiement des formations et consolident l'ensemble des processus et données sur la formation dans l'outil My Training.

Les plans de formation pour les conseillers sont définis avec les clients et comprennent une formation initiale et une formation continue interne ou externe.

Côté managers, un catalogue est mis à disposition pour les former, qu'ils soient Chefs d'équipe ou Directeurs.

Intelcia University est en charge des formations continues de l'ensemble de l'équipe encadrante Intelcia à travers tout le groupe.

Effectif : **15 formateurs management**

Chiffres : **60 000 heures de formation pour 1 900 managers formés par an**

Intelcia Academy, est en charge des formations initiales et continues des conseillers clientèle Intelcia.

Le dispositif est renforcé par une équipe de Design Center en charge de la conception de modules/vidéos

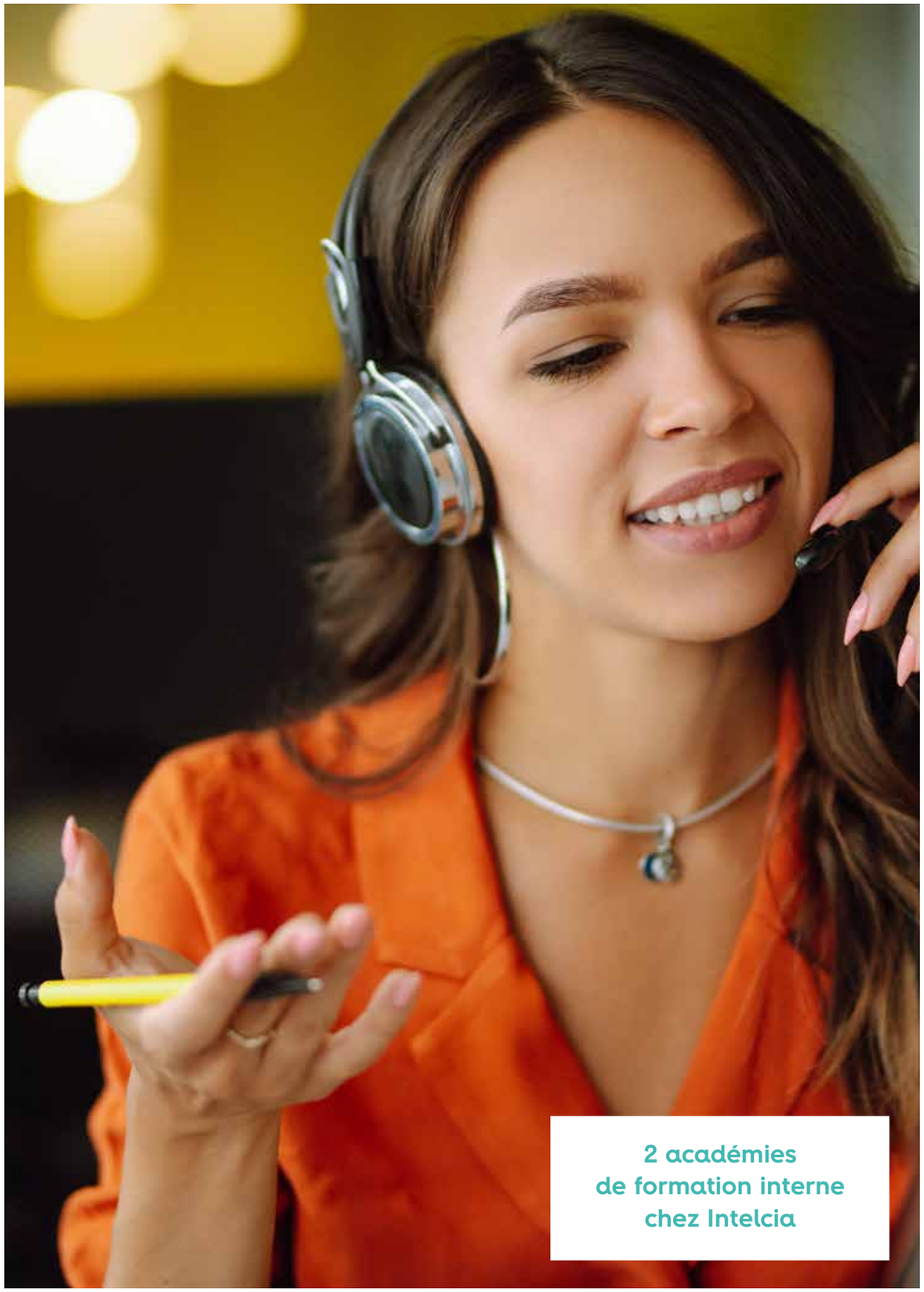
Effectif : **196 formateurs**
(dont 6 formateurs concepteurs)

Chiffres : **1 328 239 heures de formation en 2022**
(1 737 503 en 2021)

Pilotage et suivi du dispositif de formation

Le Département Formation s'est doté de systèmes informatiques pour le pilotage et le suivi du dispositif de formation :

- My Learning, LMS pour Elearning ;
- My Training pour la gestion, planification des formations ;
- Test'IN Lab permet de reproduire un environnement client SFR (TV, Box, Smartphone, Tablettes...).



2 académies de formation interne chez Intelcia

II. Des parcours d'intégration et formation : une attention particulière dans le contexte de l'Outsourcing

Intelcia porte une attention particulière au parcours d'intégration du nouveau collaborateur qui a été entièrement remodelé. En effet, le nouveau collaborateur doit se sentir attendu et accueilli mais également comprendre rapidement les enjeux de sa mission. Les arrivées, l'intégration dans les équipes et les formations initiales sont ainsi optimisées grâce à un système de On Job Training (OJT), qui explique le métier et présente les interlocuteurs clés pour la réalisation des missions et l'intégration dans le groupe.

De plus, l'intranet, MyIntelcia, donne accès à de nombreuses informations, tant sur le fonctionnement de l'entreprise, que sur son actualité ou encore ses avantages sociaux. Le collaborateur gagne ainsi en autonomie.

III. Des programmes et outils innovants pour garantir à tous les collaborateurs des pôles Télécoms et Media le développement de leurs compétences

En 2022, 58 % des salariés du pôle Télécoms ont suivi au moins une formation, avec un taux de satisfaction moyen de 90 %.

L'université des métiers, La Fabrique, permet de renforcer les expertises métier des équipes et de développer les compétences de demain, au service de la performance collective.

À travers des programmes de formation, les actions visent à :

- gagner en expertise ;
- accélérer les évolutions de carrière ;
- accompagner les besoins opérationnels ;
- coopérer efficacement.

La Fabrique s'appuie sur 10 filières d'expertise métier parrainées par des directeurs opérationnels qui permettent de proposer des formations sur-mesure et au plus proche des besoins des salariés.

Les programmes emblématiques de la Fabrique

La digitalisation de l'accès à la formation

La digitalisation de l'accès à la formation et l'amélioration de l'expérience utilisateur sont au cœur des enjeux du groupe. En 2022, des plateformes de e-learning ont été déployées sur les pôles Télécoms et Media. Grâce à ces dispositifs, SFR a pu former l'ensemble de sa force de vente aux offres et aux techniques de vente, sur son réseau de Distribution. Le groupe a par ailleurs initié, via sa plateforme e-learning, un module de sensibilisation au numérique responsable, ainsi qu'une campagne de sensibilisation à la sécurité de l'information, auprès de l'ensemble des salariés des pôles Télécoms et Media.

L'Académie de la Relation Client, accompagner la transformation de l'expérience client

la fabrique ACADÉMIE DE LA RELATION CLIENT

La qualité de l'expérience délivrée aux clients a été placée au cœur des enjeux du groupe pour l'année 2022. L'ambition est forte : il s'agit d'apporter aux clients du groupe un service différenciant sur un marché extrêmement concurrentiel.

Dans ce contexte, les équipes de l'Expérience Client (SFR Business) et de la Fabrique ont lancé, l'Académie de la Relation Client. Cette dernière propose un parcours de développement des compétences basées sur la connaissance des clients, la richesse des offres et enfin la posture, afin de faire vivre une expérience unique aux clients. Ce parcours a concerné, dans un premier temps, les managers – véritables acteurs de cette transformation - puis l'ensemble des collaborateurs de la Direction Relation Client, avec des formations sur mesures adaptées aux besoins des équipes.

En 2022, ce sont 220 collaborateurs et managers qui ont été formés au sein de l'Académie de la Relation Client.

Cliquez sur l'image pour voir l'annonce du lancement de l'Académie de la Relation Client par Frédérique Laporte-Many, Directeur de la Relation client chez SFR Business

Côté Media, des programmes pour accompagner la transformation des usages et la sécurisation des missions

Pour être au plus près de l'évènement, BFMTV a été la 1ère chaîne à réaliser ses reportages avec un smartphone posé sur un équipement léger et facilement transportable. Le groupe a déployé une formation pratique et concrète afin d'accompagner ses journalistes à l'appropriation des outils de tournage et montage via smartphone. 75 journalistes ont été formés en 2022. Toujours dans l'optique d'adopter les nouveaux usages et tendances journalistiques, une formation a été mise en place pour acquérir les techniques de tournage au drone.

Par ailleurs, le pôle Media déploie une formation de sécurisation des missions journalistiques afin de permettre aux journalistes d'assurer en toute sécurité leurs reportages sur des terrains sensibles.

Pôles Télécoms et Media : les collaborateurs accompagnés dans leur évolution au sein du groupe

Une équipe mobilité dédiée propose aux salariés des outils et processus de mobilité professionnelle performants, à travers des accompagnements individuels (ciblage de projet professionnel, outils de marketing de soi, recherche de poste, etc.), mais aussi à travers des ateliers collectifs pour élaborer un CV impactant ou préparer un entretien de mobilité.

Pour assurer la réussite de leur mobilité en interne, les salariés peuvent bénéficier de formations d'accompagnement quand nécessaire.

En 2022 :
55 accompagnements individuels
et 24 ateliers organisés
pour 100 collaborateurs suivis.

Egalité professionnelle : assurer l'égalité entre les femmes et les hommes

Convaincu que parité et diversité sont des enjeux stratégiques pour le développement des personnes comme pour celui de l'entreprise, le groupe Altice France s'engage en faveur de l'égalité femmes et hommes dans le recrutement et l'emploi, l'évolution professionnelle, l'équilibre des temps de vie ou encore la lutte contre les stéréotypes de genre. Le groupe met ainsi en place des mesures positives et concrètes.

I. Côté Intelcia

Intelcia agit en faveur de l'égalité femmes-hommes par :

- la formation de l'équipe recrutement à la non-discrimination pour l'égalité de traitement entre les femmes et les hommes tout au long du processus de recrutement ;
- l'égalité d'accès à la formation et au processus de mobilité ;
- la mise en place d'assessment centers assurant la sélection des candidats aux promotions sur la base des compétences ;
- l'assurance de l'équité salariale et de la non-discrimination dans le cadre de congés maternités ;
- la mise en place d'une Commission d'égalité constituée d'élus du CSE se réunissant au moins une fois par an ;
- la signature d'un Accord d'Egalité professionnelle et de Qualité de Vie au Travail.

Intelcia groupe est signataire de la charte de la Diversité et membre du Pacte Mondial de l'ONU.

Quelques chiffres clés pour le groupe Intelcia :

- Près de 56 % de femmes composent les effectifs pour 44 % d'hommes ;
- 58 % de femmes dans les embauches ;
- 44 % de promotions attribuées à des femmes ;
- l'Index Egalité en France est de 95/100.

II. Côté Télécoms et Media

Les pôles Télécoms et Media agissent en faveur de l'égalité femmes-hommes par :

- des mesures correctives et une enveloppe spécifique de rattrapage salarial ;
- des actions de communication et sensibilisation aux discriminations et à l'égalité des chances ;
- un programme « Carrières au féminin » pour favoriser l'accès des femmes à des postes à responsabilités ou encore l'accès des femmes aux filières techniques.

Convaincus qu'il faut s'engager et faire bouger les lignes collectivement, les pôles Télécoms et Media ont soutenu et participé en 2022 à deux évènements majeurs pour l'inclusion et la diversité. Les Assises de la Parité et le Sommet de l'inclusion économique ont réuni une coalition d'acteurs engagés - entreprises, associations, institutions, etc.

MELINA DAVID
Directrice du Développement
des Ressources Humaines Media-Télécoms

Cliquez sur l'image pour voir la participation de Mélina DAVID à la table ronde des Assises de la Parité Recrutement, fidélisation, hauts potentiels... Comment favoriser la parité ?

Mes Solutions Family
pour une meilleure conciliation vie professionnelle – vie personnelle

Mes Solutions Family

En 2022, les pôles Télécoms et Media ont fait évoluer leur plateforme « Mes Solutions Family » pour aider les salariés dans l'organisation de leur quotidien, grâce à des services et contenus adaptés à toutes les étapes de la vie familiale : solutions ponctuelles et aides à la recherche de garde d'enfant, soutien scolaire, accompagnement dédié aux salariés aidants, offres à tarifs préférentiels pour de nombreux services (aide à domicile, ménage, conseil d'orientation...) ou enfin des conférences et articles gratuits tout au long de l'année.

Egalité et parité sur nos chaînes

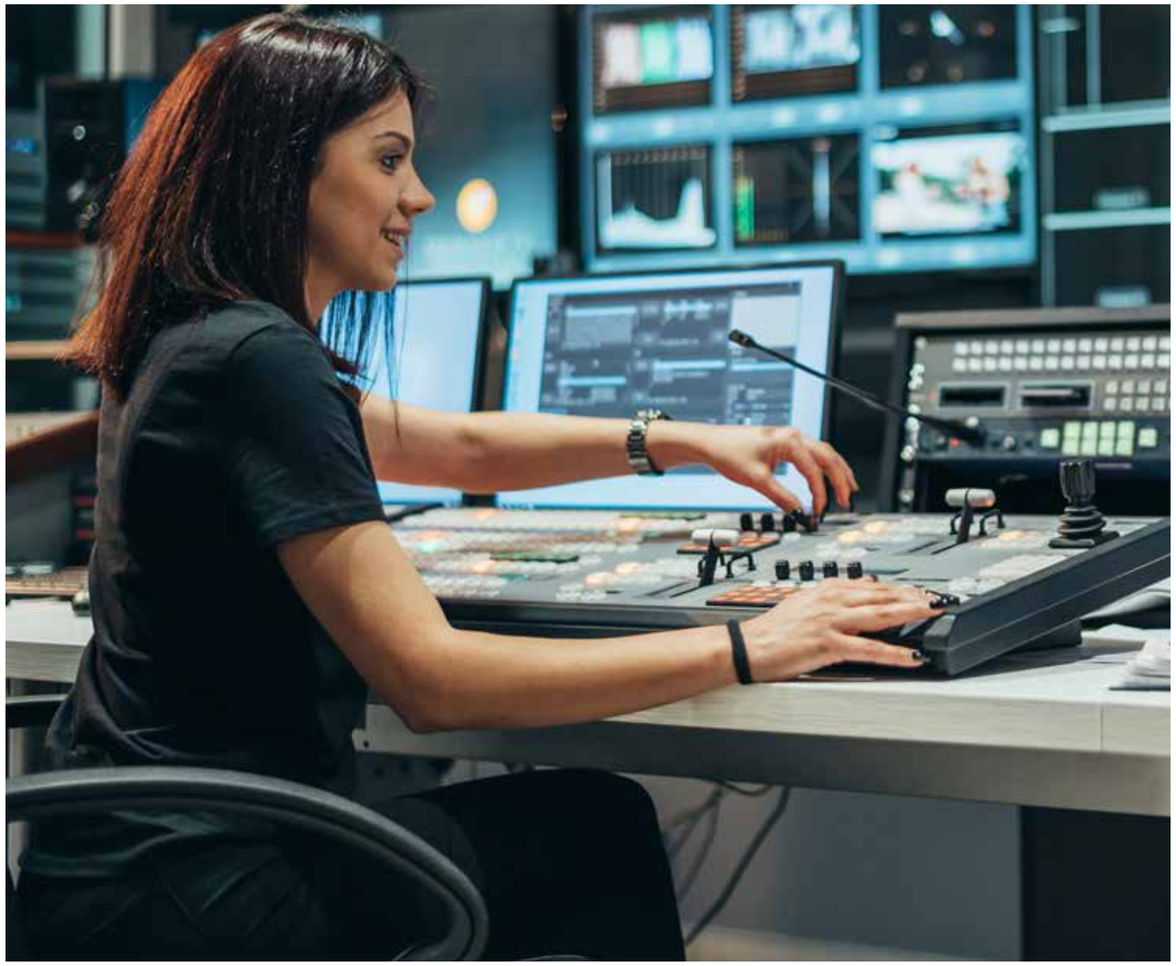
MAXIME DARIDAN
Délégué RMC BFM Pluralisme Diversité

« L'engagement continu de nos chaînes en termes de parité répond à un enjeu de société majeur. Nous avons poursuivi ces évolutions en nommant des femmes à la tête d'émissions dédiées au sport, thématique habituellement très masculine. Nous nous sommes dotés d'un Observatoire de la diversité permettant de suivre et de rendre compte de la représentation des femmes sur nos antennes toute l'année, parmi les présentateurs, les chroniqueurs et intervenants en plateau, les experts et les invités politiques.
Au-delà de l'incarnation des émissions, nos chaînes continuent de se distinguer sur les contenus. Nos antennes contribuent pleinement aux débats autour des sujets de lutte contre les violences faites aux femmes et de lutte contre les préjugés sexistes, avec en 2022 plus de 1 400 sujets et programmes consacrés à ces thèmes sur les antennes BFM et RMC. Notre ambition est de continuer à progresser sur ces sujets. »

Prévention des agissements sexistes et des violences faites aux femmes

Dans la continuité des actions de sensibilisation réalisées au sein des différents Comités de Direction et auprès des salariés du pôle Media en 2021, les pôles Télécoms et Media ont mené en 2022 une nouvelle campagne de prévention sur les agissements sexistes, afin de faire évoluer durablement les mentalités et comportements. Cette campagne nommée « Le sexisme on s'en parle » a été relayée sur les différents supports de communication interne auprès de l'ensemble des salariés. Au travers notamment de deux vidéos pédagogiques, elle permet à chacun de se réinterroger sur la représentation du sexisme au travail et sur ses comportements individuels. Cette action de communication a aussi été l'occasion de mettre à nouveau en avant les différents interlocuteurs et référents internes de prévention.

Comme chaque année, le groupe Altice France s'est mobilisé pour la journée de lutte contre les violences faites aux femmes le 25 novembre à travers ses médias. Les chaînes du groupe ont diffusé le spot d'appel aux dons et des programmations spéciales autour de cette thématique.



Accompagnement de l'emploi des personnes en situation de handicap

I. Engagements en faveur des travailleurs en situation de handicap

Depuis plus de 20 ans, le groupe Altice France s'engage pour l'inclusion et l'égalité des chances au travers d'engagements forts pour accompagner les salariés en situation de handicap, en termes de maintien de l'emploi, d'intégration, de sensibilisation et d'évolution professionnelle. Le groupe favorise également les emplois indirects à travers l'achat de services publics et de produits auprès d'entreprises du secteur protégé et adapté telles que Handicall[1] , Log'ins[2] , Ap'aips[3] ou Deafi[4].

Côté Télécoms et Media

Les pôles Télécoms et Media, signataires du Manifeste pour l'inclusion économique des personnes handicapées (2019)

Signataires d'accords d'entreprise, les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France mobilisent des moyens importants afin de soutenir les actions de recrutement, d'intégration et d'accompagnement d'un plus grand nombre de salariés en situation de handicap. Ceci s'illustre en particulier par des aménagements de poste de travail, un accompagnement spécifique dans l'évolution professionnelle ou encore des jours d'absence autorisés. De plus ces accords encouragent les achats responsables engageant le groupe à travailler avec des acteurs favorisant l'emploi de personnes en situation de handicap (voir aussi les engagements liés à la politique d'achats responsables, page 54)

Côté Intelcia

Sur son périmètre français, Intelcia intègre des engagements forts pour garantir l'intégration des travailleurs en situation de handicap dans le groupe :

- une référente Handicap a été nommée avec des relais handicap présents sur chaque site ;
- le suivi au plus près des recommandations de la médecine du travail quant aux aménagements d'horaires ou à la mise à disposition de support anti-troubles musculosquelettiques ;
- l'accompagnement des salariés disposant d'une reconnaissance de travailleur handicapé dans l'aménagement de leur position de travail (fauteuils ergonomiques, écrans d'ordinateurs, etc).

(1) Centre d'appels : https://www.handicall.fr/
(2) Entreprise de logistique : http://log-ins.fr/
(3) Services aux entreprises : http://www.apaips.com/
(4) Centre de relation client adapté aux personnes sourdes ou malentendantes.

II. Sensibilisation des collaborateurs sur le handicap

La Mission Handicap du groupe Altice France et son réseau de référents handicap animent chaque année des opérations d'information et de sensibilisation des collaborateurs pour contribuer à lever les stéréotypes et préjugés sur le handicap. Ces actions ont aussi pour but d'encourager et faciliter les démarches des salariés qui voudraient faire reconnaître leur situation de handicap, contribuant ainsi à l'augmentation régulière du nombre de salariés travailleurs handicapés dans le groupe, et tout particulièrement en 2022.

Les défis de la Mission Handicap

Parmi les actions de sensibilisation majeures de l'année 2022, la Mission Handicap a lancé deux challenges sportifs, collectifs et solidaires qui ont fortement mobilisé les collaborateurs. En équipe et collectivement, l'objectif était de réaliser le maximum de pas possible et de répondre à des défis au profit d'une cause solidaire. Grâce à l'engagement de plus de 1 500 salariés, les pôles Télécoms et Media ont versé 15 000 € à Handicap International ainsi qu'à la Fédération Française Handisport, afin de soutenir deux athlètes dans leur préparation aux mondiaux de para athlétisme en 2023. Le succès de ces opérations de sensibilisation contribue à faire du groupe Altice France, une société toujours plus inclusive et handi-accueillante.

Faire de sa différence une force, le témoignage de Théo Curin

Dans la continuité de ses actions de sensibilisation en faveur de l'inclusion, le groupe Altice France a accueilli le nageur Théo Curin pour une conférence, suivie par plus de 900 salariés en live ou en replay sur tous les sites en France. Un témoignage poignant et inspirant au cours duquel Théo a partagé l'acceptation de son handicap, sa résilience par la natation et son accomplissement en tant que comédien, chroniqueur ou encore mannequin.

Représentation du handicap sur les antennes

Altice Media est le premier groupe de médias de France à rendre compte annuellement auprès du régulateur de l'audiovisuel (Arcom, ex-CSA) de son traitement du handicap sur ses antennes. Il a communiqué un bilan de la représentation du handicap en 2022 en listant 450 traitements différents, sur ses antennes nationales et régionales. Ce relevé fait part d'une grande richesse, tant sur les thématiques abordées que sur les modes de traitement.

Ce bilan annuel permet de suivre l'évolution de ces thématiques et démontre l'engagement fort du pôle Media sur la question de la représentation du handicap sur ses antennes.

Un dialogue social pragmatique

Le groupe Altice France s'engage dans le maintien d'un dialogue social pragmatique entre les partenaires sociaux et la Direction Générale. Et ce, d'autant plus au regard de l'importance des projets stratégiques et organisationnels, nécessaires au groupe pour s'adapter aux exigences et aux évolutions rapides des marchés des télécoms, médias et de l'outsourcing.

I. Le dialogue social au sein des pôles Télécoms et Media

En 2022, les échanges et négociations avec les partenaires sociaux des pôles Télécoms et Media, ont donné lieu à 159 réunions de Comités sociaux et économiques (CSE), ainsi réparties :

CSE Central de l'UES SFR	27	CSE SRR	17
CSE R&SI de l'UES SFR	22	CSE SFR Distribution	18
CSE B2B de l'UES SFR	24	CSE de l'UES Next	16
CSE B2C & FS de l'UES SFR	19	CSE SMR	16

Les négociations ont permis d'aboutir à la signature de 21 accords, sur les pôles Télécoms et Media, notamment sur les thèmes suivants : négociations annuelles obligatoires (NAO), intéressement – participation, prévention des risques et conditions de travail, télétravail, épargne salariale ou encore égalité professionnelle sur le pôle de la Distribution.

Mise en place d'un Observatoire des Conditions de travail

Un accord a été signé en juillet 2022 prévoyant la mise en place d'un Observatoire des Conditions de travail, au sein de l'UES SFR. Cet accord fait suite au Plan de départ volontaire qui s'est déroulé jusqu'au mois de mars 2022 et vise à prévenir les risques de santé au travail pour les salariés du groupe.

L'Observatoire est composé paritairement de représentants du personnel et de la Direction et est accompagné d'un cabinet d'expertise offrant les garanties d'indépendance nécessaires. Ses missions consistent à assurer le suivi du Plan de départ volontaire, suivre le déploiement du projet d'évolution des organisations et définir une méthodologie d'analyse des risques, transposable à tout projet d'évolution des organisations.

II. Le Dialogue social au sein d'Intelcia

Le groupe Intelcia respecte la loi en matière de dialogue social dans chacun de ses pays d'implantation et veille à maintenir une relation ouverte, constructive et constante avec ses partenaires sociaux.

Intelcia France a signé un Accord Dialogue social qui présente toutes les garanties de moyens et règles en vigueur dans l'entreprise. Un calendrier partagé avec les partenaires sociaux a encadré la négociation d'un accord de gestion des carrières, fin 2021.

Au Maroc, en France, au Cameroun, en Côte d'Ivoire ou encore à Madagascar, 100 % des sites disposent de délégués du personnel. Tous les moyens sont mis à leur disposition dans l'exercice de leur fonction : bureau, tableau d'affichage, adresse mail, etc.

Un dialogue est maintenu avec les représentants du personnel, avec un suivi des décisions prises lors des réunions.

Intelcia veille également à ce qu'ils puissent mener leurs missions dans de bonnes conditions.

Grâce aux négociations avec les partenaires sociaux, l'accord relatif aux NAO a complété les accords toujours en vigueur et signés les années précédentes sur les thèmes suivants : modulation et avenant, dialogue social, Comités Social et Economique (CSE), participation, égalité professionnelle et qualité de vie au travail.

Enfin, au Sénégal, à la Côte d'Ivoire et au Cameroun, Intelcia adhère à des conventions collectives qui encadrent les garanties sociales dont disposent ses collaborateurs :

- convention nationale collective du commerce au Sénégal ;
- convention collective interprofessionnelle de la Côte d'Ivoire ;
- convention collective nationale des télécommunications et activités connexes au Cameroun.

Organisation du travail et rémunération au sein du groupe Altice France

I. L'organisation du travail

Le groupe Altice France respecte les règlementations de ses pays d'implantation concernant l'organisation du travail et a mis en place des mesures pour s'adapter aux spécificités de ses activités dans les différentes zones géographiques où elles sont exercées.

Pôles Télécoms et Media

Les pôles Télécoms et Media favorisent une organisation du travail respectueuse de l'équilibre vie professionnelle et vie personnelle et responsabilisent les salariés dans la gestion de leur temps de travail. La durée du temps de travail effectif est de 35 heures en moyenne et des dispositifs légaux de réduction du temps de travail sont appliqués, avec l'attribution de jours de récupération de temps de travail. Les salariés bénéficient également de congés pour évènements familiaux (mariage, décès, déménagement, enfant malade, etc.) et ont, par ailleurs, la possibilité d'ouvrir une Compte Epargne Temps afin d'accumuler des droits à congés rémunérés.

Afin d'accompagner la transformation digitale de l'entreprise et les évolutions récentes des modes de travail, le groupe Altice France a fait évoluer au cours de l'année sa politique de télétravail, l'étendant à 2 jours hebdomadaires et l'élargissant à un plus grand nombre de bénéficiaires, par exemple les alternants ou encore les salariés exerçant en 2x8.

Côté Intelcia

Intelcia a mis en place une politique visant à diminuer l'impact des contraintes professionnelles sur la vie privée de ses collaborateurs notamment grâce à des processus visant à l'établissement à l'avance des plannings et à la gestion de leurs modifications, à la gestion du travail de nuit, des jours chômés ou fériés ainsi qu'à une organisation flexible du travail. Dans ce cadre, Intelcia prend en compte les horaires aménagés dont bénéficie une partie de ses collaborateurs et a mis en place un dispositif de télétravail pour l'ensemble de ses sites, en faisant évoluer la sécurité de ses systèmes d'information et en veillant à former ses managers à la gestion d'équipe et au travail à distance. De plus, un système de rotation garantit des week-ends chômés pour l'ensemble des fonctions dont l'activité s'exerce 7J/7 et les préférences des agents sont prises en compte lors des événements exceptionnels tels que les fêtes religieuses et les jours fériés. Enfin, Intelcia veille à prendre en compte les situations exceptionnelles spécifiques à ses pays d'implantation comme les périodes d'élections ou de couvre-feu.

II. La politique de rémunération du groupe Altice France

Télécoms et Media

Le groupe Altice France propose à ses collaborateurs une politique de rémunération basée sur les performances individuelles et collectives et garante d'une équité de traitement.

La rémunération des collaborateurs est composée des éléments suivants :

- un salaire fixe de base brut reflétant l'expérience et les responsabilités du collaborateur ;
- une rémunération variable pour valoriser la contribution individuelle ;
- des montants d'épargne salariale (intéressement et/ou participation) pour associer les collaborateurs à l'atteinte aux résultats et réalisations du groupe.

En outre, les salariés bénéficient notamment d'une protection sociale à travers un régime de frais de santé et de prévoyance et ont accès à un dispositif d'épargne retraite collectif, avec un abondement de l'entreprise.

Dans un contexte d'inflation et de crise du pouvoir d'achat, l'ensemble des collaborateurs des pôles Télécoms et Media a reçu en 2022 deux primes exceptionnelles (début et fin d'année), ainsi qu'un supplément d'épargne salariale.

Par ailleurs, une nouvelle solution d'Epargne salariale compétitive et innovante a été mise en place pour les salariés du pôle Télécoms. Confiée à Natixis Interépargne, cette solution propose une gamme de produits financiers compétitifs permettant aux salariés d'investir dans des Fonds à Investissement Socialement Responsables, en accord avec leurs valeurs. Par ailleurs, des outils et fonctionnalités performants sont mis en place, tel qu'un agrégateur de comptes d'épargne ou encore un outil d'aide à la décision en ligne afin de faciliter les démarches.

Côté Intelcia

Intelcia a établi des règles de rémunérations fixes et variables. Une grille de classification des salaires par grade et statut existe dans tous ses pays d'implantation. Les salaires fixes des conseillers dépassent le plus souvent le Salaire Minimum de Croissance (SMIC) local de chaque pays, comme au Maroc ou à Madagascar. En 2020, une matrice d'augmentation salariale a été mise en place lors des évaluations annuelles permettant d'octroyer un pourcentage d'augmentation suivant l'écart salarial et le niveau de la performance.

En France, une prime additionnelle liée à l'ancienneté (à partir de 4 ans de présence dans le groupe) a été négociée lors des Négociations Obligatoires dans l'Entreprise. Tous les sites disposent également d'un dispositif de tickets restaurant, de prise en charge d'une partie des frais liés aux transports via une prime ou le remboursement d'une partie des abonnements aux transports en commun.

Dans tous ses pays d'implantation en dehors de la France, Intelcia propose des dispositions plus avantageuses que ce que prévoit la réglementation en termes de maladie, accidents du travail, maternité et paternité, retraite complémentaire et prévoyance. A titre d'exemples, au Maroc, les congés liés aux mariages et aux décès sont plus avantageux par rapport à ceux de la législation nationale et une caisse de solidarité interne pour accompagner les collaborateurs dans ce type d'événements a été mise en place. Au Sénégal, en Côte d'Ivoire et au Cameroun, les couvertures médicales privées plus avantageuses que celles étatiques ont été mises en place.

Bien vivre ensemble

I. Le bien vivre ensemble au sein des pôles Télécoms et Media

Des dispositifs d'accompagnement, de prévention et de sensibilisation

Des dispositifs d'accompagnement et de soutien, strictement confidentiels, sont à disposition des salariés qui rencontrent des difficultés professionnelles ou personnelles :

- une cellule d'accompagnement et de soutien disponible gratuitement par téléphone 24h/24 et 7j/7 ;
- des permanences psychologiques sur site ou des suivis individuels psychologiques en cabinet de ville ;
- l'accompagnement des assistants sociaux du travail ;
- une rubrique Intranet « Bien vivre ensemble », avec l'ensemble des informations utiles et la liste des professionnels internes et externes à disposition.

Des temps d'échange et de partage tout au long de l'année

Les pôles Télécoms et Media mettent en place un certain nombre d'actions pour favoriser l'échange avec les salariés et partager avec eux autour du projet, de la stratégie et des résultats de l'entreprise :

- des échanges sont régulièrement organisés entre les membres du Comité Exécutif et les 500 top managers du groupe ;
- des podcasts internes sont diffusés chaque mois, donnant la parole aux dirigeants des pôles Télécoms et Media. Conçus à partir des questions des salariés, ces rendez-vous (à voir ou à écouter) sont l'occasion d'un échange régulier sur l'actualité du groupe, les innovations ou encore le bien-être en entreprise ;
- l'enquête annuelle « Altice France & Vous » permet aux salariés des pôles Télécoms et Media de partager leur perception de l'entreprise et de leur environnement de travail, et de mesurer le niveau d'engagement des équipes.

Altice Party, des soirées de rassemblement aux 4 coins de la France

Le groupe Altice France a organisé en juin 2022 des évènements pour réunir les salariés des pôles Télécoms et Media partout en France. 14 soirées se sont tenues, de La Réunion à Toulouse en passant par l'Altice Campus de Paris, permettant aux salariés de partager un moment unique, festif et convivial.

Promotion des activités physiques et sportives

Conscient de l'importance de la santé et du bien-être physique des salariés, le groupe Altice France soutient la promotion de l'activité sportive, à travers plusieurs actions concrètes :

- sponsor de l'association sportive SFR pour permettre aux salariés adhérents de bénéficier de cours de sport et de se réunir autour de défis sportifs ;
- engagement de nos chaînes dans des opérations de valorisation du sport, notamment la lutte contre le dopage et la valorisation du sport féminin ;
- à travers les deux challenges initiés par la mission handicap en 2022, près de 1 500 salariés se sont lancés dans un défi de marche pendant plusieurs semaines. En quelques statistiques sur les 2 périodes de challenges : plus de 324 000 000 pas effectués, soit une moyenne de 8 878 pas par jour par collaborateur participant sur toute la durée du challenge.

II. Chez Intelcia, le bien vivre ensemble s'appuie sur la formation des managers et la diffusion de la culture du groupe

Pour garantir le bien vivre ensemble au sein de ses équipes, Intelcia porte une attention particulière aux managers et encadrants. Ainsi, un plan de formation spécifique leur est dédié, ainsi qu'une formation systématique aux valeurs du groupe.

Tous les managers sont sensibilisés aux sujets d'éthique et de non-discrimination, à travers le Code éthique et suivent des campagnes de sensibilisation.

Une rencontre annuelle appelée la « Journée Middle Management » au cours de laquelle ont lieu des ateliers sur le rôle du manager est organisée.

Depuis janvier 2021, le projet "Convergence" permet de renforcer le rôle de coaching des chefs d'équipe qui leur permet d'assurer les fonctions de coachs. L'Assessment Center quant à lui effectue un travail d'identification auprès des coachs pour un passage potentiel au statut de chef d'équipe.

Dans le cadre des Talent Reviews, un nouveau leadership modèle a été utilisé, fondé sur 8 compétences dont la compétence « Agir avec bienveillance et équité ».

Enfin, l'initiative groupe « Best In adventure » visant la valorisation et la reconnaissance des meilleurs collaborateurs est en œuvre : identifier les best collaborateurs via un challenge objectivé et les récompenser au travers d'un événement convivial (voyage, soirée, etc.). Les critères sont établis par Intelcia et ses clients sur la base de la performance des collaborateurs par projet.

Des questionnaires de satisfaction et d'engagements pour mieux prendre en compte les attentes des collaborateurs.

Confidentielles et communes à l'ensemble d'Intelcia, des enquêtes de satisfaction ont lieu tous les deux ans. Elles visent à mesurer le bien-être des collaborateurs et mieux cerner leurs attentes, dans une logique d'écoute et d'amélioration :

- un questionnaire de satisfaction pour les conseillers appelé aussi « Recommandation » permettant d'évaluer le niveau de satisfaction des collaborateurs par rapport aux conditions de travail, à l'efficacité des services de support internes, au management et gestion des projets, aux facteurs de motivation et expériences personnelles et enfin à la politique de ressources humaines adoptée ;
- un questionnaire « engagement » pour les fonctions support et les managers, à travers lequel sont mesurées leur adhésion et implication dans le groupe et à ses projets ;
- au cours de l'année, plusieurs autres mini-enquêtes ont été organisées et partagées avec les collaborateurs afin de mesurer leur satisfaction quant aux différentes campagnes ou événements qui leur sont destinés.

Des actions et programmes centrés sur le bien-être, les activités sportives et la création de lien

L'enjeu du bien-être au travail est crucial dans le secteur d'activité d'Intelcia.

Aussi, le groupe a mis en place de multiples événements pour renforcer la convivialité sur ses sites et entre ses collaborateurs tels que :

- **Mardi et vendredi 'IN :** animations sur les sites autour de thèmes différents, célébration des occasions spéciales ;
- **Anniversaire du mois :** célébration des anniversaires de collaborateurs tirés au sort ;
- **Semaine du bien-être :** une semaine autour du bien-être en juin, avec des ateliers, des webinaires, des contenus, des cours de sport, sur tous les sites Intelcia en même temps ;
- Création d'une rubrique **Feel'In Better sur Intranet** avec partage d'articles autour du bien-être et du développement personnel sur une base hebdomadaire ;
- Programme **#DiscoverTogether** pour le Comité de Direction : visite de lieux sortant des sentiers battus (aciérie, randonnée ornithologique, lieux historiques, etc.) afin de souder les équipes dirigeantes ;
- Programme **#IntelciaTalks :** à la rencontre de personnalités inspirantes.

Après un pilote en 2021, Intelcia a lancé courant 2022 « In The Move », une initiative phare visant à améliorer le bien-être de ses collaborateurs. Ce programme tout en un donne accès aux collaborateurs à une plateforme digitale dédiée qui regroupe une large offre de services :

- des cours de sport ;
- des webinaires avec des experts en sport, en nutrition et en psychologie, entre autres ;
- des articles réguliers proposant des conseils sur la nutrition, le bien-être et les activités sportives notamment ;
- la mise en place de challenges et d'ateliers autour de thématiques bien-être.

Avec In The Move, Intelcia promeut un mode de vie sain et la pratique d'activités sportives auprès de ses collaborateurs.

En parallèle, les collaborateurs d'Intelcia ont participé à plusieurs manifestations sportives tout au long de l'année, ce qui a permis à Intelcia Maroc d'être élu l'Entreprise Sportive de l'Année par la Fédération Marocaine des Professionnels du Sport lors de la cérémonie des Morocco Sports Awards.

Enfin, des programmes et animations spécifiques sont dédiés à renforcer la proximité avec le management et la transparence :

- plusieurs instances de partage avec le Management du groupe autour des actualités de l'entreprise (Townhalls meetings, Annual Management Meetings et Quarterly Management Meetings) ;
- les Cafés Matins : instances d'échanges des collaborateurs avec les dirigeants des pays ou sites pour la remontée et le partage de leurs préoccupations quotidiennes et mise en place des actions correctives ;
- les applications d'échanges sur l'Intranet : MyAlert, ChatRH, MySuggestions, Help'In ;
- une Radio d'entreprise, InRadio, qui émet sur 8 pays, avec 17 émissions par semaine ;
- le programme ambassadeur ou Intelcia Advocacy Program : principalement actif sur Linkedin, il donne la parole à des collaborateurs volontaires qui partagent leur expérience du secteur et chez Intelcia. La participation au réseau d'ambassadeurs inclus un dispositif d'accompagnement en matière de formations relatives au digital (copywriting, règles élémentaires de création de contenu, utilisation de plateforme pour la conception de visuels, etc.) et des évènements conviviaux (Shooting, afterwork, etc.).

Le groupe Altice France, engagé en faveur d'une éthique partagée des affaires et des données

Le groupe Altice France place les règles et les principes de l'éthique au cœur de ses relations économiques et commerciales. Cet engagement se traduit par la mise en place de pratiques éthiques, notamment en matière d'achats responsables, de lutte contre la corruption et le trafic d'influence ainsi que de sécurité de l'information et de la protection des données personnelles de ses clients.

Ethique des affaires

Le groupe Altice France veille au partage de ses valeurs et de ses principes en matière d'éthique des affaires, et ce, dans l'ensemble de ses filiales. Face à la diversification de ses activités et à l'entrée dans le groupe, chaque année, de nouveaux collaborateurs notamment au Maroc et à l'international, le groupe Altice France a doté l'ensemble de ses filiales de codes d'ethique. Ces codes déclinent les principes du groupe dans chaque entité, en les adaptant, au besoin, aux spécificités professionnelles et géographiques.

I. Une nouvelle politique d'achats responsables

Afin de réduire les risques environnementaux, sociaux et éthiques tout au long de la chaîne d'approvisionnement et de créer de la valeur pour l'ensemble des parties prenantes, les pôles Télécoms et Media se sont dotés en 2021 d'une politique d'achats responsables. Cette politique évolutive et volontaire est revue chaque année pour refléter au mieux les engagements du groupe, notamment en matière environnementale et diffuser les pratiques liées à la responsabilité sociétale. Elle se décline en 3 axes.

1. L'achat de produits et services plus responsables et la réduction des impacts environnementaux
2. La création d'un écosystème de fournisseurs engagés
3. La construction de relations respectueuses des législations applicables

L'achat de produits et services plus responsables et la réduction des impacts environnementaux

- définir des objectifs sur la mise en œuvre des engagements RSE du groupe au travers de ses achats ;
- identifier les activités les plus génératrices d'émissions de CO_2 et mettre en place des plans de réduction sur l'achat des produits et services concernés ;
- acheter des équipements réseaux moins énergivores ;
- promouvoir l'économie circulaire à travers les produits proposés aux clients ;
- former l'ensemble de la direction achats aux achats responsables et aux engagements RSE du groupe d'ici à 2025.

Des prestations de services plus responsables

Le groupe Altice France s'engage à réduire l'empreinte carbone des produits et services proposés et à agir en faveur d'un numérique plus responsable.
Les émissions de CO_2 liées aux consommations d'électricité représentent une part majoritaire des émissions de CO_2 totales des scopes 1 et 2. Le déploiement de la 5G et l'évolution des usages du numérique augmentent mécaniquement ces émissions. C'est pourquoi le pôle Télécoms du groupe Altice France a mis en place une démarche d'achat d'énergies renouvelables pour l'alimentation de son réseau.
De plus, le groupe Altice France a la volonté d'insuffler les meilleures pratiques de production au sein de son écosystème de fournisseurs au travers de la mise en place d'un suivi de leurs performances RSE.

Accroître la part d'énergies renouvelables dans le mix énergétique du groupe.

La création d'un écosystème de fournisseurs engagés

- faire de la politique sociale et environnementale des fournisseurs un critère de sélection et de suivi ;
- accompagner les fournisseurs dans la mise en place de pratiques sociétales et environnementales responsables ;
- mettre en place un système de veille réglementaire et s'assurer de la mise en conformité des parties intéressées ;
- formaliser l'engagement des fournisseurs, au travers d'une annexe RSE adossée à l'ensemble des contrats ;
- privilégier les fournisseurs locaux, les entreprises du secteur protégé et de l'insertion professionnelle ;
- privilégier les fournisseurs labellisés pour leur performance et leurs engagements responsables.

Evaluer régulièrement les fournisseurs stratégiques

Dans une démarche d'amélioration continue, les pôles Télécoms et Media ont mis en place un processus annuel d'évaluation de leurs fournisseurs et prestataires stratégiques. Il est orienté autour de quatre volets : commercial, opérationnel, RSE et sécurité. Les partenaires sont audités sur leurs mesures et actions sociales, environnementales, éthiques ou plus largement en matière de responsabilité sociétale au travers de la vérification de preuve associées à leur performance. Si nécessaire, la direction des achats effectue un suivi des actions correctives des fournisseurs pour améliorer leur performance RSE. Les fournisseurs faisant l'objet de ce suivi sont ceux ayant obtenu une note insuffisante et/ou présentant un écart important avec la moyenne de leur secteur d'activité.

Depuis 2016, **355 évaluations fournisseurs ont été réalisées**

Intégrer des critères sociaux et environnementaux dans la sélection des fournisseurs

Systématiquement annexée à l'ensemble des contrats-cadres signés par les pôles Télécoms et Media, l'annexe RSE engage les fournisseurs et prestataires à respecter et à se conformer aux dispositions du Pacte Mondial des Nations Unies relatives au respect des droits humains, des conditions de travail, de l'environnement et à la lutte contre la corruption.

D'ici 2025, **l'ensemble des audits fournisseurs comprendront des critères environnementaux, sociaux et éthique**

Veiller à l'équité financière vis-à-vis des fournisseurs

Les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France ont mis en place un dispositif d'identification et de priorisation pour le paiement des factures émises par les Petites et Moyennes Entreprises (PME) et Très Petites Entreprises (TPE), en cas de manque de trésorerie.
Les pôles Télécoms et Media veillent également à lutter contre la dépendance économique et analysent chaque année le taux de dépendance des fournisseurs. En cas de dépendance avérée, des actions correctives sont mises en place.

Identifier les PME et TPE et prioriser leur paiement en cas de manque de trésorerie.

La construction de relations respectueuses des législations en vigueur

- instaurer un dialogue continu et une relation durable avec les fournisseurs ;
- lutter contre la corruption et le trafic d'influence ;
- promouvoir et respecter les droits humains dans la sphère d'influence du groupe ;
- lutter contre la discrimination et promouvoir la diversité ;
- veiller à l'équité financière vis-à-vis des fournisseurs ;
- écouter et entretenir un dialogue continu avec les parties prenantes ;
- donner régulièrement de la visibilité sur les orientations et la stratégie RSE du groupe aux parties intéressées.

Tolérance zéro vis-à-vis de la corruption et du trafic d'influence

Dans le cadre de sa démarche éthique et responsable, le groupe Altice France accorde une importance particulière à ce sujet. Le groupe Altice France applique donc un principe de « tolérance zéro » en matière de corruption et de trafic d'influence, sous toutes ses formes quelle qu'en soit la forme et pour l'ensemble de ses activités. Plus spécifiquement et conformément aux dispositions de la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique (dite « Sapin II »), qui lui est applicable, le groupe Altice France a mis en place un programme de prévention et de lutte contre la corruption et le trafic d'influence, qui se décline comme suit :

- un code de conduite anticorruption qui définit et illustre les différents comportements à proscrire comme étant susceptibles de caractériser des faits de corruption ou de trafic d'influence. Ce code est annexé aux règlements intérieurs des différentes sociétés du groupe et est disponible sur l'intranet du groupe. Le code de conduite anticorruption est complété par un guide pratique anticorruption dont l'objet est d'accompagner les équipes métiers dans leurs activités quotidiennes ;

- un régime disciplinaire, permettant de sanctionner les collaborateurs de la société en cas de violation du Code de conduite anticorruption de la société concernée ;

- un dispositif d'alerte interne destiné à permettre le recueil des signalements émanant des collaborateurs internes et externes et relatifs à l'existence de conduites ou de situations en violation de la loi et/ou du Code de conduite anticorruption de la société. Pour les pôles Télécoms et Media, ce dispositif se traduit par une boîte mail dédiée et gérée par le Compliance Officer ;

- une cartographie des risques anticorruption destinée à identifier, analyser et hiérarchiser les risques d'exposition du groupe Altice France à des sollicitations externes aux fins de corruption, selon notamment des secteurs d'activité et des zones géographiques dans lesquels le groupe exerce son activité. Pilier majeur sur lequel repose le programme anticorruption, la cartographie des risques anticorruption du groupe Altice France est conduite par la Direction Conformité qui propose sa mise à jour à l'instance dirigeante ;

- une procédure d'évaluation des clients, fournisseurs de premier rang et intermédiaires effectuée au regard des risques identifiés par la cartographie des risques anticorruption. La Direction Conformité, avec la Direction des Achats, a déployé une plateforme digitale d'évaluation des tiers, permettant ainsi une analyse préalable de conformité de ses tiers avant le référencement de ceux-ci ;

- des contrôles comptables dédiés à la détection des actes de corruption et de trafic d'influence, mis en place par la Direction des Affaires Financières ;

- un dispositif de formation destiné aux cadres et aux personnels les plus exposés aux risques de corruption et de trafic d'influence. La Direction Conformité a déployé une campagne de sensibilisation en 2020 auprès de l'ensemble des collaborateurs via un e-learning et des formations spécifiques. Une nouvelle session de sensibilisation est prévue pour 2023.
  En complément, tous les collaborateurs du groupe Altice France ont accès à la page Intranet dédiée à la conformité du groupe. Cet espace dédié rappelle la politique du groupe en matière de lutte contre la corruption et le trafic d'influence, notamment grâce à une vidéo de l'instance dirigeante, et met à disposition des collaborateurs la documentation du groupe sur ces sujets (Code de conduite anticorruption, Code éthique et d'engagement, dispositif d'alerte interne, guide pratique, etc.) ;

- un dispositif de contrôle et d'évaluation interne des mesures mises en œuvre.

Une déontologie journalistique partagée

Toutes les entités d'Altice Media ont un cadre déontologique s'appliquant aux journalistes et garantissant leur indépendance éditoriale. Les chaînes du groupe adhèrent à une Charte listant 50 principes (honnêteté, indépendance, impartialité et respect des droits individuels) et sont dotées d'un Comité d'éthique indépendant responsable du suivi du respect de ces principes. Les règles déontologiques suivies par les entités d'Altice Media sont consultables sur les sites Internet du groupe.

Ethique des données

I. Pour une gouvernance éthique des données

La sécurité de l'information au sein du groupe Altice France

Le groupe Altice France dispose d'une Politique Générale de Sécurité de l'Information (PGSI) formalisée qui constitue le cadre de référence pour toutes les activités de ses filiales. Inspirée de la norme ISO 27001, elle définit les responsabilités, spécifie les objectifs et énonce les principes généraux en matière de sécurité de l'information.

Revue régulièrement pour tenir compte des évolutions affectant la sécurité de l'information, cette politique est validée par la Direction Générale. Elle définit la gouvernance, composée de comités de sécurité qui sont tenus à plusieurs niveaux d'organisation jusqu'à la Direction Générale, de façon récurrente et ad hoc selon l'actualité. Ainsi, le comité de sécurité groupe, qui assure le pilotage de la sécurité de l'information au niveau décisionnel et dont la Direction Générale fait partie, s'appuie sur des comités opérationnels de sécurité spécifiques à chaque entité du groupe. Ces comités opérationnels se réunissent sous l'impulsion de leurs Responsables de la Sécurité des Systèmes d'Information (RSSI) au sein des différentes directions du groupe. Cette structure de gouvernance permet une gestion des risques partagée au plus haut niveau et d'octroyer les moyens nécessaires à la sécurité. Les budgets sécurité ont ainsi pu progresser en écho à l'évolution des risques.

La norme ISO 27001 sert de socle pour la gestion de la sécurité au sein du groupe Altice France. Cette démarche inclut notamment :

- la déclinaison en Politiques Locales de Sécurité de l'Information (PLSI) sur différents périmètres du groupe. Des directives de sécurité puis des procédures de sécurité, viennent compléter le référentiel de sécurité, largement accessible aux collaborateurs sensibilisés et formés ;
- le modèle PDCA (Plan-Do-Check-Act). Ce dernier permet de maintenir et améliorer de façon permanente l'efficacité de ces processus de gestion liés à la sécurité ;
- une organisation à la fois centralisée (développement de synergies) et au plus proche des collaborateurs : RSSI sur chaque entité du groupe, s'appuyant sur un réseau de correspondants sécurité au plus proche des opérationnels ;
- une approche dite de « Défense en profondeur » appliquant plusieurs dispositifs de natures différentes : techniques et organisationnelles, préventives, défensives et réactives (à l'image du Centre Opérationnel de Sécurité 7j/7 et 24h/24, relayé par un système d'astreinte et de plans de gestion d'incident ou de gestion de crise testés) ;
- un contrôle des moyens déployés, sous plusieurs angles : tests (tests d'intrusion, de robustesse, tentatives de phishing, etc.) audits internes, audits de sécurité par des tiers experts. Ces audits sont réalisés en fonction des risques et des périmètres identifiés chaque année. En particulier, l'Agence Nationale de Sécurité des Systèmes d'Information (ANSSI) rattachée aux services du Premier ministre, opère régulièrement des audits de sécurité - en cible, annuellement - conformément à l'article L33-10 du Code des Postes et Communications Electroniques. Ces audits peuvent concerner aussi bien le réseau opérateur que le système d'information.

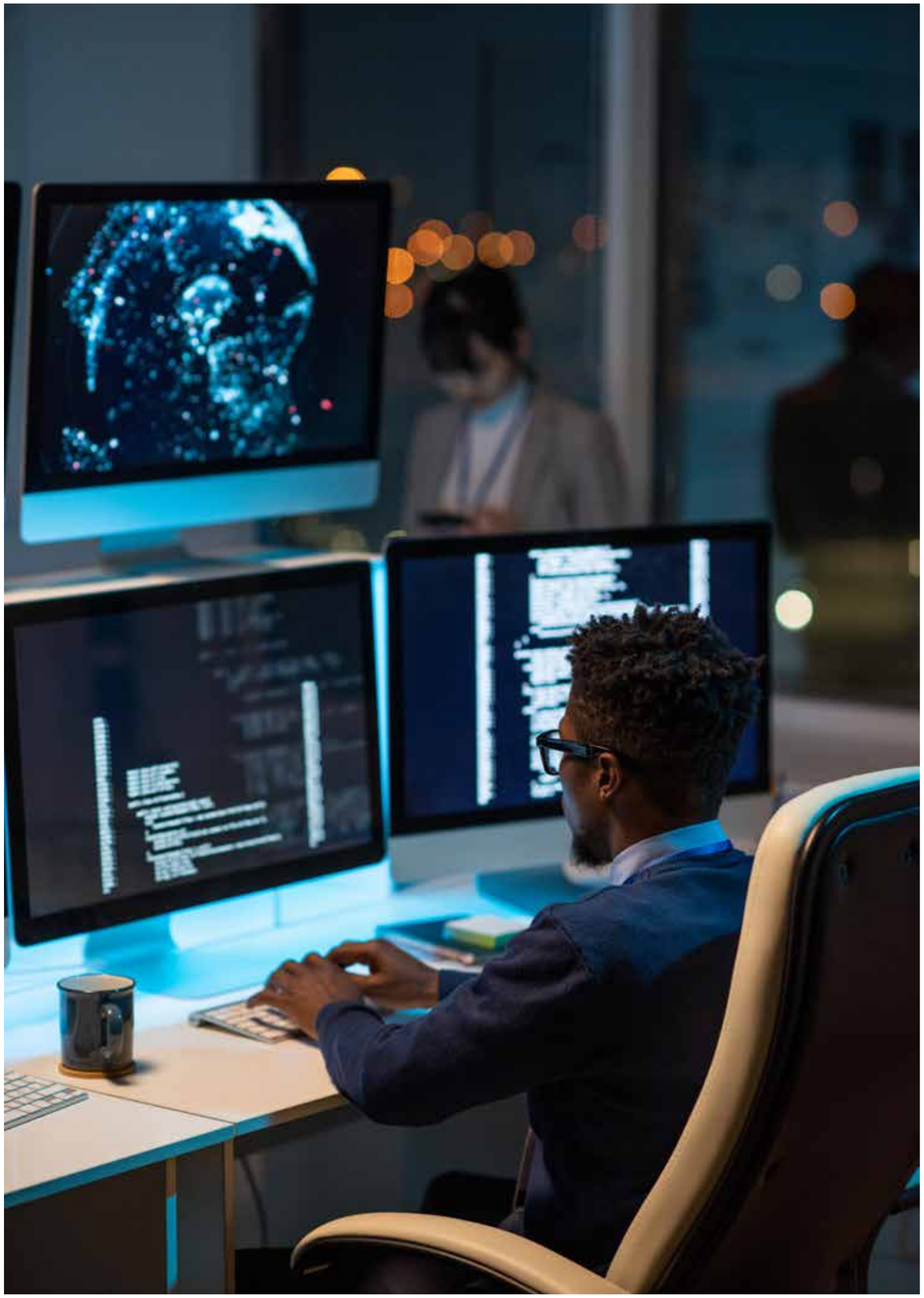
Par ailleurs, certaines infrastructures sensibles, définies selon les critères édictés par la loi et validées par les services compétents de l'Etat, bénéficient de politiques de sécurité dédiées, déclinaisons de la PGSI, et de contrôles spécifiques annuels de l'ANSSI. En complément, dans le but de contrôler certaines clauses fondamentales de la PGSI, les équipes sécurité du groupe Altice France ont lié une collaboration étroite avec les services de l'Etat, afin de réaliser un contrôle mensuel des systèmes critiques du groupe profitant des logiciels de vérifications automatiques.
Le groupe Altice France, commercialisant lui-même des offres de sécurité avancées, bénéficie des expertises et outils aux plus proches des réalités terrain, challengés par ses clients. La veille sécurité est permanente, adossée à des dispositifs internes et externes (fournisseurs, groupes de travail ou de normalisation, retours d'expérience, etc.) et permet le maintien en condition de sécurité au regard des risques.

La protection des données personnelles, un enjeu essentiel pour le groupe Altice France

Au regard d'une actualité réglementaire et jurisprudentielle très marquante cette année sur la protection des données personnelles, le groupe Altice France s'est attaché à maintenir ou à renforcer les dispositifs de conformité existants et initier des groupes de travail sur les thématiques au fil de l'actualité réglementaire et jurisprudentielle. Concrètement, le groupe Altice France, a poursuivi ou engagé les actions suivantes courant 2022 :

- une gouvernance de conformité renforcée par l'identification de nouveaux relais, en particulier sur le périmètre ressources humaines, la direction des achats et la direction réseau en relation avec les directions métiers concernées sous l'égide du Délégué à la Protection des Données (Data Protection Officer – DPO) du groupe. Conformément au dispositif de conformité défini pour le groupe, les nouveaux relais suivent une formation dédiée leur permettant de maîtriser les enjeux de la réglementation sur la protection des données personnelles ;
- la formation (en interne et externe) et la sensibilisation des collaborateurs des pôles Télécoms et Media par l'organisation d'ateliers thématiques avec l'équipe DPO et les relais ainsi que l'accès au e-learning Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) accessible à tous. Cette sensibilisation est organisée également sous forme de rappels réguliers auprès des équipes d'Intelcia ;
- la mise à jour et le suivi de la cartographie des traitements permettant une identification du niveau de risque et la priorisation des actions ;
- le partage et l'application systématique par les directions métier du groupe du process d'analyse de conformité pour tout nouveau traitement ou contrat ainsi que l'identification des actions ou formalités exigées par la direction DPO en relation avec les relais concernés ;
- le suivi et l'actualisation si nécessaire des groupes de travail de conformité ouverts à l'ensemble des entités du groupe dont certaines comme Intelcia disposent d'un groupe spécifique à leurs activités. Ces groupes de travail portent sur la mise en œuvre des principes relatifs aux traitements de données à caractère personnel et peuvent être redéfinis ou constitués au regard de l'évolution de la réglementation, de décisions jurisprudentielles ou de thématiques définies par les autorités de protection des données, notamment la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) ;
- une implication renforcée des directions métiers dans la réalisation des formalités par exemple, la tenue des registres ou la réalisation des analyses d'impact ;
- l'identification de pistes d'audit de conformité dont les retours sont partagés avec l'instance dirigeante et la mise en œuvre des plans d'action en découlant.

La complexité des traitements mis en œuvre par le groupe Altice France fait de la protection des données personnelles un axe prioritaire avec un engagement à tous niveaux de l'instance dirigeante aux collaborateurs et des actions s'inscrivant dans la pérennité.



Sensibiliser et former les collaborateurs

La sensibilisation et la formation à la sécurité de l'information sont des enjeux essentiels pour le groupe Altice France. Différents moyens sont mis en place pour couvrir tous les collaborateurs et leur apporter les connaissances nécessaires en matière de cybersécurité, selon leur métier.

Des sessions de sensibilisation régulières et une offre de formation continue en sécurité des données

Au cours des dernières années, la sensibilisation des collaborateurs à la sécurité des données est devenue un enjeu crucial. Les formats et les contenus ont évolué pour s'adapter à tous les collaborateurs et diffuser des enseignements actuels et précis. Ainsi, un premier programme de sensibilisation en e-learning a été lancé en 2021 à l'attention de l'ensemble des collaborateurs des pôles Télécoms et Media. Fort de cette expérience, un nouveau parcours d'apprentissage en ligne a été déployé en décembre 2022. Basé sur une solution de marché adaptée aux spécificités de l'entreprise, il couvre les essentiels de la cybersécurité. Sur le seul mois de décembre, plus de 1 200 collaborateurs avaient déjà suivi le parcours de sensibilisation, soit 16 % de la population visée.

Un e-learning des essentiels de la cybersécurité obligatoire.

En parallèle de cet e-learning sont proposées des sessions ciblées, en présentiel ou à distance et organisées plusieurs fois par an. La sensibilisation à la sécurité de l'information fait partie intégrante du parcours d'intégration suivi par tous les nouveaux collaborateurs.

Le contenu des sensibilisations est revu chaque année afin d'inclure les problématiques et les exemples les plus récents. Un volet généraliste permet d'aborder l'ensemble des risques de cybersécurité en entreprise et les bonnes pratiques permettant de minimiser ces risques, tandis que des compléments adaptés aux métiers sont ajoutés pour les sessions plus spécifiques.

Afin de mesurer la maturité des collaborateurs, des exercices de phishing sont réalisés : tentative de récupération d'identifiants, pièces jointes piégées, etc. Certains sont dédiés à des groupes d'activité exposés à des risques spécifiques comme les fonctions financières (exemple : fraude au président).

En complément de ces programmes de sensibilisation, les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France ont formé en moyenne 400 collaborateurs par an, ces trois dernières années, sur des aspects métiers en lien avec la sécurité de l'information et la cybersécurité (formations constructeurs, ISO 27001, développement, systèmes d'exploitation, etc.).

Le Cybermois : un moment privilégié pour s'informer

Depuis 2019, les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France font écho au Cybermois, initiative lancée par la European Network and Information Security Agency (ENISA[1]) en Europe et relayée par l'ANSSI en France. Le mois d'octobre est ainsi un moment fort de la culture cyber. La sécurité de l'information est mise en avant via un dispositif de communication spécifique et renforcé tout au long du mois :

- affichage sur les écrans présents dans les locaux ;
- kakémonos disposés aux entrées des bâtiments ;
- articles thématiques publiés sur l'intranet groupe ;
- mise en place d'un quiz avec lots.

Le groupe Altice France organise des conférences animées par des intervenants externes, afin de varier les angles de vue. La programmation 2022 comprenait par exemple :

- une table ronde sur la dimension « cyber » du conflit russo-ukrainien ;
- l'intervention du Commandement de la Gendarmerie dans le Cyberespace ;
- le témoignage d'un acteur des médias victime d'une cyberattaque.

Des représentants de l'ANSSI, RSSI, spécialistes de l'Open Source Intelligence (OSINT), ou encore experts en Sécurité de l'Information, sont venus parler cybersécurité à l'Altice Campus.

Ces interventions sont retransmises en live afin que chaque collaborateur puisse y avoir accès, quel que soit son lieu de travail, et pour certaines mises à disposition en replay. Plus de 1 500 collaborateurs ont assisté aux conférences organisées pour le Cybermois 2022.

Des ateliers et des démonstrations sont également organisés afin que les collaborateurs puissent expérimenter et comprendre concrètement des concepts tels que l'OSINT, l'usurpation d'identité ou l'interception de connexion wifi.

(1) L'ENISA est l'Agence de l'Union Européenne pour la cybersécurité

SFR Réunion, se mobiliser au service des enjeux environnementaux et sociétaux des territoires ultramarins

Filiale de SFR, la Société Réunionnaise du Radiotéléphone (SFR Réunion) est depuis 1994 opérateur de télécommunications à la Réunion et à Mayotte, notamment sous la marque SFR Réunion.

« La prise de conscience précoce de SFR Réunion, des enjeux environnementaux et sociétaux fait de notre entreprise un acteur majeur en matière de RSE sur les territoires ultramarins. Grâce à son ancrage dans le tissu économique local, à sa maîtrise de la consommation des énergies et des ressources, mais également fort de la dynamique portée par l'ensemble de ses collaborateurs, SFR Réunion s'inscrit dans une conduite responsable de son activité. »

YVES GAUVIN
Directeur général adjoint

Une consommation électrique maîtrisée : un défi relevé

Sur les territoires d'outre-mer du groupe, la production énergétique est basée majoritairement sur les énergies fossiles. L'optimisation des consommations d'énergie est ainsi une priorité de SFR Réunion afin de maîtriser son empreinte carbone.

Sa consommation d'énergie est principalement liée au fonctionnement du réseau et des sites techniques. Ils représentent ainsi plus de 80 % de la facture électrique globale.

Conformément à ses engagements liés à la certification ISO 50001 de son réseau, SFR Réunion développe une politique énergétique en menant notamment des actions d'amélioration sur ses sites techniques, telles que :

- l'optimisation de la distribution du froid dans les datacenters grâce au renouvellement du parc d'équipements frigorifiques moins énergivores et de fluides frigorigènes moins polluants ;
- l'optimisation énergétique des sites radio à travers une planification plus efficace de l'échange de données entre les stations mobiles et les utilisateurs. Cette action a permis d'atteindre une économie d'au moins 3 % sur Mayotte.

PUE moyen des sites réseau de SFR Réunion : 1,65

Ces actions permettent à la fois de maîtriser la consommation énergétique et d'accompagner les évolutions techniques nécessaires pour répondre efficacement aux nouveaux usages des clients.

Du côté des sites tertiaires, le partenariat avec le programme SEIZE, permet de poursuivre la sensibilisation des collaborateurs aux écogestes. La mise en place d'outils de monitoring à distance des consommations d'électricité, des taux d'hydrométrie ou encore de la température des sites, participe au plan d'action de réduction de la consommation énergétique de SFR Réunion.

Le Service Après-Vente (SAV) de SFR Réunion pour une consommation responsable et durable

SFR Réunion dispose de son propre SAV pour les équipements fixes et mobiles. Sa raison d'être est double :

- offrir aux clients la possibilité de rallonger la durée d'usage de leurs équipements et d'adopter un mode de consommation durable ;
- réparer, recycler et réinjecter l'ensemble des équipements encore opérationnels dans le circuit de production pour lutter contre l'épuisement des ressources naturelles, tout en réduisant également la quantité de déchets d'équipements électriques et électroniques.

Ces actions permettent d'atteindre un taux de récupération de 93 % des équipements fixes et de réinjecter dans le réseau 95 % des accessoires.

Ces résultats sont rendus possibles grâce à l'engagement des collaborateurs, au plan de formation dédié au reconditionnement et aux investissements réalisés pour se doter des outils nécessaires au traitement des équipements électriques et électroniques. Les retombées sont positives : l'ouverture de services locaux de SAV crée de l'emploi et dynamise l'économie locale. De plus, le reconditionnement en local évite les émissions liées au transport d'équipements vers des centres de traitement situés à plusieurs milliers de kilomètres.

La consommation responsable et durable fait partie des principes fondamentaux de l'économie circulaire, que SFR Réunion met au cœur de ses engagements RSE.

L'ancrage local, un vecteur d'inclusion sociale

I. L'insertion professionnelle des personnes handicapées

SFR Réunion est intégré au Réseau des Référents Handicap des territoires de La Réunion et de Mayotte. L'entreprise a participé, dans la catégorie des 50 salariés et plus, au 1er Handi Challenge organisé le 15 novembre 2022 par l'Association de gestion du fonds pour l'insertion des personnes handicapées (Agefiph) et par l'agence de communication Com/ une différence. Durant cet évènement, les collaborateurs ont été sensibilisés aux handicaps au travail grâce à un escape game virtuel inter-entreprise.

SFR Réunion s'associe par ailleurs chaque année au DuoDay, journées nationales en faveur de l'insertion dans l'emploi des personnes en situation de handicap. Il s'agit d'un événement permettant à une personne handicapée de passer une journée en milieu professionnel, dans une entreprise, une association ou une administration, afin d'observer le travail d'un collaborateur et de participer à ses tâches quotidiennes.

SFR Réunion participe aux jobs dating organisés par le service Ressource Handicap Formation de l'Agefiph afin de permettre aux personnes en situation de handicap de se réaliser professionnellement.

II. L'insertion professionnelle des jeunes

SFR Réunion est engagé en faveur de l'égalité professionnelle et de l'égalité des chances via le dispositif ATTITUDES PRO. Ce programme fait partie des lauréats de l'appel à projets du gouvernement intitulé « 100 % inclusion » lancé au niveau national, dans le cadre du Plan d'investissement dans les compétences. Au niveau local, il est porté par un consortium réunissant des missions locales, des municipalités et des associations comme l'Association Locale d'Insertion par l'Economique (ALIE).

Pour SFR Réunion, il s'agit d'accueillir des jeunes de 18 à 25 ans lors de périodes d'immersion en entreprise pour leur permettre de préparer leur projet professionnel.

Les bénéficiaires sont suivis pendant cette période d'accompagnement par une équipe pédagogique pluridisciplinaire composée de coachs, de gestionnaires de parcours, de formateurs et d'un chargé de relations entreprises.

SFR Business

Une performance et un engagement au service des clients

EMMANUEL PUGLIESI
Directeur exécutif SFR Business

« SFR est engagé depuis plus de 20 ans dans une démarche de Reponsabilité Sociétale et Environnementale face aux défis des transitions numérique et écologique. Conscient de sa responsabilité en tant que partenaire des entreprises, SFR Business s'inscrit pleinement dans cette démarche et la décline sur les enjeux propres au B2B, en cohérence avec les exigences de ses clients.

Les services proposés aux entreprises bénéficient d'un impact carbone maîtrisé grâce aux mesures d'optimisation énergétique du réseau et des datacenters SFR. Par ailleurs, nous nous engageons à optimiser la récupération et le réemploi des équipements fixes et mobiles.

Les menaces cyber sont de plus en plus nombreuses, complexes et élaborées. Elles font partie des principales préoccupations des entreprises. Pour mieux les accompagner dans la sécurisation de l'ensemble de leurs activités, nous veillons à intégrer la sécurité dans la conception de nos offres et à proposer une gamme complète d'offres de cybersécurité évolutives afin de s'adapter en permanence aux nouveaux usages et risques.

Nous attachons une importance particulière au respect de l'éthique des affaires avec tous nos partenaires. Afin de contribuer au respect par nos clients B2B de leurs propres engagements RSE, nous déployons une Politique d'Achats Responsables ambitieuse auprès de nos fournisseurs.

Notre organisation est centrée sur nos clients et leur satisfaction. C'est pourquoi nous intégrons dans les indicateurs clés de performance de tous nos métiers, le suivi de l'expérience client.

La qualité de nos services s'appuie sur l'expertise de nos équipes. Je suis particulièrement fier que SFR Business ait pu accueillir en 2022 plus de 130 nouveaux collaborateurs et plus de 100 nouveaux alternants, sur lesquels nous comptons pour dynamiser et stimuler l'innovation au service de nos clients. »

SFR BUSINESS

L'agilité au cœur de votre entreprise

I. Environnement

SFR Business, partie prenante du plan d'action « J'avance avec Altice » au service de la transition écologique

Une meilleure performance énergétique des infrastructures

L'ensemble des sites réseau est certifié ISO 50001. Les renouvellements d'équipements réseau fixes et mobiles se font sur la base de solutions moins énergivores. Le réseau mobile dispose d'une architecture et d'un paramétrage optimisant la consommation en fonction du trafic et utilise une énergie moins carbonée. La climatisation des datacenters est optimisée, les sites sont réaménagés avec l'extinction des équipements les moins performants énergétiquement.

Une réduction des émissions liées au transport et à la logistique

SFR s'est engagé dans le dispositif FRET21. Après calcul des émissions liées aux transports logistiques, SFR Business lance des actions comme l'utilisation de biocarburants, la mutualisation des chargements et des trajets, le choix de transports moins émissifs.

Une conception des offres intégrant des critères environnementaux

Lors de la conception de ses offres, SFR Business favorise l'utilisation d'équipements peu énergivores (à performances égales).

Pour ses réseaux, SFR organise la récupération, le réemploi et le recyclage des équipements démontés. En 2022, près de 400 tonnes de CO_2 ont été évitées suite à ces traitements.

SFR Business est certifié ISO 14001 sur la gestion de la récupération, du réemploi et du recyclage pour les équipements client (mobile, fixe, service) :

- concernant le mobile, SFR Business propose à ses clients :
  - la reprise de téléphone : vente sur la plateforme d'offre de reprise de SFR Business avec des reconditionneurs partenaires ;
  - le don aux Ateliers du Bocage, membre du mouvement Emmaüs, qui valorise dans les boutiques solidaires et finance des actions d'économie solidaire.
- s'agissant des équipements fixe et service, SFR Business les récupère depuis les sites client. Ils sont ensuite réutilisés ou recyclés par un partenaire spécialisé.

CÉDRIC BRETEL
Responsable logistique
Reverse SFR

« Nos actions en faveur du réemploi nous permettent de reconditionner plus de 70% de nos équipements récupérés[1]. Ces actions permettent de prolonger la durée de vie de nos produits, de retarder l'apparition des déchets et de limiter la consommation de ressources en évitant ou en retardant les achats de nouveaux équipements.
Nous agissons également pour réduire l'impact des transports des équipements récupérés.
En 2022, nos actions d'optimisation ont permis de réduire de 16 % les émissions de CO_2 par équipement transporté[2], par rapport à 2021. »

les ateliers du bocage

19 541
téléphones repris ou donnés

En partenariat avec des acteurs engagés, SFR Business a fait en sorte depuis 2021 que les équipements reconditionnés soient emballés dans des cartons 100 % issus de matières recyclées. Au cours de l'année 2022, SFR Business a également remplacé ses cales en mousse par du carton pour les emballages supérieurs à 10 kg pour une meilleure recyclabilité. Ces actions ont permis une réduction globale de l'empreinte carbone des emballages.

(1) Pour le périmètre fixe sur la base des équipements identifiés
(2) Sur le périmètre de la récupération et de la gestion des déchets d'équipements électriques et électroniques fixes et services du B2B

II. Satisfaction client

Mission Satisfaction Client

Dans le cadre de la démarche du groupe sur la Satisfaction Client (projet « Mission Satisfaction Client »), SFR Business a lancé début 2022 un programme d'amélioration impliquant tous les métiers avec pour thèmes :

- l'offre : proposer une offre fiable et adaptée, vendue par des experts ;
- le déploiement : réaliser un déploiement rapide et professionnel ;
- les changements : gérer les demandes d'évolution de manière simple et efficace ;
- le réseau : accéder à un réseau fixe et mobile stable et étendu ;
- le service clients : assurer un traitement rapide, efficace et personnalisé.

La remontée des **idées de collaborateurs**, l'**analyse des retours client** ont permis de sélectionner plus de **50 plans d'action**, avec des objectifs et un système de mesure s'appuyant sur **des indices de satisfaction client et des indicateurs opérationnels.** L'avancement du projet et les étapes franchies sont partagés mensuellement au sein des équipes SFR Business.

Ces actions ciblées sur les principaux irritants clients ont permis une augmentation de l'indice de satisfaction de la relation client de deux points entre décembre 2021 et décembre 2022.

Systèmes de Management Intégrés

SFR Business s'appuie sur un système de management intégré issu de référentiels reconnus qui permet de nous assurer de la performance de notre triptyque **qualité, sécurité de l'information et environnement.**

(1) Le groupe Altice France est certifié sur les activités de Gestion des activités de télécommunication : activités de déploiement, d'exploitation et de maintenance des sites réseaux SFR, SFR Fibre, Completel et SRR.

(2) SFR Business est certifié sur le périmètre «Gérer la récupération, le réemploi et le recyclage des équipements clients (Fixe, Service, Mobile).

(3) SFR BUSINESS Certifié par Afnor ISO 27001:2017 pour les activités suivantes : PRESTATIONS DE SERVICES, DE CLOUD COMPUTING (CLOUD V3) ET PRESTATIONS D'HEBERGEMENT DE COLOCATION AU SEIN DES DATACENTERS. DECLARATION D'APPLICABILITE du 25/11/2022 et est déployé sur les sites suivants : Altice Campus et les datacenters de Bordeaux, Courbevoie, Val-de-Reuil, Vénissieux, Strasbourg et Trappes.

(4) SFR BUSINESS Certifié par Afnor selon le REFERENTIEL DE CERTIFICATION HDS 1.1 - Mai 2018 pour les activités (1 à 5) d' HEBERGEUR D'INFRASTRUCTURE PHYSIQUE ET HEBERGEUR INFOGEREUR et est déployé sur les sites suivants : Altice Campus, et les datacenters de Bordeaux, Courbevoie, Val-de-Reuil, Vénissieux et Trappes.

III. Ressources Humaines

Dans le cadre de la politique du groupe en faveur de l'apprentissage, près de 150 apprentis sont présents chez SFR Business. L'année 2022 a également été marquée par une forte dynamique des recrutements chez SFR Business. En effet, près de 120 embauches en CDI ont été comptabilisées cette année, dans un contexte de forte tension du marché de l'emploi.

Sur son domaine d'activité particulièrement pointu, SFR Business s'applique à renforcer l'expertise de ses collaborateurs par des formations adaptées. En 2022 :

- 1 331 collaborateurs formés ;
- 2 460 formations suivies ;
- 29 792 heures de formation ;
- soit 22 heures de formation par collaborateur en moyenne.

SFR Business dispose de 600 experts sur les solutions Cybersécurité, Communications Unifiées et Réseaux d'Entreprises bénéficiant de certifications individuelles de la part de partenaires éditeurs/constructeurs référents du marché

IV. Cybersécurité

MATTHIEU HENNEBO
Responsable de la Sécurité de l'Information SFR Business

« La croissance continue de la menace qui pèse sur les entreprises privées et les organismes publics, l'importance sans cesse accrue des systèmes d'information dans la vie de ces entreprises et organismes et l'évolution très rapide des technologies nous imposent aujourd'hui une démarche constante d'élévation du niveau de sécurité des moyens de protection de nos systèmes d'information et des offres de services proposées à nos clients. »

SFR Business doit assurer la continuité de ses activités, la protection de ses clients, le respect des obligations légales, réglementaires et contractuelles qui lui sont applicables, veiller à la sécurisation des offres et services et assurer la protection des informations qu'il gère, notamment celles de ses clients. Dans ce contexte, SFR Business met en œuvre les mesures pour se protéger des erreurs humaines, se prémunir des risques de malveillance, de la fraude, aussi bien internes qu'externes (clients / fournisseurs / partenaires). SFR Business assure également sa conformité aux normes pour lesquelles elle est certifiée : ISO 27001 et Hébergeur de Données de Santé (HDS).

La sécurité de l'information est organisée suivant 4 axes :

- sécurisation de notre SI et de nos offres (Security By Design) ;
- conformité aux impératifs réglementaires et contractuels ;
- assimilation des principes SSI-Conformité RGPD-PCA par nos collaborateurs ;
- fourniture à nos clients B2B des éléments de preuve de conformité et de sécurité..

V. Éthique des affaires

Lutte contre la corruption et le trafic d'influence

SFR Business accorde une importance particulière à la lutte contre la corruption et le trafic d'influence et **garantit une éthique des affaires à ses clients.** SFR Business bénéficie du **programme de conformité du groupe Altice France, qui comprend les huit piliers de la loi Sapin 2**, mais aussi le respect des législations nationales et internationales.

Code de conduite Anticorruption, Code d'Ethique et d'Engagements

Dans le cadre de la lutte contre la corruption et le trafic d'influence, SFR a annexé un Code de conduite Anticorruption à son règlement intérieur. Ce code définit et illustre par des exemples les comportements permettant de prévenir les risques de corruption et de trafic d'influence.

Un Code d'Ethique et d'Engagements a aussi été mis en place et s'applique par extension à tous les collaborateurs de SFR Business. Il définit les valeurs du groupe ainsi que les engagements pris pour les respecter et les faire respecter. Ce document est consultable par tous sur le site institutionnel du groupe Altice France et sur l'Intranet de SFR. Les collaborateurs SFR Business, de par leur activité, sont intégrés dans les dispositifs décrits en détail p.56.

Achats responsables

SFR Business bénéficie de la politique d'achats responsables du groupe qui s'engage à agir conformément aux objectifs de développement durable à travers quatre thématiques : les droits humains, les normes du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption.

Cette politique s'articule autour de trois axes :

- **acheter des produits et services plus responsables et réduire les impacts environnementaux**

SFR s'engage à former l'ensemble de ses acheteurs aux achats responsables d'ici 2025 et à promouvoir l'économie circulaire au travers des produits et services proposés aux clients.

- **s'impliquer auprès de fournisseurs engagés**

SFR s'assure que ses fournisseurs respectent ses valeurs grâce aux processus de suivi et d'évaluation, le partage systématique du Code d'Ethique et d'Engagement ainsi que l'annexe RSE.

- **entretenir des relations équilibrées et conformes aux réglementations**

SFR a mis en place le Programme Anticorruption d'Altice France, qui comporte notamment une procédure d'évaluation de la conformité des tiers, incluant les fournisseurs et les clients. Cette procédure permet à SFR Business de se prémunir des risques de corruption et de trafic d'influence pouvant résulter de ses relations contractuelles. Les clients et partenaires de SFR Business bénéficient ainsi de tous les dispositifs d'achats responsables décrits en détail p.54-55.

Index

ADEME : Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie

AFA : Agence Française Anticorruption

AGEFIPH : Association de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées

ALIE : Association Locale d'insertion par l'Économique

ANAPEC : Association Nationale de Promotion de l'Emploi et des Compétences (Maroc)

ANSSI : Agence Nationale de Sécurité des Systèmes d'Information

ARCEP : Autorité de Régulation des Communications Electroniques, des Postes et de la Distribution de la Presse

ARCOM : Autorité de la Régulation de la Communication Audiovisuelle et Numérique (ex CSA)

AUTF : Association des Utilisateurs de Transport de Fret

BPO : Business Process Outsourcing (Externalisation des processus d'affaires)

CAF : Caisse d'Allocations Familiales

CDD : Contrat de travail à Durée Déterminée

CDI : Contrat de travail à Durée Indéterminée

CNIL : Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés

COP : Conférence des Parties

CO_2 : Dioxyde de carbone

CROUS : Centre Régional des Œuvres Universitaires et Scolaires

CSA : Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (devenu ARCOM)

CSE : Comité Social et Economique

DPO : Data Protection Officer (Délégué à la Protection des Données)

ENISA : European Network and Information Security Agency (Agence de l'Union Européenne pour la cybersécurité)

EPEAT : Electronic Product Environmental Assessment Tool (Outil électronique d'évaluation environnementale des produits)

ESG : Environnement, Social et Gouvernance

FTTB : Fiber To The Building (Fibre jusqu'à l'immeuble)

FTTH : Fiber To The Home (Fibre jusqu'à la maison)

GIEC : Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Evolution du Climat

ICPE : Installations Classées pour la Protection de l'Environnement

INR : Institut du Numérique Responsable

IT : Information Technology (Technologie de l'information)

ISO : International Organization for Standardization (Organisation internationale de normalisation)

LED : Light-Emitting Diode (Diode électroluminescente)

Loi AGEC : Loi Anti-Gaspillage pour une Economie Circulaire

LTE-M : Long-Term Evolution for Machines (Evolution à long terme pour les machines)

NAO : Négociations Annuelles Obligatoires

NB-IoT : Narrow-Band Internet of Things (Internet des objets à bande étroite)

NQT : Nos Quartiers ont du Talent

ODD : Objectifs de Développement Durable

OFTPP : Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail

OJT : On Job Training

ONF : Office National des Forêts

ONU : Organisation des Nations Unies

OSINT : Open Source Intelligence (Renseignement issu de Sources Ouvertes)

PDCA : Plan-Do-Check-Act

PGSI : Politique Générale de Sécurité de l'Information PLSI : Politique Locale de Sécurité de l'Information

PME : Petites ou Moyennes Entreprises

POE : Préparation Opérationnelle à l'Emploi individuel

PRP : Potentiel de Réchauffement Planétaire

PUE : Power Usage Effectiveness, indicateur d'efficacité énergétique

RGPD : Règlement Général sur la Protection des Données

RSE : Responsabilité Sociétale des Entreprises

RSSI : Responsables de la Sécurité des Systèmes d'Information

SAV : Service Après-Vente

SDWAN : Software-Defined Wide Area Network (Réseau étendu à définition logicielle)

SEDD : Semaine Européenne du Développement Durable

SMIC : Salaire Minimum de Croissance

TPE : Très Petites Entreprises

Méthodologie de reporting des indicateurs extra-financiers

Exigences et principes juridiques

En application de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, cette Déclaration de Performance Extra-Financière inclut :

- une présentation du « modèle d'affaires » ;
- une description des principaux risques extra-financiers ;
- les politiques appliquées et procédures de diligence raisonnable ;
- les résultats des politiques et indicateurs de performance clés.

Cette déclaration contient, lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ou des politiques, les informations mentionnées au II de l'article L. 225-102-1. De par son activité, le groupe n'est pas directement concerné par les enjeux liés à :

- la lutte contre le gaspillage alimentaire ;
- la lutte contre la précarité alimentaire ;
- le respect du bien-être animal ;
- le respect d'une alimentation responsable, équitable et durable.

Référentiel et standard de reporting

I. Le Global Compact et les ODD

La stratégie RSE du groupe est basée sur les Objectifs du Développement Durable des Nations-Unies (ODD), qui ont été définis pour soutenir et agir conformément aux 10 principes du Global Compact des Nations Unies dans les domaines des Droits Humains, des pratiques de travail et de la lutte anticorruption. Le groupe Altice France s'engage à contribuer à la réalisation des ODD et à analyser l'impact de ses activités sur ces objectifs.

II. La norme ISO 26000

La liste des enjeux évalués dans la double matrice de matérialité du groupe Altice France a été définie à partir des sept principes (ou questions centrales) de la norme ISO 26 000, relative à la responsabilité sociétale de l'entreprise. Aussi, le reporting extra-financier proposé dans le présent document adresse l'ensemble des enjeux évalués significatifs de la norme.

III. Le Global Reporting Initiative (GRI)

Afin de définir ses indicateurs de pilotage extra-financiers et ainsi mesurer le niveau d'avancement de sa politique en matière de développement durable, le groupe Altice France s'est inspiré des exigences et des recommandations formulées par le Global Reporting Initiative (GRI).

IV. Méthodologie de calcul des émissions de gaz à effet de serre

Historiquement, les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France calculent leurs émissions de gaz à effet de serre selon la méthodologie du Green House Gas Protocol (GhG Protocol). Un tableau de translation entre cette méthodologie et celle du française du Bilan Carbone est disponible ci-dessous :

	MÉTHODOLOGIE BILAN CARBONE		MÉTHODOLOGIE GHG PROTOCOL	
	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MEDIA	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MEDIA
Scope 1 (kg eq. CO_2)	13 319 933	531 490	13 391 197	531 490
Scope 2 (kg eq. CO_2)	50 396 739	432 344	46 628 891	432 344
Scope 3 (kg eq. CO_2)	73 737 680	1 025 410	74 494 682	1 025 410

V. Taxinomie verte européenne

Le groupe Altice France sera concerné en 2025 (pour l'année fiscale 2024) par l'obligation de publier la part éligible et la part alignée de son chiffre d'affaires, de ses CAPEX et de ses OPEX par rapport aux objectifs environnementaux définis par l'Union Européenne. Dans une démarche volontariste, le groupe Altice France se mobilise dès à présent pour fournir des éléments de façon anticipée par rapport au calendrier légal.

Périmètre de reporting

Dans son modèle d'affaires, le groupe Altice France présente sa stratégie intégrée pour l'ensemble de ses pôles d'activités, à savoir le pôle Télécoms, le pôle Media et le pôle Expertises. Les enjeux et objectifs ainsi que l'ensemble des parties dédiées à la présentation des performances intègrent cette année, sauf exceptions explicitement mentionnées :

- dans les parties qualité de service, innovation et accessibilité, sociétales, environnementales, sociales et éthiques, les périmètres Télécoms, Media ainsi qu'une partie du périmètre Expertises (Intelcia) couvrant ainsi 96,55% de son chiffre d'affaires et 82% de ses effectifs.

Au travers de ce périmètre de reporting, le groupe Altice France veille à ce que soit représentés chacun des pôles d'activités (Télécoms, Media et Expertises) et étudie chaque année l'opportunité d'inclure de nouvelles entités et y procède lorsque pertinent. Les entités qui ne sont pas encore couvertes font l'objet de travaux pour développer un reporting pertinent.

Le périmètre dit « Télécoms » intègre les données consolidées de l'ensemble des entités juridiques du périmètre, à savoir SFR, Altice France, SFR Distribution, SFR Fibre, Completel, SFR Business Distribution et SRR.

Le périmètre dit « Media » intègre les données consolidées de l'ensemble du groupe NextRadioTV.

Le périmètre Expertise reprend les données du marché francophone d'Intelcia, il est dit « Intelcia » dans ce document.

Période du reporting

Les données présentées dans cette déclaration couvrent l'activité des entités concernées sur la période du 1er janvier au 31 décembre de l'année 2022.

Indicateurs clés de performance et spécificités méthodologiques

Sauf mention contraire, les indicateurs présentés ci-dessous couvrent les périmètres Télécoms, Media et Intelcia.

I. Données qualité de service et éthique

- **Nombre de communes ouvertes en 5G :** les communes considérées comme ouvertes en 5G sont les communes pour lesquelles le taux de population couverte en 5G est significatif (couverture supérieure à 50%). Cet indicateur concerne donc spécifiquement le périmètre Télécoms.
- **Taux de couverture 5G :** Cet indicateur est calculé à partir du taux de population couverte par le nombre de sites 5G mis en service. Le taux de population couverte est, lui, calculé à partir de la base population Pitney Bowes. Pitney Bowes recense des données démographiques actuelles et complètes contenant plus de 8 200 variables, lui permettant de réaliser des estimations et projections précises. Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.
- **Nombre de prises commercialisables FTTH/FTTB :** il s'agit du total de prises éligibles à la fibre (Fiber to the Home (FTTH) et Fiber to the Building (FTTB)), sans compter les doublons (prises éligibles FTTH et FTTB). Cet indicateur concerne uniquement le périmètre Télécoms.

II. Données environnementales

- **Consommations énergétiques Scope 1 :** il s'agit du volume total des consommations d'énergie du groupe, exprimé en mégawatts/heure, liées à la combustion d'équipements/de machines détenus par le groupe. Il comprend les quantités facturées au groupe de : carburants des véhicules du parc automobiles, fioul domestique, gazole pour groupes électrogène et de gaz naturel. La méthodologie d'allocation des consommations de carburant entre les pôles Télécoms et Media a été modifié en 2022. Courant 2022, SFR SA est devenue l'entité unique de facturation de carburants pour les pôles Télécoms et Media. Un ratio est calculé chaque trimestre à partir du nombre de véhicules appartenant au parc Media et au parc Télécoms, afin de réallouer les consommations trimestrielles de carburant entre les deux pôles d'activité. Les consommations de carburant de la France métropolitaine pour le mois de décembre 2022 ont été estimées à partir de la moyenne des consommations du mois d'octobre et de novembre 2022.
- **Émissions de gaz à effet de serre Scope 1 :** il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO_2, liées à la combustion d'équipements/de machines détenus par le groupe telle que définie pour l'indicateur des « consommations énergétiques du Scope 1 » et aux émissions fugitives directs liées à l'énergie et aux fluides frigorigènes. Les émissions fugitives directes liées aux fluides frigorigènes sont calculées uniquement sur le périmètre du réseau Télécoms, elles intègrent, les fuites théoriques des sites stratégiques du réseau, ainsi qu'une projection tenant compte de la typologie et de la criticité des autres sites.
- **Consommations énergétiques Scope 2 :** il s'agit du volume total des consommations d'énergie du groupe, exprimé en mégawatts/heure, comprenant l'électricité et les réseaux d'eau glacée du groupe. La consommation liée aux réseaux d'eau glacée est obtenue grâce aux quantités facturées. La consommation d'électricité est obtenue via un relevé réalisé directement sur les points de livraison, ou grâce aux quantités facturées pour les sites hors France métropolitaine.
- **Émissions de gaz à effet de serre Scope 2 :** il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO_2, liées à la consommation d'électricité et aux réseaux d'eau glacée du groupe.
- **Émissions de gaz à effet de serre Scope 3 :** dans une démarche d'amélioration continue, le groupe a inclus, en 2022, une partie du calcul de ses émissions de gaz à effet de serre du Scope 3. Le Scope 3 présenté, exprimé en tonnes équivalent CO_2, reprend les émissions liées aux énergies non incluses dans les Scopes 1 et 2, les émissions liées aux déplacements professionnels des collaborateurs du groupe, une projection de la consommation électrique des box et décodeurs chez les clients du groupe et les émissions liées aux transports logistiques de : l'ensemble du B2B, d'une part, et, d'autre part, du B2C à partir de l'arrivée en France des produits et jusqu'au premier client final. Les émissions liées aux transports logistiques sont calculées dans le cadre de l'adhésion de SFR au dispositif volontaire Fret21 et ne concernent donc qu'une partie du périmètre Télécoms. Les données de transports logistiques sont calculées sur 12 mois glissants et comprennent donc les émissions du 1er juillet 2021 au 30 juin 2022. Les émissions sont calculées à partir des données opérationnelles grâce aux outils fournis par l'Ademe et l'Association des Utilisateurs de Transport de Fret (AUTF) dans le cadre du dispositif Fret21. Les données de déplacements professionnels en avion ou en train faisant l'objet de notes de frais étant non-représentatives, elles sont exclues de cet indicateur. Cet indicateur concerne uniquement les périmètres Télécoms et Media.
- **Émissions de CO_2 par collaborateur :** elles sont calculées à partir du rapport entre les émissions de CO_2 de l'ensemble des postes d'émissions des scopes 1 et 2 et le nombre annuel moyen de collaborateurs. Sont exclus les postes d'émissions ne concernant pas l'activité du groupe :
  - Poste 3 : émissions directes des procédés ;
  - Poste 5 : utilisation des terres, changement et forêt.

  Sont également exclus les postes suivants pour le périmètre Intelcia :
  - Poste 4 : émissions directes fugitives (fluides réfrigérants)
  - Poste 7 : consommation d'énergie de réseau, hors électricité (réseaux de chaleur et réseaux d'eau glacée)
- **Part des énergies renouvelables dans la consommation d'électricité :** il s'agit de la consommation en énergie renouvelable (achetée via des garanties d'origine) ramenée à la consommation d'électricité totale du groupe.
- **Taux de valorisation des déchets d'équipements électriques et électroniques :** il s'agit de la part des équipements électriques et électroniques du groupe subissant une opération de valorisation (recyclage, valorisation matière, valorisation énergétique, cession à des brokers, etc.) à leur fin de vie, parmi l'ensemble des déchets d'équipements électriques et électroniques. Cet indicateur concerne uniquement les périmètres Télécoms et Media.
- **Part des box reconditionnées :** les box (modems et/ou décodeurs) sont louées aux clients SFR et récupérées par l'entreprise à l'issue de chaque contrat afin d'être testées puis reconditionnées. La part des box reconditionnées est calculée à partir du rapport entre le nombre de box reconditionnées et le nombre de box testées sur l'année 2022. Les box de générations trop anciennes pour être commercialisées ne sont pas testées et sont donc exclues du calcul. Cet indicateur concerne uniquement le périmètre Télécoms.
- **Part des ventes entrainant une reprise mobile :** cet indicateur est calculé à partir du rapport entre le volume de reprise mobiles en boutique physique et le volume de ventes d'équipements mobiles éligibles à la reprise en boutique physique. Sont exclus les périmètres des boutiques en ligne SFR et REDbySFR. Cet indicateur concerne uniquement le périmètre Télécoms.
- **Part des collaborateurs sensibilisés aux enjeux environnementaux :** il s'agit du rapport entre le nombre de collaborateurs ayant réalisé le parcours « Numérique Responsable » au cours de l'année 2022 et l'effectif total au 31/12/2022. Sont exclus les collaborateurs ayant entamé le parcours sans l'avoir terminé. Cet indicateur concerne les périmètres Télécoms et Media.
- **Consommation d'eau :** il s'agit de la somme des consommations d'eau des sites du groupe Altice France. Pour les pôles Télécoms et Media, sont compris les consommations d'exploitation des sites abritant des collaborateurs et des boutiques Espace SFR sur le territoire de La Réunion uniquement. Sont exclues les consommations des boutiques Espace SFR en métropole. Pour Intelcia, en France métropolitaine, seules les consommations du site de Marseille sont prises en compte.

III. Données sociétales

- **Nombre de projets soutenus par la Fondation SFR depuis 2006 :** il s'agit du nombre de projets soutenus grâce à un mécénat financier, en nature et/ou en compétence par la Fondation SFR depuis sa création, la Fondation SFR est comprise dans le périmètre Télécoms.
- **Projets et initiatives soutenus :** il s'agit de la somme des projets et initiatives soutenus par Intelcia, regroupant les actions de partenariat et de mécénat, le soutien d'association et l'appui aux entreprises sociales. Les actions de sponsoring sont exclues. Cet indicateur concerne uniquement le périmètre Intelcia.
- **Nombre de bénéficiaires d'un accompagnement associatif :** il s'agit du nombre de bénéficiaires accompagnés par les associations partenaires grâce au mécénat financier des pôles Media et Télécoms.
- **Total des collaborateurs engagés :** il s'agit du nombre de collaborateurs qui ont participé en 2022 à une ou plusieurs initiatives parmi la liste suivante : opérations organisées avec des partenaires (communautés, associations, entreprises sociales, etc.), mécénat de compétence, challenges volontaires (tels que la « Mission Handicap » au sein des pôles Télécoms et Media).
- **Nombre d'heures de mécénat de compétences :** il s'agit du nombre d'heures de mécénat de compétences (temps de travail consacré aux associations) en 2021. Ce dispositif est encadré par un accord de mécénat de compétences signé en 2019. Cet indicateur concerne les périmètres Télécoms et Media uniquement.
- **Montant reversé au titre du mécénat financier :** il s'agit de la somme des dons monétaires en euros reversés par la Fondation SFR aux associations partenaires de la Fondation SFR. Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.
- **Montant des actions de parrainage et de sponsoring locales :** il s'agit de la somme des montants (en euros) dépensés dans chaque pays d'implantation d'Intelcia pour soutenir des actions de parrainage et de sponsoring locales, comme les initiatives culturelles, sportives, favorisant l'employabilité, etc. Cet indicateur concerne uniquement le périmètre Intelcia.
- **Taux des personnes éloignées de l'emploi parmi les nouvelles embauches :** il s'agit du rapport entre le nombre de personnes éloignées de l'emploi embauchées et le total des embauches sur l'année 2022, tous contrats et genres confondus. Les personnes dites éloignées de l'emploi sont les personnes recrutées via les agences du territoire, telles que l'Agence nationale de la promotion de l'emploi et des compétences, Pôle Emploi, etc. Cet indicateur concerne uniquement le périmètre Intelcia.
- **Nombre de recharges prépayées / gigas offerts par SFR :** il s'agit du nombre de recharges prépayées / gigas offerts par SFR en 2022 dans le cadre de son partenariat avec Emmaüs Connect, afin de lutter contre la fracture numérique.

IV. Données sociales

- **Effectif à fin de période :** il s'agit du nombre total de salariés du groupe au 31 décembre 2022. Sont inclus les salariés en CDI, en CDD et en alternance, ainsi que les suspensions de contrat. Sont exclus les stagiaires et les intérimaires.
- **Nombre de recrutements en CDI :** il s'agit du nombre de collaborateurs recrutés en CDI sur l'année 2022. Les transformations de contrats CDD ou alternants en CDI, ainsi que les contrats à temps partiel sont pris en compte.
- **Nombre de recrutements d'alternants :** il s'agit nombre d'alternants ayant démarré un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation au cours de l'année 2022. Cet indicateur concerne les périmètres Télécoms et Media.
- **Taux de conversion des contrats d'alternance en CDI ou en CDD :** il s'agit du rapport entre le nombre de contrats d'alternance et de professionnalisation transformés en CDI ou en CDD sur l'année civile 2022 et le nombre total de contrats d'alternance prenant fin sur cette même année civile. Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms et Media uniquement.
- **Part des collaborateurs de 30 ans et moins parmi les nouveaux embauchés :** il s'agit de la part des collaborateurs de 30 ans et moins parmi les entrées totales en CDI, CDD et Alternants. Cet indicateur ne concerne que le périmètre Intelcia.
- **Taux de recommandation des étudiants :** il s'agit de la part des étudiants en contrat de stage ou d'alternance ayant répondu « d'accord » ou « tout à fait d'accord » à la question « je recommande mon entreprise à un ami pour y faire un stage / alternance » selon l'enquête de l'organisme ChooseMyCompany. Cet indicateur concerne uniquement les périmètres Télécoms et Media.
- **Taux de départs volontaires :** il s'agit du total des collaborateurs ayant quitté leur poste à leur initiative (démissions, abandons de poste et périodes d'essai interrompues à l'initiative du collaborateur) entre le 1er janvier 2022 et le 31 décembre 2022, divisé par le nombre total des effectifs au 31 décembre 2022.
- **Taux de fréquence des accidents de travail :** il s'agit du rapport entre le nombre total d'accidents du travail (avec arrêt de travail) et le nombre total d'heures travaillées. Sont inclus les collaborateurs en CDI, CDD et alternance. Cet indicateur concerne uniquement les périmètres Télécoms et Media.
- **Taux d'absentéisme :** il s'agit du rapport entre le nombre de jours calendaires d'arrêt de travail pour maladie, d'arrêt consécutif à un accident de travail ou de trajet, et le nombre de jours calendaires de travail.
- **Part des promotions attribuées à des femmes en CDI :** il s'agit de la part des promotions attribuées à des femmes en CDI, par rapport au nombre total de collaborateurs en CDI promus pendant l'année 2022. Les promotions sont définies par un changement de catégorie d'emploi et/ou le passage au statut de manager. Les promotions sont prises en compte à partir du mois de clôture faisant état de ce changement.
- **Index égalité professionnelle homme-femme :** cet index est calculé à partir de la grille d'évaluation du Ministère du Travail. L'Index, sur 100 points, se calcule à partir de 4 à 5 indicateurs selon que l'entreprise fait moins ou plus de 250 salariés :
  - l'écart de rémunération femmes-hommes ;
  - l'écart de répartition des augmentations individuelles ;
  - l'écart de répartition des promotions (uniquement dans les entreprises de plus de 250 salariés) ;
  - le nombre de salariées augmentées à leur retour de congé de maternité ;
  - la parité parmi les 10 plus hautes rémunérations.

Pour plus d'informations : https://travail-emploi.gouv.fr/droit-du-travail/egalite-professionnelle-discrimination-et-harcelement/indexegapro

- **Nombre de salariés en situation de handicap :** il s'agit du nombre de salariés déclarés en situation de handicap (RQTH) en activité au sein du groupe au 31 décembre 2022. Cet indicateur concerne les périmètres Télécoms, Media et les activités d'Intelcia en France métropolitaine.
- **Part des femmes parmi les embauches :** il s'agit du rapport entre le nombre total de femmes entrées dans les effectifs en CDI, CDD et alternance, et le nombre total d'entrées dans les effectifs en CDI, CDD et alternance sur l'année 2022. Les contrats à temps plein et les contrats à temps partiel sont pris en compte.
- **Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation :** il s'agit du rapport entre le nombre de salariés ayant suivi au moins une formation et le nombre total de salariés au 31 décembre. Sont inclus les collaborateurs en CDI, CDD, alternance, y compris les suspensions de contrat. Sont exclus les stagiaires et intérimaires. L'indicateur est publié de façon dissociée pour les pôles Télécoms, Media et Intelcia. Les formations pour les périmètres Télécoms et Media sont prises en compte à partir d'une heure effective de formation et excluent les formations locales en interne (essentiellement réalisées au sein de la Direction du B2B et représentant <1 % des collaborateurs formés), hormis celles du périmètre SFR Distribution qui sont incluses dans l'indicateur.
- **Nombre moyen d'heure de formation par collaborateur ayant suivi une formation :** il s'agit du nombre moyen d'heure de formation par collaborateur ayant suivi au moins une formation sur l'année civile. Sont pris en compte les CDD, CDI et les alternants. Sont exclus les stagiaires et intérimaires. L'indicateur est publié de façon dissociée pour les pôles Télécoms, Media et Intelcia. Les formations pour les périmètres Télécoms et Media sont prises en compte à partir d'une heure effective de formation et excluent les formations locales en interne (essentiellement réalisées au sein de la Direction du B2B et représentant <1 % des heures de formation), hormis celles du périmètre SFR Distribution qui sont incluses dans l'indicateur.

V. Données éthique des affaires et achats responsables

- **Nombre d'évaluations RSE réalisées des fournisseurs :** il s'agit du nombre d'évaluations des fournisseurs incluant des critères RSE depuis 2016. Sont comprises les évaluations annuelles des fournisseurs par les équipes Achats (incluant des critères RSE), et les évaluation spécifiques RSE. Les évaluations spécifiques RSE sont matérialisées par une note ACESIA ou un certificat attestant d'une évaluation autre par un tiers (Label Lucie, Ecovadis, etc.). Cet indicateur concerne les périmètres Télécoms et Media.

Modalités de collecte et de contrôle des données

Les données sociales, environnementales et sociétales s'appuient sur des outils internes, méthodes de reporting et contrôles utilisés dans les différentes activités dédiées à ces sujets.

Un outil de reporting spécifique et centralisé a été mis en place en 2018 pour améliorer et fiabiliser la collecte des données extra-financières environnementales des périmètres Télécoms et Media. Des sessions de formations sont organisées pour accompagner les contributeurs dans le processus de collecte et de consolidation des indicateurs extra-financiers sur l'outil de reporting.

Les procédures de collecte et les méthodologies de calcul des indicateurs sont diffusées auprès de l'ensemble des personnes impliquées dans le processus de reporting sur le périmètre.

En interne, des procédures de contrôle ont été mises en place pour limiter le risque d'erreur dans la production et la transmission des données. Chaque contributeur collecte et contrôle les données sur son périmètre de reporting. Ces données sont ensuite consolidées en central, pour assurer leur cohérence, le respect des méthodes de calcul et du périmètre de reporting ainsi que l'existence de contrôle des données.

Synthèse des indicateurs clés de performance par pôle d'activité

RISQUES	INDICATEURS	2021 TÉLÉCOMS	2021 MEDIA	2021 INTELCIA	2022 TÉLÉCOMS	2022 MEDIA	2022 INTELCIA
Qualité des produits et services	Nombre de communes ouvertes en 5G	près de 3 700	N/A	N/A	7 000	N/A	N/A
Qualité des produits et services	Taux de couverture 5G	N/A	N/A	N/A	61%	N/A	N/A
Qualité des produits et services	Nombre de prises commercialisables FTTH/FTTB	25,8 millions	N/A	N/A	31,1 millions	N/A	N/A
Changement climatique	Consommations énergétiques Scope 1	32,5 GWh	0,484 GWh	1,83 GWh	29,48 GWh	2,12 GWh	1,96 GWh
Changement climatique	Emissions de GES Scope 1	12 816 t.CO_2 (1)	122 t.CO_2	481 t.CO_2	13 391 t.CO_2	531 t.CO_2	522 t.CO_2
Changement climatique	Consommations énergétiques scope 2	867,27 GWh (1)	8 GWh	11 GWh	1095,29 GWh	10,9 GWh	13,46 GWh
Changement climatique	Emissions de GES Scope 2	38 154 t.CO_2 (1)	326 t.CO_2	4 924 t.CO_2	46 629 t.CO_2	432 t.CO_2	6 014 t.CO_2
Changement climatique	Emissions de GES Scope 3	77 469 t.CO_2 (1)	740 t.CO_2	N/A	74 495 t.CO_2	1 025 t.CO_2	N/A
Changement climatique	Emissions de GES par collaborateur	5,04 t.CO_2 (1)	0,33 t.CO_2	0,31 t.CO_2	6,3 t.CO_2	0,64 t.CO_2	0,36 t.CO_2
Changement climatique	Part des énergies renouvelables dans la consommation d'électricité	10%	N/A	N/A	8,5%	N/A	N/A
Economie circulaire	Taux de valorisation des déchets d'équipements électriques et électroniques	90,5%		N/D	95,5%		N/D
Economie circulaire	Part des box recondiitonnées	96,6%	N/A	N/A	98,8%	N/A	N/A
Economie circulaire	Part des ventes entraînant une reprise mobile	18%	N/A	N/A	30%	N/A	N/A
Changement climatique	Part des collaborateurs sensibilisés aux enjeux environnementaux	NEW	NEW	NEW	18,3%	1,8%	N/A
Biodiversité	Consommation d'eau	NEW	NEW	NEW	42 108 m3	11 271 m3	105 960 m3
Ancrage territorial et création de valeur partagée	Nombre de projets soutenus par la Fondation SFR depuis 2006	1 043	N/A	N/A	1 073	N/A	N/A
Ancrage territorial et création de valeur partagée	Projets et initiatives soutenus par Intelcia	N/A	N/A	NEW	N/A	N/A	52
Ancrage territorial et création de valeur partagée	Nombre de bénéficiaires d'un accompagnement associatif	19 353		N/A	22 996		N/A
Ancrage territorial et création de valeur partagée	Total des collaborateurs engagés	178		806	1 691		715
Ancrage territorial et création de valeur partagée	Nombre d'heures de mécénat de compétences	355		N/A	366		N/A
Ancrage territorial et création de valeur partagée	Montant reversé au titre du mécénat financier	1 M euros	N/A	N/A	1 M euros	N/A	N/A
Ancrage territorial et création de valeur partagée	Montant des actions de parrainage et de sponsoring locales (euros)	N/A	N/A	NEW	N/A	N/A	19031
Ancrage territorial et création de valeur partagée	Taux des personnes éloignées de l'emploi parmi les nouvelles embauches	N/A	N/A	NEW	N/A	N/A	0,24
	Nombre de recharges prépayées offertes par SFR	NEW	N/A	N/A	172 632	N/A	N/A
Inclusion numérique	Nombre de gigas offerts par SFR	NEW	N/A	N/A	1 252 066	N/A	N/A
Gestion des Talents	Effectif à fin de période	10 114	1 353	17 320	9 526	1 508	18 044
Gestion des Talents	Nombre de recrutements en CDI	ND	ND	4 077	939	211	ND
Gestion des Talents	Part des collaborateurs de 30 ans ou moins parmi les nouveaux embauchés	NEW	NEW	NEW	81%	79%	72%
Gestion des Talents	Nombre de recrutements d'alternants	642	70	ND	400	88	30
Gestion des Talents	Taux de conversion des contrats d'alternance en CDI ou en CDD	ND	ND	ND	20%	24%	N/A
Gestion des Talents	Taux de recommandation des étudiants	90%		N/A	85%		N/A
Gestion des Talents	Taux de départs volontaires	4%	6%	32%	11%	11%	30%
Gestion des Talents	Taux de fréquence des accidents de travail	4,38	4,55	ND	5,76	4,03	ND
Gestion des Talents	Taux d'absentéisme	NEW	NEW	NEW	6%	3%	13%
Droits humains et libertés fondamentales	Part des promotions attribuées à des femmes en CDI	38%	36%	47%	38%	43%	44%
Droits humains et libertés fondamentales	Index égalité professionnelle homme-femme	UES SFR : 93% SFR Distribution : 88%	UES Next : 76%	97%[2]	UES SFR : 93% SFR Distribution : 85%	UES Next : 85%	96% (2)
Droits humains et libertés fondamentales	Nombre de salariés en situation de handicap	306	12	90	362	9	105
Droits humains et libertés fondamentales	Part des femmes parmi les embauches	42%	32%	58%	39%	38%	58%
Employabilité & stabilité	Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation	58%	23%	104%	58%	32%	120%
Employabilité & stabilité	Nombre moyen d'heure de formation par collaborateur ayant suivi une formation	19,4	16,6	96,2	18,4	19,2	61,3
Ethique des affaires	Nombre d'évaluations RSE réalisées des fournisseurs	304		ND	355		ND

(1) Les valeurs 2021 ont été corrigées par rapport aux valeurs publiées dans la DPEF 2021, suite à un renforcement du contrôle interne.
(2) Périmètre France uniquement

Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la déclaration consolidée de performance extra-financière

Exercice clos le 31 décembre 2022

A l'assemblée générale,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre groupe (ci-après « entité »), désigné organisme tiers indépendant ou OTI (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1884[1], nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques (constatées ou extrapolées) de la déclaration consolidée de performance extra-financière, préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2022 (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion du Groupe en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la Déclaration est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Commentaires

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus et conformément aux dispositions de l'article A. 225-3 du code de commerce, nous formulons les commentaires suivants :

- la traçabilité et le contrôle des données relatifs à l'indicateur « Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur ayant suivi au moins une formation » mériteraient d'être renforcés ;
- comme précisé dans la note méthodologique, les Informations RSE publiées couvrent 97% du chiffre d'affaires et 82% des effectifs du groupe.

Préparation de la déclaration de performance extra-financière

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.
Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration (ou disponibles sur le site internet ou sur demande au siège de l'entité).

Limites inhérentes à la préparation des Informations

Comme indiqué dans la Déclaration, les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration.

Responsabilité de l'entité

Il appartient à la direction de :

- sélectionner ou établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- préparer une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance ;
- préparer la Déclaration en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant ;
- ainsi que mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie par le Conseil d'Administration.

Responsabilité du commissaire aux comptes désigné organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225 105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables, ni sur la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225 1 et suivants du code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention, notamment l'avis technique de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes, Intervention du commissaire aux comptes, intervention de l'OTI – Déclaration de performance extra-financière, complété le cas échéant de nos procédures propres[2], tenant lieu de programme de vérification, et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée)[3].

(1) Accréditation Cofrac Inspection, n°3-1884, portée disponible sur le site www.cofrac.fr
(2) Procédures du Centre d'Excellence ESG de KPMG France relatives à la vérification en tant qu'OTI des Déclarations de Performance Extra-financière
(3) ISAE 3000 (révisée) - Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du code de commerce et le code de déontologie de la profession. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de huit personnes et se sont déroulés entre novembre 2022 et mars 2023 sur une durée totale d'intervention de six semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.
Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée :

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2ème alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services, ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
  - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus au regard des principaux risques et politiques présentés, et
  - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe. Pour certains risques(4), nos travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante, pour les autres risques des travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante et dans une sélection d'entités(5) ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16, avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe, nous avons mis en œuvre :
  - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
  - des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices5 et couvrent entre 33% et 100% des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation..

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Paris-La Défense, le 10 mars 2023
KPMG S.A.

Grégoire Menou
Associé

Anne Garans
Expert ESG

(4) Continuité d'activité, Stratégie responsable & Relations avec les parties prenantes, Sécurité de l'information & Ethique des données, Droits humains & Libertés fondamentales et Qualité des produits et services.
(5) SFR S.A. et Intelcia France.

Annexe

Informations qualitatives (actions et résultats) considérées les plus importantes

Récompenses obtenues pour les actions menées en faveur de l'attractivité des talents

Politiques mises en place en faveur du bien-être des collaborateurs

Formations en matière de sécurité des données et d'éthique

Conventions signées pour la mise en place de conditions de travail responsables

Projets menés pour développer l'accessibilité au réseau

Actions solidaires menées et collaborateurs engagés au sein des territoires

Solutions mises en place afin d'assurer la continuité d'activité

Dons en faveur des parties prenantes

Indicateurs clés de performance et autres résultats quantitatifs considérés les plus importants

Effectif total à fin de période

Part des promotions attribuées à des femmes

Nombre de salariés en situation de handicap

Taux de départs volontaires

Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation

Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur ayant suivi au moins une formation

Emissions de gaz à effet de serre scopes 1 & 2

Consommations énergétiques scopes 1 & 2

Tonnes de CO_2 par collaborateur

Part des énergies renouvelables dans la consommation d'électricité

Taux de valorisation des déchets d'équipements électriques et électroniques

Part des boxes reconditionnées

Nombre d'évaluations RSE fournisseurs depuis 2016