



Déclaration de Performance Extra-Financière

Groupe Altice France 2021

SFR RMC BFM intelcia

Édito

Au sein du groupe Altice France, nous avons conscience que le monde de demain se construit aujourd'hui. Grâce à son pôle télécoms, le groupe rend le très haut débit accessible à tous et apporte aux entreprises les solutions numériques nécessaires à leur développement. Par ses médias, Altice France propose aux téléspectateurs et auditeurs des contenus riches et variés en matière d'information et de divertissement. Enfin, le groupe accompagne également les entreprises dans l'externalisation de certains métiers comme la relation client. Notre engagement en faveur de la société et de l'environnement, qui est au cœur de chacune de ces missions, se traduit en 5 ambitions fortes :

- ◆ **Garantir des services de qualité pour l'ensemble de nos parties prenantes**, en leur proposant notamment l'accès à une information et un internet de premier rang, et en améliorant quotidiennement leur expérience sur nos réseaux. Nous plaçons l'intelligence artificielle et le traitement des données au centre de nos dispositifs afin d'innover et de nous améliorer continuellement pour offrir la meilleure qualité de service à nos clients et à nos partenaires.
- ◆ **Agir avec et pour la société**, grâce à un ancrage territorial fort et au soutien d'actions locales. Nous capitalisons aussi sur le réseau associatif de la Fondation SFR et les canaux d'information de nos médias pour favoriser l'inclusion numérique et l'égalité des chances.
- ◆ **Réduire notre empreinte environnementale**, grâce à la Charte d'écoresponsabilité signée en 2021 par Intelcia, filiale du groupe chargée de l'externalisation de la relation client, et en poursuivant la mise en œuvre du plan « J'avance avec Altice » lancé en 2020. Grâce à ce plan d'action, le groupe œuvre au quotidien, au sein de ses pôles télécoms et médias, pour mettre le numérique au service de la transition écologique.
- ◆ **Promouvoir et faciliter l'insertion professionnelle**, en accordant 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 nos collaborateurs de développer leur plein potentiel.
- ◆ **Affirmer notre engagement pour une éthique partagée des affaires et des données**, via notre politique d'achats responsables, notre dispositif anti-corruption et une sécurité renforcée des systèmes d'information permise notamment par une politique de protection des données personnelles aboutie.

La pandémie mondiale qui sévit depuis plus de deux ans nous rappelle à quel point nos activités sont essentielles à la bonne marche de nos sociétés. Au quotidien, nous permettons aux Français de continuer de s'informer, de poursuivre leurs apprentissages, de télétravailler, de se divertir, de maintenir le lien social, d'accéder à la télémedecine et plus globalement de s'adapter aux nouveaux modes de vie imposés par la crise sanitaire. Tout au long de cette crise, le groupe a su démontrer son expertise et sa résilience. Grâce à la mobilisation de nos équipes, nos réseaux sont restés stables dans un contexte de consommation de données inédit et nos centres de relation client ont continué d'innover pour répondre aux différentes demandes. Je tiens donc à remercier l'ensemble de nos collaborateurs qui œuvrent chaque jour pour maintenir une qualité de service optimale en toutes circonstances.



« Permettre à chacun de communiquer, de s'informer, et continuer d'agir pour construire un avenir porteur de promesses. »



Grégory Rabuel

Président-directeur général d'Altice France

Sommaire

Modèle d'affaires	04
Enjeux et Risques RSE	08
Nos Engagements	09
Qualité de Service, Innovation et Accessibilité	09
<i>Enjeux : Qualité et Continuité de services ; Innovation</i>	
Le groupe Altice France, acteur engagé au quotidien	12
<i>Enjeux : Engagements auprès des communautés et en faveur des droits humains ; Inclusion numérique ; Inclusion numérique</i>	
Le groupe Altice France, engagé en faveur de l'environnement	24
<i>Enjeux : Changement climatique et Efficacité énergétique ; Economie circulaire et Réduction des déchets ; Consommation responsable et Sensibilisation</i>	
Le groupe Altice France, engagé pour ses salariés	39
<i>Enjeux : Gestion des carrières, Emplois et Compétences ; Emploi et Relations sociales ; Diversité, égalité des chances et non-discrimination ; Santé, sécurité et bien-être</i>	
Le groupe Altice France, engagé en faveur d'une éthique partagée des affaires et des données	54
<i>Enjeux : Achats responsable et Ethique des affaires ; Sécurité et Confidentialité des données clients</i>	
SFR Business	59
<i>Focus : Une performance et un engagement au service des clients</i>	
Index	61
Note méthodologique	62
Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la déclaration consolidée de performance extra-financière	66

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 pionnière de convergence 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 qui va avec, grâce à nos expertises techniques (déploiement, information, cybersécurité, service clients...);
- ◆ l’amélioration de l’expérience client multicanale au plus près des besoins des clients.



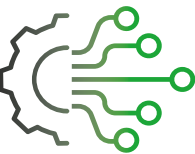
Défis humains

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 Altice France a identifié parmi ses principaux défis l’ancrage territorial et l’inclusion numérique.



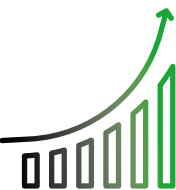
Défis environnementaux

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’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 de l’Homme, des pratiques de travail et de la lutte anti-corruption 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, 2^e opérateur français, le groupe Altice France est un acteur incontournable des télécommunications au service de 25 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 3^e 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**

 - ◆ 25,8 millions de prises Fibre optique (FTTH / FTTB)
 - ◆ près de 3 700 communes couvertes en 5G
 - ◆ 18 chaînes de télévision/radios dont 9 régionales
 - ◆ 2 nouvelles technologies pour améliorer les relations clients : Evolucion et Smart Analytics Hub
- Nos enjeux**

 - ◆ Qualité et Continuité de service
 - ◆ Sécurité et Confidentialité des données clients
 - ◆ Innovation
 - ◆ Achats Responsables et Ethique des Affaires

Pôle Télécoms 95,7 % 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**

 - ◆ 408 collaborateurs en situation handicap⁽¹⁾
 - ◆ 3 258,9 M€ achats et sous-traitances
 - ◆ Fondation SFR
 - ◆ 15 espaces solidaires
 - ◆ 25 sites Intelcia implantés à travers l’Europe et l’Afrique
- Nos enjeux**

 - ◆ Inclusion Numérique
 - ◆ Ancrage territorial
 - ◆ Engagements auprès des Communautés et en faveur des Droits Humains
 - ◆ Achats responsables et Ethique des Affaires

(1). Périmètres : 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**

 - ◆ Innovation
 - ◆ Sécurité et confidentialité des données clients

Pôle Media 3,6 % 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 0,7 % 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**

 - ◆ 1 068,4 M€ charges de personnel
 - ◆ 13 931 collaborateurs Télécoms⁽²⁾
 - ◆ 1 113 collaborateurs Media⁽²⁾
 - ◆ 24 220 collaborateurs Expertises⁽²⁾
 - ◆ 712 alternants⁽³⁾
- Nos enjeux**

 - ◆ Santé, Sécurité et Bien-Être
 - ◆ Emploi et relations sociales
 - ◆ Gestion des Carrières, Emplois et Compétences
 - ◆ Diversité, Égalité des chances et Non-discrimination

(2). Effectif moyen annuel
(3). Périmètres : Télécoms et Media

CAPITAL ENVIRONNEMENTAL

- Nos ressources**

 - ◆ 937 GWh d’énergie consommée
 - ◆ 878 tonnes de Déchets d’Equipements Electriques et Electroniques⁽³⁾
- Nos enjeux**

 - ◆ Changement Climatique et Efficacité Energétique
 - ◆ Economie Circulaire et Gestion des déchets
 - ◆ Consommation Responsable et Sensibilisation
 - ◆ Biodiversité

(3). Périmètres : Télécoms et Media

Le partage de valeur avec les parties prenantes

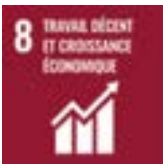
Le groupe Altice France s’engage pour et avec ses parties prenantes. Elles font partie intégrante du modèle d’affaires de l’entreprise afin que chacune des initiatives lancées puisse répondre au plus grand nombre, et ainsi créer une valeur partagée. Le groupe Altice France veille à la régularité, à la 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

- 4 077 embauches en CDI⁽¹⁾
- Plus de 1,8 millions d’heures de formation
- Happy Trainees depuis 2018 sur ses activités Télécoms et Media
- 3 associations coup de cœur des collaborateurs ont reçu une subvention de la Fondation SFR

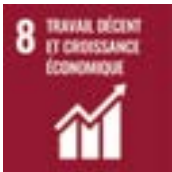


Créer de la valeur pour nos clients grand public et entreprises

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

- 2^e opérateur télécoms français
- 3^e groupe médias privé en France⁽¹⁾
- Top 5 des outsourcing en France
- 26 millions de clients Télécoms
- près de 3 700 communes en 5G
- Plus de 300 clients accompagnés par Intelcia



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

- 11 163,6 M€ CA
- 883,6 M€ Investissement Réseaux



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

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

304 évaluations RSE des fournisseurs

1 043 projets
soutenus par la Fondation SFR

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

984 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

2,36 tonnes de CO2⁽¹⁾
par collaborateur

25,65 % de réduction des consommations d’énergie
ramenée à l’usage client

PUE de 1,4
pour la dernière génération de datacenters

Plus de 88 % des consommations d’énergies 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



Indispensable levier de pilotage, la cartographie des risques constitue le socle de la stratégie de gestion des risques du groupe Altice France. Elle comprend plusieurs niveaux d'analyse dont celui, essentiel, des risques RSE.

Elle permet notamment de mesurer les impacts négatifs potentiels sur la réalisation des ODD et ainsi de prendre les engagements et dispositions nécessaires pour contrer ces effets. La cartographie des risques est mise en œuvre par les organisations afin d'appréhender l'ensemble des facteurs susceptibles d'affecter leurs activités et leur performance, dans l'objectif de se prémunir contre les conséquences juridiques, humaines, économiques et financières que pourrait générer une maîtrise insuffisante.

En 2021, le groupe Altice France a mis à jour sa liste d'enjeux RSE suite aux travaux d'identification des enjeux de sa filiale, Intelcia, et aux retours de ses différentes parties prenantes. Afin de définir les enjeux porteurs de risques, le groupe s'est appuyé sur l'analyse des risques stratégiques menée annuellement par ses auditeurs internes auprès des collaborateurs directement rattachés aux membres des Comités Exécutifs des pôles Télécoms et Media. Les périmètres concernés ont préalablement été analysés sous l'angle de la RSE afin de leur affecter une pondération cohérente avec leur criticité. Une synthèse de cette analyse est présentée aux membres du Comité Exécutif pour validation.

L'analyse des risques a permis d'identifier les risques bruts auxquels le groupe pourrait être confronté en raison de ses activités et de ses marchés. Ces risques ont par la suite été évalués selon leur probabilité d'occurrence et leur niveau d'impact au niveau réglementaire, opérationnel, financier et en matière de réputation. Une échelle de probabilité (cas isolé, occasionnel, possible, probable) et une échelle de magnitude de l'impact (faible, modéré, significatif, critique) ont été utilisées pour réaliser l'exercice. Une pondération a été ajoutée à l'ensemble de ces notes en fonction de la criticité de l'activité de la Direction au regard de la performance RSE du groupe, mais également en fonction du nombre d'impacts RSE que comportait chaque risque.

Dans un second temps, chaque facteur de risque identifié par la Direction a été, lorsque pertinent, associé à un des grands enjeux prédéfinis. Cette étape a permis d'identifier et de hiérarchiser les enjeux extra-financiers du groupe.

De plus, les enjeux importants et sectoriels ont également été ajoutés (indicateurs SASB, benchmark sectoriel). Sur la base de cette analyse, une liste d'enjeux extra-financiers significatifs a été élaborée par rapport au nombre d'occurrences de l'enjeu dans l'analyse des risques du groupe ainsi que sa notation nette pondérée.

- ◆ Qualité et Continuité de services ;
- ◆ Achats responsables et Ethique des affaires ;
- ◆ Sécurité et Confidentialité des données clients ;
- ◆ Innovation ;
- ◆ Changement climatique et Efficacité énergétique ;
- ◆ Economie circulaire et Réduction des déchets ;
- ◆ Consommation responsable et Sensibilisation ;
- ◆ Emploi et Relations sociales ;
- ◆ Gestion des carrières, emplois et compétences ;
- ◆ Diversité, égalité des chances et non-discrimination ;
- ◆ Santé, Sécurité et Bien-être ;
- ◆ Ancrage territorial ;
- ◆ Inclusion numérique ;
- ◆ Engagements auprès des communautés et en faveur des Droits Humains.

De plus, le groupe Altice France a également mené une analyse des risques dans le cadre de la loi Sapin II et de la loi sur le devoir de vigilance.⁽¹⁾

(1) Cf. plan de vigilance du groupe Altice France

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 accessibilité et qualité pour chacun de ses services et à rendre accessible l'innovation.

Assurer à tous un accès Internet de premier rang

I. Via un réseau mobile

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 va permettre 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...

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. À fin 2021, c'est déjà près de 3 700 communes françaises qui bénéficient d'un réseau 5G grâce à SFR.

Les résultats de l'enquête annuelle de l'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 2020, qui permet notamment au groupe d'être le 2^e meilleur opérateur concernant les débits descendants 5G. Le déploiement de la 5G a également permis d'améliorer les performances 4G sur l'ensemble du territoire français avec une progression de près de 50 % des débits 4G. Ainsi, sur les usages voix/SMS et 4G, SFR se place également en 2^e position. Enfin, en matière de qualité de service des usages voix, SFR performe dans l'ensemble du pays, atteignant 92 % 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.
- ◆ Concernant le Dispositif de Couverture Ciblée, les déploiements avancent malgré les difficultés liées à la crise sanitaire. 1 115 nouveaux pylônes 4G multi-opérateurs ont été construits et mis en service à fin 2021.
- ◆ Concernant la généralisation de la 4G, SFR a atteint l'objectif global d'upgrade 4G de son parc à fin 2020. Les derniers sites restant à passer en 4G concernent des projets retardés du fait de la crise sanitaire ou de situations complexes (contraintes techniques spécifiques, blocages bailleurs ou sites non pérennes prévus au démontage, par exemple). 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 85 % 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'agit de compléter une couverture mobile déjà significative sur ces axes, l'objectif étant une couverture 4G à fin 2020 en « outdoor » et à janvier 2022 en « in car ».

II. Via un réseau fixe

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 situation géographique. Le groupe s'attache ainsi particulièrement à déployer la fibre dans les zones moins denses afin d'offrir à tous les résidents français la meilleure accessibilité de service et lutter contre l'exclusion numérique.

FIBRE

Ainsi, en 2021 :

- ◆ **Près de 5,4 millions de nouvelles prises FTTH/FTTB⁽²⁾ commercialisables**
- ◆ **6 092 nouvelles communes sont maintenant éligibles à la fibre** (soit plus de 14 300 communes au total)

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 ses sous-traitants un niveau exceptionnel de déploiement de la fibre a pu être réalisé en 2021. XpFibre, filiale du groupe Altice France, a déployé près de 4.7 millions de prises en fibre optique, dans plus de 4 000 communes. Avec près d'1 million de logements et locaux professionnels rendus éligibles sur la seule année 2021, 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 notamment dans le cadre de la crise sanitaire et du recours au télétravail massif.
- ◆ 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, SFR et XpFibre restent, avec 42 Délégations de Service Public et 5 Appels à Manifestation d'Engagements Locaux dans 44 départements et territoires, les partenaires privilégiés des collectivités locales.

FIBRE

Au total, près de 26 millions de prises SFR sont désormais éligibles (FTTH/FTTB) en France (à fin décembre 2021)

(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 client privilégiées



Intelcia propose des solutions spécifiques à ses partenaires pour assurer des relations client 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.

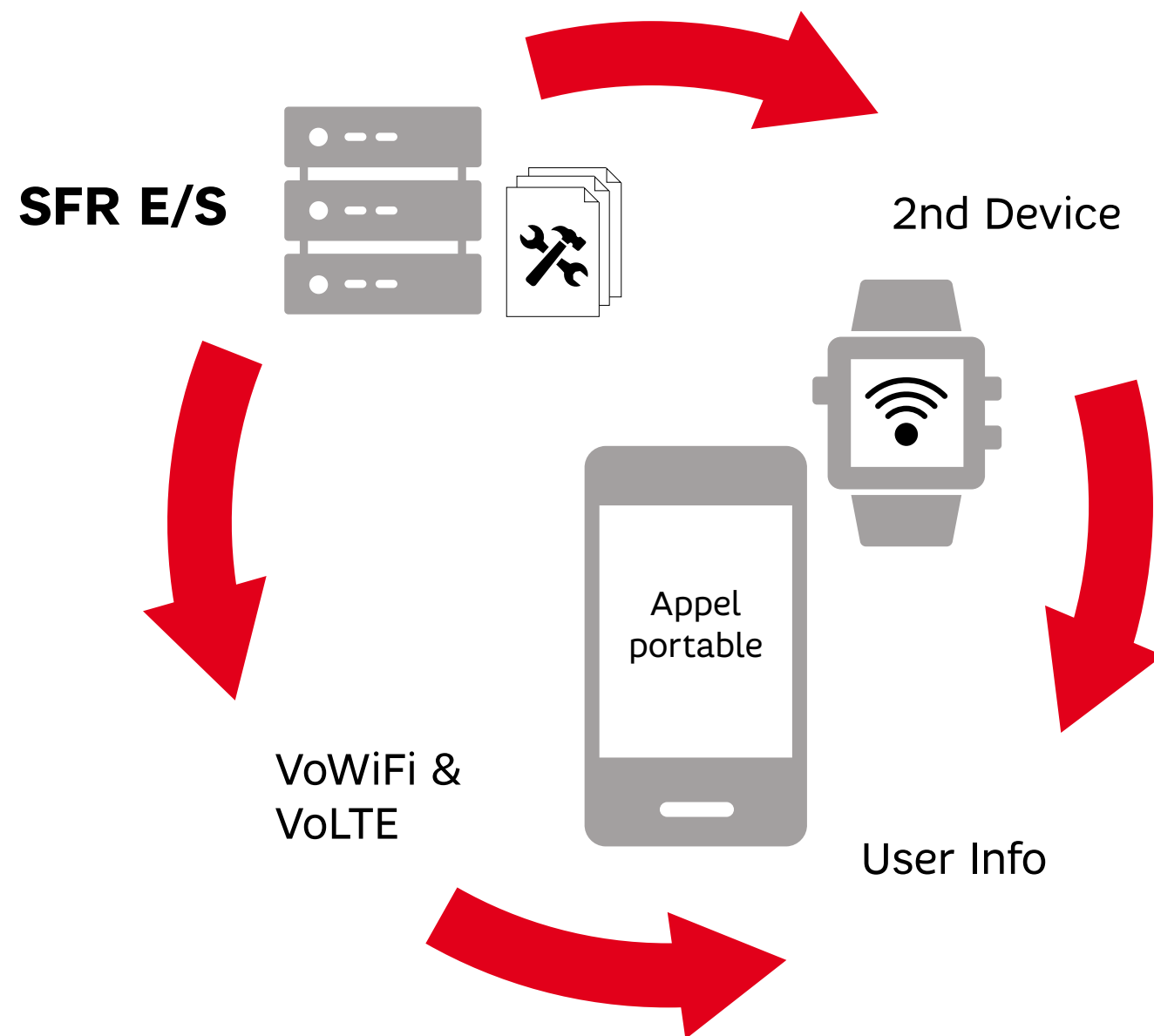
À cette occasion, ils signent tous un document sur le respect du droit du consommateur. La démarche d'Intelcia et sa mise en œuvre font l'objet d'une certification combinée ISO 9001 / ISO 18295-1 auprès de l'organisme tiers indépendant BUREAU VERITAS, qui permet d'ancrer la démarche qualité et d'amélioration continue au cœur des services proposés par Intelcia.

Intelcia a réalisé une enquête de satisfaction auprès de l'ensemble de ses clients en janvier 2021 pour l'année 2020. **Le taux de satisfaction s'élevait à 78,2 %.**

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 clients.

II. L'Entitlement Server de SFR, 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. Ainsi, SFR a développé son propre Entitlement Server. L'Entitlement Server est une plateforme qui permet aux opérateurs mobiles de configurer les droits et accès spécifiques pour les services et les fonctionnalités sur les appareils des utilisateurs finaux. Il est également utilisé pour l'orchestration des flux nécessaires à la configuration des Wearables⁽¹⁾, comme l'Apple Watch, la montre Samsung Gear ou la Huawei Watch. Il permet aux opérateurs de réseau de s'assurer que les appareils des clients sont automatiquement configurés lors de la connexion à leur réseau mobile et fournissent ainsi tous les services auxquels le client a droit de façon autonome par rapport aux équipements classiques comme les Smartphones. Il permet également la bonne orchestration des appareils lors de l'activation des eSIM notamment par les nouveaux produits Apple, tels que l'Apple Watch, ou active de nouvelles fonctionnalités iOS, telles que Facetime, iMessage, VoWifi, pour les abonnés.



(1) Wearable: Appareil informatique vestimentaire, il s'agit des objets connectés destinés à être portés par l'utilisateur final, à l'exemple des montres connectées.

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.

Le lancement de dispositifs de Service Après-Vente dédiés aux personnes sourdes et malentendantes d'aide SAV en partenariat avec Samsung Electronics Maroc

Engagée auprès des populations socialement défavorisées, Intelcia a lancé, en partenariat avec l'entreprise Samsung, un service après-vente spécialement conçu pour les personnes sourdes et malentendantes.

Première entreprise électronique au Maroc à s'inscrire dans cette dynamique, Samsung Electronics Maroc vient de mettre en place un service après-vente dédié aux personnes ayant un handicap affectant l'ouïe. Ce service est géré par Intelcia qui a recruté au sein de ses équipes le premier conseiller totalement destiné à cette mission d'aide à l'accessibilité des services pour tous.

Ce service après-vente est disponible 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 réparations.

Cette action commune à Samsung et Intelcia s'inscrit dans leur stratégie respective visant une meilleure inclusion des personnes en situation de handicap dans la société.

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 septembre 2021 une modalité de communication supplémentaire reposant sur le braille est mise à disposition des personnes sourdaveugles.

Depuis le 1^{er} octobre 2021, 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 élargis en soirée et le samedi.

Évolution de l'accessibilité des médias

Dans la lignée des efforts déjà menés pour améliorer l'accessibilité à ses contenus, depuis mars 2021, l'interview quotidienne de 8h35 sur BFMTV et RMC, est également disponible avec son sous-titrage en replay sur le portail BFMTV.com. Cette évolution permet une accessibilité étendue et disponible sur tous les supports de diffusion d'un des principaux rendez-vous politiques de la chaîne BFMTV.

Le groupe Altice France, acteur engagé au quotidien



CLAIRE PERSET

Secrétaire générale adjointe Altice France
Directrice de la RSE Media-Télécoms

« Le groupe Altice France a pris des engagements sociétaux et environnementaux forts ces dernières années, et agit chaque jour pour concilier performance économique et progrès durable pour tous. La question du rôle que doit jouer l'entreprise dans la société, au-delà de son cœur de métier, est présente au quotidien : si le numérique favorise déjà la transition écologique, comment en amplifier l'efficacité énergétique ? Comment permettre aux plus modestes d'avoir accès au numérique ? Comment valoriser la diversité dans nos médias ?

Ce sont autant de sujets transversaux sur lesquels nous travaillons et qui placent la RSE au cœur des décisions du groupe. »

« La politique RSE d'Intelcia reflète ses axes majeurs de préoccupation et d'interaction avec nos parties prenantes. Nos engagements sont d'abord humains, que ce soit au travers de nos collaborateurs, des viviers d'emplois que nous stimulons, ou encore des communautés autour de nos sites. Nos engagements se concentrent aussi sur l'excellence et l'éthique envers nos clients et toutes nos parties prenantes. Plus globalement, nous nous engageons au respect de la planète à travers notre écoresponsabilité assumée.

Depuis nos débuts il y a 20 ans, l'activité d'Intelcia s'est bâtie autour de l'inclusion, que nous avons veillé à décliner dans ses différentes facettes : à travers la diversité dans nos équipes, en offrant une chance d'emploi à des franges généralement exclues, en intégrant le handicap chaque fois que possible, en étant solidaires avec les populations fragiles autour de nous, et enfin, à travers nos achats et notre soutien à des structures en démarrage, offrant ainsi à quiconque une chance et un travail à saisir.

C'est ainsi que nous fédérons nos parties prenantes autour des valeurs que nous incarnons : We Dream, We Care, We Do. »



NADIA BEN BAHTANE

Directrice Marque et Engagements
Intelcia Groupe

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
Engagements auprès des communautés et en faveur des droits humains	✓	N/A	N/A	Nombre de projets soutenus par la Fondation SFR depuis 2006	1 043
	✓	✓	✓	Total des collaborateurs engagés	984
	✓	✓	N/A	Nombre d'heures de mécénat de compétences	355 H
	✓	N/A	N/A	Montant du mécénat financier	1 M euros

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. Les pôles Télécoms et Media ont ainsi concentré leurs efforts autour de l'égalité des chances, la promotion de la diversité et enfin l'inclusion numérique.

Les pôles Télécoms et Media ont mis un point d'honneur à favoriser l'insertion professionnelle des personnes issus de milieux défavorisés. En 2021, 19 353 personnes ont été accompagnées grâce au soutien de la Fondation SFR et à la mobilisation des salariés du groupe. La Fondation SFR a également contribué au développement dans de nouveaux territoires de ses associations partenaires (comme Sport dans la Ville, Rêv'Elles ou encore La Cravate Solidaire).

Par ailleurs, les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France veillent à valoriser la diversité au sein de leurs 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 2021.

Côté Intelcia

Intelcia travaille en partenariat avec ses parties prenantes territoriales pour parachever les 3 objectifs de sa politique d'engagements, 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 d'un millier de collaborateurs Intelcia qui se sont mobilisés en 2021 sur l'ensemble des sites des différents pays.

Les objectifs du groupe Altice France

ENJEUX	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	OBJECTIFS	2020	2021	TENDANCE
Engagements auprès des communautés et en faveur des droits humains	✓	✓	N/A	Accompagner 10 000 personnes par an dans leur réussite professionnelle grâce au soutien d'associations	NEW	19 353	↗
	✓	N/A	N/A	Soutenir le développement des associations partenaires de la Fondation SFR dans chaque région de France	(1)	p.16	↗
	✓	✓	N/A	Accroître la mobilisation des salariés autour des engagements sociétaux du groupe	(1)	p.16	↗
	N/A	✓	N/A	Favoriser la diversité dans les médias en développant des partenariats associatifs	(1)	p.15-17	↗
	✓	✓	N/A	Renforcer le partenariat avec la Fondation des Hôpitaux en utilisant les leviers de communication des pôles Télécoms et Media du groupe Altice France afin d'optimiser les dons collectés	(1)	p.18	↗
Inclusion numérique	✓	N/A	N/A	Développer l'inclusion numérique dans les territoires et les accompagner dans la formation des aidants numériques	(1)	p.22	↗
	✓	N/A	N/A	Equiper 2 000 personnes par an grâce aux dons de SFR pour LaCollecte.tech	NEW	3 286 ordinateurs donnés	↗
	✓	N/A	N/A	Ouvrir 16 espaces de solidarité numérique Emmaüs Connect entre 2021 et 2025	12,5 %	25 %	↗
	✓	N/A	N/A	Equiper, connecter et former + de 100 000 personnes d'ici 2025 avec Emmaüs Connect	49 %	64 %	↗
Ancrage territoriale	N/A	N/A	✓	Développer des projets favorisant le tissu associatif et entrepreneurial local	NEW	p.21	↗

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

(1) Cf. Déclaration de performance extra-financière groupe Altice France 2020



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 agissent en faveur de l'emploi des jeunes, la promotion de la diversité et la mobilisation des salariés et des clients.

I. Insertion professionnelle

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



Association partenaire de la Fondation SFR depuis deux 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 2021, pendant un mois, une collecte nationale de vêtements professionnels a été organisée sur neuf sites SFR : en région parisienne, 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.

905 kg
de vêtements collectés en 2021



HÉLÈNE MERLIN

Responsable des ressources humaines SFR

« Ce qui me plaît dans cette démarche solidaire c'est avant tout d'aider d'autres personnes à l'extérieur de SFR. Ce sont également les échanges souvent humainement très riches que l'on peut avoir avec ces personnes. Ce que mon engagement m'apporte personnellement c'est de prendre du recul par rapport à mon quotidien souvent bien prenant, de lever la tête, de regarder plus loin. Et j'ai aussi le sentiment d'être utile, même à une petite échelle, en aidant des personnes qui en ont besoin. »



Voir le témoignage
d'Hélène Merlin



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 46 centres sportifs permet de favoriser l'insertion sociale et professionnelle de 7 500 enfants et jeunes âgés de 6 à 25 ans. La Fondation SFR a renouvelé son soutien en 2021 afin de promouvoir l'égalité des chances grâce au sport pour **1 800 jeunes filles, et de favoriser l'insertion professionnelle de 750 filles à travers le programme L Dans La Ville.**

3 nouveaux centres sportifs

dans l'Essonne, en Seine-Saint-Denis, dans les Bouches-du-Rhône

5 jeunes ont gagné des téléphones

par l'intermédiaire d'un jeu concours sur les réseaux sociaux



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



Depuis 5 ans, le pôle média 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 d'ores et déjà organisé le 1^{er} « hub entrepreneurs », en décembre 2021, qui a permis à une dizaine de jeunes entrepreneurs d'être coachés par autant de mentors experts en entrepreneuriat.

Soutien pour la scolarisation et la réussite des plus démunis au Maroc

En 2021, Intelcia a participé au projet d'élaboration d'un livre de mathématiques et physique pour les futurs bacheliers les plus démunis. Intelcia a également apporté son soutien financier à l'association Nahda pour la rénovation d'une école.

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, Entreprendre pour Apprendre interconnecte l'école et l'entreprise pour 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 en-

trepreneuriale concrète aux collégiens en 4^{ème} et 3^{ème} SEGPA de Seine-Saint-Denis. 5 salariés engagés de SFR ont notamment présenté leur métier et leur parcours professionnel dans le cadre du dispositif « 1 jour, 1 métier », en novembre 2021, afin de faire découvrir à ces jeunes différentes filières.



27 collèges engagés

14 mentors

277 jeunes accompagnés

5 salariés engagés de SFR

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 RMC Story dans l'élaboration d'un programme TV et digital de témoignages présentant des parcours professionnels inspirants.

9 parcours de vie

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



Ce programme présente 9 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 de 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 2021, l'association a accompagné 229 nouvelles bénéficiaires et 466 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 2021, une journée « Rêv'Elles

Moi SFR » a été organisée en format digital, compte tenu de la crise sanitaire, pour les bénéficiaires d'Île-de-France, tandis qu'au mois d'octobre 2021, la même journée s'est déroulée à Lyon sur site. Au total, 45 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.



45 salariées « Rôles Modèles »

229 nouvelles bénéficiaires

466 alumnae

II. Égalité des chances

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. Plus de 1 000 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 80 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 Mille Pat', Rose Up et Décines Rugby League 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 17 ans, 1 700 jeunes mentorés ont été accompagnés individuellement par près de 1 500 salariés engagés de SFR. En 2021, grâce au soutien de la Fondation SFR, 1 188 jeunes entre 16 et 25 ans ont pu être suivis par l'association.

Article 1 a lancé, en 2021, sa première 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 s'est mobilisé en relayant sur BFM Business, ainsi qu'en interne, la campagne publicitaire destinée à promouvoir cette plateforme dédiée au mentorat.



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 1 000 missions disponibles. En 2021, plus de 1 860 salariés étaient inscrits sur la plateforme et près de 200 actions solidaires ont été menées à bien.



200 actions solidaires

+ de 1 860 salariés inscrits

+ de 400 missions disponibles

L'implication des clients dans nos engagements

Par ailleurs, 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 47 000 € ont été reversés à Emmaüs Connect en 2021. SFR a également lancé fin 2020 un nouveau choix d'option 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.



III. Diversité

La valorisation de la diversité

**SFR 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/chânes 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



Par ailleurs, 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.



De plus, 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 2021, grâce au soutien du groupe, 75 % 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.

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



Enfin, SFR est partenaire de Mozaïk RH, cabinet de recrutement spécialisé dans la promotion de la diversité en entreprise et la Fondation SFR soutient depuis son lancement en 2018, la plateforme inclusive « diversifiezvosTalents.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. L'engagement du groupe Altice France en faveur de l'égalité des chances et de la diversité se concrétise également dans la politique de ressources humaines mise en œuvre au sein même de l'entreprise. En tant qu'employeur, le groupe met en place des actions pour favoriser l'accès à l'emploi des personnes handicapées, l'égalité entre les femmes et les hommes, l'équilibre des temps de vie ou le recrutement d'alternants.



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 20 ans en faveur de la santé. En s'engageant auprès du Sida 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 2021 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 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 ap-

plications 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.

L'Appart' : développer l'autonomie des adolescents handicapés

Grâce à une mobilisation exceptionnelle en 2020 et 2021, SFR a pu collecter plus de 100 000 € et participer à la création de L'Appart', lieu d'exception à destination de jeunes malades ou en situation de handicap. Ce lieu, ouvert en 2021 à l'hôpital de la Timone à Marseille, a pour vocation d'apprendre aux 500 adolescents, suivis chaque année par le service pédiatrique, à s'occuper de soi et à développer leur autonomie dans le parcours de soins. Il les aide à préparer leur avenir pour qu'ils puissent construire leur projet de vie de la manière la plus sereine possible.



La lutte contre le cancer du sein



Intelcia a apporté son soutien à l'association Ruban rose qui sensibilise au dépistage précoce du cancer du sein, soutient et finance la recherche pour lutter contre cette maladie. De plus, 10 de ses salariés ont participé à la course Octobre Rose pour le dépistage du cancer du sein en France.

En Côte d'Ivoire, Intelcia a organisé une conférence de sensibilisation contre le cancer du sein et pour la diffusion de bonnes pratiques animée par la Ligue Ivoirienne de Lutte Contre le Cancer (LICC).

Plus de 20 ans d'engagement auprès du Sidaction

Le groupe Altice France est engagé aux côtés du Sidaction. Depuis 21 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 première fois cette année, au regard du contexte sanitaire et du déploiement massif du télétravail au sein du groupe, 40 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.

Cette année, les collaborateurs étaient donc chez eux et ont bénéficié d'un support technique ainsi que d'un accompagnement des équipes du Sidaction à distance. Priorité a été donnée à la sécurisation des données pour le respect du Règlement Général de la Protection des Données. Les chaînes BFMTV, RMC, RMC Découverte et RMC Story se sont mobilisées également les 26, 27 et 28 mars en diffusant gratuitement la campagne d'appel aux dons, ainsi que le spot mettant en scène les parrains et marraines de cette édition 2021.

Le soutien de l'effort hospitalier

Intelcia se mobilise pour apporter son aide aux hôpitaux des territoires où elle est implantée.

Ainsi, une campagne de don du sang a été organisée sur les sites de Madagascar afin de contribuer à l'effort hospitalier du pays.



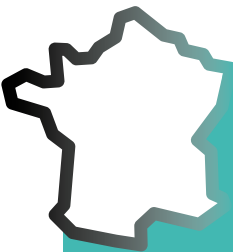
Un engagement au coeur des territoires et au service des communautés

Intelcia a pour spécificité d'être implantée dans une dizaine 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 et non à côté d'elles, Intelcia est engagée dans de nombreuses actions visant à soutenir des structures locales dans différents domaines : santé, monde éducatif, vulnérabilités, etc. Le groupe accompagne autant les actions ponctuelles nécessitant un mécénat d'urgence, que les partenariats avec un impact et une durabilité, plus visibles. 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.



Intelcia est engagée dans de nombreuses actions visant à soutenir des structures locales dans différents domaines (santé, sport, monde éducatif, etc.) via d'autres dispositifs de parrainage et de sponsoring.



En France, Intelcia a fait don aux Restos du Cœur de 7 500 € pour soutenir les populations les plus vulnérables.



En parallèle, Intelcia a participé à une collecte de vêtements, de jouets et de denrées pour les familles les plus démunies, en collaboration avec différentes associations dont Les Restos du Cœur.

Maroc
Sénégal
Madagascar

Au sein de 3 pays, Intelcia a soutenu des associations pour distribuer des paniers repas afin de venir en aide aux personnes en situation précaire, familles défavorisées ou soignants et les soutenir pendant la pandémie. Au Maroc, via quatre associations à Rabat, Casablanca, Meknès et El Jadida, 500 paniers « Covid-Ramadan » ont ainsi pu être distribués grâce au soutien d’Intelcia. Des paniers repas ont également été distribués à Madagascar pour venir en aide aux familles défavorisées.

Intelcia a participé au tournoi de football des écoles PIES au Sénégal. Dans ce cadre, chaque équipe inscrite a permis la scolarisation d’un enfant dans ces écoles.



En 2021, les collaborateurs volontaires d’Intelcia ont formé 6 équipes, permettant la scolarisation de 6 enfants.



La dynamisation du tissu local

Au Maroc, Intelcia favorise l'implication de ses collaborateurs et soutient les start-ups et entreprises sociales dont la mission s'inscrit dans les orientations RSE du groupe, pour renforcer le tissu local et créer de l'emploi indirect. Intelcia s'est ainsi engagée auprès d'une association et d'une entreprise sociale marocaine et leur fournit gratuitement des services permettant de développer leur activité et favoriser leur rayonnement.

Intelcia accompagne la mise en place d'un dispositif de gestion de la relation client de l'entreprise sociale KEZAKOO par la mise en place d'outils et d'enquêtes de satisfaction.

KEZAKOO 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.

kezakoo



Intelcia accompagne la mise en place du marketing digital de l'association Moroccan Magic. Cette association chapeaute une soixantaine de coopératives et d'artisans dans différentes régions du Maroc. Intelcia travaille notamment à la mise en place d'une plateforme de vente des produits des coopératives, leur fournit une assistance sur le design, la fixation des prix et le shooting de leur produit. 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.



REDA EL FAKIR
Directeur Général de Kezakoo

« Nous sommes très fiers et reconnaissants d'être accompagnés par un groupe de renom et leader dans son domaine comme Intelcia. Grâce à l'apport d'Intelcia, la solution de réussite scolaire Kezakoo bénéficiera à un plus grand nombre d'élèves ainsi qu'à leurs parents. Ainsi, ensemble nous participons à la construction d'un avenir meilleur pour les prochaines générations. Nous tenons à remercier M. Karim Bernoussi et toute l'équipe d'Intelcia pour leur confiance et leur bienveillance. »



RABIA WARDI
Présidente Moroccan Magic

« Nous avons eu le plaisir de collaborer avec le groupe Intelcia Maroc depuis 2020 sur différentes actions au profit des coopératives féminines afin de les accompagner dans l'accès au marché et le développement de leur chiffre d'affaires. Cette collaboration a abouti au lancement d'une plateforme digitale dédiée à la commercialisation des produits des coopératives du monde rural et des coopératives féminines. Plus de 60 coopératives bénéficient de cette plateforme qui commercialise plus de 300 produits.

Nous sommes très fiers de travailler avec Intelcia pour le développement de l'économie sociale et solidaire au Maroc et l'autonomisation des 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 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, des projets ambitieux d'inclusion numérique sont menés pour connecter, équiper et accompagner davantage sur tout le territoire. »



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 a ouvert 15 espaces de solidarité numérique partout en France. Au sein de ces centres, on trouve aussi bien du matériel à tarif solidaire (smartphones, cartes prépayées données par SFR) qu'un accompagnement à l'acquisition de compétences numériques essentielles.

En 2021, 769 000 Go et 233 400 recharges prépayées ont été offerts pour permettre aux plus démunis d'accéder à Internet et aux services essentiels (démarches administratives, recherche d'emploi, etc.).



De nouveaux espaces de solidarité numérique

Les espaces Emmaüs Connect à La Friche Belle de Mai (Marseille) et à Paris, dans le 2^{ème} arrondissement, ont vu le jour en 2021. Ces espaces ont déjà permis à davantage de personnes en situation de précarité numérique d'accéder à des équipements informatiques et d'être accompagnés dans leur utilisation. Au total, plus de 105 000 personnes ont ainsi pu être aidées depuis la création d'Emmaüs Connect, dont 14 436 en 2021.

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. 220 structures ont déjà intégré le dispositif et 1 300 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 2021, ce don s'élève à plus de 3 286 ordinateurs, qui sont remis en état par des reconditionneurs solidaires

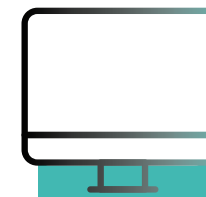
(Ateliers du Bocage, Tirra, Ateliers Sans Frontières, etc.). Ensuite, ce matériel informatique est proposé à tarif solidaire dans les espaces de solidarité d'Emmaüs Connect, mais aussi auprès des partenaires associatifs, pour que des personnes en situation de précarité numérique puissent être équipées à leur tour.

LaCollecte.tech

La lutte contre l'exclusion numérique des étudiants

SFR s'est associé à la Ville de Lille pour équiper et connecter 2 000 étudiants en situation de précarité et d'exclusion numérique, afin de leur offrir les mêmes conditions d'apprentissage et les mêmes chances de réussite que les autres étudiants. Cette démarche a permis aux étudiants boursiers

de bénéficier gracieusement d'une box 4G de poche et d'un kit de connexion offrant un accès Internet pendant 5 mois. Au total, ce sont 80 000 Go de data et 2 000 box 4G de poche qui ont été offerts par SFR.



Pouvoir se connecter à internet est devenu une nécessité absolue, en particulier pour les étudiants :

- ♦ pour accéder à distance aux services et formations de leur établissement ;
- ♦ pour effectuer les démarches administratives à l'heure où de plus en plus de services publics sont dématérialisés (CAF, CROUS, etc.) ;
- ♦ pour trouver un job d'étudiant (80 % des emplois se trouvent par Internet).

La campagne publicitaire : faire plaisir à ceux qui en ont besoin

SFR **MON NOËL IDÉAL** **FAIRE PLAISIR AUSSI À CEUX QUI EN ONT BESOIN**

Déposez vos anciens téléphones dans l'un de nos magasins SFR. Reconditionnés ou recyclés par les Ateliers du Bocage, ils seront proposés à des personnes en difficulté, grâce à Emmaüs Connect. **Votre générosité peut changer leur quotidien !**

RDV EN BOUTIQUE SFR

SFR 10 ans d'engagement en faveur de l'inclusion numérique

EMMAÛS CONNECT

les ateliers du bocage

SFR a lancé dans l'ensemble de ses boutiques une collecte solidaire de mobiles pour les fêtes de fin d'année 2021. L'opération « Mon Noël idéal : faire plaisir à ceux qui en ont besoin » avait pour objectif d'équiper les plus démunis tout en contribuant à la protection de l'environnement. Selon leur état, les téléphones donnés par les clients seront reconditionnés ou recyclés par Les Ateliers du Bocage, entreprise adaptée et d'insertion, membre du mouvement Emmaüs. Après avoir été remis en état, ils seront vendus à tarif solidaire en 2022 à des personnes en situation de précarité numérique et sociale grâce à Emmaüs Connect.

Des actions au cœur des territoires avec WeTechCare

WEBCONFÉRENCE 24 JUIN 2021

DÉVELOPPER DES PROJETS D'INCLUSION NUMÉRIQUE DANS LES COMMUNES RURALES

WETECHCARE

AMRF Association des Maires Ruraux de France

SFR

Voir la webconférence



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, en 2021, trois webconférences ont été organisées par SFR et l'association afin d'aider les territoires à prendre en compte l'inclusion numérique dans leurs politiques publiques.

À travers un débat et une série de témoignages, les spectateurs ont découvert les enjeux de l'inclusion numérique ainsi que des solutions pour accélérer les projets dans les territoires. Les éditions organisées au cours de l'année en partenariat avec l'Assemblée des Départements de France (ADF), l'Association des Maires Ruraux de France (AMRF) puis avec l'association Villes de France, ont réuni près de 800 personnes.

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 GIEC à l’été 2021 et, dans une moindre mesure la COP26, ont accéléré 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, en 2021, le groupe Altice France a renforcé ses engagements environnementaux. Pour cela, le groupe a décliné sa politique environnementale sur l’ensemble de ses pôles d’activité, au travers de ses trois axes stratégiques :



Indicateurs clés de performance

ENJEUX	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE	2021
Changement climatique et efficacité énergétique	✓	✓	✓	Consommations énergétiques Scope 1	34,8 GWh
	✓	✓	✓	Emissions de GES ⁽¹⁾ Scope 1	13 549 t.CO2
	✓	✓	✓	Consommations énergétiques Scope 2	902 GWh
	✓	✓	✓	Emissions de GES ⁽¹⁾ Scope 2	54 281 t.CO2
	✓	✓	N/D	Emissions de GES ⁽¹⁾ Scope 3 ⁽²⁾	80 393 t.CO2
	✓	N/A	N/A	Réduction annuelle de la consommation électrique ramenée à l'usage client	25,65 %
	✓	✓	✓	Emissions de GES ⁽¹⁾ par collaborateur ⁽³⁾	2,36 t.CO2
	✓	✓	✓	Part des énergies renouvelables dans la consommation d'électricité	10 %
Economie circulaire et réduction des déchets	✓	✓	N/D	Taux de valorisation des déchets d'équipements électriques et électroniques	90,5 %
	✓	N/A	N/A	Part des box reconditionnées	97 %
	✓	N/A	N/A	Part des ventes entraînant une reprise mobile	18 %

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

(1) Gaz à effet de serre

(2) En 2021, le Scope 3 comprend les déplacements professionnels ainsi que la consommation des box et des décodeurs chez les clients

(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, grâce au 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 la performance environnementale du groupe.

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 (recyclage et reconditionnement des terminaux, publicité neutre en carbone etc.).

En 2021, SFR est signataire de 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 globale sur les scopes 1 et 2 à horizon 2040, 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	INTELICIA	OBJECTIFS	2020	2021	TENDANCE
Changement climatique et efficacité énergétique	✓	✓	N/A	Réduire de 50 % les émissions de GES ⁽¹⁾ des Scopes 1 et 2 d'ici 2030 par rapport à l'année de référence 2020	NEW	+3,17 %	↘
	✓	✓	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	NEW	+3,17 %	↘
	✓	N/A	N/A	Réduire annuellement de 12 % la consommation électrique du réseau ramenée à l'usage client	NEW	-25,65 %	↗
Economie circulaire et réduction des déchets	✓	N/A	N/A	Réduire les emballages des produits : 100 % des produits commercialisés conformes à la charte d'écoconception emballage en 2023	NEW	p.30	↗
	✓	N/A	N/A	Conception responsable : 100 % des produits commercialisés conformes à la charte d'écoconception en 2025	NEW	p.30	↗
Consommation responsable et sensibilisation	✓	✓	✓	Améliorer la sensibilisation des clients, collaborateurs et partenaires aux enjeux environnementaux	NEW	p.34-38	↗

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

Politique environnementale d'Intelcia

Le groupe Intelcia a identifié en 2021 les meilleures pratiques adoptées par ses sites présents sur trois continents afin de mieux les uniformiser, avec le plus haut niveau d'exigence possible. Intelcia s'est ainsi doté de sa propre Charte d'Ecoresponsabilité, signée par son Top Management. Cette charte décline les objectifs du groupe Altice France en les adaptant à ses activités et à son expansion géographique rapide, notamment en Afrique. Sur ce continent, les filières agissant pour l'économie circulaire 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 selon 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 la Transition Energétique

I. Politique Carbone

Le numérique est un formidable levier au service de la lutte contre le réchauffement climatique et de la transition écologique, notamment à travers le développement de nouvelles technologies et de nouveaux usages comme le télétravail, la télémédecine ou encore les objets connectés. Conscient de la responsabilité qui est la sienne, le groupe Altice France 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 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 des consommations d'énergies et émissions du groupe Altice France

	GROUPE ALTICE FRANCE		TELECOMS		MEDIA		INTELCA	
	Consommations	Emissions	Consommations	Emissions	Consommations	Emissions	Consommations	Emissions
Scope 1	34,8 GWh	13 549 t. CO2	32,5 GWh	12 940 t.CO2	0,48 GWh	122 t.CO2	1,83 GWh	487 t.CO2
Scope 2	901,9 GWh	54 281 t. CO2	882,8 GWh	49 030 t.CO2	8 GWh	326 t.CO2	11,1 GWh	4 924 t. CO2
Scope 1+2	936,71 GWh	67 830 t. CO2	915,3 GWh	61 971 t.CO2	8,49 GWh	448 t.CO2	12,93 GWh	5 411 t. CO2
Scope 3	N/A	80 393 t. CO2	N/A	79 653 t.CO2	N/A	740 t.CO2	N/A	N/D
Scope 1 à 3	N/A	148 223 t. CO2	N/A	141 624 t.CO2	N/A	1 188 t.CO2	N/A	5 411 t. CO2

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

En 2021, les pôles Télécoms et Media ont défini 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 grands objectifs de la stratégie bas carbone

-50 % d'émissions de CO2
d'ici à 2030 par rapport à l'année 2020 sur les scopes 1 et 2

Eviter, réduire ou compenser l'intégralité des émissions de CO2 d'ici à 2040 sur les scopes 1 et 2

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

Développer les actions et partenariats pour contribuer à la neutralité carbone



L'organisation d'Intelcia au service de ses ambitions environnementales

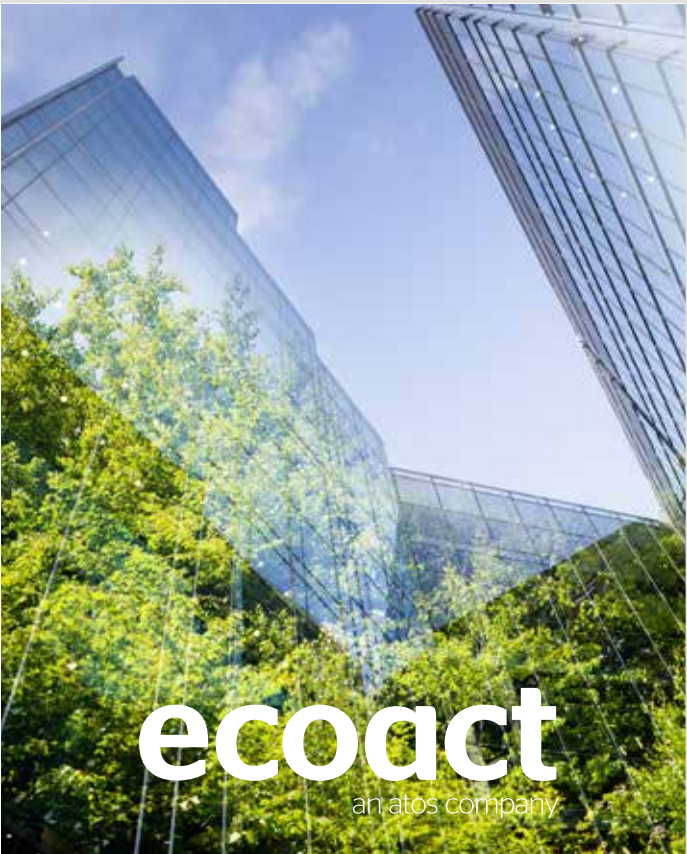
En 2021, le groupe Intelcia a réalisé une refonte complète de sa direction des Moyens Généraux pour décliner les ambitions de sa Charte d'écoresponsabilité sur l'ensemble de ses sites.

Compens'Actif: des espaces publicitaires neutres en carbone

Dans la lignée de la stratégie bas carbone du groupe, Altice Media a travaillé sur un audit carbone prenant en compte les scopes 1, 2 et 3 de son activité publicitaire, en partenariat avec EcoAct⁽¹⁾. Cet audit a permis d'identifier des actions d'écoconception à mettre en place pour réduire l'empreinte carbone de l'activité publicitaire d'Altice Media.

La régie publicitaire d'Altice Media propose en outre depuis janvier 2021 aux annonceurs des espaces publicitaires neutres en carbone. Accompagnée par l'organisme agréé EcoAct, 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 actions labellisées bas carbone.

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



« Intelcia étend sa politique de responsabilité environnementale à l'ensemble des pays où son activité est développée. Notre objectif est de réduire nos impacts par un suivi rigoureux des constantes eau, électricité et énergies, mais aussi de nous engager progressivement dans la circularité pour la gestion de nos déchets. »



MOHAMMED AMINE ZAHHAF
Directeur des Moyens Généraux
Intelcia Groupe

La réduction des impacts de la flotte de véhicules

Intelcia a mis en œuvre une politique ambitieuse de flotte automobile, instaurant l'utilisation de véhicules hybrides en France et limitant l'attribution de nouvelles voitures dans le reste de ses pays d'implantation.

II. Politique énergétique



OLIVIER TAILFER
Directeur Exécutif Réseau et Services
Altice France

« Notre stratégie : donner accès au meilleur du numérique à tous les Français et à la meilleure expérience clients en haut débit.

Cette ambition se doit de répondre aux enjeux sociétaux d'aujourd'hui et de demain, et en particulier à ceux environnementaux. Ainsi, ces enjeux sont au cœur de la conception de nos sites, de la sélection de nos fournisseurs, de nos équipements et de la gestion de la fin de vie de ces derniers. Notre stratégie est claire, rendre le réseau plus performant et plus responsable. »

Une stratégie énergétique des réseaux définie au plus haut niveau

Le système de management de l'énergie du pôle Télécoms, établi sur son réseau selon la norme ISO 50001, présente des effets directs sur la consommation d'énergies. Il améliore les fonctionnements et usages, en évitant des dysfonctionnements. Il permet également des effets sur le long terme grâce à une politique énergétique volontariste inscrite sur plusieurs années et revue en 2021 pour être en accord avec les objectifs du groupe. A travers la signature de sa nouvelle politique énergétique en 2021, le groupe Altice France s'engage dans une stratégie alignée avec l'Accord de Paris et les objectifs nationaux en matière de neutralité carbone.



Les objectifs

- Réduire annuellement de 12 % la consommation énergétique ramenée à l'usage clients
- Réduire de 50 % les émissions de gaz à effet de serre des Scopes 1 et 2 à l'horizon 2030
- Contribuer à la neutralité carbone d'ici à 2040 sur l'ensemble des Scopes 1 et 2
- Continuer à verdir la consommation énergétique de notre parc par l'achat d'énergies renouvelables
- 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 débuté au deuxième trimestre 2021. À commencer par le site de Casablanca où un pilote est en cours.

Ses premiers résultats sont très positifs puisque le remplacement de 956 ampoules par des LED a déjà induit 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 affiche quant à elle 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.

-15 % de consommation électrique
sur le site de Casablanca

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

A 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.



III. Les projets autour de l'énergie

Le réseau, au cœur des besoins et des décisions

Les consommations d'énergies 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'énergies est une priorité pour le groupe Altice France afin de répondre à l'un de ses principaux enjeux environnementaux.

Plus de 200 actions d'efficacité énergétique
engagées en 2021

1 078 MWh économisés

soit la consommation annuelle de presque 500 Français⁽¹⁾

-25,65 % de consommation électrique ramenée à l'usage client en 2021, témoignant de l'augmentation des usages numériques clients mais également de l'amélioration croissante de la performance énergétique du réseau et dépassant ainsi de loin l'objectif de -12 % annuel posé dans le cadre de la politique énergétique.



« Garantir une qualité de service de notre réseau en prenant en compte les critères énergétiques des équipements qui le constituent est notre défi quotidien. »



ALAIN CARTON,
Directeur DATACENTER
SFR



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 les réseaux de SFR, SFR Fibre, Completel et de la SRR, soit l'essentiel de ses consommations d'énergies.

Le groupe a pris pour engagement d'optimiser ses sites en retirant les équipements obsolètes.

En 2021, et malgré le contexte sanitaire mondial, ces efforts se sont davantage accentués pour atteindre la meilleure performance énergétique.

Les équipes de l'exploitation du réseau ont travaillé en ce sens en collaboration avec les principaux sous-traitants des datacenters. D'après les prévisions techniques de l'ingénierie réseau établies en 2015 et au vu de l'augmentation des usages de données, la consommation électrique du réseau devait augmenter de 7 % par an. Les actions menées dans le cadre du système de management de l'énergie ont permis de réduire ce taux de croissance à 1,5 % en moyenne 372 millions de kWh depuis 2015, soit l'équivalent de la consommation annuelle de plus de 82 000 foyers français.

Des actions en faveur du développement des énergies renouvelables

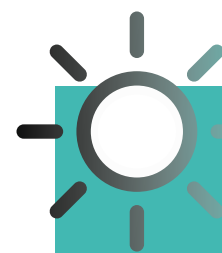


Depuis janvier 2021, le groupe Altice France a opéré un choix fort en s'associant au fournisseur d'énergies français Ekwateur pour alimenter une partie de ses sites télécoms en énergies 100 % renouvelables.

En parallèle, SFR s'est engagé à alimenter une partie de ses sites 5G en énergies renouvelables. Pour mener à bien ce projet, le groupe s'est associé avec TotalEnergies, premier fournisseur d'énergies alternatif français.

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.

90,87 Gwh
d'énergies renouvelables



Le groupe expérimente de nouvelles technologies afin de réduire son empreinte environnementale.

C'est pour cela qu'en 2021, SFR s'est lancé dans le déploiement d'antennes relais alimentées par des panneaux solaires.

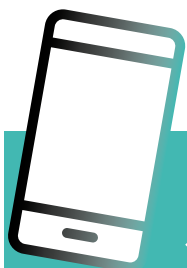
(1) <https://selectra.info/energie/guides/conso/consommation-moyenne-electricite>



Des projets en faveur d'une technologie plus responsable

Le groupe Altice France mène depuis plus de 20 ans de nombreuses initiatives visant à limiter l'impact environnemental de son réseau, notamment à travers ses démarches de certifications ou dans le cadre de son plan d'accélération dédié à l'environnement « J'avance avec Altice » lancé en octobre 2020.

Dès 2017, SFR a amorcé sur son réseau mobile le programme RACAM de « Rationalisation Continue de l'Architecture du réseau Mobile ». Il est notamment constitué :



- ◆ **d'une revue permanente des usages des microcells :**
l'analyse du trafic mobile supporté par ces microcells et de leur localisation par rapport aux autres sites de la zone a permis d'optimiser l'architecture globale du réseau et d'éteindre définitivement 62 % de ces microcells ;
- ◆ **d'une revue d'architecture des contrôleurs du réseau :**
permettant d'éteindre 27 % du parc ;
- ◆ **d'une rénovation des sites mobiles :**
les sites qui, compte tenu de l'augmentation des usages, ne sont plus adaptés à un trafic mobile important, sont remplacés par des sites disposant d'une meilleure efficacité énergétique. Les équipements des sites remplacés sont réutilisés dans des zones de plus faible trafic.

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. Ce programme transverse mobilise tous les opérateurs du groupe pour atteindre un objectif commun : réduire l'empreinte environnementale de nos produits (smartphones, accessoires, box, et décodeur).

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

Ce programme global et responsable 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.



Des box écoconçues

La fabrication des box est en enjeu de 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 tout nouveau produit.

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 40 % 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.

40 %
de plastique
recyclé minimum



Charte emballages

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, dès 2022, 100 % des nouveaux produits du groupe devront se conformer 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 a travaillé à l'élargissement de sa gamme de mobiles responsables à travers l'ajout à son catalogue du Fairphone 3, smartphone pensé et conçu pour présenter le moins d'impact possible sur l'environnement et être fabriqué dans les conditions les plus socialement équitables possibles.

Dans cette lignée, le groupe Altice France propose depuis novembre 2021 à ses clients un smartphone responsable : L'Altice E54. Fruit d'un travail initié durant le premier confinement, ce nouveau modèle écoconçu et économique illustre l'ambition du groupe Altice France de permettre l'accès à un numérique durable et accessible à tous, 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.

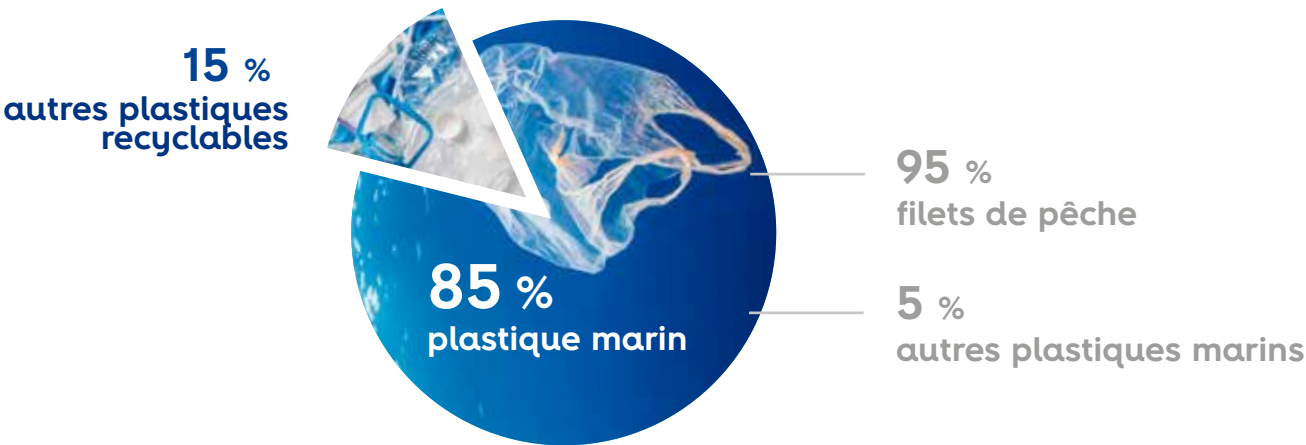
Le partenariat avec Seaqual permet de transformer ces filets, qui sont d'ordinaire difficilement recyclables, en nouveaux produits.

Étapes de production



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 Groupe 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.

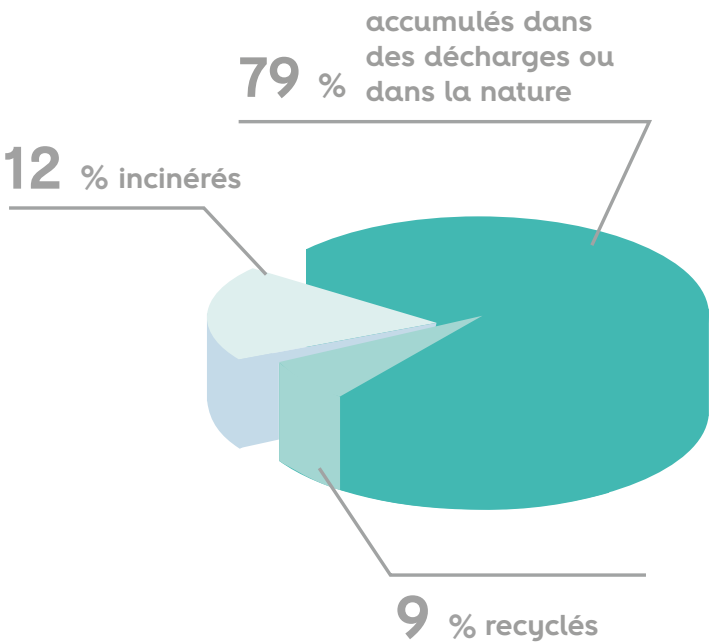
De la taille d'une imprimante, les machines Factory sont installées dans les boutiques et permettent aux vendeurs de découper des protections d'écran

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 à l'ensemble des modèles de smartphones sur le marché. Ils 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



Réduction de 76,6 % de CO2 des emballages et du transport
par rapport à l'ancienne génération de film Altice

En 2021, Altice a ainsi évité 1 159 tonnes de CO2 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 réparer les capots des box ou en optimisant les trajets effectués pour reconditionner les produits grâce au gerbage des palettes. Grâce à ces actions, c'est 705 500 kg de CO2 qui ont pu être évités en 2021.

96,7 % des box reconditionnées

421 722 kg de CO2 évités en repeignant et réparant les capots des box SFR.

Depuis juin 2021, 100 % des capots des décodeurs de la gamme 7 et 8 utilisent de la matière régénérée : les parties de plastique abîmées 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.



10 488 kg de CO2 évités grâce au polissage des télécommandes décodeur TV.

Lorsque le polissage n'est pas possible, seules les coques inférieures et ou supérieures de la télécommande sont remplacées afin d'éviter la production d'une nouvelle coque.

189 116 de kg de CO2 évités grâce au changement partiel de plasturgie

Le polissage permet de redonner un aspect neuf aux télécommandes, en supprimant notamment les rayures.

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.

84 174 kg de CO2 évités grâce au gerbage des palettes sur les trajets liés au reconditionnement.

Une seconde vie pour les téléphones mobiles

18 % des ventes entraînent une reprise mobile

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

- ♦ **la reprise mobile** : l'ancien téléphone est revendu à 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 gamme 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)

Pour Noël, un appel aux dons a été lancé via une campagne de sensibilisation dédiée.

Tous les téléphones collectés / envoyés sont transmis aux Ateliers du Bocage, pour être réparés et proposés à un public éloigné du numérique, ou recyclés.



Un service certifié de récupération des équipements fixes pour les entreprises



SFR Business est certifié ISO 14001 notamment sur la récupération et le réemploi des équipements fixes proposés à ses clients.



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, 90,5 % de ces équipements ont été revalorisés en 2021.



Par ailleurs, l'ensemble du matériel informatique (PC, écrans et imprimantes) des pôles Télécoms et Media a été donné à Emmaüs Connect, soit près de 12 tonnes en 2021 qui ont permis d'équiper des personnes dans le besoin.

90,5 % des équipements valorisés

55,5 T. de CO2 évitées grâce au partenariat

WeeeD@IT
Sustainable IT Life Cycle Solutions

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.



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.

Depuis 2021, Intelcia au Maroc a noué un partenariat avec l'association KOUN avec pour objectif le tri et la revalorisation de 100 % des bouteilles en plastique et du papier. Dans ce cadre, des ambassadeurs ont été formés parmi les collaborateurs du site pour porter et diffuser cette initiative.



NADA DIOURI
Co-gérante de KOUN



« En tant qu'entreprise sociale marocaine, KOUN est fière d'être partenaire du groupe Intelcia sur le territoire marocain. Dans le cadre de ce partenariat les deux parties s'allient pour la diminution de l'empreinte carbone du groupe. En effet, sur l'année 2020, nous avons traversé un long chemin écologique ensemble par :

- ◆ la structuration d'une communication interne en créant des groupes d'ambassadeurs sensibilisés et veillant au respect du tri sélectif à la source ;
- ◆ la mise en place d'un dispositif de 155 bacs de tri du plastique, papier-carton et déchets organiques. Les bacs sont chacun fait de 2 800 bouchons de bouteille recyclés ;
- ◆ le lancement de la collecte des déchets triés dans les sites de Casablanca puis Rabat et Eljadida ensuite Meknès et Oujda.

L'impact de ce partenariat n'est pas qu'environnemental mais également social. En effet, en choisissant KOUN, Intelcia a investi de jeunes agents de valorisation des déchets qui sont en réinsertion sociale et professionnelle chez nous.

Merci pour ce partenariat qui fait du bien à la planète et redonne à nos jeunes espoirs en la vie. »

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 11,2 tonnes de CO₂ par an⁽¹⁾, alors que seule une moyenne de 2 tonnes par an par personne permettrait de respecter la trajectoire + 2°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 interopérateurs pour améliorer le calcul de l'empreinte du numérique et la sensibilisation de ses abonnés.

En 2021, la mission « Keep it Green » a permis de lancer de multiples projets, parmi lesquels : la gamification des écogestes de ses clients, la promotion des parcours pour la reprise mobile et le reconditionnement ou la généralisation des réductions du plastique dans les produits et emballages.



THIBAUT WELSCH
Directeur Marketing & Digital Grand Public
SFR

« Créer un comité « Green » au sein de la direction Marketing Digital était une volonté pour fédérer une énergie préexistante dans les équipes.

La force opérationnelle de notre direction, l'engagement des collaborateurs et cette gouvernance inédite favorisent l'intelligence collective et nous permettent de faire du respect de l'environnement un axe majeur d'innovation et de valeur de l'entreprise.

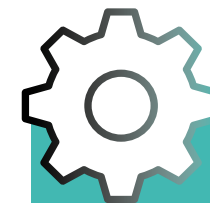
L'enjeu écologique est une opportunité et non une contrainte, il s'agit donc de la saisir pour être à la hauteur du défi dans le respect des valeurs corporate de l'entreprise, des collaborateurs et de nos clients. »

Engagement des collaborateurs et diffusion de la culture développement durable : la Mission « Keep it Green »

En Juin 2021, la Direction Marketing & Digital Grand Public de SFR a lancé l'initiative « Keep it Green » pour favoriser la dimension environnementale dans sa feuille de route et le périmètre opérationnel du groupe.

7 coordinateurs, les Green Keepers, ont donc été désignés pour représenter chacune des 7 instances de la Direction. Les Green Keepers se réunissent toutes les 6 semaines avec le Directeur Marketing & Digital et ont pour missions de :

- ◆ définir et suivre la feuille de route des projets « Keep it Green » ;
- ◆ hiérarchiser les projets pour maximiser les impacts ;
- ◆ favoriser la transversalité des actions entre Direction Marketing & Digital et les autres Directions du groupe ;
- ◆ proposer des plans pédagogiques pour les collaborateurs de la direction ;
- ◆ lutter contre les biais et obstacles potentiels comme le greenwashing.



Le Comité organise ses actions autour de 5 piliers

◆ La connaissance

Comprendre et maîtriser le problème à traiter, ses ordres de grandeur et les actions les plus impactantes tout en évitant les biais potentiels, les effets rebonds, les rétroactions, etc.

◆ La sobriété

Produire moins et permettre une consommation plus raisonnée pour réduire les pollutions et l'utilisation des ressources.

◆ La décarbonation

Produire mieux, c'est-à-dire moins polluant.

◆ L'efficacité

Faire des économies d'énergies ou de matériaux.

◆ La compensation

Compenser en dernière étape tout ce qui n'a pu être évité ou réduit.

(1) <https://agirpourlatransition.ademe.fr/particuliers/testez-vos-connaissances/connaissiez-empreinte-climat>

(2) « Faire sa part » - Carbone 4 (2019)

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

Les conséquences du changement climatique s'inscrivent de façon croissante dans le quotidien des Français. En tant que 1^{ère} chaîne d'information de France et première radio 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. Le traitement de ces sujets est renforcé via...

...la couverture de l'actualité...

Les phénomènes météorologiques exceptionnels se sont multipliés cette année dans le monde entier : crues, incendies, canicules ou encore vagues de froid... BFMTV s'est employée à décrypter ces phénomènes pour fournir une information en temps réel et des pistes d'analyse au grand public. La COP26 de Glasgow, qui a eu lieu du 31 octobre au 12 novembre 2021, a fait l'objet d'une couverture accrue avec des interventions télévisées et des articles dédiés, participant à la prise de conscience du grand public de ces enjeux.

...des émissions dédiées à la RSE...

La chronique Impact propose tous les matins aux auditeurs de Good Morning Business de décrypter sur le terrain comment un engagement « stratégique pour le business » impacte littéralement la vie de l'entreprise.

Ainsi, à l'occasion de la Semaine de la Finance Solidaire du 8 au 15 novembre 2021, les équipes de la chronique ont interviewé le Directeur général de l'association « Fair » qui aide les individus à identifier les placements solidaires.



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. La table ronde du 8 octobre 2021 avait par exemple pour sujet les engagements des acteurs de la mode en faveur de l'environnement, avec pour invités le Président-directeur général de Bash, la cofondatrice de Balzac et le Président de la marque 1083.

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.

...et un partenariat unique avec le ministère de la Transition écologique



A l'occasion du Congrès Mondial de la Nature qui s'est déroulé à Marseille du 3 au 11 septembre 2021, BFM Business et BFM Marseille ont conclu un partenariat avec le ministère de la Transition écologique afin de mettre en valeur cet événement. Ainsi, sur BFM Business, la chronique quotidienne en matinale présentée par Cyrielle Hariel a été assurée depuis Marseille du 6 au 10 septembre et portait exclusivement sur les enjeux du Congrès : démonstration de Platypus, un bateau qui lutte contre les déchets marins, présentation de Pure Ocean, un fonds de dotation basé à Marseille dont la mission principale est le soutien de projets de recherche contribuant à la protection des océans...

En plus de cette chronique prévue en matinale pour la durée du Congrès, l'émission Objectif Raison d'Être, diffusée initialement le 10 septembre à 19h et rediffusée durant le week-end, était également composée d'interviews portant sur les enjeux du Congrès mondial de la nature. Enfin, BFM Marseille a mis en place un rendez-vous quotidien dédié, « L'actualité du Congrès mondial de la nature ». Ce rendez-vous a été diffusé le vendredi 3 septembre et du lundi 6 au vendredi 10 septembre, sur les antennes BFM Marseille, BFM Nice et BFM Toulon, les trois chaînes du littoral, ainsi que sur BFM DICI, chaîne diffusée en Haute-Provence et dans les Alpes-du-Sud.



CYRIELLE HARIEL
Présentatrice Objectif Raison d'Être
BFM Business

« J'ai été ravie de passer cette semaine unique à Marseille avec BFM Business sur le terrain, au cœur de cet événement d'envergure internationale. Protéger notre nature et la biodiversité dont notre espèce dépend est un enjeu crucial, et il est important de mettre en lumière les bonnes pratiques et initiatives de nos acteurs économiques pour montrer l'exemple et prouver que l'engagement est aussi synonyme de compétitivité ! »

II. Devenir #REDSPONSABLE avec RED by SFR



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 la marque 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.

« ÊTRE #REDSPONSABLE, ÇA VEUT DIRE QUOI ?

C'est faire plus et mieux qu'hier. Est-ce suffisant ? Non. Mais ne rien faire serait ignorer une réalité. Chaque service s'est investi dans ce nouveau pilier de marque.

Nous avons construit ce programme afin d'agir, accompagner et aller plus loin à l'aide de partenaires engagés ; c'est ça aussi être #REDsponsable. Un an après le lancement nous sommes fiers de partager les premiers succès du programme et de le voir grandir. »



OLIVIER ROY
Directeur de Red by SFR

En 2021, le reconditionné représente **36 % des ventes de RED by SFR**, soit 30 points de plus qu'en 2020

Le reconditionné, c'est maintenant !

Afin de faciliter l'accès au reconditionné et d'accompagner ses clients dans une démarche plus responsable, RED by SFR a :

- ◆ créé une catégorie Reconditionné sur son site et un « Label REC » pour garantir la provenance et la qualité des produits vendus ;
- ◆ enrichi son catalogue Reconditionné avec +48 % de nouvelles références par rapport à 2020 ;
- ◆ mis en place une reprise Mobile sur son site internet afin de reprendre les anciens téléphones de ses clients.

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, comme Juliette Chabod qui a présenté son activité et ses actions pour Ecosia France en octobre 2021.

100 % des collaborateurs RED by SFR sont désormais équipés du moteur de recherche Ecosia.

AGIR

pour réduire notre empreinte carbone et parce que nous avons tous une part de responsabilité.

Nouveau décodeur, nouvel emballage

À l'occasion du lancement de son nouveau décodeur Connect TV, RED by SFR a innové avec un packaging conçu pour préserver l'environnement.

- ◆ 1^{er} packaging du groupe Altice France à être labellisé « FSC Mixte »
- ◆ les plastiques à usage unique fortement réduits
- ◆ un guide d'installation imprimé à l'intérieur du packaging, avec une encre végétale et aucune impression extérieure.

Restauration de la forêt de Montmorency avec A Tree For You

Avec la signature d'un contrat de mécénat auprès de l'association A TREE FOR YOU en février 2021, c'est déjà plus de 51 000 € de dons récoltés pour le reboisement de la forêt de Montmorency, dont 63 % abondés par RED by SFR.



JOËLLE TOURÉ
Directrice A Tree For You

« Nous sommes très heureux d'avoir un partenaire comme RED by SFR, un allié enthousiaste et motivé avec une démarche sincère d'adoption de gestes plus écoresponsables. En 2018, la forêt de Montmorency a été classée en état de crise sanitaire ! Ensemble, nous avons donc imaginé « La forêt RED », un projet lancé via le programme #REDsponsable qui s'aligne avec notre objectif commun : contribuer au reboisement de cette forêt sinistrée en France. C'est un projet engagé et participatif qui permet à la marque RED et à ses clients d'agir. »

ASSOCIER

en s'engageant avec nos clients dans des projets écoresponsables, parce qu'ensemble nous allons plus loin.



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 nouvelles matières premières.

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

En 2021, le groupe Altice France a participé à la Semaine Européenne du Développement Durable en mobilisant...

...Ses clients

Passez au reconditionné !

Près de 250 tonnes de CO₂ évitées grâce à la vente des mobiles reconditionnés !



À l'occasion de la Semaine Européenne du Développement Durable, SFR et RED by SFR ont proposé à leurs clients une remise immédiate de 20 € sur l'ensemble de leur gamme de mobiles reconditionnés et se sont engagés à planter un arbre pour chaque mobile reconditionné acheté. Le résultat de cette initiative ? 5 045 mobiles reconditionnés vendus et 10 000 arbres plantés grâce au partenariat conclu avec EcosiaTrees !

10 000 arbres plantés, c'est 650 tonnes de CO₂ retirées de l'atmosphère dans les 20 premières années des arbres.



Le reconditionné, une tendance durable

Toute l'année, les mobiles reconditionnés sont mis à l'honneur par SFR. En effet, en 2021, 141 263 mobiles reconditionnés ont été vendus (dont 5 045 au cours de la SEDD), soit 159 % de plus qu'en 2020.

Le groupe s'inscrit notamment dans cette démarche en intégrant 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 !

Bac jaune ou bac jaune ?



Donnons ensemble une nouvelle vie à nos produits.

30 ateliers proposés pour (re)découvrir le tri avec un expert Citeo

En partenariat avec Citeo, expert des questions de recyclage, 30 ateliers de sensibilisation au tri ont été proposés aux collaborateurs des pôles Télécoms et Media du groupe. Des quiz interactifs ont permis aux 200 participants de (re)découvrir les consignes de tri en fonction de leur lieu d'habitation, et chacun a pu poser ses questions aux experts qui animaient les ateliers.

Vous aussi vous vous demandez ce que devient une bouteille après avoir été déposée dans le bac jaune ?

Flashez ce QR code pour le découvrir !



Les participants des ateliers retiennent deux choses pour recycler les emballages alimentaires, pas besoin de les nettoyer en les rinçant, il suffit de bien retirer les surplus de nourriture ; et le tri, ça vaut aussi pour la poubelle de la salle de bains !

Pendant deux demi-journées, les collaborateurs de l'Altice Campus ont aussi eu l'occasion de venir récupérer une plante d'intérieur. Pots métalliques made in France, carton recyclé et réutilisable, emballage zéro plastique, plantes empotées à la main en France... Autant de pratiques écoresponsables auxquelles ont pu être sensibilisés les 200 collaborateurs venus récupérer leur plante.

La Semaine Européenne du Développement Durable a également permis de mobiliser les collaborateurs autour de la stratégie environnementale du groupe, afin qu'ils puissent eux aussi en être acteurs. Ainsi, l'ensemble des collaborateurs du groupe a été invité à participer à un quiz pour tester ses connaissances sur le Développement Durable, avec un iPhone 8 reconditionné à gagner. Des « Le saviez-vous » thématiques (économie circulaire, énergie, écogestes numériques...) ont également été diffusés sur les plateformes de communication interne.

Une seconde vie pour les 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 restés dans les tiroirs dans une logique d'inclusion numérique et de réduction du gaspillage.

Du 18 septembre au 8 octobre, SFR a proposé à ses clients un abondement de 20 € sous forme de bon d'achat pour la reprise de certaines gammes d'anciens téléphones, en plus de la valeur de reprise initiale du téléphone. Dans le cadre de cette offre, plus de 7 500 téléphones ont été collectés et envoyés aux Ateliers du Bocage pour être triés et reconditionnés ou recyclés !

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



Les collaborateurs de 13 sites le groupe Altice France, en Ile-de-France et en régions, ont pu faire don de leurs anciens téléphones dans des espaces de collectes afin qu'ils soient renvoyés aux Ateliers du Bocage pour être triés et reconditionnés ou recyclés. 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.

IV. Les engagements et les actions d’Intelcia

Consommation responsable et sensibilisation des prestataires

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. 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.



Sensibilisation des collaborateurs

Information et diffusion d’une culture environnementale

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 (dans les pays où des acteurs de ce marché sont disponibles) 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, une sensibilisation sur le geste de tri spécifique aux mégots de cigarette a été organisée en partenariat avec le prestataire Cy-Clope qui propose également une solution de revalorisation de ces déchets.



Différentes actions volontaristes sont en cours de mise en place afin de permettre aux collaborateurs de participer à des initiatives de reboisement (notamment à Maurice et en Côte d’Ivoire) ou encore à des journées de nettoyage de plages.

Ce type d’action 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.



Le groupe Altice France, engagé pour ses salariés



La direction du groupe Altice France a annoncé cette année le projet « Transformation et Ambitions 2025 » pour le Pôle Télécoms.

Ce projet se traduit sur le volet industriel par la poursuite des investissements dans la 4G, la 5G et la Fibre. Sur le volet social, cela passe par la mise en place d’une organisation nouvelle, simplifiée avec des départs sur la base exclusive du volontariat, le recrutement de jeunes diplômés dans les nouveaux métiers qualifiés du numérique et enfin le renforcement de l’alternance et de la formation.

Tout au long de l’année, la direction a veillé à tenir informés les salariés du projet et de ses avancées. De nombreuses communications et rencontres ont été organisées afin de favoriser des échanges réguliers avec les salariés : emails d’information, plénières RH, ateliers et communications dédiés aux managers, échanges avec les dirigeants sur les différents sites et notamment en régions, réunions N-1 des Codirs et Team 500, etc.

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 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	2021
Gestion des carrières, emplois et compétences	58 %	23 %	104 %	Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation	NC ⁽³⁾
	19,4	16,6	96,2	Nombre moyen d’heure de formation par collaborateur ayant suivi une formation	NC ⁽³⁾
	N/D	N/D	4 077	Nombre de recrutement en CDI	4 077
	N/D	N/D	3 370	Embauches de salariés de moins de 25 ans	3 370
	642	70	N/D	Nombre de recrutement d’alternants	712
	90 %	90 %	N/A	Taux de recommandation des étudiants	90 %
Diversité, égalité des chances et non-discrimination	38 %	36 %	47 %	Part des promotions attribuées à des femmes	42 %
	42 %	32 %	58 %	Part des femmes parmi les embauches	49 %
	UES SFR : 93 % SFR Distribution : 88 %	UES Next : 76 %	97 % ⁽¹⁾	Index égalité professionnelle ⁽²⁾	NC ⁽³⁾
	306	12	90 ⁽¹⁾	Nombre de salariés en situation de handicap	408
	N/D	N/D	4 555	Effectif total à fin de période de moins de 25 ans	4 555
Santé, sécurité et bien être	4 %	6 %	32 %	Turnover volontaire	20 %
	4,38	4,55	N/D	Taux de fréquence des accidents de travail	4,39

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

(1) Périmètre France

(2) Intelcia : Index publié en 2021 pour l’année 2020

(3) Non consolidé

Les objectifs du groupe Altice France

ENJEUX	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	OBJECTIFS	2020	2021	TEN- DANCE
Diversité, égalité des chances et non- discrimination	✓	N/A	N/A	Augmenter la représentativité des femmes dans : - les effectifs - le management - les promotions/mobilités	36 % 31 % 35 %	36 % 30 % 42 %	→ ↗ ↗
	✓	N/A	N/A	Réduire l’écart salarial entre les femmes et les hommes, avec une enveloppe budgétaire dédiée	2 %	1,9 %	↗
	✓	N/A	N/A	Augmenter le taux d’emploi TH	2,47 %	3,03 %	↗
	✓	N/A	N/A	Embaucher a minima 70 salariés TH entre 2020 et 2022	22	42 (cumulés)	↗

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

Attraction des talents et insertion des jeunes dans le groupe

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

Simon & Zak - Une campagne de recrutement par et pour les jeunes

En 2021, Intelcia a lancé sa campagne de recrutement Simon & Zack, qui s'appuie sur des supports de communication innovants, comme une vidéo Youtube humoristique mettant en scène les deux personnages qui ont donné son nom à cette campagne. Percutante et décalée, cette campagne de recrutement s'est appuyée sur les « clichés » du métier d'outsourcer pour faire sourire et surtout déconstruire les idées reçues par rapport aux centres de contacts et au secteur de l'outsourcing de manière générale. Intelcia s'est ainsi positionnée comme une entreprise où il fait bon travailler, en particulier pour les jeunes, avec un objectif : mieux faire connaître le secteur de l'outsourcing pour en faire un véritable choix d'orientation de carrière et attirer les talents parmi les équipes d'Intelcia.



26,3 % des collaborateurs ont moins de 25 ans
60 postes d'alternance créés en 2021 en France

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.

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 Télécoms et Media : une politique d’alternance ambitieuse

Engagement auprès de la jeunesse

Convaincus que l’alternance constitue un véritable tremplin vers l’emploi des jeunes, les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France mènent depuis de nombreuses années, une politique d’apprentissage volontariste.

En 2021, dans le cadre du projet « Transformation et ambitions 2025 », le groupe Altice France a souligné sa volonté d’amplifier encore cet engagement auprès de la jeunesse, avec l’objectif de recruter 1 000 contrats d’alternance par an aux bornes du groupe Altice France, accompagnant ainsi la dynamique du Plan « 1 jeune, 1 solution » du Gouvernement.

Chaque année, le groupe accueille au sein des pôles Télécoms et Media des étudiants issus d’écoles variées sur tous ses métiers :

- ◆ Big data (Data Analyst, Data Scientist...);
- ◆ Réseau et Systèmes d’information;
- ◆ Développement et Architecture Web;
- ◆ Marketing digital;
- ◆ Journalisme;
- ◆ Publicité;
- ◆ Commerce;
- ◆ Finance, etc.



MELINA DAVID
Directrice du Développement
des Ressources Humaines Media-Télécoms

« Pour les jeunes, nous rejoindre est le gage d’une expérience enthousiasmante, tant dans l’apprentissage d’un métier, auprès d’équipes expertes et passionnées que dans la découverte de la vie d’un grand groupe.

Tout au long de leurs parcours, on leur propose des conférences, des témoignages métiers, des visites de nos différents sites et infrastructures. Nous sommes très fiers que les étudiants apprécient et témoignent de leur expérience enrichissante à travers l’étude Happy Trainees depuis plusieurs années. »



« Happy Trainees » depuis 2018

En 2021, le groupe Altice France est labellisé « Happy Trainees » pour la 4^e année consécutive sur ses activités Télécoms et Media. Plus de 350 étudiants ont partagé leur expérience et donné leur avis. Près de 90 % d’entre eux (vs 76 % en 2018) 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.

À l’occasion de nos journées d’intégration pour les nouveaux alternants en octobre 2021, les alternant(e)s, déjà présents dans le groupe depuis 1 an, ont souhaité la bienvenue à travers une courte vidéo !

Voir la vidéo



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



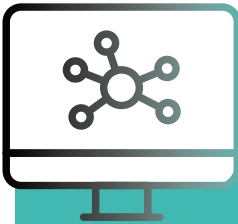
Intelcia University est en charge des formations continues de l'ensemble de l'équipe encadrante Intelcia à travers tout le groupe.

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

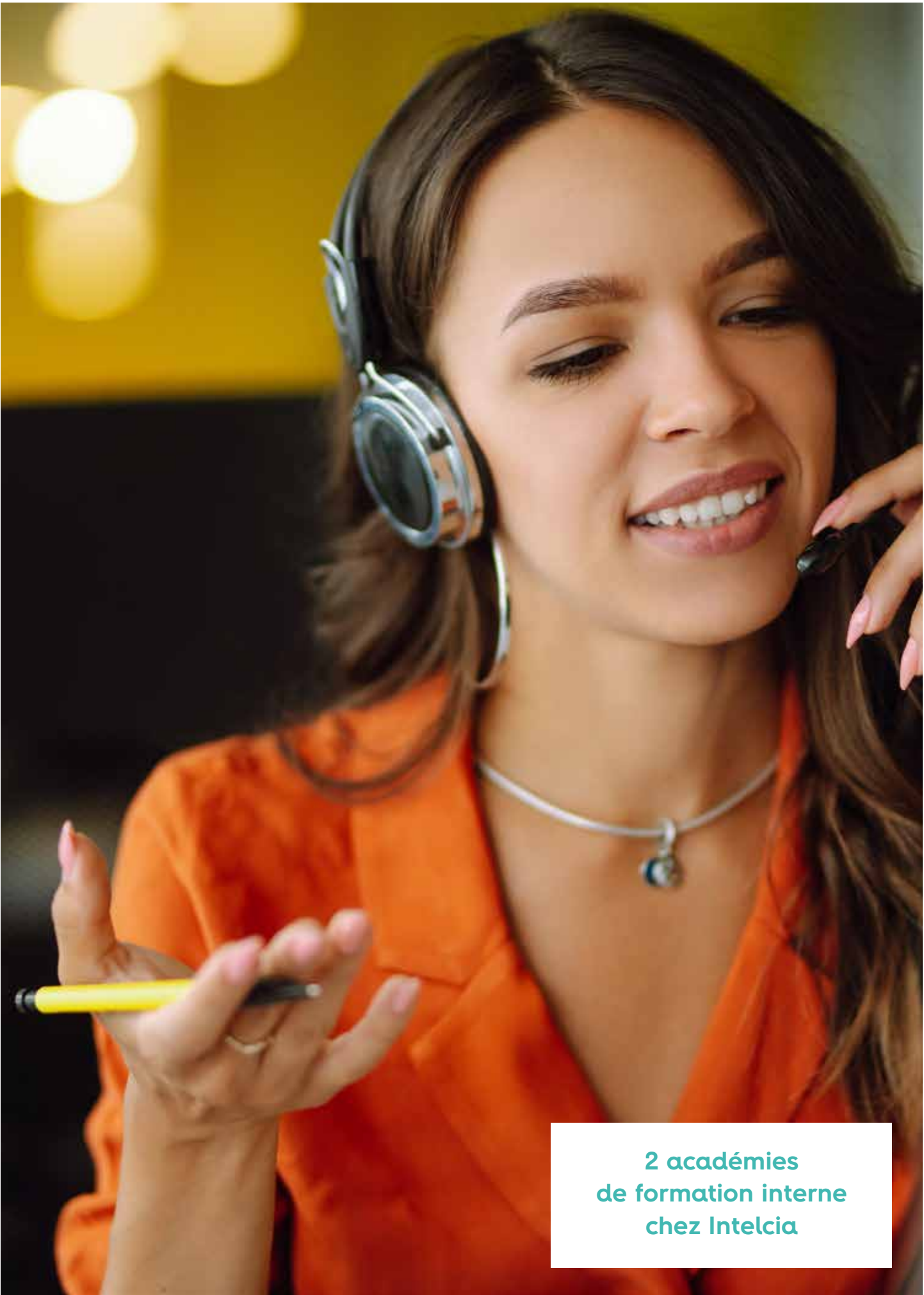
Effectif : **145 formateurs (dont 6 formateurs concepteurs)**
Chiffres : **1 601 544 heures de formation en 2021 (1 986 281 en 2020)**



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. La promotion des talents internes

Une large part des postes disponibles et promotions ont été pourvus en interne⁽¹⁾ :

- ◆ 74 % au Maroc
- ◆ 88 % au Cameroun
- ◆ 94 % au Sénégal
- ◆ 79 % à Madagascar
- ◆ 33 % à Maurice
- ◆ 89 % en France

Chez Intelcia, la mobilité et la promotion interne sont vivement encouragées et constituent un levier important.

Aussi, depuis 2020, Intelcia réalise des Talents Reviews pour la promotion interne du management et du middle management. Leur généralisation aux agents est prévue en 2022.

IV. La Fabrique : des programmes et outils innovants pour garantir le développement de tous les collaborateurs des pôles Télécoms et Media

la fabrique

Notre 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.

En 2021, 58 % des salariés⁽²⁾ ont suivi au moins une formation, avec un taux de satisfaction moyen de 84%



(1) données basées sur l'année 2020

(2) salariés de l'UES SFR



Last Minute Formation, une réponse aux enjeux de digitalisation de l'accès à la formation



ANNE BOURGUIGNAT
Responsable des activités formations
Media-Télécoms

« La digitalisation de l'accès à la formation et l'amélioration de l'expérience utilisateur de nos collaborateurs sont au cœur de nos enjeux depuis plusieurs années. Last Minute Formation est un dispositif qui nous permet de proposer, en dernière minute, les places encore disponibles sur nos prochaines sessions de formation. C'est simple et rapide, nos collaborateurs peuvent s'y inscrire directement et en quelques clics, avec l'accord de leur manager. Depuis son lancement en 2018 dans le pôle Télécoms, 1 430 personnes ont pu se former dans le cadre de Last Minute Formation. En 2021, nous avons développé le programme en facilitant encore l'accès au service et en déployant le dispositif sur le pôle Media. »



Les filières d'expertise

À travers nos programmes de formation, nos 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.



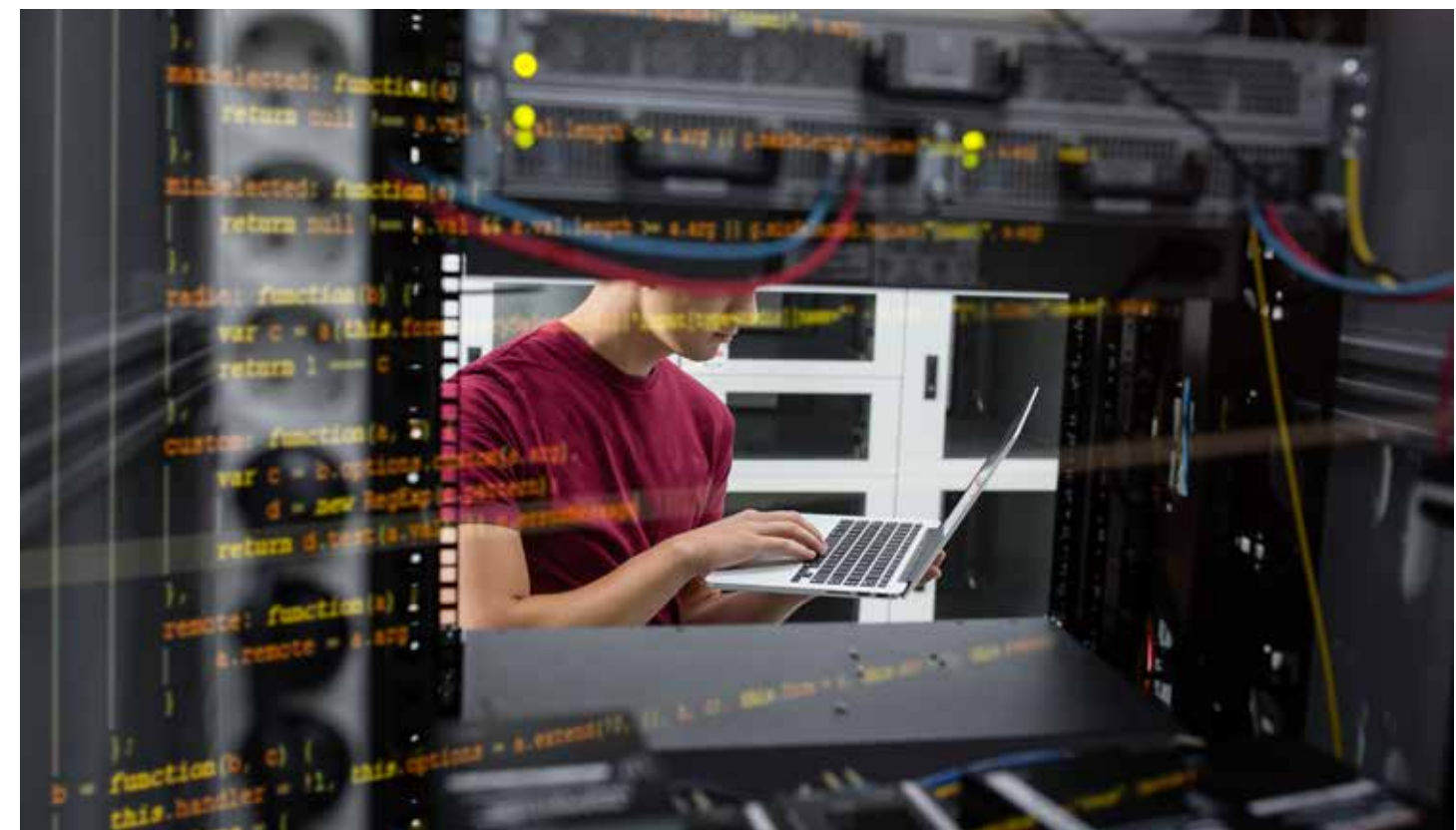
Des formations spécifiques et innovantes au service des ambitions des Télécoms

2021 a été marquée par la montée en puissance de l'offre de formation 5G. À travers une dizaine de modules généralistes et spécifiques, cette offre a permis d'accompagner les 1 500 collaborateurs du groupe sur les évolutions techniques liées à la 5G.



CHRISTOPHE CALVEZ
Parrain de la Filière High-Tech
La Fabrique

« En tant que parrain de la filière High-Tech, mon rôle est de garantir l'adéquation de l'offre de formation Réseau avec les attentes terrain et les enjeux opérationnels. C'est ce que nous avons fait sur la 5G, avec l'aide de Pierre Lescuyer, notre architecte référent métier sur cette technologie. Les enchères 5G menées en 2020 se sont traduites pour SFR par un doublement du patrimoine fréquentiel, ce qui est extrêmement rare dans la vie d'un opérateur. Il est donc essentiel pour nous et tous nos collaborateurs de comprendre les tenants et aboutissants de cette évolution technologique, afin de déployer le réseau et d'accompagner nos clients. Nous avons déjà formé plus de 1 500 collaborateurs à travers nos différents modules et continuerons d'accompagner les collaborateurs qui auront besoin, dans les prochaines années, de monter en compétences sur cette technologie en évolution constante. »



L'Académie des ventes, mobiliser les collaborateurs dans la performance de l'entreprise



À travers des formations métiers, des parcours d'intégration et la création de passerelles ou de certifications, l'Académie des ventes embarque la force commerciale B2B dans la performance de l'entreprise.

En 2021, l'Académie des ventes s'est enrichie de nouveaux modules de formation, tels que « développer la posture commerciale de l'avant-vente », « techniques de vente » ou « change management ». Cette Académie a permis de former près de 600 collaborateurs à travers un accompagnement individualisé et personnalisé.

Les programmes emblématiques de la Fabrique

PARCOURS
NOUVEAUX
MANAGERS

COMMISSION
INGÉNIEUR

PARCOURS
MARKETING

ACADÉMIE
DES VENTES

PARCOURS FIBRE

SPEECH
ANALYTICS

5G

ACADÉMIE DE LA
RELATION CLIENT

DATA ANALYST

DATAVISUALISATION
AVEC TABLEAU

FACT CHECKING

DESIGN THINKING

CYBERSÉCURITÉ

TOURNER AVEC
UN IPHONE

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

Convaincu que parité et diversités 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 à travers des mesures positives et concrètes.

Côté Télécoms et Media

- ◆ des mesures correctives et une enveloppe spécifique de rattrapage salarial;
- ◆ des actions de communication et sensibilisation aux discriminations et à l'égalité des chances;
- ◆ de nombreux services parentalité : solutions de garde régulière ou ponctuelle, soutien scolaire, accompagnement des salariés aidant un proche âgé ou en situation de handicap, service de conciergerie;
- ◆ 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.



Les pôles Télécoms et Media, signataires d'un accord égalité professionnelle et conciliation vie professionnelle - vie privée (2019)

Côté Intelcia

- ◆ 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 prévu en 2022.

Intelcia groupe est signataire de la charte de la Diversité

Égalité et parité sur nos chaînes



MAXIME DARIDAN
Délégué RMC BFM Pluralisme Diversité

« L'engagement de nos chaînes en termes d'égalité et parité est essentiel car il répond à un enjeu de société majeur. Nous avons pris ces dernières années des décisions fortes en la matière, comme celui de nommer une femme en solo à la tête d'une matinale Radio, une première pour une radio généraliste. Par ailleurs, nous nous sommes dotés d'un Observatoire de la diversité qui nous permet de suivre plus largement et toute l'année la représentation des femmes sur nos antennes : non seulement en présentation, mais aussi parmi les chroniqueurs et intervenants en plateaux, experts et invités politiques. »

Au-delà de ces questions d'incarnation, nos chaînes se distinguent particulièrement sur les contenus. Nos antennes reflètent et contribuent pleinement aux débats autour des sujets de lutte contre les violences faites aux femmes et de lutte contre les préjugés sexistes, avec en 2021 plus de 1 600 sujets et programmes consacrés à ces thèmes sur BFM et RMC. Notre ambition est de continuer à évoluer et progresser sur le sujet. »



Prévention agissements sexistes et violences faites aux femmes

Dans la continuité des actions de sensibilisation menées au sein des différents Comités de Direction, le groupe Altice France a mené en 2021, auprès de tous les salariés du pôle Media, une campagne de sensibilisation et de prévention sur les agissements sexistes et le harcèlement, afin de faire évoluer durablement les mentalités et comportements. Une campagne impactante - relayée par e-mail, Intranet et les écrans internes - qui, à travers des exemples tirés de la vie réelle et de rapides quiz, pousse les salariés à s'interroger sur leur représentation du sexisme au travail.



Partenaire de la Fondation des Femmes, 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 RMC Découverte, RMC Story et BFM Business ont diffusé le spot de l'opération et prévu des programmes spéciaux autour de cette thématique.

Journée internationale des droits des femmes



À l'occasion de la journée des droits des femmes le 8 mars, le groupe Altice France a donné la parole à plusieurs femmes des pôles Télécoms et Media pour témoigner de leur vision des carrières au féminin.

Voir les témoignages



Organisation d'une webconférence « Diversités et #inclusion, leviers de performance » pour tous les salariés des pôles Télécoms et Media, avec l'intervention de Virginie Delalande, 1^{ère} femme avocate sourde de naissance. Un témoignage enthousiaste et optimiste qui fait écho aux engagements concrets de l'entreprise en faveur de l'inclusion et des diversités. Plus de 500 collaborateurs ont pu suivre cette conférence ou consulter le replay.



Accompagnement de l'emploi des personnes en situation de handicap

I. Des 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 sein du groupe, 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 Handicall¹, Log'ins² ou Ap'aips³.

Côté Télécoms et Media

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

Le pôle Media du groupe Altice France a signé son 1^{er} accord d'entreprise soulignant la volonté de mobiliser des moyens importants nécessaires au recrutement, à l'intégration et à l'accompagnement d'un plus grand nombre de salariés en situation de handicap, tels que des aménagements de poste de travail, un accompagnement spécifique dans l'évolution professionnelle, des jours d'absence autorisés ou encore, des dispositifs pour encourager les achats responsables. Le groupe Altice France était déjà signataire d'un accord dédié sur son pôle Télécoms.

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...).



Sensibilisation des collaborateurs sur le handicap et les accords

6 sessions de formation dédiées ont été organisées auprès des fonctions support – RH, achats, contrôle de gestion – du Pôle Media pour les sensibiliser aux objectifs et dispositifs désormais en vigueur pour accompagner les salariés en situation de handicap.

Le groupe Altice France a organisé une exposition inédite de photographies dans plusieurs espaces du bâtiment Est/média de l'Altice Campus à l'occasion de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées et qui est restée visible pendant plus d'un mois. Œuvre commune de Frédérique Deghelt, romancière et d'Astrid di Crollanza, photographe, cette exposition interroge, à travers des photographies et textes percutants, le regard posé sur les autres, le handicap et l'identité.

Au fil de l'exposition, des QR code à flasher ont permis aux salariés de comprendre pourquoi ils peuvent tous être concernés par le handicap et comment l'entreprise les accompagne concrètement, à travers les dispositifs de l'accord.



« 80%, le podcast qui donne la parole au handicap »

À travers sa série de podcasts le groupe Altice France a également souhaité sensibiliser ses salariés autrement.

Olivier, 47 ans, est assistant d'édition pour la Matinale de RMC. Il a un handicap physique visible puisqu'il a été amputé de la jambe droite à la suite d'un cancer à l'âge de 9 ans et il marche avec des béquilles. Olivier raconte ses choix professionnels, l'acceptation du regard des autres, grâce au handisport notamment, mais aussi grâce à l'humour de ses collègues.

« Le travailleur handicapé est un travailleur comme les autres »

Voir les podcasts



(1) Centre d'appel : <https://www.handicall.fr/>

(2) Entreprise de logistique : <http://log-ins.fr/>

(3) Services aux entreprises : <http://www.apaips.com/>

Visibilité du handicap sur les antennes



BFMTV, RMC Story et RMC Découverte ont été signataires en décembre 2019 de la Charte du CSA relative à la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels.

Dans le prolongement des principes de cette Charte, Altice Media s’est engagé depuis 2021 à procéder à un relevé du traitement de ces sujets sur ces antennes, pour rendre compte auprès du CSA de ses progrès. Cette démarche volontariste démontre un engagement fort sur la question de la représentation du handicap.

Visibilité du handicap dans les boutiques

A la fin de l’année 2020, La Mission handicap SFR a équipé l’ensemble des vendeurs en boutiques de masques inclusifs pour favoriser la qualité d’échange avec les clients et entre collègues. Une action qui s’inscrit dans l’engagement pionnier en faveur du handicap, tant pour les collaborateurs que pour les clients.



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



Tout au long de l’année, les échanges et négociations avec les partenaires sociaux se sont tenus autour de nombreux thèmes, avec 238 réunions de CSE, ainsi réparties :

CSE Central de l’UES SFR	41	CSE SRR	38
CSE R&SI de l’UES SFR	48	CSE SFR Distribution	28
CSE B2B de l’UES SFR	30	CSE de l’UES Next	18
CSE B2C & FS de l’UES SFR	35		

Les différentes négociations ont permis d’aboutir à la signature de 13 accords sur les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France, notamment sur les thèmes suivants : négociations annuelles obligatoires (NAO), frais de santé - prévoyance, intéressement - participation, etc.

II. L'ouverture d'un Plan de Départs Volontaires sur le pôle Télécoms

Sur le pôle Télécoms, l'année 2021 a été marquée par le lancement de la procédure d'information-consultation relative au projet de Plan de Départs Volontaires annoncé en mars 2021 par la Direction générale. Sur l'année, 85 réunions et 23 réunions de négociations se sont déroulées sur ce sujet, réunissant les différents acteurs sociaux de l'entreprise.

À la suite de l'homologation du projet de Plan de Départs Volontaires par l'administration du travail (DRIETTS), le Plan de Départs Volontaires s'est ouvert pour SFR Distribution en date du 29/09/2021 pour une durée de 5 mois et pour l'UES SFR en date du 22/11/2021 pour une durée de 4 mois.

L'ensemble des salariés peut bénéficier de l'accompagnement du cabinet Alixio Mobilité pour les aider à réfléchir et à construire leur projet professionnel en interne ou à l'externe.

Une plateforme digitale « Espace information conseil » et des conseillers, qui interviennent en toute confidentialité, sont à leur disposition pour répondre à toutes leurs interrogations sur les mesures prévues dans le cadre du PDV, de les informer et conseiller sur les différents projets professionnels possibles et de les aider, le cas échéant, à constituer leur dossier de candidature.



III. 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.



ABDESSAMAD ANNOUN
Responsable Pédagogique Expérience Client & Délégué du personnel - Maroc

« Chez Intelcia, nous avons la chance d'avoir un collègue de délégués passionné, impliqué et responsable. Chaque mois nous avons un rendez-vous avec la direction. Nous traitons de tous les sujets, de tout ce qui a trait à la vie de l'entreprise, sans tabou et en toute transparence. Nous avons aussi un rôle proactif : nous faisons en sorte d'anticiper certains écueils, certaines problématiques, de nous enquêter de certaines évolutions et donner notre avis. »

Organisation du travail et rémunération au sein du groupe Altice France

I. L’organisation du travail

Le groupe Altice France respecte les réglementations 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.



Côté Télécoms et Media

Les pôles Télécoms et Media favorisent une organisation du travail respectueuse de l’équilibre vie professionnelle et vie personnelle et responsabilise 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 événements familiaux (mariage, décès, déménagement, enfant malade...) et ont, par ailleurs, la possibilité d’ouvrir un Compte Epargne Temps afin d’accumuler des droits à congés rémunérés.

Afin d’accompagner la transformation digitale de l’entreprise et la mise en place du FlexOffice, le groupe Altice France a mis en place, dans un accord d’entreprise signé en 2018, 1 jour de télétravail hebdomadaire pour les salariés du pôle Télécoms⁽¹⁾, sur la base du volontariat et d’un commun accord avec le manager.

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-feux.

(1) Ne sont pas éligibles au télétravail les salariés dont l’activité requiert d’être physiquement exercée dans les locaux de l’entreprise ou encore les salariés ayant une responsabilité exclusive de coordination d’équipe.

II. La politique de rémunération du groupe Altice France

Côté 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.



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, au Cameroun et au Sénégal, les couvertures médicales privées plus avantageuse que celles étatiques ont été mises en place.

Bien vivre ensemble

I. Des dispositifs d'accompagnement, de prévention et de sensibilisation sur les pôles Télécoms et Media

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.



Initiative de sensibilisation sur la prévention des risques psychosociaux auprès des alternants du groupe

Le groupe Altice France a lancé en 2021 auprès de toute sa communauté d'alternant(e)s un jeu en ligne, afin de les sensibiliser sur le stress au travail et les informer de l'ensemble des dispositifs mis en œuvre au sein de l'entreprise pour accompagner et traiter ces risques. 210 alternants ont répondu favorablement à cette initiative et participé au jeu de sensibilisation.

Guide Prévention des pratiques addictives



En 2021, le groupe Altice France a conçu avec l'aide d'un spécialiste reconnu, un guide « **Prévention des pratiques addictives en milieu professionnel** » à destination des managers et RH des pôles Télécoms et Media.

Au travers de conseils et d'exemples concrets, ce guide leur permet d'appréhender efficacement les situations individuelles auxquelles ils peuvent être confrontés et leur donne les clés pour adopter les bons réflexes.

LEA, garder le lien lors d'une absence maladie longue durée

Le groupe Altice France a mis en place, en partenariat avec un expert du maintien dans l'emploi, un nouvel outil pour ses salariés du pôle Télécoms en situation d'arrêt maladie longue durée (plus de 3 mois). Lea est une application web gratuite qui permet à ces salariés de gérer en toute confiance et confidentialité leur arrêt de travail, garder le contact avec l'entreprise et préparer au mieux leur retour au travail.

II. Des dispositifs sur la formation des managers et la diffusion de la culture d'Intelcia

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, une initiative Group (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 du groupe 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 sont 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 et le lien chez Intelcia

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;
- ◆ **In The Move** : programme pilote pour la promotion du sport et du bien-être des collaborateurs via une plateforme digitale, des cours de sport en ligne, une newsletter dédiée, etc.;
- ◆ 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.



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;
- ◆ la création en 2021 d'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 inclut 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 événements conviviaux (Shooting, afterwork, etc.).

À l'occasion de ses 20 ans, Intelcia a fait concourir différentes équipes dans le cadre du « Challenge 20 ans ». L'idée étant de les faire réfléchir aux problématiques de l'entreprise, tout en renforçant leur appartenance à une aventure qui fête ses deux décennies.



Actions spécifiques au Covid-19

Dans le contexte sanitaire actuel, le groupe Altice France a mis en place des mesures de prévention pour garantir la sécurité des collaborateurs :

- ◆ des aménagements de l'organisation du travail pour les collaborateurs, avec la mise en place de mesures de télétravail et d'un principe de rotation sur site ;
- ◆ des aménagements spécifiques pour les populations présentant des fragilités majeures ou des maladies chroniques ;
- ◆ des mesures de nettoyage renforcées des bureaux, des postes de travail ou encore des espaces de restauration ;
- ◆ des communications adaptées et renforcées ;
- ◆ la prise de température à l'entrée visiteurs sur certains sites ;
- ◆ une procédure d'urgence en cas de détection de cas positifs sur site.

Le groupe Altice France a également proposé sur certains sites, des campagnes de vaccination sur la base du volontariat.

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 la sécurité de l'information et 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'éthique. 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'achat responsable

Le groupe Altice France se mobilise au quotidien pour construire un avenir porteur de promesses en conciliant performance économique et progrès durable pour tous. 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, le pôle Télécoms s'est doté en 2021 d'une politique d'achat responsable. Cette politique se décline en 3 axes sur lesquels le pôle Télécoms a pris des engagements.

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, notamment pour réduire les gaz à effets de serre
- ◆ Identifier les activités les plus génératrices d'émissions de CO2 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 au travers des produits proposés aux clients

Des prestations de services plus responsables

Le pôle Télécoms du 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 CO2 liées aux consommations d'électricité représentent une part majoritaire des émissions de CO2 totales des scopes 1 et 2. Le développement de la 5G et l'évolution des usages du numérique devraient mécaniquement augmenter ces émissions. C'est pourquoi le pôle Télécoms du groupe Altice France a mis en place une démarche d'achat d'énergies renouvelables.

D'ici 2030, réduire de 50 % les émissions de gaz à effet de serre du groupe par rapport à 2020.

D'ici à 2040, contribuer à la neutralité carbone sur les scopes 1 et 2.

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 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 de la signature du Code d'Ethique et d'Engagement et de l'Annexe RSE

Evaluer régulièrement les fournisseurs stratégiques

Dans une démarche d'amélioration continue, le pôle Télécoms a mis en place un processus annuel d'évaluation de ses fournisseurs et prestataires stratégiques. Il est orienté autour de trois volets : commercial, opérationnel et Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE). Les partenaires sont audités sur la plateforme ACESIA, solution gérée par le Groupe Afnor, sur leurs mesures et actions sociales, environnementales, éthiques ou plus largement en matière de responsabilité sociale. Si nécessaire, le pôle Télécoms 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.

À fin 2021,
304 évaluations des fournisseurs ont été réalisées.

La construction de relations respectueuses et équilibrées

- ◆ 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 pôle Télécoms
- ◆ Lutter contre la discrimination et promouvoir la diversité
- ◆ Veiller à l'équité financière vis-à-vis des fournisseurs

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

Le pôle Télécoms du groupe Altice France a 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.

Le pôle Télécoms veille également à lutter contre la dépendance économique et analyse 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.**



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



Dans le cadre de sa démarche éthique et responsable, et conscient de l'importance de ces sujets, le groupe Altice France applique un principe de « tolérance zéro » en matière de corruption et de trafic d'influence, sous toutes ses formes et dans l'ensemble des activités du groupe. 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 les dispositifs suivants :

- ◆ Des codes de conduites qui définissent et illustrent les différents types de comportements à proscrire comme étant susceptibles de caractériser des faits de corruption ou de trafic d'influence. Ces documents sont disponibles sur les Intranets du groupe. De plus, le code d'éthique d'Intelcia est également disponible sur son site Internet et les codes des pôles Télécoms et Media sont complétés par un guide pratique anticorruption destiné à apporter des précisions pratiques aux collaborateurs;
- ◆ Des régimes disciplinaires, permettant de sanctionner les salariés de la société en cas de violation du code de conduite de la société;
- ◆ Des dispositifs d'alerte internes destinés à permettre le recueil des signalements émanant d'employés et relatifs à l'existence de conduites ou de situations contraires au code de conduite de la société. Pour les pôles Télécoms et Media, ce dispositif se traduit par une boîte mail dédiée et gérée par le Compliance Officer. Dans le cas d'Intelcia, une plateforme, MyAlert, a été mise en place et est gérée par la Direction en charge de l'Éthique. Le dispositif d'alerte interne est un dispositif large qui concerne aussi bien tous signalements relatifs aux conduites ou situations contraires à la loi et à l'intérêt général, que les signalements plus spécifiques relatifs aux conduites ou situations contraires au Code de conduite, ou encore relatifs au devoir de vigilance;
- ◆ Des cartographies des risques destinées à identifier, analyser et hiérarchiser les risques d'exposition du groupe Altice France à des sollicitations externes aux fins de corruption, en fonction notamment des secteurs d'activité et des zones géographiques dans lesquels la société exerce son activité. Enjeu majeur pour la construction du programme anticorruption, la cartographie des risques du groupe Altice France est régulièrement mise à jour et complétée par l'équipe compliance;

- ◆ Des procédures d'évaluation de la situation des clients, fournisseurs de premier rang et intermédiaires sont effectuées au regard de la cartographie des risques. Ces procédures se traduisent notamment par la mise en place de dispositifs d'évaluation de ses nouveaux fournisseurs, se traduisant par l'envoi d'un questionnaire anticorruption, le remplissage d'une grille comprenant des critères anticorruptions et une analyse systématique préalable des signaux d'alerte pour chaque entrée en relation avec un fournisseur. Ainsi, lorsqu'une analyse préalable détecte un ou plusieurs signaux d'alerte sans justification, le fournisseur fait l'objet d'une analyse approfondie par l'équipe compliance. Ce dispositif a été complété, en 2021, par l'évaluation de la base active des fournisseurs Media et Télécoms ainsi que des clients entreprises par le prestataire ALTARES.
- ◆ Des procédures de contrôles comptables internes, destinées à s'assurer que les livres, registres et comptes ne sont pas utilisés pour masquer des faits de corruption ou de trafic d'influence;



◆ Un dispositif de formation est destiné aux cadres et aux personnels les plus exposés aux risques de corruption et de trafic d'influence. Les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France ont déjà très largement déployé leur dispositif de formation. Ainsi, en 2020, une campagne de sensibilisation a été lancée auprès de l'ensemble des collaborateurs du pôle Télécoms via un e-learning obligatoire aux risques de corruption et de trafic d'influence, ainsi qu'à la politique du groupe pour y lutter. Le groupe Altice France a fortement travaillé sur un dispositif de modules en ligne afin que les formations s'adaptent aux nouvelles conditions de travail, imposées par les circonstances sanitaires, se traduisant notamment par l'importance du télétravail.

Pour exemple, le parcours de formation à l'attention des commerciaux B2B, mis en place depuis fin 2020, prévoit deux modules adaptés. Le premier, est un module de base large sur la lutte contre la corruption et le trafic d'influence, il est complété par un quiz et un deuxième module spécifique relatif à la population concernée. La réalisation et le suivi de ce parcours de formation à l'attention des commerciaux B2B a été testé et contrôlé pour s'assurer que ce nouveau mode de formation est accessible et répond aux besoins spécifiques de cette population.



91 % de la population du B2B entièrement formée à l'anti-corruption

En complément des campagnes de sensibilisation et de formation, tous les collaborateurs du périmètre Télécoms et Media ont accès à la page intranet dédiée à l'éthique et compliance 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 Grégory Rabuel, Président-directeur général, et met à disposition des collaborateurs toute la documentation du groupe sur ces sujets (Code de conduite anticorruption, Code éthique et d'engagement, dispositif d'alerte interne, guide pratique, etc.).

◆ Par ailleurs, une campagne globale de formation est prévue chez Intelcia pour le premier trimestre 2022. Elle aura pour but de former l'ensemble des collaborateurs de la filiale aux sujets de l'Éthique et en particulier, de l'anticorruption.

◆ Un dispositif de contrôle et d'évaluation interne des mesures mises en œuvre.



70,8 % des top managers des pôles Télécoms et Média formés à l'anti-corruption

Projet de mutualisation des pôles Télécoms et Media

Le projet de mutualisation des pôles Media et Télécoms avait été lancé au sein du groupe Altice France en 2020 avec pour objectif l'intégration du pôle Media dans les effectifs et les dispositifs du pôle Télécoms. La mutualisation et l'intégration des Media au regard du programme de conformité a donc été la priorité du groupe en 2021 et a résulté en :

- ◆ un engagement de l'instance dirigeante renouvelé ;
- ◆ une fluidité et exhaustivité des informations communiquées aux employés ainsi qu'une accessibilité à celles-ci par le biais de l'intranet mutualisé ;
- ◆ une unification des dispositifs d'évaluation des tiers ;
- ◆ une clarification et accessibilité au mécanisme d'alerte ;
- ◆ des formations centralisées ;
- ◆ une consolidation de l'implémentation des procédures internes.

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

Pour une gouvernance éthique des données

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



Cette politique est validée par la Direction Générale, et est revue régulièrement en fonction de l'ensemble des évolutions affectant la sécurité de l'information. La norme ISO 27001:2013 sert de socle pour la gestion de la sécurité au sein du groupe Altice France. Cette démarche inclut la déclinaison en Politiques Locales de Sécurité de l'Information (PLSI) sur les différents périmètres du groupe. En outre, un référentiel de sécurité, basé sur des Directives de Sécurité puis des Procédures de Sécurité, vient développer et guider, sur différents sujets, les attentes en matière de sécurité de l'information. Le modèle PDCA (Plan-Do-Check-Act) est notamment utilisé pour maintenir et améliorer de façon permanente l'efficacité de ces processus de gestion liés à la sécurité.

De par leurs missions d'intérêt général pour la nation, les infrastructures de SFR en métropole et à La Réunion sont soumises à réglementation et font l'objet d'audits et de contrôles par les pouvoirs publics. Sur le versant cybersécurité, 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 qui peuvent concerner aussi bien le réseau opérateur que le système d'information, sont réalisés au regard de la PGSI et de l'expertise terrain des équipes de l'ANSSI.

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 annuel 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.

La sécurité des données, en conformité avec le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)

Inscrit dans une dynamique de conformité sur la protection des données, le groupe Altice France a mis en œuvre différentes mesures pour s'assurer de la bonne gestion des données personnelles de ses clients ainsi que de leur protection.

Par ailleurs, le groupe Altice France poursuit les actions déjà engagées :

- ◆ la consolidation de la gouvernance de conformité en renforçant le réseau de relais « informatique et Libertés » des pôles Télécoms et Media, et de « responsables de traitements opérationnels » d'Intelcia, au sein des directions métier avec une mission essentielle de sensibilisation de ces équipes en relation avec le délégué à la protection des données ;
- ◆ la mise à jour et le suivi des différentes politiques de protection des données publiées sur les sites des entités concernées ;
- ◆ le suivi des processus liés à la conformité des traitements de données à caractère personnel et la diffusion via la gouvernance de conformité définie au sein des directions métier des Télécoms et Media pour mise en application et directement par les pôles RGPD et conformité chez Intelcia ;
- ◆ le lancement de chantiers de conformité selon l'actualité réglementaire ;
- ◆ la poursuite des formations internes et externes adaptées aux besoins et attentes des collaborateurs selon leurs fonctions (e-learning, ateliers, journée de formation, etc.) ;
- ◆ la réalisation d'audits de conformité en interne ou auprès de nos sous-traitants ;
- ◆ la réalisation des formalités exigées par la réglementation sur la protection des données (tenue des registres, suivi de l'exécution des analyses d'impact, notification...) et au regard de l'évaluation des risques, préconisation sur les mesures d'atténuation ;
- ◆ les équivalents du RGPD sont déployés dans les différents pays selon les normes locales, comme la Commission nationale de contrôle de la protection des données à caractère personnel (CNDP) au Maroc, ou encore la Commission des Protection des Données Personnelles (CDP) au Sénégal.

La protection des données à caractère personnel demeure un enjeu essentiel pour le groupe Altice France qui s'attache à définir et à déployer les mesures exigées pour la maintenir sur son périmètre.

Une performance et un engagement au service des clients



EMMANUEL PUGLIESI
Directeur exécutif SFR Business

« Être partenaire des entreprises dans leur transformation digitale est dans l’ADN de SFR Business. »

« Accompagner nos clients dans cette accélération, notamment amenée par la crise COVID et les évolutions des modes de travail (télétravail, déplacements, virtualisation des espaces collaboratifs, etc.) est une priorité pour nos équipes.

Nous nous efforçons de proposer le meilleur de la technologie et des réseaux à nos clients pour leur permettre d’expérimenter de nouveaux modes de collaboration et de migrer vers le cloud avec des niveaux de performance et de sécurité toujours plus élevés. Notre expertise nous permet d’apporter des solutions de bout-en-bout avec des engagements forts aussi bien sur la mise en œuvre que l’exploitation.

Les menaces Cyber sont de plus en plus nombreuses, complexes et élaborées, et font partie des principales préoccupations des entreprises. Pour mieux accompagner nos clients dans la sécurisation de l’ensemble de leurs activités, SFR Business a développé une gamme complète d’offres de sécurité qui évolue en permanence pour une meilleure adaptation aux usages et aux risques.

Si la sécurité des informations de nos clients est une priorité, notre engagement en matière de responsabilité sociétale est global et couvre l’ensemble des piliers du développement durable. Cet engagement s’illustre par exemple au travers de notre certification ISO 14001⁽¹⁾, qui permet chaque année d’optimiser notre service après-vente et la récupération des équipements électriques. C’est toute une chaîne de valeur qui est impliquée, de la sélection des fournisseurs à la fin de vie des équipements en passant par les transports et le reconditionnement, au service de toujours plus de qualité et d’un impact environnemental toujours plus réduit. »

(1) Certification ISO 14001 sur le périmètre du Service Après-Vente et Gestion des équipements électriques et électronique

Transformation Numérique



Télétravail



5G - Fibre



Cloud



RSE



OPPORTUNITÉS

RISQUES

- ◆ Agilité des Systèmes d’Information
- ◆ Passage au tout connecté

- ◆ Complexification du Système d’Information
- ◆ Extension de la surface d’attaque

- ◆ Télétravail en toutes circonstances
- ◆ Nouveaux modes de collaboration

- ◆ Ciblage prioritaire des télétravailleurs pour les cyberattaques

- ◆ Plus de rapidité
- ◆ Plus de réactivité
- ◆ Accessibilité accrue

- ◆ Augmentation de la rapidité des attaques et vols de données

- ◆ Accessibilité partout
- ◆ Flexibilité
- ◆ Scalabilité

- ◆ Absence de traçabilité des accès et d’imputabilité des actions

- ◆ Propositions commerciales durables comprenant des solutions réduisant l’impact carbone et des partenariats pour l’inclusion numérique

- ◆ Réchauffement climatique
- ◆ Epuisement des ressources
- ◆ Exclusion numérique

EQUIPEMENTS & TERMINAUX



Protection des terminaux

Les modes d'usage actuels amènent les utilisateurs à se connecter en permanence à des applications offrant différents services et ce, en toutes situations (travail hybride). Les équipements terminaux (Endpoints) se sont donc diversifiés, s'adaptant à nos modes de vie, allant du PC personnel ou professionnel, aux objets connectés, en passant par les smartphones et tablette. La protection directe de ces différents équipements représente donc un enjeu croissant ce qui a amené SFR Business à développer une stratégie globale de protection des Endpoints :

- ◆ le management et le pilotage de flottes ;
- ◆ la protection intrinsèque (la détection anticipée et protection contre les ransomware et les contenus malveillants ; le chiffrement du trafic, pour éviter l'interception des e-mails et des communications en ligne ; la protection de la navigation) ;
- ◆ la mise en place de bureaux virtuels sécurisés.



Reprise et don de flottes de mobiles

SFR offre à ses clients l'opportunité de s'inscrire dans une démarche d'économie circulaire grâce à deux dispositifs :

- ◆ La reprise de téléphone grâce à la vente sur la plateforme SFR Business qui permet au client de recevoir une offre de reprise par des reconditionneurs partenaires ;
- ◆ Le don de leur flotte aux Ateliers du Bocage, membre du mouvement Emmaüs, qui cherchent en premier lieu à les valoriser dans leur réseau de boutiques solidaires. Les fonds débloqués permettent alors de soutenir des actions d'économie solidaire.



48 909 téléphones repris ou donnés



Gestion responsable de la récupération, réparation et fin de vie des équipements



CÉDRIC BRETEL
Responsable logistique Reverse SFR

« Nos actions en faveur du réemploi nous permettent de reconditionner plus de 70% de nos équipements récupérés. 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 2021, nos actions d'optimisation ont permis de réduire de 39 % les émissions de CO2 par équipement transporté, par rapport à 2020. »



Emballages

Grâce à ses partenariats avec des acteurs engagés, depuis 2021, les équipements reconditionnés sont emballés dans des cartons 100 % issus de matières recyclées. Au dernier trimestre 2021, SFR Business a également remplacé les attaches en plastique par des attaches en métal pour une meilleure recyclabilité. Ces actions ont permis une réduction globale de l'empreinte carbone des emballages.

RÉSEAUX & INTERCONNEXIONS



Le SDWAN pour accompagner la transformation digitale

La transformation numérique et l'usage grandement accru des services Cloud poussent les réseaux privés d'entreprise à évoluer vers plus de flexibilité, plus de résilience et les amènent à se focaliser sur la performance des applications. Cette ouverture des réseaux entraîne également un besoin de cybersécurité renforcée à chaque point de sa nouvelle surface d'exposition. La réponse passe aujourd'hui par l'implémentation d'architectures de type « Secure SD-Wan » (Software-Defined WAN sécurisé).

Rendre ce SD-WAN accessible à toutes les entreprises, c'est l'ambition de SFR Business : d'un côté grâce à ses solutions sur mesure, qui s'adaptent en particulier aux besoins de grandes entreprises dont la complexité des systèmes requière souvent une expertise spécifique, de l'autre grâce à sa solution clé en main « SDNet » conçue pour les entreprises disposant de systèmes d'information plus réduits et intégrant nativement la gestion de la sécurité.



SFR Business s'est ainsi doté de partenaires et d'outils permettant de répondre aux besoins de toutes les entreprises en matière de SDWAN

Dans le cas des grandes entreprises, aux systèmes d'information multiples et étendus, les projets SD-WAN sont traités au cas par cas avec une solution technologique adaptée, co-construite avec le ou les éditeurs de SD-WAN et de CyberSécurité qui répondent au mieux au besoin exprimé, qu'il soit global (y compris international) ou ciblé.

Dans le cas des petites et moyennes entreprises, SFR Business intègre directement installation et exploitation dans son offre SDNet sur un modèle « as a Service ».

Quel que soit le modèle proposé à ses différents clients, SFR Business, fort d'une expertise de longue date dans le domaine du Réseau et de la Cybersécurité et de partenariats avec les grands noms du domaine, intègre les derniers outils technologiques et ses services d'accompagnement dans les architectures SD-WAN de ses clients avec le bon niveau de sécurité nécessaire (pare-feu, système anti-intrusion, protection contre les malwares, filtrage des contenus, etc.).

100 % des offres
sont développées selon le principe
du « Security By Design »



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)



(2)

(1) SFR BUSINESS Certifié par Afnor ISO 27001:2013 pour les activités suivantes : PRESTATIONS DE SERVICES MANAGES DU CENTRE D'EXPLOITATION SERVICES (CES), DU CENTRE OPERATIONNEL DE LA SECURITE (COS), DU CLOUD COMPUTING (CLOUD V3), ET PRESTATIONS D'HEBERGEMENT DE COLOCATION AU SEIN DES DATACENTERS. DECLARATION D'APPLICABILITE du 19/01/2021 et est déployé sur les sites suivants : ALTICE CAMPUS, Les Ulis et les datacenters de Bordeaux, Courbevoie, Val de Reuil, Vénissieux, Strasbourg et Trappes.

(2) SFR BUSINESS Certifié par Afnor selon le REFERENTIEL DE CERTIFICATION HDS 1.1 - Juin 2018 pour les activités (1 à 6) d' HEBERGEUR D'INFRASTRUCTURE PHYSIQUE ET HEBERGEUR INFOGEREUR et est déployé sur les sites suivants : ALTICE CAMPUS, Les Ulis et les datacenters de Bordeaux, Courbevoie, Val de Reuil, Vénissieux et Trappes.

ACCÈS & CLOUD - LES DATACENTERS



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. »

Linkedin
présentation offres Net Center



Hébergement de Données de Santé

Conscient de la sensibilité des données de santé, SFR Business a obtenu la certification d'Hébergeur de Données de Santé pour 5 de ses datacenters et pour son activité de Cloud Computing.



Energie

SFR Business met à disposition de ses clients un réseau et des datacenters conçus pour optimiser leurs consommations énergétiques et certifiés par la norme ISO 50001.

Site SFR Business
En savoir plus



Index

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

AFA : Agence Française Anticorruption

ANAEPEC : 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 (a remplacé CSA)

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

CAF : Caisse d'Allocations Familiales

CDP : Commission des Données Personnelles (Sénégal)

CNDP : Commission Nationale de Contrôle de la Protection des Données à Caractère Personnel (Maroc)

CNIL : Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés

COP26 : Conférence des Parties 26

CROUS : Centre Régional des Œuvres Universitaires et Scolaires

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

CSE : Comité Social et Economique

DRIETTS : Direction Régionale Interdépartementale de l'Economie, de l'Emploi, du Travail et des Solidarités

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

LED : Light-Emitting Diode (Diode électroluminescente)

Loi AGECE : Loi Anti-Gaspillage pour une Economie Circulaire

ODD : Objectifs de Développement Durable

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

OJT : On Job Training

PDCA : Plan-Do-Check-Act

PGSI : Politique Générale de Sécurité de l'Information

PLSI : Politique Locale de Sécurité de l'Information

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

SAV : Service Après-Vente

SEDD : Semaine Européenne du Développement Durable

SMIC : Salaire Minimum de Croissance

Zone AMII : Zone d'Appel à Manifestation d'Intention d'Investissement

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 anti-corruption. 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. 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).

Période du reporting

Les données présentées dans cette déclaration couvrent l'activité des entités concernées sur la période du 1^{er} janvier au 31 décembre de l'année 2021.

Périmètre de reporting

Dans ce rapport, 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. Le périmètre de reporting d'Altice France est composé :

- ◆ du 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 ;
- ◆ du périmètre dit « Media » intègre les données consolidées de l'ensemble du groupe NextRadioTV ;
- ◆ du périmètre Expertise reprend les données d'Intelcia, il est dit « Intelcia » dans ce document.

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 96,64% de son chiffre d'affaires et 84,26% de ses effectifs. Un plan d'action a été mis en place pour une intégration plus complète dès 2021 du périmètre Expertises.

Indicateurs clés de performance et spécificités méthodologiques

I. Données sociétales

- ◆ **Montant reversé au titre du mécénat financier** : il s'agit de la somme des donations reversées aux associations partenaires de la Fondation SFR. Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.
- ◆ **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.
- ◆ **Total des collaborateurs engagés** : il s'agit du nombre de collaborateurs qui ont participé en 2021 à une ou plusieurs initiatives en faveur des droits humains, dans le cadre d'actions ponctuelles ou de partenariats durables.
- ◆ **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 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.

II. Données sociales

- ◆ **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 dissocié pour les pôles Télécoms, Media et Intelcia. Les formations pour les périmètres Télécoms et Média sont prises en compte à partir d'une heure effective de formation et excluent les formations locales en interne.
- ◆ **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 dissocié 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.
- ◆ **Nombre de recrutement en CDI** : il s'agit du nombre de collaborateurs recrutés en CDI sur l'année 2021. Cet indicateur concerne le périmètre Intelcia uniquement.
- ◆ **Embauches moins de 25 ans inclus** : il s'agit de la part des collaborateurs de 25 ans ou moins parmi les entrées totales en CDI, CDD et alternants. Cet indicateur ne concerne que le périmètre Intelcia.
- ◆ **Nombre de recrutement d'alternants** : il s'agit nombre d'alternants ayant démarré un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation au cours de l'année 2021. Cet indicateur concerne les périmètres Télécoms et Media.
- ◆ **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 le périmètre les périmètres Télécoms et Media.

- ◆ **Part des promotions attribuées à des femmes** : Il s'agit de la part des promotions attribuées à des femmes par rapport au nombre total de promotions réalisées sur l'année, pour les collaborateurs en CDD et CDI. 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. 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 pendant l'année 2021. 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 du nombre total d'entrées dans les effectifs en CDI, CDD et alternance. Les contrats à temps plein et les contrats à temps partiel sont pris en compte.
- ◆ **Effectif total à fin de période** : il s'agit du nombre total de salariés (CDI, CDD et alternants, hors stagiaires) du groupe à fin de période.
- ◆ **Effectif total de moins de 25 ans à fin de période** : il s'agit du nombre total de salariés (CDI, CDD et alternants, hors stagiaires) de 25 ans ou moins à fin de période. Cet indicateur concerne uniquement Intelcia.
- ◆ **Turnover volontaire** : il s'agit du total des effectifs ayant quitté leur poste à l'initiative du collaborateur – y compris les ruptures de période d'essai à l'initiative du collaborateur – durant la période considérée (1^{er} janvier 2021 au 31 décembre 2021), sur le nombre total des effectifs au 31 décembre 2020. Cet indicateur concerne les périmètres Télécoms et Media.
- ◆ **Taux de fréquence des accidents de travail** : il s'agit du rapport entre le nombre total d'accidents du travail et le nombre total d'heures travaillées. Sont inclus les collaborateurs en CDI, CDD et alternance. Cet indicateur concerne les périmètres Télécoms et Media.

III. Données environnementales

- ◆ **Consommations énergétiques Scope 1** : il s'agit du volume total des consommations d'énergies 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, le fioul domestique, le gazole pour groupes électrogène et le gaz naturel. Le calcul des consommations de gazole pour groupes électrogènes a été modifié en 2021, en effet, en 2020, il comprenait un estimatif des consommations réalisées à partir des données des constructeurs et du temps d'activité des équipements. En 2021, il comprend la somme des quantités facturées par les fournisseurs de gazole.
- ◆ **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 CO₂, 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, ils intègrent, selon la méthodologie de l'Association Bilan Carbone, 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.
- ◆ **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 CO₂, 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 2021, une partie du calcul de ses émissions de gaz à effet de serre du Scope 3. Le Scope 3 présenté, exprimé en tonnes équivalent CO₂, reprend les émissions liées aux déplacements professionnels des collaborateurs du groupe et une projection de la consommation électrique des box et décodeurs chez les clients du groupe. 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.
- ◆ **Réduction annuelle de la consommation électrique ramenée à l'usage client** : La consommation d'électricité ramenée à l'usage client est calculée à partir du rapport entre la consommation électrique annuelle des sites réseaux et le pic annuel de l'utilisation de données par nos clients. La consommation électrique des sites techniques est la consolidation des consommations d'électricité des entités Télécoms réseau, concernées par la loi sur l'audit énergétique (SFR, SFR Fibre, Completel). Le pic annuel de l'utilisation des données par les clients est le pic de consommation en volume le plus élevé de l'année constaté. Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.
- ◆ **Émissions de CO₂ par collaborateur** : Elles sont calculées à partir du rapport entre les émissions de CO₂ 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.
- ◆ **Part des énergies renouvelables dans la consommation d'électricité** : Il s'agit de la consommation en énergie renouvelable (achetée via des garanties d'origine ou de Power Purchase Agreements) 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** : cet indicateur est calculé à partir du rapport entre le nombre de box collectées, reconditionnées et remises dans le circuit et le nombre total de box collectées. Cet indicateur concerne uniquement le périmètre Télécoms.
- ◆ **Part des ventes entraînant une reprise mobile** : cet indicateur est calculé à partir du rapport entre le volume de reprise mobiles et le volume de ventes d'équipements mobiles éligibles à la reprise. Cet indicateur concerne uniquement le périmètre Télécoms.

IV. Données qualité de service et éthique

- ◆ **Nombre de communes couvertes 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.
- ◆ **Nombre de prises commercialisables FTTH/FTTB** : cet indicateur est calculé à partir du nombre de prises FTTH et FTTB commercialisables. Il concerne spécifiquement le périmètre Télécoms.
- ◆ **Taux de formation du top management à l'anti-corruption** : cet indicateur est calculé à partir du rapport entre le nombre de top manager (manager rattachés directement au Comité Exécutif) à l'anti-corruption, notamment au travers des sessions en présentiel en 2019 et un programme en e-learning en 2021, et le nombre total de top manager au 31 décembre 2021. Cet indicateur concerne spécifiquement les périmètres Télécoms et Media.
- ◆ **Nombre des évaluations RSE réalisées des fournisseurs** : Nombre d'évaluations fournisseurs sur des critères RSE réalisées via la plateforme en ligne ACESIA depuis 2016. 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

ENJEUX	INDICATEURS	2020		2021		INTELCIA
		TÉLÉCOMS	MEDIA	TÉLÉCOMS	MEDIA	
Qualité et continuité de service	Nombre de communes couvertes en 5G	près de 200	N/A	près de 3 700	N/A	N/A
Qualité et continuité de service	Nombre de nouvelles prises FTTH/FTTB	5 millions	N/A	près de 5,4 millions	N/A	N/A
Qualité et continuité de service	Nombre total de prises ouvertes aux clients	20,5 millions	N/A	25,8 millions	N/A	N/A
Engagements auprès des communautés et en faveur des droits humains	Nombre de projets soutenus par la Fondation SFR depuis 2006	1 013	N/A	1 043	N/A	N/A
Engagements auprès des communautés et en faveur des droits humains	Total des collaborateurs engagés	NEW	NEW	178		806
Engagements auprès des communautés et en faveur des droits humains	Nombre d'heures de mécénat de compétences	NEW	NEW	355 H		N/A
Engagements auprès des communautés et en faveur des droits humains	Montant du mécénat financier	1 M euros	N/A	1 M euros	N/A	N/A
Changement climatique et efficacité énergétique	Consommations énergétiques Scope 1	23,47 GWh	0,735 GWh	32,5 GWh	0,484 GWh	1,83 GWh
Changement climatique et efficacité énergétique	Emissions de GES Scope 1	8 226 t.CO2	115 t.CO2	12 940 t.CO2	122 t.CO2	487 t.CO2
Changement climatique et efficacité énergétique	Consommations énergétiques Scope 2	949,74 GWh	10,27 GWh	882,8 GWh	8 GWh	11,1 GWh
Changement climatique et efficacité énergétique	Emissions de GES Scope 2	51 753 t.CO2	405 t.CO2	49 030 t.CO2	326 t.CO2	4 924 t.CO2
Changement climatique et efficacité énergétique	Emissions de GES Scope 3	NEW	NEW	79 653 t.CO2	740 t.CO2	N/A
Changement climatique et efficacité énergétique	Réduction annuelle de la consommation électrique ramenée à l'usage client	-17,50 %	N/A	-25,65 %	N/A	N/A
Changement climatique et efficacité énergétique	Emissions de GES par collaborateur	5,78 t.CO2	0,38 t.CO2	6,13 t.CO2	0,33 t.CO2	0,31 t.CO2
Changement climatique et efficacité énergétique	Part des énergie renouvelables dans la consommation d'électricité	0 %	0 %	10 %	0 %	0 %
Economie circulaire et réduction des déchets	Taux de valorisation des déchets d'équipements électriques et électroniques	92,4 %		90,5 %		N/D
Economie circulaire et réduction des déchets	Part des box reconditionnées	96,60 %	N/A	96,70 %	N/A	N/A
Economie circulaire et réduction des déchets	Part des ventes entraînant une reprise mobile	15 %	N/A	18 %	N/A	N/A
Gestion des carrières, emplois et compétences	Effectif à fin de période	10 381	1 368	10 114	1 353	17 320
Gestion des carrières, emplois et compétences	Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation	59 %	21 %	58 %	23 %	104 %
Gestion des carrières, emplois et compétences	Nombre moyen d'heure de formation par collaborateur ayant suivi une formation	18,6	16	19,4	16,6	96,2
Gestion des carrières, emplois et compétences	Nombre de recrutement en CDI	N/D	N/D	N/D	N/D	4 077
Gestion des carrières, emplois et compétences	Nombre de recrutement de moins de 25 ans inclus	N/D	N/D	N/D	N/D	3 370
Gestion des carrières, emplois et compétences	Nombre de recrutement d'alternants	411	36	642	70	N/D
Gestion des carrières, emplois et compétences	Taux de recommandation des étudiants	86 %		90 %		N/A
Diversité, égalité des chances et non-discrimination	Part des promotions attribuées à des femmes	35 %		38 %	36 %	47 %
Diversité, égalité des chances et non-discrimination	Part des femmes parmi les embauches	37 %	42 %	42 %	32 %	58 %
Diversité, égalité des chances et non-discrimination	Index égalité professionnelle ⁽¹⁾	UES SFR : 93 % SFR Distribution : 87 %	UES Next : 91 %	UES SFR : 93 % SFR Distribution : 88 %	UES Next : 76 %	97 % ⁽²⁾
Diversité, égalité des chances et non-discrimination	Nombre de salariés en situation de handicap	256		306	12	90 ⁽²⁾
Diversité, égalité des chances et non-discrimination	Effectif total à fin de période de moins de 25 ans	N/D	N/D	N/D	N/D	4555
Santé, sécurité et bien-être	Turnover volontaire	NEW	NEW	4 %	6 %	32 %
Santé, sécurité et bien-être	Taux de fréquence des accidents de travail	4,33 %	5,39 %	4,38 %	4,55 %	N/D
Achats responsables et éthique des affaires	Nombre d'évaluations RSE fournisseurs depuis 2016	203		304		N/D
Achats responsables et éthique des affaires	Taux de formation à l'anti-corruption du top management	NEW		74 %	40 %	N/D

(1) Index publié en 2021 pour l'année 2020

(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 2021

A l'assemblée générale,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société (ci-après « entité ») désigné organisme tiers indépendant ou OTI (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1049⁽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 2021 (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 consolidée de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

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 (et disponible 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 et/ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration.

Responsabilité de l'entité

Il appartient au Conseil d'administration :

- ◆ de sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- ◆ d'établir 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.
- ◆ ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il 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 en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant.

Responsabilité du commissaire aux comptes désigné OTI

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 de nous prononcer 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 tenant lieu de programme de vérification et à la norme internationale ISAE 3000⁽²⁾.

(1) Accréditation Cofrac Inspection, n°3-1049, portée disponible sur le site www.cofrac.fr

(2) 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. 822-11-3 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 octobre 2021 et mars 2022 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 dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration.

Nature et étendue des travaux

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, et à la norme internationale ISAE 3000. 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'entité, 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⁽³⁾, nos travaux ont été réalisés 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⁽⁴⁾.
- ◆ 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, 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 contributrices⁴ et couvrent entre 29 % 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'entité.

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 7 mars 2022
KPMG S.A.

Anne Garans
Associée
Sustainability Services

Grégoire Menou
Associé

(3) Emploi et Relations sociales, Qualité et continuité de service, Innovation, Engagements auprès des communautés et en faveur des droits humains, Ancrage territorial, Inclusion numérique, Consommation responsable et Sensibilisation, Sécurité et Confidentialité des données clients.
(4) SFR SA, SFR Fibre, SFR Business Distribution, Completel et SRR et Intelcia Maroc.

Annexe

Informations qualitatives (actions et résultats) considérées les plus importantes

- Politique salariale
- Résultat de l'enquête de satisfaction des collaborateurs
- Résultat du questionnaire de satisfaction et d'engagement (santé & sécurité)
- Nombre de réunions du CSE et accords signés sur l'année
- Politique énergétique et certification associée
- Politiques mises en place en faveur d'achats responsables
- Nombre de nouvelles communes desservies par la 5G
- Dispositifs mis en place pour les personnes sourdes et malentendantes
- Associations locales soutenues
- Partenariats locaux mis en place
- Projet d'entreprise de sensibilisation à la consommation responsable
- Politique de sécurité et confidentialité des données et certification associée

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

- Effectif total fin de période
- Part des promotions attribuées à des femmes
- Index égalité professionnelle
- Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation
- Nombre moyen d'heure de formation par collaborateur ayant suivi une formation
- Taux de démission
- Emissions de gaz à effet de serre Scopes 1 et 2
- Part des énergies renouvelables dans la consommation électrique
- Réduction annuelle de la consommation électrique ramenée à l'usage client
- Tonnes de CO2 par collaborateur
- Taux de valorisation des déchets d'équipements électriques et électroniques
- Part des box reconditionnées
- Nombre d'évaluation RSE des fournisseurs