



ALTICE FRANCE

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE 2020



SFR RMC BFM

SOMMAIRE

1 ÉDITO D'ALAIN WEILL

2 DE LA CRÉATION AU PARTAGE DE VALEUR

3 NOS ENJEUX ET NOS OBJECTIFS

4 NOS ENGAGEMENTS

Introduction

- 4.1 Des engagements sociétaux nombreux et concrets
 - 4.1.a Altice France s'engage en faveur de l'égalité des chances
 - 4.1.b Altice France s'engage pour favoriser l'inclusion numérique
 - 4.1.c Altice France s'engage pour agir au service de la santé
- 4.2 Une entreprise responsable
 - 4.2.a Promouvoir et accompagner les salariés
 - 4.2.b Promouvoir la diversité
 - 4.2.c Promouvoir le dialogue
- 4.3 Un numérique plus responsable
 - 4.3.a Performance énergétique
 - 4.3.b Numérique et circularité
 - 4.3.c Enjeux environnementaux complémentaires
- 4.4 Qualité de service et éthique au service de nos clients
 - 4.4.a Un réseau, des médias et des services performants pour tous
 - 4.4.b Éthique des affaires et des données

Note méthodologique

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la déclaration consolidée de performance extra-financière figurant dans le rapport de gestion (exercice clos le 31 décembre 2020).

ÉDITO ALAIN WEILL

« Construire un avenir porteur de promesses en conciliant performance économique et progrès durable pour tous. »

Chez Altice France, nous nous mobilisons au quotidien pour construire un avenir porteur de promesses en conciliant performance économique et progrès durable pour tous.

À travers la convergence de nos activités Télécoms et Médias, nous répondons aux besoins essentiels de connectivité et d'information des Français. Au-delà de ces missions, nous nous engageons pour des causes sur lesquelles nous disposons de leviers forts pour agir. Notre action se concentre sur quatre ambitions, à la fois source d'inspiration et de création de valeur pour nos parties prenantes :

- ▲ **favoriser l'inclusion numérique et l'égalité des chances**, grâce au développement de programmes d'accompagnement à 360° permettant d'équiper, connecter et former des personnes en situation de précarité numérique et sociale ;
- ▲ **promouvoir et faciliter l'insertion professionnelle**, notamment des jeunes et des personnes en situation de handicap, éloignés de l'emploi ;
- ▲ **agir pour réduire notre empreinte environnementale**, avec le lancement, cette année, du plan d'action global, concret, immédiat et évolutif « J'avance avec Altice », qui s'articule autour de trois grands axes : des produits et services durables, des infrastructures Télécoms et une production audiovisuelle écoresponsables ainsi qu'une pleine mobilisation des salariés, des clients et du grand public ;
- ▲ **garantir une haute qualité de service**, au travers des investissements dans les réseaux de communication Très Haut Débit, notamment avec le lancement de la première ville française en 5G, du déploiement de la fibre dans les territoires, de la promotion de l'innovation et de l'optimisation de l'expérience client. **Mais également affirmer notre engagement pour une éthique partagée des affaires et des données.**

Cette année plus que jamais, face à la crise sanitaire, nos équipes se sont mobilisées pour répondre à ces nombreux défis et assurer la continuité et la qualité de nos services pour permettre à tous de communiquer, travailler, étudier, s'informer ou encore se divertir en toute sérénité. Je tiens à remercier chaleureusement tous nos collaborateurs pour leur engagement et leur mobilisation sans faille, en cette année si singulière.



Alain Weill - Président-directeur général Altice France

DE LA CRÉATION AU PARTAGE DE VALEUR

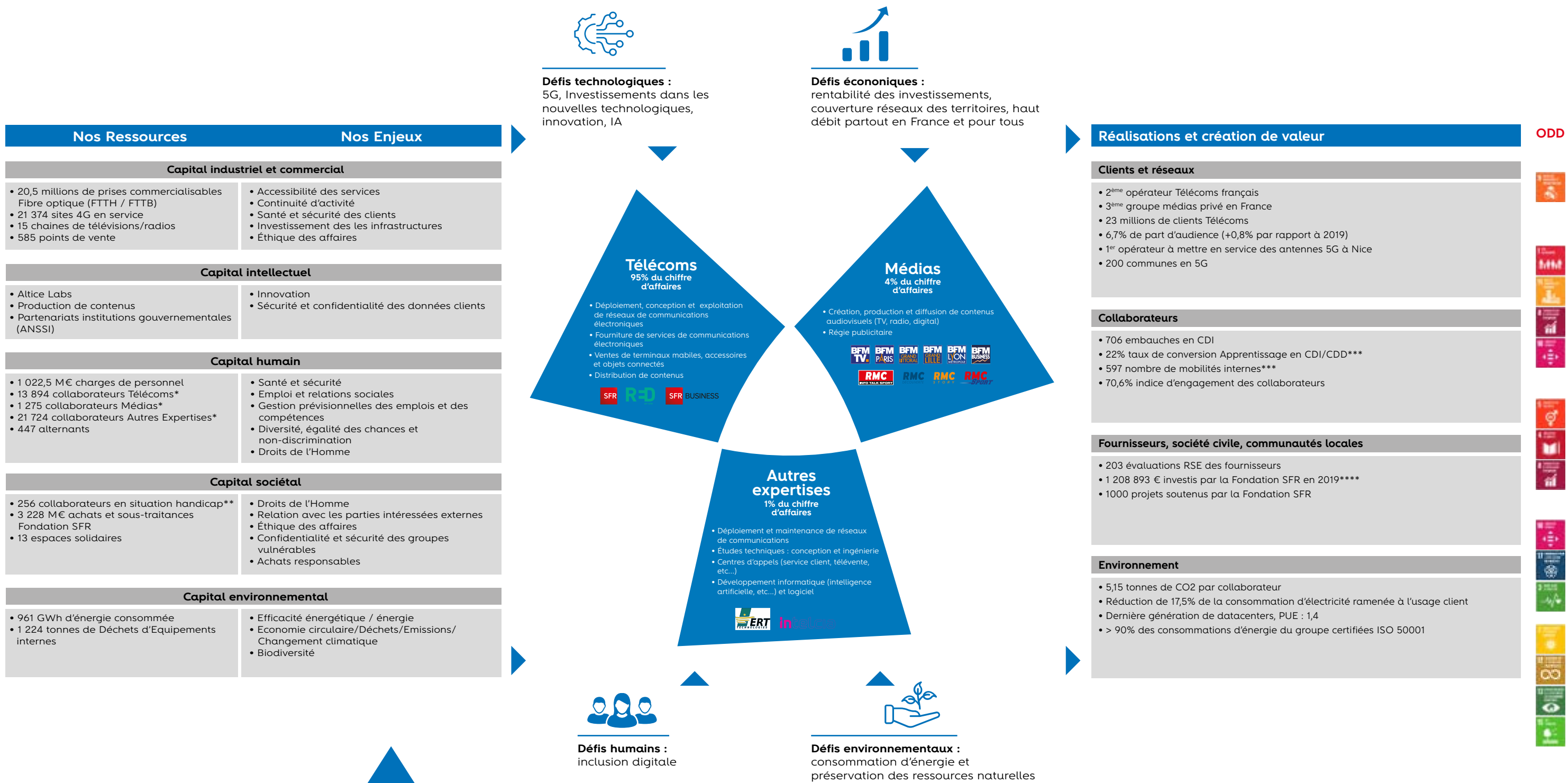
1^{er} acteur de la convergence Télécoms et Médias en France, Altice France apporte à chacun une offre de services complets d'accès à Internet, de téléphonie fixe et mobile et de contenus. Il participe, à travers la synergie de ses activités, à une création de valeur plus collective au bénéfice de ses parties prenantes et de la société dans son ensemble qui va bien au-delà de l'aspect commercial.

La stratégie RSE du groupe repose sur les Objectifs de 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 de l'Homme, des pratiques de travail et de la lutte anti-corruption et la protection de l'environnement. Les ODD ont été adoptés par les Nations Unies en 2015 et comprennent des objectifs spécifiques à atteindre d'ici 2030.

Le groupe s'engage à contribuer à la réalisation des ODD identifiés comme les plus importants et 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 sans pour autant négliger la pérennité économique et la croissance de ses opérations.



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 l'ensemble des parties prenantes.



* Effectif moyen annuel
** Uniquement Telecom – hors SFR Distribution
*** Uniquement Telecom
**** 2019 : dernières données certifiées

Chaque jour, Altice France, à travers la convergence de ses activités, permet à chacun de se connecter, s'informer et se divertir. Cela passe par le déploiement rapide de la fibre et du Très Haut Débit mobile, la fourniture de services Télécoms innovants, la diffusion de contenus éditoriaux de qualité et de proximité, la production de formats publicitaires d'avant-garde.

La stratégie du groupe s'inscrit dans une vision de long terme qui met l'investissement et l'innovation au cœur de son action, avec l'ambition d'offrir : les meilleurs réseaux, les meilleurs contenus, les meilleurs services et la meilleure expérience client. Une vision et une ambition qui assurent la réussite de son projet d'entreprise et maximisent la valeur créée pour ses parties prenantes.

Plus concrètement, cette stratégie pionnière en matière 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 ;
- ▲ la promotion de l'innovation et la transformation des compétences techniques en avantages concurrentiels sur les marchés ;
- ▲ l'amélioration de l'expérience client.

Leviers de performance, les valeurs incarnées par le groupe soutiennent sa stratégie. Qu'il s'agisse de l'engagement, de l'agilité, de l'innovation, elles encouragent l'esprit d'entreprendre et entraînent les collaborateurs vers des objectifs ambitieux et responsables au service de la société dans son ensemble.

S'agissant de son organisation, Altice France est structuré autour de trois pôles d'activité interdépendants



Le Pôle Télécoms

À travers SFR, 2^{ème} opérateur français, Altice France est un acteur incontournable des télécommunications au service de 23 millions de clients. Il dispose de positions d'envergure sur ses différents marchés que ce soit les particuliers, les entreprises, les opérateurs et les 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.

Le Pôle Médias

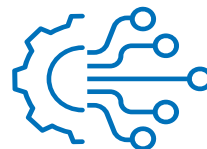
Autour de ses marques emblématiques BFM et RMC, Altice France est le 3^{ème} groupe média privé français. Les chaînes d'Altice France proposent une offre éditoriale alliant qualité de l'information nationale comme régionale et richesse de divertissement. Ces contenus sont produits et diffusés en télévision, 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.

Le Pôle Expertises

Dans un objectif global d'amélioration permanente de l'expérience client, 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 clients et ERT, filiale spécialisée dans la conception et la construction des infrastructures réseaux, Altice France maîtrise la chaîne de production de bout en bout et s'assure ainsi d'une expérience client améliorée.

Cette stratégie permet à Altice France de rechercher un équilibre constant entre performances économiques et prise en compte des défis sociétaux auxquels sont confrontés les secteurs des télécommunications et des médias :

Des défis technologiques liés au déploiement de la 5G et de la Fibre, aux investissements dans les nouvelles technologies, à l'intelligence artificielle, à l'innovation et à la protection des données.



Des défis économiques liés à la rentabilité des investissements, au déploiement de la 5G, à l'atteinte de records d'audience avec la nécessité de trouver des annonceurs en conséquence, à la couverture réseaux des territoires et à la fourniture du haut débit partout en France et pour tous.

Des défis sociaux liés à la digitalisation de la société et à l'inclusion numérique.



Des défis environnementaux liés à la consommation énergétique (elle-même liée à la forte augmentation de la consommation de données) et à la raréfaction des ressources naturelles.

Création et partage de valeur avec ses parties prenantes

Altice France est un acteur engagé auprès de 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 de la valeur.

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.

Parties prenantes	Attentes des parties prenantes	Actions créatrices de valeur
Collaborateurs (employés, stagiaires, alternants, CE etc.) : Altice France, s'appuie sur le talent de ses collaborateurs pour garantir des solutions innovantes	Rémunérations, organisation et conditions de travail optimales, dialogue social, formation et gestion des compétences, diversité	Des conditions de travail optimales pour les collaborateurs Développement des compétences et de l'employabilité des collaborateurs grâce aux formations proposées
Fournisseurs et partenaires : l'entreprise fait appel à des partenaires qui lui fournissent des logiciels, matériel informatique, etc	Achats responsables, relations durables, dialogue continu, coûts, délai de paiement, partenariats	Dialogue continu et responsable avec les fournisseurs pour promouvoir le développement durable tout au long de la chaîne de valeur, pratiques d'achats responsables avec une annexe RSE fournisseurs et un code d'éthique et d'engagement, efforts pour répondre aux besoins exceptionnels dus à la crise du coronavirus et au confinement des partenaires notamment associatifs
Investisseurs : Altice France mène une politique d'investissements qui l'amène à recourir à des emprunts	Trajectoire stratégique claire, croissance, innovation, transparence et visibilité, gestion des risques	Définition d'un modèle d'affaires financier et extra-financier, investissement dans les réseaux Très Haut Débit, croissance
Groupe : Altice France fait partie du groupe international Altice Europe NV qui opère notamment au Portugal et en Israël	Suivi de la stratégie globale du groupe, respect des réglementations en vigueur, réponse aux exigences et attentes des investisseurs et organismes régulateurs, croissance, objectifs RSE	Investissements dans les réseaux Très Haut Débit, stratégie de convergence, croissance
Institutions (ARCEP, CNIL, ANSSI, ADEME, CSA, AFA, collectivités, autres organismes de régulation) : Altice France répond aux obligations et demandes émanant des institutions françaises et européennes	Respect des réglementations en vigueur, politiques spécifiques en lien avec activités des différents organismes, respect des cadres de référence	Participation à des groupes de travail (ADEME et ARCEP notamment), Intervention de l'ANSSI lors du Cybermois
Clients B2C et consommateurs de contenus : Altice France répond aux besoins de ses clients grand public tout comme les téléspectateurs de ses chaînes de télévision	Fiabilité et accessibilité des réseaux, contenus et services de qualité et originaux, innovation, sécurité des données personnelles	Déploiement de la 5G, ouverture de chaînes locales, efforts pour répondre aux besoins exceptionnels dus à la crise du coronavirus et au confinement
Clients B2B : Altice France accompagne les entreprises dans leurs besoins numériques	Offres adaptées, fiabilité et accessibilité des réseaux, innovation, accompagnement de la transition digitale, cybersécurité	Efforts pour répondre aux besoins exceptionnels dus à la crise du coronavirus et au confinement, proposition d'une offre de reprise responsable de parc mobile

Zoom sur les collaborateurs

La présente Déclaration couvre le périmètre Télécoms et Médias, soit 11 749 collaborateurs à la fin de l'année 2020.

Altice France communique régulièrement avec les collaborateurs du groupe grâce aux articles nombreux et réguliers sur ses intranets qui leur offrent aussi la possibilité de commenter et d'échanger entre eux. Altice France entretient également le dialogue avec ses collaborateurs via des campagnes d'information génériques (newsletters), des campagnes de sensibilisation par emails, des ateliers et conférences en présentiel ou à distance. A titre d'exemple, cette année, tout comme en 2019, Altice France a organisé, sur

ses pôles Médias et Télécoms des campagnes spécifiques présentant les enjeux stratégiques et réalisations du groupe en matière de développement durable à l'occasion des semaines européennes dédiées (cf. 4.3 Un numérique plus responsable). De manière similaire et à la suite des semaines européennes du développement durable, Altice France a pris part au Cybermois national organisé par l'Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information (ANSSI) en octobre, organisant à cette occasion de nombreux cyber rendez-vous pour informer et sensibiliser le plus grand nombre aux risques de cyberattaques (cf. 4.4.b Ethique des affaires et des données).

NOS ENJEUX ET NOS OBJECTIFS, AU SERVICE D'UNE PERFORMANCE DURABLE

Indispensable levier de pilotage des risques RSE, la cartographie des risques constitue le socle de la stratégie de gestion des risques. Elle est aussi l'occasion de mesurer les impacts négatifs potentiels sur la réalisation des ODD et ainsi de prendre des engagements et dispositions sur ces derniers pour permettre leur réalisation. 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.

1

La démarche RSE d'Altice France s'est appuyée dans un premier temps sur l'identification de ses enjeux extra-financiers. Cette étape a permis d'identifier des actions autour des sujets les plus significatifs pour l'activité d'Altice, tout en prenant en compte les attentes de ses parties prenantes.

Cette année, Altice France a décidé d'identifier parmi ses enjeux extra-financiers préalables ceux considérés comme des risques extra-financiers. Pour cela, l'entreprise s'est appuyée sur l'analyse des risques du groupe Altice France réalisée chaque année par le biais d'entretiens avec les collaborateurs directement rattachés aux membres du Comité Exécutif.

L'analyse des risques a permis, d'identifier les risques bruts inhérents 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.

2

Dans un second temps, à chaque facteur de risque identifié par la Direction ont été associés un ou plusieurs enjeux extra-financiers. Cette étape a permis d'identifier et de hiérarchiser les enjeux extra-financiers du groupe.

3

De plus, les enjeux importants et sectoriels ont également été ajoutés (indicateurs SASB, benchmark sectoriel).

Sur la base de cette analyse, un classement a été réalisé par rapport au nombre d'occurrences de l'enjeu dans l'analyse des risques du groupe. Altice France a donc pu considérer les enjeux suivants comme des risques extra-financiers :

- ▲ l'accessibilité des services ;
- ▲ la sécurité et la confidentialité des données des clients ;
- ▲ la continuité d'activité (fiabilité et continuité des systèmes) ;
- ▲ l'emploi et les relations sociales ;
- ▲ la gestion prévisionnelle des emplois et compétences (recrutement et rétention des collaborateurs, formation, développement du capital humain) ;
- ▲ la diversité, égalité des chances et non discrimination ;
- ▲ les droits de l'Homme ;
- ▲ l'éthique des affaires ;
- ▲ les achats responsables (performance de la chaîne de valeur) ;
- ▲ l'efficacité énergétique et la consommation d'énergie ;
- ▲ l'économie circulaire et la gestion des déchets ;
- ▲ le changement climatique et les émissions de gaz à effet de serre (GES).

De plus, 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 vigilance¹.



Les politiques et actions d'Altice France pour prévenir ou atténuer ces risques extra-financiers sont présentées dans le reste de ce document.

1) Cf. Plan de vigilance d'Altice France

NOS ENGAGEMENTS

Introduction

Altice France, mobilisation et engagement solidaire dès les premiers jours de la crise sanitaire

La sécurité des salariés du groupe :
une priorité absolue



Généralisation du télétravail
**avec passage de 2 000 à 10 000
connexions VPN/Jour**
1 400 PC et accès distants
supplémentaires configurés.



Rotation des équipes
sur sites et en télétravail
pour permettre le bon
fonctionnement des activités
essentielles.



Mesures strictes appliquées aux médias plus que jamais mobilisés
pour répondre au besoin d'information des Français.

Un réseau renforcé avec des déploiements maintenus
chaque fois que cela était possible au 1^{er} confinement



16 mars Activation
du Plan
de Continuité
d'Activité



**Mobilisation des équipes en
3x8, 24 /7,**
à l'exploitation et
à la maintenance
des infrastructures filaires et
mobiles.

#TousEnWiFi

Appel au civisme numérique

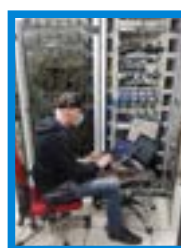
4G+
à la Réunion



Levée de pylônes
le 2 avril à Argentières
et à Eblange



Augmentation de
la bande passante
pour la Mairie
de Cannes



Intervention et déploiements des réseaux fixe et mobile



de prises éligibles
(FTTH/FTTB)
en avril 2020

577 000

logements et locaux professionnels
rendus raccordables à la Fibre (FTTH/FTTB)*

1 056

antennes déployées*

1 711

communes ouvertes en 4G+*

* Chiffres cumulés en mars et avril 2020

Continuité d'activité



Dans le cadre de la gestion de crise sanitaire du Coronavirus, Altice France a mobilisé la « cellule de crise COMEX¹ » et déclenché son Plan de Continuité d'Activité (PCA) afin de garantir la protection de son personnel et le maintien de ses activités Télécoms et Médias. Vingt-deux Responsables de la Continuité d'Activité (RPCA) des différentes filiales (dont l'outre-mer), des directions métier et fonctions supports se réunissent chaque semaine à minima au sein d'un comité de pilotage, afin de relayer les décisions prises au niveau COMEX à leurs équipes. La communication de crise est notamment assurée auprès de l'ensemble des collaborateurs.

Une campagne de mise à jour des PCA a été menée, adaptée à cette crise pandémique et a donné lieu au partage de bonnes pratiques dans le groupe.

Le PCA a entraîné l'adaptation de l'organisation du travail avec le recours massif au télétravail étendu à la grande majorité des collaborateurs et à la mise en place d'un protocole sanitaire strict au sein de l'entreprise, avec notamment la distribution de près de 1 400 000 masques de protection, doublés de visières pour les commerciaux en boutiques et quelques 2 000 flacons de gel hydro-alcoolique pour les itinérants techniques et commerciaux. Enfin, les personnels essentiels ont bénéficié conformément aux directives gouvernementales de justificatifs de déplacement professionnels afin d'assurer le maintien en condition opérationnelle des réseaux.

Les activités de télécommunications ont répondu à l'urgence sanitaire avec la continuité dans la connectivité, en termes de disponibilité et de qualité de service pour l'ensemble des clients, la capacité des réseaux a été augmentée, la relation clientèle a été dotée de moyens supplémentaires et la vigilance de cyber-sécurité a été renforcée.

La continuité des activités d'Altice France a été assurée tant sur ses activités Télécoms que Médias.

Tout au long de l'année, la Direction s'est attachée à maintenir un lien direct et de proximité avec les salariés du groupe. Plusieurs dispositifs ont ainsi été mis en place pour accompagner les collaborateurs durant cette période particulière².



Sécurité de l'information et anti-piratage

Une équipe de veille sécurité a été mobilisée tout au long de l'année sur la crise sanitaire du Covid-19, afin de fournir des informations pertinentes et utiles à la continuité d'activité.

Accompagnement renforcé des clients entreprises et actions solidaires

Des solutions déployées en urgence notamment auprès de

augmentation de la bande passante, mise en place de numéro vert, solution de sécurité, softphonie...

1) COMEX : Comité Exécutif

2) Cf. 4.2.c Promouvoir le dialogue



En parallèle et pour apporter son soutien à ses clients face à cette situation inédite, SFR a proposé gratuitement un service de protection contre les attaques informatiques à près de 100 entreprises et établissements publics afin de mieux sécuriser leurs activités durant la pandémie. Cette démarche a permis de mettre en service la supervision contre les attaques de déni de service DDOS sur les liens Internet de ces clients grâce à l'offre Cybershield.

Engagement sans précédent

en faveur des publics fragiles pendant toute la période inédite de crise

Don de 102 000 recharges prépayées, 23 000 téléphones et smartphones avec appels et SMS illimités, et 1 million de Go de data pour les personnes exclues du numérique.



Recharges prépayées 1 million de Go de Data



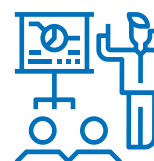
Fondation Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France

Plus de 575 000 euros collectés via une campagne SMS d'appel aux dons auprès des 15 millions d'abonnés SFR.

Appel aux dons par RMC et reversement des revenus du sponsoring de la séquence « #20h on applaudit » par BFMTV.

Organisation de deux e-tournois caritatifs sur le jeu vidéo de football « FIFA 21 ».

Appels aux dons diffusés sur les chaînes du groupe **au profit de la Fondation des Femmes.**



Participation des chaînes BFM et RMC à l'opération du Ministère de l'Éducation Nationale, « **Nation Apprenante** » des contenus pédagogiques pour tous.



Lancement de la plateforme d'engagement solidaire auprès des salariés « Tous confinés, tous engagés ».



Aux côtés de « Sport dans la Ville » pour lui permettre de communiquer gratuitement par SMS avec les 7 000 jeunes qu'elle accompagne de mars à décembre 2020.

Fourniture de centaines de tablettes aux établissements médico-sociaux suite à l'appel de la Secrétaire d'État chargée des Personnes handicapées ainsi qu'aux hôpitaux et aux EHPAD.



Don de 500 box 4G équipées de cartes SIM et 400 000 Giga de Data aux structures collectives de l'Aide Sociale à l'Enfance en partenariat avec Adrien Taquet, Secrétaire d'Etat chargé de la Protection de l'Enfance.



100 centres de l'ASE ont bénéficié d'un abonnement gratuit d'un an à RMC Sport, pour permettre aux jeunes d'accéder à la Champions League et les aider à traverser la période du couvre-feu. L'appel aux dons a été réalisé sur les réseaux sociaux par Mohamed Bouhafsi, directeur du pôle football chez RMC, BFMTV et RMC Sport.



SFR a fait don de 400 cartes SIM et 10 000 Go de data à l'Assistance Publique - Hôpitaux de Paris (AP-HP) afin de connecter les tablettes utilisées dans le cadre du dispositif de dépistage COVISAN.

Aux côtés des clients à chaque instant :

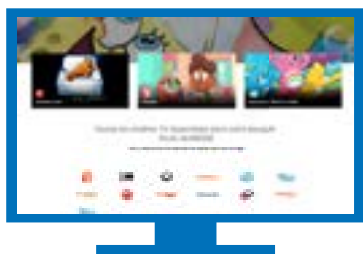
« vous pouvez compter sur nous »

Enrichissement des offres

avec l'activation gratuite des bouquets :

« Plus Jeunesse » et

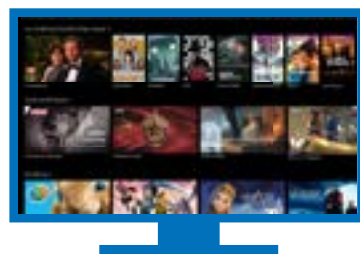
« Divertissement & Découverte

**Création de 2 nouveaux programmes**

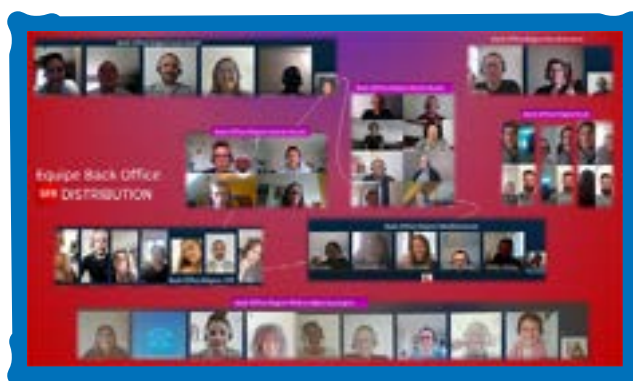
sur les interfaces TV et Mobile de la SFR Box 8 :

« Le cinéma s'invite chez vous »

et « Culture&Vous »

**Equipe Back Office pleinement mobilisée**

pour honorer les commandes et raccorder les clients à la Fibre

**Agilité et réactivité du Service Client :**

passage massif au télétravail,
nouveaux horaires, extension des
compétences aux questions techniques
et prise en charge prioritaire du
personnel soignant via un N° vert



**Poursuite de la mission prioritaire d'information
en temps réel des chaînes** du groupe et création
éditoriale :

**BFM
BUSINESS****RMC****BFM
TV**

BFM Business « *La France qui résiste* »,
RMC « *RMC Mobilisation générale, plus forts
ensemble* », BFMTV « *#20h On applaudit* »...

**Médias** (toutes les antennes)

Durant toute la crise sanitaire, et particulièrement durant les périodes de confinement instaurées en France, les chaînes du groupe étaient mobilisées au service des Français, en bouleversant leur grille, leur programmation et en ouvrant largement leurs antennes.

Dès le mois de mars, les chaînes du groupe ont mis en place un dispositif de « mobilisation générale », en réorganisant leurs antennes et leurs équipes de rédaction et de production.



Des événements exceptionnels

- ▲ « La Grande consultation – les médecins répondent », le 23 avril.
- ▲ Entretien avec Martin Hirsch, président de l'AP-HP, le 21 avril.

Des interactions avec le public intégrées durablement

- ▲ « BFMTV répond aux questions des téléspectateurs » : les journalistes de la rédaction de BFMTV répondent à des questions concrètes au bénéfice de tous.
- ▲ « RMC Mobilisation générale, plus forts ensemble » : un nouvel espace d'échange et de proximité.

Des initiatives spécifiques au contexte de la pandémie

- ▲ Opération spéciale « Le Lien », lancée dès le mois d'avril, les Français avaient la possibilité d'enregistrer des messages personnels à destination de leurs proches éloignés ou isolés pour maintenir le contact.
- ▲ Dispositif « Racontez-nous » : les Français ont pu rendre compte eux-mêmes de leur vie au quotidien lors du premier confinement sur l'antenne de BFMTV.
- ▲ De nombreuses initiatives sur les antennes BFM Régions pour rendre compte du témoignage au quotidien de leurs téléspectateurs (« Ma vie confinée jour X... », « Bons Plans »), mais aussi des initiatives solidaires nées durant le confinement (« Solidarité Covid IDF ») et pour répondre aux questions les plus immédiates (« Éclairage sur les droits de chacun », en partenariat avec les avocats du barreau de Paris).
- ▲ BFM Paris a également mis en place dès le 7 avril une série de rendez-vous dans la matinale « Bonjour Paris » dédiés à l'accompagnement des téléspectateurs, « Franciliens tous ensemble ! ». Le public y était invité à poser toutes ses questions, qui trouvaient réponse à l'antenne. Professionnels et personnalités en charge, des questions de santé, des questions sociales ou questions économiques, se sont mobilisés pour répondre à l'ensemble des interrogations des téléspectateurs. Cette initiative a été remise en place lors du second confinement sous le titre « Vos Droits ».
- ▲ La chaîne d'informations économiques et financières BFM Business a réaménagé son antenne lors du premier confinement pour être aux côtés des entreprises et des acteurs de la vie économique, les accompagner et les soutenir dans la gestion de la crise au quotidien et favoriser toutes les conditions de la reprise économique après la fin du confinement.

Campagnes pour la protection des plus fragiles

- ▲ Des antennes d'Altice Média (BFMTV, RMC, RMC Story, BFM Régions) ont participé par la diffusion de clips dédiés à une campagne du gouvernement visant à lutter contre les violences faites aux enfants durant le premier confinement.
- ▲ Violences faites aux femmes : les chaînes ont diffusé gracieusement un spot TV et Radio à l'occasion de la journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes.

4.1. Des engagements sociétaux nombreux et concrets




▲ Diversité, égalité des chances et non-discrimination
▲ Emploi et relations sociales

Objectifs :

- Accompagner 10 000 jeunes par an dans leur réussite professionnelle grâce au soutien d'associations
- Soutenir le développement des associations partenaires de la Fondation SFR dans chaque région de France
- Accroître la mobilisation des salariés autour des engagements sociétaux du groupe
- Favoriser la diversité dans les Médias en développant des partenariats associatifs

Il est naturel pour un grand groupe de donner à la responsabilité sociale de l'entreprise et à l'engagement toute la place qu'ils méritent. Chaque année, Altice France s'engage 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.

4.1.a. Altice France s'engage en faveur de l'égalité des chances

L'engagement en faveur de l'égalité est au cœur de l'identité d'Altice France. Depuis 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 volets 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 clients.

Soutenir l'insertion professionnelle des jeunes issus de milieux modestes

Des partenariats avec des acteurs de référence

Créée en 2006, la Fondation SFR agit chaque jour en faveur des publics fragiles pour promouvoir l'égalité des chances. Grâce à un triple mécénat en nature, financier et de compétences, elle a déjà **soutenu plus de 1 000 projets et a reversé aux associations partenaires plus de 15 millions d'euros** au titre du mécénat financier. Elle agit en faveur de la réussite professionnelle des jeunes issus de milieux modestes et concentre son action sur des vecteurs efficaces comme le sport, l'accès au numérique ou le développement personnel. La Fondation SFR a ainsi noué des partenariats avec des associations dont l'action est reconnue dans ce domaine telles qu'**Article 1¹, Sport dans la Ville², Rêv'Elles³, La Cravate Solidaire⁴, L'Ascenseur⁵** ou encore **Mozaïk RH⁶**.



Article 1 : née au sein de SFR en 2004, l'association 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 16 ans, 1 700 jeunes mentorés ont été accompagnés individuellement par près de 1 500 salariés de SFR engagés. 16 salariés ont fait du mentorat en 2020.**

1) <https://article-1.eu/>

2) <https://www.sportdanslaville.com/en/>

3) <http://www.revelles.org/>

4) <http://lacravatesolidaire.org/>

5) <https://lascenseur.org/>

6) <https://mozaikrh.com/>



Sport dans la Ville : la Fondation SFR est partenaire depuis 8 ans de Sport dans la Ville, principale association d'insertion par le sport en France. Les programmes « Job dans la Ville » et « Entrepreneurs dans la Ville » permettent d'offrir aux jeunes un accompagnement dans leur éducation, leur orientation et leur entrée dans la vie active. **1 640 jeunes ont suivi le programme Job dans la Ville et 94 entrepreneurs ont été accompagnés dans le cadre d'Entrepreneurs dans la Ville (48 entreprises créées et 5 promotions à Lille, Marseille, Paris, Lyon et Saint-Etienne).**



L'Ascenseur : SFR est le partenaire numérique de l'Ascenseur, 1^{er} lieu européen dédié à l'égalité des chances, situé au cœur de Paris. Il regroupe une vingtaine d'associations dédiées à l'égalité des chances et offre ainsi un parcours unique pour les bénéficiaires en liant tous les maillons lors de l'accompagnement de la petite enfance jusqu'à l'âge adulte.



La Cravate Solidaire : grâce au soutien de la Fondation SFR, 200 jeunes ont été accompagnés en 2020 par la Cravate Solidaire, qui a pour mission de faciliter l'accès à l'emploi de personnes en insertion professionnelle en luttant contre les discriminations liées à l'apparence.



Mozaïk RH : pour faire face à la crise économique liée au Covid-19, Mozaïk RH a créé le programme « Propulsion », un cursus renforcé de préparation à la recherche d'emploi et d'alternance afin de répondre aux problématiques des jeunes diplômés.

Enfin, dans le cadre de son engagement dans le dispositif « La France une chance, les entreprises s'engagent », **SFR a décidé d'accueillir, chaque année, des élèves issus des Quartiers Prioritaires de la politique de la Ville (QPV) pour leur stage de 3^{ème}.** À ce titre, SFR collabore avec l'association « Tous en Stage », qui permet aux collégiens de réaliser un stage collectif et mutualisé entre plusieurs entreprises. Pour la première fois en février 2020, le groupe a accueilli une vingtaine de stagiaires et a organisé une journée sur-mesure au cours de laquelle ils ont notamment assisté à l'enregistrement de l'émission « Les Grandes Gueules » sur RMC, participé à un Atelier sur les Fake News animé par un journaliste de BFMTV et visité le centre de supervision de SFR.

SFR finance également l'intégralité d'un programme opéré par Entreprendre pour Apprendre¹ qui permet de rapprocher le monde de l'entreprise et celui de l'éducation en aidant les élèves de SEGPA à avoir les bons outils et les bonnes informations pour faciliter leur entrée dans le monde professionnel. Il est mis en place de la 4^{ème} jusqu'à la fin de la 3^{ème} avec la participation de plusieurs acteurs engagés du territoire et s'articule autour de trois axes : découverte du monde de l'entreprise et orientation, renforcement des compétences professionnelles et renforcement des capacités psychosociales. Le dispositif est soutenu par l'Education nationale qui souhaite l'étendre à tout le département de la Seine-Saint-Denis (93). Sur l'année scolaire 2020/2021, 17 collèges et 434 jeunes bénéficient de cet accompagnement.

Lancement de la première plateforme d'E-bénévolat en France

leDéclic

En novembre 2020, la Fondation SFR, en partenariat avec WeTechCare a lancé « Le Déclic », la première plateforme d'E-bénévolat en France, qui associe innovation numérique et sociale. Cette plateforme met en relation des jeunes ayant besoin de conseils sur leurs candidatures avec des salariés d'entreprises volontaires. Cet événement retransmis depuis les studios d'Altice France fut co-animé par Alain Weill, Président-directeur général d'Altice France et Jean Deydier Directeur et fondateur de WeTechCare avec

le soutien de Sarah El Haïry, Secrétaire d'État chargée de la Jeunesse et de l'Engagement et de Thibaut Guilluy, Haut-commissaire à l'emploi et à l'engagement des entreprises au Ministère du Travail.

Engagée depuis sa création sur des projets favorisant l'inclusion numérique et la réussite professionnelle des jeunes issus de milieux modestes, la Fondation SFR a commencé à déployer le dispositif au sein du groupe SFR fin 2019. Plus de 100 collaborateurs du groupe se sont engagés sur « Le Déclic » et ont accompagné 600 jeunes.

1) <https://www.entreprendre-pour-apprendre.fr/>

Programmes dédiés à l'orientation des jeunes filles



Altice France est **pleinement mobilisé en faveur de l'insertion professionnelle des jeunes filles** au travers des initiatives qu'il soutient, notamment via la Fondation SFR. Rêv'Elles propose, par exemple, un programme d'accompagnement innovant de 9 mois d'aide à l'orientation, à destination des jeunes filles de 14 à 20 ans. En 2020, l'association a accompagné 148 nouvelles bénéficiaires et 350 alumni 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 d'Altice France (SFR, BFMTV, BFM Business, RMC Story et RMC Découverte). Elle apporte également son soutien au développement de nouveaux territoires, comme Lyon en 2020.

4 événements ont été organisés en 2020 :

- ▲ 10 jeunes filles ayant suivi le programme Rêv'Elles ont rencontré le 10 février Brigitte Macron, Présidente de l'Association Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France, qui a été accueillie sur l'Altice Campus dans le cadre de l'opération Pièces Jaunes¹;
- ▲ 4 jeunes filles ont rencontré Jean-Michel Blanquer, ministre de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports, à l'occasion de la journée internationale du droit des femmes le 9 mars ;
- ▲ 16 jeunes filles ont passé la journée au sein de l'Altice Campus avec une vingtaine de salariés du groupe (simulation d'entretien avec des RH et découverte des métiers) en février 2020 ;
- ▲ 13 jeunes Lyonnaises ont passé la journée en visio-conférence avec des salariées SFR pour le lancement du programme Rêv'Elles à Lyon en octobre 2020.

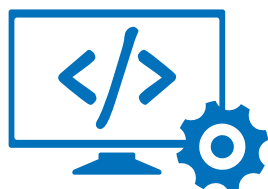
Au total, 33 salariées se sont engagées aux côtés de Rêv'Elles en 2020, dont Aïda Thouri, journaliste pour RMC Story, qui est la marraine de Rêv'Elles.

Par ailleurs, grâce à la Fondation SFR, Rêv'Elles a été mise en contact avec Emmaüs Connect permettant la distribution de 87 dons de matériel informatique.

SFR a également soutenu en 2020 **le programme « L Dans La Ville », dédié aux 1 400 jeunes filles** suivies par l'association de Sport dans la Ville. Il s'attache à remplir deux objectifs pour accompagner les jeunes filles sur le chemin de la réussite et de l'emploi :

- ▲ leur proposer un suivi personnalisé dans leurs choix d'orientation professionnelle ;
- ▲ leur faire découvrir les secteurs et les corps de métiers en recherche de féminisation de leurs effectifs.

Insertion professionnelle dans les métiers du numérique



À travers sa Fondation, SFR soutient EDEN School², toute première école de formation au digital qui propose une formation au métier de développeur web et mobile. Ne requérant aucun diplôme à l'entrée, elle s'adresse aux élèves de moins de 18 ans sortant de troisième ou de seconde et en situation de décrochage scolaire, pour lesquels l'offre de formation existante peut s'avérer inadaptée. Sur l'année 2019-2020, 36 jeunes étaient inscrits à la formation.

SFR soutient l'association Les Plombiers du Numérique³, qui propose deux formations pré-qualifiantes destinées à de jeunes adultes déscolarisés : une nouvelle formation au métier de « Technicien Data Center » en Seine-Saint-Denis et une seconde formation au métier de « Technicien déploiement à la fibre » dans un centre de formation situé au cœur d'un Quartier Prioritaire de la Ville à Meaux en Seine-et-Marne. L'objectif est de former pendant 3 ans, entre avril 2020 et avril 2023, plus d'une centaine de jeunes sur chaque métier. En 2020, 24 jeunes ont déjà été formés.

1) <https://www.fondationhopitaux.fr/>

2) <https://www.edenschool.fr/>

3) <http://lesplombiersdunumeriques.site/>

Mobiliser les salariés et les clients en faveur de l'égalité des chances

L'implication des salariés constitue la clé du succès de l'engagement d'Altice France. Ceux-ci peuvent s'engager de trois manières :

▲ **Le parrainage d'une association** : les salariés peuvent présenter un projet associatif qui leur tient à cœur afin que celui-ci bénéficie d'un financement de 5 000€ de la Fondation SFR. Depuis sa création en 2005, ce sont plus de 1 000 actions associatives qui ont ainsi été soutenues. En 2020, 27 associations ont été sélectionnées pour leur action en faveur de l'insertion sociale et professionnelle, dont 3 qui ont été élues « coup de cœur des salariés » (507 votants) et ont ainsi bénéficié d'une subvention de 10 000€ (AREVE¹, Chiens Guides d'Aveugles d'Île-de-France² et Mon Ame Sœur³).

▲ **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 tout en étant payé par l'entreprise. 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 400 missions disponibles, proposées par 200 associations. Plus de 1 100 salariés sont inscrits sur la plateforme.

▲ **Le tutorat** : le groupe donne la possibilité aux salariés de devenir tuteurs ou parrains de jeunes issus de milieux modestes ou en situation de fragilité, que ce soit de manière ponctuelle ou sur du plus long terme. 15 salariés ont tutoré des jeunes de l'association Article 1 en 2020.

Plus de
1 000
actions associatives
soutenues depuis 15 ans

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 euro par mois est facturé au client et est intégralement reversé à l'association**. Près de 53 000€ ont été reversés à Emmaüs Connect⁴ en 2020. 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 Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France afin d'améliorer le quotidien des patients, des soignants et des aidants au sein des hôpitaux.

1) <https://areve33.wordpress.com/>

2) <https://www.chiens-guides-idf.fr/>

3) <http://mon-ame-soeur.fr/>

4) <https://emmaus-connect.org/>

Promouvoir la diversité

Convaincu que la diversité est facteur de dynamisme social, d'innovation et d'efficacité économique, Altice France l'a inscrite au cœur de sa politique de responsabilité sociétale.

Altice France 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/chaînes du groupe.

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

Par ailleurs, BFMTV a cofondé « Vu des Quartiers »¹ 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 développé en 2020 et sera mis en ligne en 2021.



Par ailleurs, BFM et RMC sont partenaires de 2 classes préparatoires aux concours des écoles de journalisme. Ces formations dispensées à travers « La Chance » et la « Prépa Égalité des Chances » de l'Ecole

Supérieure de Journalisme de Lille² sont gratuites et réservées aux étudiants boursiers. L'objectif est de promouvoir la diversité au sein des écoles de journalisme. 83 jeunes sont accompagnés sur l'année scolaire 2020-2021.

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. « diversifiezvosTalents.com » s'appuie sur des technologies innovantes et éprouvées :

- ▲ des tests développés par les experts de la psychologie du travail d'AssessFirst³;
- ▲ un algorithme de matching qui fait le lien entre les profils pertinents et les offres d'emploi disponibles sur la plateforme.

L'engagement d'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'alternants⁴.

mozaïk^{RH}
— Diversifiez vos Talents —



1) <https://vudesquartiers.fr/>

2) <http://esj-lille.fr/index.php>

3) <https://www.assessfirst.com/fr>

4) Cf. 4.2.2 Promouvoir la diversité

4.1.b. Altice France s'engage pour favoriser l'inclusion numérique



▲ Diversité, égalité des chances et non-discrimination
▲ Emploi et relations sociales

Objectifs :

- Développer l'inclusion numérique dans les territoires et les accompagner dans la formation des aidants numériques
- Equiper 2 000 personnes par an grâce aux dons de SFR sur LaCollecte.tech
- Offrir 20M€ de recharges prépayées sur 5 ans afin de connecter les plus fragiles
- Ouvrir 16 espaces de solidarité numérique Emmaüs Connect d'ici à 2025
- Equiper, connecter et former 100 000 personnes d'ici 2025 avec Emmaüs Connect

En tant qu'acteur majeur des Télécoms en France, SFR est convaincu que tous les citoyens doivent avoir un accès égal aux services numériques, d'autant que l'accès à la téléphonie mobile et à 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. C'est la raison pour laquelle SFR a choisi de participer à la création d'Emmaüs Connect il y a près de 10 ans, puis d'être le partenaire de son association « sœur », WeTechCare¹, qui accompagne les territoires dans leur stratégie d'inclusion numérique. SFR a, en effet, fait un choix pionnier à une époque où l'inclusion numérique n'était pas encore identifiée comme une urgence sociale.

SFR et Emmaüs Connect, pionniers de l'inclusion numérique



Grâce à SFR, son partenaire fondateur, Emmaüs Connect développe depuis 2013 des programmes de sensibilisation, de formation et d'accompagnement des personnes en situation de précarité numérique et sociale. Grâce aux 4 M€/an de dons en nature de SFR, Emmaüs Connect met à leur disposition des ressources téléphoniques et un accès à Internet à des conditions avantageuses. À travers ses 13 espaces de solidarité numérique situés dans 11 villes de France, Emmaüs Connect a équipé et connecté 7 427 personnes en 2020 (hors opérations liées au Covid-19), dont 4 472 nouveaux bénéficiaires. 2 593 personnes ont également été accompagnées et formées aux usages du numérique en 2020.

De plus, avec le soutien de SFR, Emmaüs Connect a développé dès 2018 des parcours d'accompagnement aux compétences numériques de base pour les demandeurs d'emploi. Cette formation de 32h permet à la fois d'impulser une dynamique positive dans l'insertion socio-professionnelle de ces publics et une autonomie numérique durable. En 2020, malgré le contexte sanitaire, 554 personnes ont participé à ce programme.

L'épidémie de Covid-19 et les mesures de confinement ont mis en lumière la fracture numérique et la fragilité des personnes exclues du numérique. C'est pourquoi, SFR a mis en œuvre un plan d'urgence aux côtés d'Emmaüs Connect. SFR a ainsi fait don de 102 000

recharges prépayées, 23 000 téléphones et smartphones avec appels et SMS illimités, et 1 million de Go de data pour que les plus modestes puissent communiquer avec leurs proches, alerter les secours en cas d'urgence, continuer à s'informer et suivre les cours à distance.

Plus de 900 structures associatives et établissements scolaires, parmi lesquels l'Armée du Salut², le Secours Catholique³, la Fondation Abbé Pierre⁴, la Mission de lutte contre le décrochage scolaire⁵, l'Ecole de la 2^{ème} Chance⁶, ainsi que de nombreux lycées, collèges et écoles ont pu être accompagnés dans le cadre du dispositif Connexion d'Urgence.

1) <https://wetechcare.org/>

2) <https://www.armedusallut.fr/>

3) <https://www.secours-catholique.org/>

4) <https://www.fondation-abbe-pierre.fr/>

5) <https://eduscol.education.fr/1284/mission-de-lutte-contre-le-decrochage-scolaire>

6) <https://reseau-e2c.fr/>



Par ailleurs, SFR s'est engagé aux côtés du Secrétariat d'Etat chargé de la Protection de l'Enfance, afin d'équiper les structures collectives de l'Aide Sociale à l'Enfance (ASE) et a fait don de 500 box 4G équipées de cartes SIM, comprenant 200 Go de data par mois, pendant 4 mois. Grâce aux 400 000 Gigas de data offerts par SFR, plus de 5 000 enfants et adolescents protégés ont pu échanger avec leurs enseignants et suivre l'intégralité des cours dispensés par visio-conférence.

Structurer et outiller des réseaux d'inclusion numérique avec WeTechCare

SFR et WeTechCare accompagnent les opérateurs de service public, les collectivités et les acteurs de l'insertion dans leur stratégie d'inclusion numérique, grâce à une double ingénierie de services : deux plateformes d'apprentissage en ligne pour faciliter l'accompagnement et une activité de conseil. Dans le cadre de ses réponses aux appels d'offres pour le déploiement de la Fibre au travers de Délégations de Service Public, SFR propose, grâce à l'aide de WeTechCare, d'accompagner les Départements (Pyrénées-Atlantiques, Hautes-Alpes) dans la mise en œuvre de leur stratégie territoriale d'inclusion numérique : diagnostic des besoins et des ressources existantes, stratégies numériques (parcours, acteurs, outils, etc.) et co-construction de réseaux d'inclusion numérique sont des exemples de cet accompagnement.



4.1.c. Altice France s'engage pour agir au service de la santé



- ▲ Diversité, égalité des chances et non-discrimination
- ▲ Emploi et relations sociales

Objectifs :

- Renforcer le partenariat avec la Fondation Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France en utilisant les leviers de communication de l'ensemble des entreprises d'Altice France afin d'optimiser les dons collectés



FONDATION
Hôpitaux de Paris
Hôpitaux de France
Reconnue d'utilité publique

Le groupe est partenaire de la Fondation Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France depuis 10 ans, avec notamment le soutien de l'opération Pièces Jaunes. D'une part, l'entreprise collecte des fonds pour l'opération grâce à une campagne de SMS diffusée à près de 10 millions d'abonnés, qui peuvent faire un don de 2 euros par SMS débités sur leur facture téléphonique. D'autre part, SFR met des tirelires à la disposition des salariés au sein de l'Altice Campus.

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. Les 67 000€ collectés en 2019 ont permis la création d'un espace de « Transition » pour des jeunes atteints de cancer dans le Centre Léon Bérard de Lyon.



En 2020, grâce à sa campagne SMS d'appel aux dons, SFR a collecté plus de 62 000€ au profit de la Fondation Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France. Brigitte Macron, Présidente de la Fondation Hôpitaux de Paris - Hôpitaux de France a été accueillie sur l'Altice Campus, en février 2020, à l'occasion de la remise du chèque pour soutenir l'opération Pièces Jaunes. Durant sa visite, les actions de la Fondation SFR en faveur de la réussite professionnelle des jeunes et de l'inclusion numérique ont été présentées à Madame Macron, avant qu'elle rencontre des membres de « Rêv'Elles » et des salariés de SFR investis dans la Fondation du groupe.

4.2. Une entreprise responsable

4.2.a. Promouvoir et accompagner les salariés




▲ La gestion prévisionnelle des emplois et des compétences

Indicateurs clés de performance :

- 706 recrutements en CDI en 2020
- 68% des salariés ont suivi une formation¹
- 597 mobilités et promotions en 2020
- 57% de moins de 30 ans parmi les nouveaux embauchés
- 22% d'alternants recrutés en CDD ou CDI à l'issue de leur parcours chez SFR
- 86% des étudiants recommandent Altice France

Recruter les talents et développer les potentiels de chacun

La Fabrique, au service du business et des salariés

Sur un marché en constante évolution, Altice France connaît une très forte dynamique portée par une stratégie pionnière de convergence entre les Télécoms et les Médias. Pour soutenir cette dynamique, le groupe a poursuivi ses recrutements ces dernières années, soutenus par une nouvelle marque employeur.

706
recrutements
en CDI en 2020



L'université des métiers d'Altice France, La Fabrique, a pour vocation de renforcer les expertises métier des équipes et de développer les compétences de demain, au service de l'excellence et de la performance collective. Elle accompagne le dynamisme du groupe pour préparer l'avenir avec l'appui des forces opérationnelles.

Dans ce cadre, le groupe a mis en place 10 filières d'expertise métier, parrainées par des directeurs opérationnels, permettant de proposer des formations exigeantes et pointues, au plus proche des besoins des salariés.

En 2020, 52% des salariés ont suivi au moins une formation. Sur SFR hors réseau de distribution, ce sont 68% des 7 609 salariés qui ont bénéficié de formations avec un taux de satisfaction de 80%¹.

EXPÉRIENCE CLIENT	VENTES	MÉDIAS	ANALYTICS	HIGH TECH
Marketing Relation Client	Commerce	Contenus Digitalisation de la Presse	Analyse Client Techniques Big Data	Réseau & SI
PILOTAGE ÉCONOMIQUE	MANAGEMENT	PROJET	SÉCURITÉ	AUTRES COMPÉTENCES
Finance	Manager ses collaborateurs	Pilotage de projets d'activité, de prestataires	Sécurité des personnes Sécurité de l'information Cybersécurité	RH, Achats & logistique, Audit, Anglais, Transfert de savoir, Bureautique

¹) Hors SFR Distribution et Média

L'accompagnement des mobilités

597

mobilités et
promotions
en 2020

La mobilité interne est rendue possible par un accompagnement quotidien des Responsables des Ressources Humaines (RH) opérationnel(le)s. Une équipe mobilité dédiée intervient, en support, pour mettre en œuvre les outils et les processus de mobilité performants. Elle propose des accompagnements individuels (ciblage projet professionnel, outils du marketing de soi, recherche de poste, etc.), mais aussi des ateliers collectifs « Elaborer un CV impactant » et « Préparer un entretien de mobilité ».

Enfin, Mosaïque, le portail RH du groupe, permet aux salariés de suivre leur performance individuelle et leurs objectifs, de gérer leur carrière grâce à une bourse de l'emploi, d'y déposer leur CV et d'exprimer des souhaits de mobilité. Une fonctionnalité récente permet désormais aux salariés de détecter les opportunités de mobilité interne correspondant à leurs compétences.

Favoriser l'emploi des jeunes

S'adapter à un marché en tension

Le groupe s'engage en faveur de l'emploi des jeunes et déploie, sur son pôle Télécoms, des programmes « accélérateurs de compétences » à destination des jeunes ingénieurs sur les métiers Radio, IP ou encore cybersécurité. L'objectif : diversifier les profils recrutés et pallier la rareté des compétences sur des métiers en tension. A leur arrivée dans les équipes, les jeunes rejoignent un parcours de formation complet afin d'accélérer leur montée en compétences et leur autonomie.

Dans une démarche d'amélioration de l'expérience candidat et du processus de candidature, le pôle Télécoms propose une solution d'analyse automatique de Curriculum Vitae (CV) : en deux clics seulement, les candidats déposent leur CV et accèdent automatiquement aux offres pouvant correspondre à leur profil (formations, expériences, compétences).



57%

de moins de
30 ans parmi
les nouveaux
embauchés

Une politique alternance et stage ambitieuse

447

alternants
recrutés
en 2020

Depuis de nombreuses années, Altice France mène une politique d'apprentissage volontariste.

Chaque année, le groupe accueille des étudiants issus de ses écoles partenaires sur tous ses métiers : Big data (Data Analyst, Data Scientist...), Cloud, Sécurité de l'information, Développement et Architecture Web, Marketing digital, Journalisme, Publicité, Commerce, Finance...



Les alternants et stagiaires forment une communauté et sont accompagnés pour vivre tout au long de leur expérience une véritable découverte du groupe et de ses métiers, à travers des cycles de conférences et des visites de site notamment.

Sur le pôle Télécoms, les étudiants sont conviés, au terme de leur alternance, à un forum interne dédié pour découvrir toutes les opportunités d'emploi du groupe et échanger avec les managers et recruteurs de l'entreprise.



En 2020, 22% des alternants ont ainsi pu intégrer le groupe à l'issue de leur formation.

Une enquête est menée chaque année auprès des stagiaires et alternants par l'organisme Choose-MyCompany. 86% des étudiants recommandent Altice France pour l'accueil, la progression professionnelle, l'intérêt des missions, la qualité du management, la fierté ou

encore le plaisir au travail. Altice France est labellisé « Happy Trainees » pour la 3^{ème} année consécutive.

Enjeux sociaux complémentaires



Créé il y a 20 ans au Maroc, Intelcia est un acteur majeur de l'externalisation avec plus de 16 000 collaborateurs répartis dans le monde. Le groupe est en effet présent dans 8 pays en Afrique et en Europe de l'Ouest et prévoit, depuis l'année 2020, de nouvelles implantations en Europe ainsi qu'une expansion dans les Amériques.

Porté par une ambition forte, Intelcia a rejoint le groupe Altice France en 2016, élargissant ainsi sa présence géographique et son offre de services d'externalisation. Elle propose ainsi des solutions et services de conseil dans la gestion de la relation clients B2C et B2B, l'externalisation de processus métiers et IT ou encore les services digitaux.

Les enjeux sociaux sont au cœur de la stratégie de responsabilité sociétale d'Intelcia, dont un des piliers majeurs est le développement et le bien-être de ses collaborateurs.

En 2020, pour ses opérations sur le marché francophone :

- ▲ Intelcia compte 16 379 employés au global (55% de femmes et 45% d'hommes) ;
- ▲ son taux d'entrée s'élève à 24% et son taux de sortie à 23% ;
- ▲ 91% de ses employés ont suivi au moins une formation ;
- ▲ 45% de ses managers sont des femmes, 55% sont des hommes.



Au-delà des enjeux sociaux identifiés¹, les parties prenantes d'Altice France s'intéressent à des thématiques connexes, notamment à la santé et sécurité des collaborateurs.

Grâce aux actions menées par le groupe pour garantir et renforcer la santé et la sécurité de ses collaborateurs², les taux de fréquence et de gravité des accidents du travail sont respectivement en 2020 :

- ▲ de 4,33% et 0,30% pour le pôle Télécoms ;
- ▲ de 5,39% et 0,07% pour le pôle Médias.

1) Ces enjeux sont listés dans les encadrés de la partie 4.2 Une entreprise responsable

2) Cf. Plan de vigilance d'Altice France

4.2.b. Promouvoir la diversité



▲ Diversité, égalité des chances et non-discrimination

Indicateurs clés de performance :

- Index égalité professionnelle en 2020 (cf. détail ci-dessous)
- 37% de femmes sur l'ensemble des embauches en 2020
- 35% des promotions attribuées à des femmes en 2020
- 256 salariés en situation de handicap
- 21 alternants en situation de handicap

Objectifs :

- Augmenter la représentativité des femmes dans les effectifs, le management et les promotions
- Réduire l'écart salarial entre les femmes et les hommes, avec une enveloppe budgétaire dédiée
- Augmenter le taux d'emploi
- Augmenter le nombre de personnes en situation de handicap avec l'engagement d'embaucher à minima 70 salariés TH d'ici à 2022



Assurer l'égalité entre les femmes et les hommes

Égalité professionnelle et conciliation vie professionnelle-vie privée

Signataire de la Charte de la Diversité dans l'Entreprise en 2007, Altice France est convaincu que la mixité professionnelle constitue un enjeu stratégique tant pour le développement des personnes que pour celui du groupe. L'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes s'inscrit, sur le pôle Télécoms, dans un **accord collectif sur l'égalité professionnelle et la conciliation vie professionnelle-vie privée**, avec la mise en œuvre de nombreuses actions concrètes.

- ▲ Des mesures correctives et une enveloppe spécifique de rattrapage salarial.
- ▲ Des actions de communication, formation et sensibilisation aux discriminations et à l'égalité des chances sont proposées aux RH, managers et salariés, dans le but de parvenir à une évolution durable des mentalités et des comportements en faveur de l'égalité professionnelle.
- ▲ Des dispositifs d'accompagnement de la parentalité, au nombre desquels une plateforme « Mes Solutions Family » donnant accès à 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 responsabilité ou encore l'accès des femmes aux filières techniques. Ainsi, **35%** des promotions en 2020 ont été attribuées à des femmes et **44%** des évolutions vers des postes de direction ont concerné des femmes.

37%
de femmes
sur l'ensemble des
embauches en 2020

Index égalité professionnelle
communiqué en 2020 :
93/100 UES SFR
87/100 SFR Distribution
91/100 UES Next

Égalité et parité au sein du pôle Médias

L'égalité entre les femmes et les hommes est également une priorité au sein du pôle Médias d'Altice France. Fin 2020, les femmes représentaient **56%** des effectifs CDI de BFMTV et **36%** de ceux de RMC.

Le pôle Médias d'Altice France s'est doté d'un Observatoire de la diversité qui suit la parité toute l'année sur ses antennes. Contrairement à la tendance générale, BFMTV avait une représentation des femmes en hausse durant le confinement (38,68% en mars, 39,9% en avril et 39,2% en mai).

De plus, RMC a adopté en 2020 une politique volontariste en faveur de la parité, avec la nomination de plusieurs femmes en présentation ou co-présentation et en ayant la seule matinale radio/TV de France incarnée par une femme en solo.

Lutte contre les agissements sexistes et les violences faites aux femmes

Altice France met en place des actions de prévention face aux agissements sexistes et harcèlement sexuel, parmi lesquelles :

- ▲ la signature par le pôle Médias d'Altice France de la Charte Pour les Femmes dans les Médias en 2019 ;
- ▲ des actions de sensibilisation menées en interne dans les différents Comités de Direction ;
- ▲ la mise à jour du volet dédié au harcèlement dans le cadre de la formation obligatoire des nouveaux managers aux risques psychosociaux ;
- ▲ des sessions d'information et de formation pour savoir réagir face au harcèlement de rue.



Au-delà de la politique volontariste menée au sein du groupe, les antennes de BFM et RMC ont largement contribué, en 2019, à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes, avec plus de **700 sujets et programmes consacrés à ces thématiques et la mise en valeur du numéro de référence 3919 pour les femmes victimes de violences**. Par ailleurs, RMC Story a consacré 9,3% de sa programmation à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes et RMC Découverte 7,6%. Ce sont les chaînes de télévision françaises qui y ont consacré les volumes horaires les plus importants.

Accompagner l'emploi des personnes en situation de handicap

Engagements en faveur des travailleurs en situation de handicap



Altice France a signé en novembre 2019 le premier **Manifeste pour l'inclusion des personnes handicapées** dans la vie économique, réaffirmant son engagement aux côtés d'une centaine d'autres entreprises.

Depuis plus de 20 ans, le groupe a pour ambition de promouvoir l'égalité des chances au travers d'engagements forts pour accompagner les salariés en situation de handicap, en termes de maintien de l'emploi, d'intégration, de sensibilisation et d'évolution professionnelle. Le groupe favorise également les emplois indirects à travers l'achat de services publics et de produits auprès d'entreprises du secteur protégé et adapté telles que Handicall¹, Log'ins² ou Ap'אים³.

En février 2020, l'ensemble des entités du pôle Télécoms ont signé le 1^{er} accord groupe, réaffirmant leur volonté de mobiliser tous les moyens nécessaires au recrutement et à l'intégration d'un plus grand nombre de salariés en situation de handicap. Cet accord prévoit des mesures ambitieuses en faveur de l'inclusion, parmi lesquelles :

- ▲ des dispositifs d'informations et d'accompagnement : un site Intranet, une hotline et une mission handicap dédiés ;
- ▲ des adaptations possibles du poste de travail, des horaires ou des missions ;
- ▲ un accompagnement spécifique dans l'évolution professionnelle des salariés : Validation des Acquis de l'Expérience, bilan de compétences...
- ▲ des aménagements pour les besoins de mobilité des collaborateurs : adaptation du véhicule, prise en charge du surcoût du permis de conduire...
- ▲ l'augmentation des autorisations spéciales d'absence et du montant des CESU pour les salariés reconnus handicapés ou ayant un enfant en situation de handicap.

256
salariés
en situation
de handicap

21
alternants
en situation
de handicap

1) <https://www.handicall.fr/>

2) <http://log-ins.fr/>

3) <http://www.apaips.com/>



Communication et sensibilisation des salariés

Des actions de communication et de sensibilisation sont également menées chaque année auprès des salariés pour changer le regard et les représentations associées au handicap. En 2020, à l'occasion de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes handicapées (SEEPH), Altice France a par exemple lancé une série de podcasts intitulée « 80%, le podcast qui donne la parole au handicap », pour laquelle des salariés ont accepté de partager leur histoire et leur vécu du handicap en entreprise.



Lors de la SEEPH, Altice France a également participé à **l'opération DuoDay**, en présence de Sophie Cluzel, Secrétaire d'État chargée des personnes handicapées et Jérémie Boroy, Président du Conseil National Consultatif des Personnes Handicapées (CNCPH). Des personnes en situation de handicap ont pu, à cette occasion, rencontrer des salariés volontaires des pôles Télécoms et Médias, qui ont partagé leur expérience et leur ont fait découvrir leur métier.



Par ailleurs, BFMTV, RMC Story et RMC Découverte ont été signataires le 3 décembre 2019 de la **Charte sur la représentation du handicap**, élaborée par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA). Cette charta vise à rendre plus visible la question du handicap dans les principaux médias français.

4.2.c. Promouvoir le dialogue





▲ Emplois et relations sociales

Indicateurs clés de performance :

- Taux d'engagement Altice France & Vous : 70,6%



Une entreprise en proximité de ses salariés

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

Altice France met en place un certain nombre d'actions pour favoriser l'échange avec les salariés et partager avec eux autour du projet, de la stratégie et des résultats du groupe :

- ▲ l'enquête annuelle « Altice France & Vous » vise à recueillir la perception des salariés des pôles Télécoms et Médias sur l'entreprise et leur environnement de travail et mesurer le niveau d'engagement des équipes. En 2020, l'enquête a démontré un engagement collectif très fort, avec un indice d'engagement de 70,6% ;
- ▲ des échanges sont régulièrement organisés entre les membres du Comité Exécutif et les 500 top managers du groupe. Et une session de questions réponses en ligne entre la Direction Générale et les salariés a lieu chaque année ;
- ▲ chaque année, les équipes RH vont à la rencontre des salariés afin de leur présenter une rétrospective des temps forts RH de l'année. Ce roadshow, « La Fabrique & Vous » s'est déroulé en 2020 de manière virtuelle auprès de l'ensemble des salariés du pôle Télécoms.

Une communication renforcée en temps de crise sanitaire

Face au caractère exceptionnel de la crise sanitaire et à ses conséquences économiques, la Direction et les organisations syndicales du pôle Télécoms ont signé un accord apportant des garanties importantes à l'ensemble des salariés, parmi lesquelles :

- ▲ pour les salariés placés en activité partielle, le maintien de leur rémunération mensuelle nette avec une prise en charge par l'entreprise du complément de l'allocation versée par l'Etat ;
- ▲ pour les commerciaux, la neutralisation de l'impact de la période de confinement sur la rémunération variable ;
- ▲ une prime brute de 200€ pour l'ensemble des salariés dont l'activité s'est poursuivie pendant la période de confinement afin de récompenser leur engagement ;
- ▲ le maintien des budgets alloués pour le bon fonctionnement des Comité Sociaux et Economiques (CSE).

À ces mesures, s'ajoute la prime exceptionnelle complémentaire de pouvoir d'achat de 1 000 euros bruts pour les salariés en CDI, CDD ou alternants, qui a récompensé, en décembre 2020, les efforts et l'engagement des salariés tout au long de cette année inédite.

Durant cette année inédite, la Direction s'est attachée à maintenir un lien direct et de proximité avec les salariés du groupe, à travers des emails réguliers d'informations et de partage de bonnes pratiques, la mise en place d'une rubrique Intranet dédiée ou encore la mise à jour régulière d'une FAQ, répondant à l'ensemble des questions que se posaient les salariés et leurs représentants. Des ateliers et webinaires dédiés ont également été proposés aux managers et aux collaborateurs, pour les accompagner dans cette situation inédite.

En outre, les dispositifs d'écoute et de soutien à la disposition des salariés ont été renforcés, avec notamment la mise en place d'une cellule d'écoute dédiée aux salariés en situation de handicap. Les permanences psychologiques ont pu s'effectuer à distance sur cette période.

Afin de permettre aux salariés en chômage partiel de développer leurs compétences dans cette période particulière, la Direction du développement RH a mis en place une offre de formation dédiée. Plus de 400 salariés des pôles Télécoms et Médias ont pu en bénéficier.

La promotion d'un dialogue social de qualité

La promotion d'un dialogue social de qualité entre les partenaires sociaux et la Direction générale est un élément important de la politique des Ressources Humaines du groupe Altice France. 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 et des Médias.

Ainsi, la volonté est de disposer d'un dialogue social pragmatique, efficace et agile qui permet de donner les moyens de fonctionnement à ses différents acteurs, en considération des intérêts et enjeux du groupe.

Ce qui se traduit notamment par d'importants moyens donnés au fait syndical dans les différents accords conclus qui définissent le dialogue social au sein du groupe. Mais aussi par la richesse des relations sociales développées avec les acteurs des instances nationales (CSE et CSEC, Comité de groupe)



et avec les Organisations Syndicales Représentatives via les coordinateurs syndicaux du groupe et les Délégués Syndicaux Centraux ou Délégués Syndicaux d'établissement de chaque entité. Altice France s'engage à garantir le respect de l'exercice des libertés syndicales et la prohibition de toutes formes de discriminations, notamment celles liées à l'exercice d'un mandat syndical ou de représentant du personnel.

Compte tenu de la répartition géographique des sites, Altice France a également institué des représentants de proximité au sein de certaines de ses entités afin de maintenir un dialogue social de qualité au plus près du terrain. Ces représentants de proximité ont vocation à être « les capteurs des remontées terrain » concernant l'environnement de travail direct des salariés. Ils sont à l'écoute des problématiques locales et les traitent en relation avec les sites concernés (RH, management, services généraux...).

La richesse du dialogue social maintenue en 2020

L'actualité sanitaire de 2020 n'a pas été sans conséquences sociales et a de fait considérablement mobilisé les différents acteurs sociaux : Managers, Equipes RH, Instances et Organisations Syndicales du groupe Altice France.

Des solutions de souplesse ont été trouvées pour adresser l'ensemble des problématiques réglementaires et leurs traductions opérationnelles. Ainsi, des rendez-vous réguliers d'une commission paritaire ad-hoc et de la Commission Santé, Sécurité et Conditions de Travail ont été programmés dès le premier semestre et jusqu'à fin 2020 sur certains périmètres, pour mettre en œuvre des solutions pragmatiques aux défis rencontrés par la pandémie mondiale de Covid-19.

Par ailleurs, des solutions ont été mises en œuvre pour permettre de tenir les réunions de CSE, de leurs commissions, ou les réunions des Représentants de Proximité à distance dans le contexte de crise sanitaire, avec notamment une solution d'outil de vote à distance en cas de besoin. Enfin, une nouvelle base de données économiques et sociales, plus intuitive dans son utilisation a été mise en place pour les représentants du personnel.

Ainsi, il a été possible en 2020 d'organiser au total 167 réunions de CSE, ainsi réparties :

CSE Central de l'UES SFR	28
CSE R&SI de l'UES SFR	20
CSE B2B de l'UES SFR	19
CSE B2C & FS de l'UES SFR	16
CSE SRR	14
CSE SFR Distribution	25
CSE de l'UES Next	34
CSE SMR	11

Malgré les spécificités de l'année 2020, 15 accords ont été signés sur différents thèmes, parmi lesquels :

- ▲ Le mécénat de compétences : applicable au 1^{er} janvier 2020, avec un Forfait temps mécénat donnant la possibilité aux salariés de s'engager entre 2 et 8 jours par an dans une ou plusieurs actions associatives et le Mécénat de fin de carrière permettant aux salariés proches de leur retraite de libérer 20% de leur temps de travail pour mettre leurs compétences personnelles et professionnelles au profit d'une association.
- ▲ Le Plan d'Épargne Retraite d'entreprise collectif (PERCOL) : véritable innovation sociale qui permet désormais à l'ensemble des salariés des sociétés du pôle Télécoms de bénéficier d'un dispositif d'épargne retraite unique et harmonisé.
- ▲ La Gestion de la crise sanitaire Covid-19 : un accord apportant des garanties importantes à l'ensemble des salariés face à la pandémie.
- ▲ L'emploi, l'intégration et le maintien dans l'emploi des salariés en situation de handicap : des mesures ambitieuses en faveur de l'inclusion pour l'ensemble des salariés du pôle Télécoms.

Lire plus dans :
**« Une entreprise
 en proximité de
 ses salariés »**

Lire plus dans :
**« Accompagner
 l'emploi des
 personnes en
 situation de
 handicap »**

4.3 Un numérique plus responsable



**J'AVANCE
AVEC ALTICE**

Aujourd'hui, la préservation de l'environnement est au cœur des débats et constitue un véritable défi collectif, qu'il s'agisse des citoyens, des pouvoirs publics, des entreprises ou des associations.

Conscient de la responsabilité qui est la sienne, tout particulièrement en tant qu'acteur majeur du numérique en France, Altice France, depuis longtemps engagé sur les enjeux environnementaux, avait été le premier opérateur à proposer en 2006 une box éco-conçue qui consommait 30% d'énergie en moins que les gammes précédentes.

La politique environnementale d'Altice France repose principalement sur les trois enjeux identifiés dans le cadre de ses activités : accompagner et engager l'entreprise dans la transition énergétique, permettre à ses parties prenantes une consommation raisonnée et éthique et poursuivre sa démarche d'économie circulaire notamment pour les équipements de ses clients et ceux utilisés en interne.

Aujourd'hui, face au développement de nouvelles technologies et de nouveaux usages, le rôle d'Altice France est d'autant plus important pour accompagner une société en constante évolution. En effet, le télétravail, la visioconférence, la télémédecine ou les objets connectés sont autant d'outils qui, en diminuant les déplacements et l'utilisation des ressources naturelles, contribuent à réduire l'empreinte environnementale humaine.

Afin de contribuer toujours plus à réduire son empreinte environnementale, Altice France a lancé en 2020 un plan d'action ambitieux : « J'avance avec Altice »¹. Ce plan est global (Télécoms et Médias), co-construit avec les collaborateurs, évolutif, concret et immédiat.

Mettre le numérique au cœur de la transition écologique en imaginant les solutions de demain, telle est l'ambition d'Altice France.



- ▲ Efficacité énergétique et réduction des consommations d'énergie
- ▲ Emissions et changement climatique

Indicateurs clé de performance :

- réduction annuelle de la consommation électrique ramenée à l'usage client : -17,5% ;
- 5,15 tonnes de CO₂ par collaborateur

Objectifs :

- réduire annuellement de 10% la consommation électrique du réseau ramenée à l'usage clients ;
- réduire les émissions de gaz à effet de serre liées aux activités de l'entreprise.

4.3.a. Performance énergétique

La transition énergétique est un enjeu national qui vise à modérer l'impact environnemental en réduisant les consommations. Dans un contexte de constante augmentation des usages et des développements technologiques, Altice France s'est engagé dans une politique visant à réduire son impact énergétique.

Les consommations d'énergie du groupe sont principalement liées aux sites techniques qui constituent le réseau de télécommunication. Il représente 90% de sa facture électrique globale. L'optimisation des consommations d'énergie est une priorité pour Altice France pour répondre à l'un de ses principaux enjeux environnementaux. C'est dans cette optique qu'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 qui représentent l'essentiel des consommations d'énergie du groupe.

1) <http://alticefrance.com/manifeste-j%E2%80%99avance-avec-altice>

Consommations et bilan des émissions

	Altice France		Télécoms		Médias	
	Consommations	Emissions	Consommations	Emissions	Consommations	Emissions
Scope 1	24 208 MWh	8 341 tCO ₂	23 473 MWh	8 226 tCO ₂	735 MWh	115 tCO ₂
Scope 2	960 004 MWh	52 158 tCO ₂	949 738 MWh	51 753 tCO ₂	10 266 MWh	405 tCO ₂
Scope 1 + Scope 2	984 212 MWh	60 499 tCO ₂	973 211 MWh	59 979 tCO ₂	11 001 MWh	520 tCO ₂

Altice France, engagé pour l'efficacité énergétique du numérique

Les enjeux énergétiques sont primordiaux pour Altice France et la tendance va s'accroître dans les années à venir avec l'augmentation des usages des clients. La consommation électrique des opérateurs réseaux en France représente 1,2% de la consommation électrique globale, l'enjeu est donc important.

Le système de management de l'énergie d'Altice France établi sur son réseau selon la norme ISO 50001, présente des effets directs sur la consommation d'énergie. Il améliore les fonctionnements et usages, en évitant des dysfonctionnements, mais permet également des effets sur le long terme grâce à une politique énergétique volontariste inscrite sur plusieurs années. Cette politique énergétique s'articule autour de plusieurs axes et objectifs :

- ▲ d'ici à 2022, concernant les infrastructures techniques, principales consommatrices d'énergie, Altice France s'est fixé comme ambition de réduire annuellement de 10% sa consommation énergétique ramenée à l'usage client ;
- ▲ privilégier autant que possible l'achat et l'utilisation de produits et services moins énergivores ;
- ▲ améliorer la configuration des bâtiments du réseau, pour atteindre des PUE optimisés (Power Usage Effectiveness)¹;
- ▲ intégrer les questions énergétiques dès la conception ;
- ▲ renforcer la communication auprès de ses parties intéressées et promouvoir les bonnes pratiques ;
- ▲ assurer un reporting régulier de sa performance énergétique.

Dans le cadre de ce système, une nouvelle organisation régionale a été mise en place fin 2018. Elle comprend des correspondants énergétiques pour chaque zone qui participent à la mise en application de la politique énergétique. Ils permettent notamment d'assurer la sensibilisation aux questions de l'énergie des mainteneurs, principaux acteurs de la performance énergétique des sites techniques.

En 2020, les efforts du groupe se sont encore davantage accentués en faveur d'une performance énergétique efficace, et ce malgré le contexte sanitaire



mondial. 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 et de réaliser ainsi une économie de près de 218 millions de kWh depuis 2015, soit l'équivalent de la consommation annuelle de plus de 46 000 foyers français².

1) Le PUE consiste à mesurer l'efficacité d'utilisation de l'énergie qui alimente le datacenter. Il s'agit d'évaluer sur un an la quantité d'énergie totale consommée par le site, par rapport à la quantité d'énergie nécessaire au fonctionnement des équipements informatiques. Cet indicateur est d'ailleurs souvent utilisé pour comparer les performances énergétiques des datacenters. Plus le résultat est proche du chiffre 1, moins le datacenter consomme d'énergie, et plus il est considéré comme « écoresponsable »

2) D'après une estimation de consommation moyenne annuelle pour un foyer français de 4 710 kWh.

<https://particuliers.engie.fr/electricite/conseils-electricite/conseils-relever-compteur-electricite/consommation-electrique-francais.html>

Par ailleurs, la consommation électrique ramenée à l'usage client a été réduite de 17,5% entre 2019 et 2020, témoignant de l'amélioration de la performance énergétique croissante du réseau et dépassant ainsi de loin l'objectif de -10% annuel posé dans le cadre de la politique énergétique.

Grâce aux actions entreprises par les collaborateurs et les partenaires du groupe, la moyenne des PUE de ses sites stratégiques est passée de 2,2 en 2019 à 2,15 en 2020, contre une moyenne nationale de 2,5 (en 2019)¹. D'ailleurs le dernier datacenter du groupe déployé affiche une des meilleures performances du secteur avec un PUE qui atteint 1,4.

La traduction de ces consommations d'énergie en émissions est donnée par l'intensité carbone du groupe. En 2020, elle s'élève à 5,15 tonnes de CO2 par collaborateur.

Tous les collaborateurs du groupe ont été informés et sensibilisés sur les enjeux énergétiques, ainsi que les objectifs ambitieux fixés par la politique énergétique. Les clients d'Altice France ont également la possibilité de connaître ses engagements par des communications réalisées sur son site institutionnel et via des communications internes sur les sites physiques.

Altice France, engagé pour une transition bas carbone partagée

Altice France s'engage également pour réduire l'impact des services proposés et agit en faveur d'un numérique plus responsable. Afin d'améliorer la performance environnementale de ses produits et services, la régie d'Altice Média proposera à partir de janvier 2021 aux annonceurs des espaces publicitaires neutres en carbone. Accompagnée par l'organisme agréé EcoAct², la régie donnera 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.

Par ailleurs Altice France a développé avec son partenaire de reconditionnement, CORDON Electronics³, un procédé de gerbage des palettes pour l'expédition de trois de ses gammes de box. Cette technique qui consiste à empiler ou superposer des produits permet de :

- ▲ doubler, par camion, le volume de palettes expédiées vers le logisticien ;
- ▲ réduire le nombre de trajets par camion de manière significative.

Ce nouveau dispositif réduit la consommation de carburants de la chaîne logistique d'Altice France et de l'activité logistique de son partenaire, CORDON Electronics, et ainsi les émissions de gaz à effet de serre liées à leur partenariat de 6 377 kg de CO2.

Sur la période, allant de son lancement effectif, le 8 décembre 2020, au 5 janvier 2021, cette méthode a pu être appliquée sur 88% des camions affrétés.



Enfin, Altice France a inauguré son partenariat avec Ecosia⁴ lors du dernier trimestre 2020. Ecosia est un moteur de recherche qui assure la plantation d'arbres grâce aux recherches Internet de ses utilisateurs. Si ce partenariat témoigne de l'engagement du groupe pour la biodiversité, il permet avant tout d'engager, sensibiliser et responsabiliser ses collaborateurs sur les enjeux environnementaux. Dès 2021, un rapport mensuel dédié aux recherches des salariés du groupe permettra d'en mesurer l'impact.

1) D'après les données de Greenvision, 2019 - <https://www.greenvision.fr/menu-greenit/menu-pue#:~:text=En%20moyenne%20les%20datacenter%20français,moins%20un%20indicateur%20universellement%20reconnu>

2) <https://eco-act.com/>

3) <https://www.cordongroup.com/fr/index.html>

4) <https://www.ecosia.org/>

4.3.b. Numérique et circularité



▲ Économie circulaire et gestion des déchets

Indicateurs clé de performance :

- Part de box reconditionnées : 96,6% ;
- Part de reprises mobile : 15%.

Objectifs :

- réduire les emballages des produits : 100% des produits commercialisés conformes à la charte d'écoconception emballage en 2023 ;
- conception responsable 100% des produits commercialisés conformes à la charte d'écoconception en 2025.

L'économie circulaire consiste à produire des biens et des services de manière durable en limitant la consommation et le gaspillage des ressources et la production des déchets. L'un des piliers fondamentaux de l'économie circulaire est la gestion des déchets, de leur collecte à leur recyclage/destruction.

Altice France favorise la réutilisation des équipements mis à disposition de ses clients et la réduction de leurs matières premières dans une approche cycle de vie qui prend en compte tous les aspects de la fabrication jusqu'à la fin de vie, en cohérence avec sa stratégie environnementale¹ afin de lutter contre la raréfaction des ressources naturelles disponibles.

Altice France encourage à l'usage des téléphones reconditionnés

Concilier développement du numérique et usage responsable est un défi majeur des années à venir. Altice France promeut le réemploi en proposant à ses clients l'achat de téléphones reconditionnés de qualité à des prix attractifs. En 2020, à l'occasion des semaines européennes du développement durable, Altice France a proposé une gamme de smartphones reconditionnés encore plus accessibles pour les consommateurs à la recherche d'un nouveau mobile. Cette offre spéciale a rencontré un franc succès puisque les trois références reconditionnées concernées ont représenté 64% des ventes de mobiles reconditionnés sur la période. Grâce à la mise en avant des mobiles reconditionnés en magasin et, tout au long de l'année 2020, sur le site Internet², les ventes de ces équipements ont enregistré une hausse de 132% par rapport à 2019.

Altice France a également mis en place différents dispositifs de collecte pour les équipements mobiles :

- ▲ des collectes en magasin incitées par un bon d'achat délivré pour la remise d'un téléphone usagé. Cette pratique commerciale vertueuse permet non seulement de réduire le bilan carbone de l'activité et l'utilisation de matières premières, mais également de fidéliser les clients ;
- ▲ l'installation de bornes de collecte ayant permis de collecter près de 444kg de téléphones mobiles en 2020 ;
- ▲ la collecte des flottes de mobiles des clients B2B, représentant en 2020 près de 374kg d'équipements.

15%
des ventes
de téléphones
entraînent une
collecte de
mobile

Les mobiles collectés, lorsqu'ils ne peuvent être directement valorisés, sont confiés aux Ateliers du Bocage, membre du mouvement Emmaüs. Les Ateliers du Bocage cherchent en premier lieu à les valoriser. Quand cela est possible, les fonds débloqués permettent de soutenir des actions d'économie solidaire. Dans le cas contraire, Les Ateliers du Bocage assurent leur recyclage et/ou leur destruction.

1) Cf. 4.3 Un numérique plus responsable

2) <https://www.sfr.fr/offre-mobile/reconditionne%20>; <https://www.red-by-sfr.fr/telephones/reconditionne/choisir-un-telephone-re-conditionne.html>

Altice France s'inscrit dans une démarche d'écoconception et de réduction des matières premières

Altice France œuvre à l'amélioration continue de ses performances d'écoconception pour réduire l'empreinte environnementale de ses produits.



En moyenne, 10% de l'impact environnemental d'un produit provient de son emballage¹. Ainsi, Altice France a travaillé sur la définition d'une charte d'écoconception des emballages de ses produits fixes et ambitionne de l'appliquer à 100% de ses nouveaux produits et de ses produits reconditionnés, d'ici à 2023. Elle comprend une charte graphique allégée et écoresponsable, l'utilisation de matériaux recyclables et/ou recyclés², la réduction des matières plastique à usage unique avec l'objectif de les supprimer, à terme, et l'optimisation des formats de packaging.

En parallèle de la charte d'écoconception de ses emballages, Altice France mène une étude complète de ses produits afin de proposer une charte d'écoconception dédiée à ses équipements fixes. Altice France s'est ainsi fixé l'objectif de l'appliquer à 100% de ses produits d'ici à 2025.

De plus, Altice France sensibilise ses clients Télécoms à l'importance de la réutilisation des emballages de ses box lors de leur réexpédition et favorise le recyclage des matières premières dans une logique vertueuse de préservation des ressources terrestres. D'après l'analyse des équipements fixes renvoyés par les clients en novembre 2020, 57% l'ont été dans leur emballage d'origine.

Grâce à une conception misant sur la durabilité, et à une grande exigence de la chaîne de réparation, près de 96,6% des box récupérées sont reconditionnées et remises sur le marché.

En partenariat avec Cordon, Altice France a lancé en novembre 2018 le polissage d'une de ses gammes de télécommandes lors de leur reconditionnement. Ce projet permet la réutilisation des boîtiers et réduit également la production, l'utilisation et la destruction de matière plas-

tique. En 2020, c'est presque 48 000 télécommandes qui ont ainsi pu être remises sur le marché, soit environ 50% de plus qu'en 2019³.

Forts de ce succès, depuis novembre 2020, Altice France et Cordon reconditionnent également les capots de trois des références de box grâce à une technique de peinture qui permet d'éviter le remplacement des capots lorsque ceux-ci ne remplissent pas les critères esthétiques pour être remis sur le marché. C'est 40 500 box qui ont ainsi pu être reconditionnées et autant de matière plastique économisée.

En parallèle de ce projet, Altice France et Cordon ont développé un projet de reconditionnement de la plasturgie d'une des gammes de box à partir de plastique régénéré. Ce projet, qui devrait voir le jour en 2021, permettra de transformer la matière broyée des capots usagers en billes de plastique qui pourront à nouveau être utilisées pour la production de capots. Cap Eco Recycling⁴ et PMG (groupe Véolia)⁵, partenaires qui seront responsables du broyage des capots et de la génération des billes de plastique sont de plus implantés en France, ce qui permettra de réduire les émissions liées au reconditionnement de cette gamme de box.

Altice France est aussi engagé dans la réduction des consommations de papiers, profitant de l'évolution des supports de communication vers une digitalisation toujours plus importante. Au-delà de ces réductions significatives, Altice France privilégie l'utilisation de supports respectueux de l'environnement, recyclés ou issus de forêts gérées durablement. En 2019⁶, près de 91% du papier mis sur le marché était issu de fibres recyclées ou de forêts gérées durablement. Grâce aux efforts fournis cette même année, Altice France a pu réduire de près de 8% le volume de papiers contenant des perturbateurs de recyclage.

1) <https://www.citeo.com/grand-dossier/leco-conception-preserve-nos-ressources/>

2) De préférence labellisés et/ou éco-compatibles

3) Donnée 2019 : plus de 32 000 télécommandes polissées

4) <http://www.capeco-recycling.com/>

5) <http://www.pmg-snc.com/>

6) Ces données sont transmises par notre éco-organisme en 2020, sur la base des données 2019

Un engagement environnemental au service des entreprises



SFR Business est engagée dans une démarche environnementale et s'appuie sur la norme ISO 14001, relative au management de l'environnement sur la gestion de la récupération et le pilotage du réemploi et du recyclage des équipements électriques et électroniques (DEEE).

Actions mises en œuvre :

- ▲ amélioration du taux de récupération et de réemploi des équipements ;
- ▲ optimisation des transports pour diminuer les émissions de CO₂ sur le périmètre certifié ;
- ▲ sélection de prestataires certifiés ISO 9001/14001 pour les prestations à impact environnemental significatif ;
- ▲ favorisation de l'écoconception des emballages.



4.3.c. Enjeux environnementaux complémentaires

Au-delà des enjeux environnementaux identifiés¹, les parties prenantes d'Altice France s'intéressent à des enjeux connexes sur lesquels Altice France mène des actions afin de continuer à réduire son impact écologique.

Eau

Altice France a mis en place des mesures depuis plusieurs années afin de réduire la consommation d'eau de ses sites tertiaires, comme l'installation de réducteurs de pression et de chasses d'eau à double débit. De plus, les nouveaux bâtiments respectent les nouvelles règles et recommandations afin d'optimiser l'utilisation d'eau.

	Altice France	Télécoms	Médias
Consommation d'eau (m³)	65 712	57 559	8 153

Biodiversité

En 2019, Altice France a débuté un projet visant à assurer un contrôle renforcé de ses Installations Classées pour la Protection de l'Environnement (ICPE). Les ICPE sont les infrastructures du groupe qui représentent le risque le plus significatif – bien que demeurant mineur – pour l'environnement et la biodiversité.

En 2020, tous les sites concernés ont été enregistrés sur l'outil de contrôle permettant un suivi précis et réglementaire.

Le réseau d'Altice France comprend ainsi 163 sites concernés par 4 sections ICPE, relatives au stockage des batteries et de l'huile de carburant, et à la présence d'agents d'extinction, d'unités de réfrigération et de générateurs. Ces sections induisent des contrôles réguliers et précis sur ces sites, afin d'éviter toute pollution de l'environnement.

Pour prévenir les pollutions accidentelles, certaines actions sont menées telles que :

- ▲ des exercices d'évacuation des bâtiments, en cas d'incendie ;
- ▲ des contrôles d'étanchéité intégrés aux gammes de maintenance des installations de climatisation, afin de prévenir les fuites de réfrigérants qui sont des gaz à effet de serre à fort pouvoir de réchauffement global (PRG) ;
- ▲ une procédure de dépotage de carburants établie sur les sites qui le nécessitent.

1) Ces enjeux sont listés dans les encadrés de la partie 4.3 Un numérique plus responsable

4.4. Qualité de service et éthique au service de nos clients

4.4.a. Un réseau, des médias et des services performants pour tous



▲ Accessibilité des services

Indicateurs clés de performance :

- Nombre de communes couvertes en 5G : 200 ;
- Taux de couverture 4G : 99,5% ;
- Nombre de prises commercialisables FTTH/FTTB : 20,5 millions

Un accès Très Haut Débit pour tous

Chaque année, Altice France investit dans ses réseaux afin de fournir un service de qualité à tous les citoyens, quelle que soit leur situation géographique. Le groupe investit notamment dans les infrastructures FTTH, et s'attache à déployer ces infrastructures dans des zones moins denses. L'impact des investissements du groupe sur l'accessibilité de ses services, et notamment de la technologie haut débit que représente la fibre, est un enjeu majeur sur l'ensemble du territoire français :

- ▲ 99,5% de la population française couverte par la 4G, avec plus de 7 000 nouvelles antennes 4G déployées et plus de 3 000 sites 4G en 2020 ;
- ▲ 20,5 millions de prises éligibles sur le réseau fibre (FTTH / FTTB), avec plus de 5 millions de nouvelles prises en 2020.

Par ailleurs, la qualité du réseau mobile de SFR a été récompensée par les résultats de l'audit annuel ARCEP. Sur les usages data, SFR s'affirme en deuxième position sur les principaux critères de l'ARCEP à savoir l'amélioration du débit en national, l'amélioration de la qualité Vidéo Parfaite et l'amélioration de la qualité Data sur les routes.

La performance du réseau à la Réunion a été saluée dans le dernier baromètre nPerf qui place la SRR à la première place du classement avec le « prix du meilleur réseau internet mobile » pour l'année 2020¹.

Nice : première ville française à bénéficier de la 5G grâce à SFR



Fin novembre 2020, Altice France a donné le top départ de la 5G en France avec l'inauguration du réseau 5G de SFR à Nice. Après avoir été le premier à lancer la 3G puis la 4G, SFR confirme désormais son ambition sur la 5G. Premier opérateur à

ouvrir une ville française en 5G, SFR couvre désormais près de 200 communes avec cette technologie. Cette ouverture témoigne de la pertinence de la stratégie de

déploiement sur l'ensemble des technologies Très Haut Débit, qui s'est accélérée sur l'année 2020.

SFR propose pour le grand public une gamme de quatre forfaits allant de 80 Gigas à l'illimité 5G afin de répondre aux usages de ces nouvelles fréquences. Ils intègrent deux nouvelles applications, l'App SFR Gaming et l'App SFR 5G Xpérience, illustrant notamment les nouvelles expériences en mobilité de la 5G. S'agissant des entreprises, 3 forfaits 5G sont disponibles, selon leurs usages en France comme à l'international, avec un service de sécurité inclus.

1) https://media.nperf.com/files/publications/FR/2021-01-18_Barometre-connexions-mobiles-DOM-RE-nPerf-2020.pdf

Des services adaptés pour nos clients en situation de handicap

Acteur engagé, Altice France agit chaque jour en faveur de ses clients en situation de handicap en les accompagnant au rythme des avancées technologiques.

Proposer aux clients des terminaux, des offres et services adaptés

Terminaux

La box THD de SFR



Le concept de box tout en un (modem, routeur, téléphonie, décodeur, enregistreur, lecteur multimedia) donne un produit simple à utiliser et stable techniquement.

Le menu « Préférences » est personnalisable et donne accès à des raccourcis comme l'activation des sous-titres et de l'audio-description. Il facilite l'accès à des fonctionnalités dédiées aux personnes en situation de handicap auditif ou visuel et permet de paramétrer par défaut l'activation sur l'ensemble du sous-titrage et de l'audio-description.

Il est également possible de déclencher à partir de la box, l'émission d'un son par la télécommande grâce au mode « Remote Finder » ce qui permet de localiser le boîtier aisément, notamment pour les personnes atteintes de troubles de la vision.

Télécommande ergonomique



Elle utilise deux moyens de transmission ce qui implique qu'il n'est pas nécessaire de pointer directement la box avec la télécommande pour accéder aux services.

Les personnes souffrant de déficiences visuelles ou motrices peuvent ainsi l'utiliser naturellement.

Cette télécommande intelligente est équipée d'un accéléromètre qui détecte les mouvements et facilite la bascule vers le mode de recherche.

Par ailleurs, son système de clavier ergonomique s'adresse aux personnes atteintes d'un handicap visuel. Les propriétés de la télécommande permettent un accès à internet directement sur le téléviseur qui facilite la communication et l'intégration sociale.

Évolution de l'accessibilité sur BFMTV depuis le 24 août 2020



BFMTV a étendu son offre en Langue des signes française (LSF) au week-end. La LSF est désormais présente quotidiennement sur l'antenne de BFMTV, toute l'année.

L'offre de sous-titrage s'est également enrichie en tenant compte d'une demande forte exprimée par le public : l'accessibilité de la vie politique. L'interview phare de 8h35, du lundi au vendredi, est dorénavant sous-titrée en direct.

Informier et accompagner nos clients

Au-delà des offres et des services, Altice France a souhaité accompagner au quotidien ses publics. Pour cela, Altice France a pris les engagements suivants :

Côté Médias , signature d'une charte

BFMTV, RMC Story et RMC Découverte ont été signataires le 3 décembre 2019 de la Charte sur la représentation du handicap, élaborée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel. Cette charte vise à rendre plus visible la question du handicap dans les principaux médias français.

Côté SFR, lancement des dispositifs suivants :

- ▲ dès 1997, la première relation client adaptée aux personnes déficientes visuelles avec l'association « HandiCapZéro »¹ ;
- ▲ dès 1997, la traduction et la diffusion des supports légaux et commerciaux en braille, caractères agrandis ou audio, également avec « HandiCapZero » ;
- ▲ dès 2010, la première relation client adaptée aux personnes sourdes ou malentendantes avec la start-up DEAFI², anticipant largement les obligations légales datant de 2018 ;
- ▲ depuis octobre 2018, SFR assure l'accessibilité de ses services de téléphonie aux personnes en situation de handicap auditif, visuel ou d'élocution pour leur permettre de passer leurs communications interpersonnelles grâce à une application mobile innovante développée par RogerVoice³ ;
- ▲ accessibilité des points de vente de SFR aux Personnes à Mobilité Réduite (PMR). Les nouveaux magasins intègrent systématiquement un dispositif d'accueil pour les personnes à mobilité réduite et sont conçus pour que les offres soient accessibles à tous.



1) <https://www.handicapzero.org/>

2) <https://www.deafi.com/>

3) <https://rogervoice.com/en/>

4.4.b. Éthique des affaires et des données







- ▲ Achats responsables
- ▲ Éthique des affaires
- ▲ Droits de l'Homme
- ▲ Continuité d'activité
- ▲ Sécurité et confidentialité des données des clients

Indicateurs clés de performance :

- Part des collaborateurs sensibilisés à l'anti-corruption : 80% ;
- Taux de croissance des collaborateurs sensibilisés au risque de cyberattaque : 100%.

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 de lutte contre la corruption et le trafic d'influence ainsi que de protection des données personnelles de ses utilisateurs.

Les achats responsables : une responsabilité partagée

Dans le cadre de sa politique Achats Responsables, SFR a mis en place un processus annuel d'évaluation de ses partenaires stratégiques. Il est orienté autour de 3 volets : commercial, opérationnel et RSE.

Sur la thématique RSE, les partenaires sélectionnés sont audités sur la plateforme ACESIA¹, solution gérée par le Groupe Afnor², qui adresse les prismes suivants : social, environnemental, transverse, organisationnel et ancrage territorial. A fin décembre 2020, 203 évaluations avaient été effectuées, soit 3 fois plus qu'en 2016. Par ailleurs, dans le cadre de son devoir de vigilance, la charte Altice France sur la Responsabilité Sociétale et Environnementale est également systématiquement annexée à l'ensemble des contrats Télécoms³. En signant la charte, les fournisseurs s'engagent notamment à respecter les principes de l'Organisation Internationale du Travail ainsi que du Global Compact des Nations-Unies relatifs aux respects des droits de l'Homme, des conditions de travail, de l'environnement et à la lutte contre la corruption.

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 sont applicables, le groupe Altice France a mis en place les dispositifs suivants :

- ▲ un code de conduite, intégré au règlement intérieur, qui définit et illustre les différents types de comportement à proscrire comme étant susceptibles de caractériser des faits de corruption ou de trafic d'influence. Ce code est complété par un guide pratique anticorruption destiné à apporter des précisions pratiques aux collaborateurs du groupe Altice France. Tous deux sont disponibles sur l'Intranet du groupe ;
- ▲ un régime disciplinaire, également intégré au règlement intérieur, permettant de sanctionner les salariés de la société en cas de violation du code de conduite de la société ;

1) <https://acesia.afnor.org/>

2) <https://www.afnor.org/>

3) Cf. Plan de vigilance Altice France

▲ un dispositif d'alerte interne destiné 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. Ce dispositif se traduit par une boîte mail dédiée et gérée par le Compliance Officer ;

▲ une cartographie des risques destinée à identifier, analyser et hiérarchiser les risques d'exposition de la société à des sollicitations externes aux fins de corruption, en fonction notamment des secteurs d'activités 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 prend la forme d'un document Excel et est régulièrement mise à jour et complétée par l'équipe conformité ;

▲ des procédures d'évaluation de la situation des clients, fournisseurs de premier rang et intermédiaires au regard de la cartographie des risques. Le groupe a notamment mis en place un dispositif très complet d'évaluation de ses fournisseurs, se traduisant par l'envoi d'un questionnaire anticorruption et une analyse systématique préalable des signaux d'alerte pour chaque entrée en relation avec un fournisseur. Un dispositif pour analyser ses clients lors de l'entrée en relation a également été mis en place côté B2B par le groupe.

▲ 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. Ces contrôles sont réalisés par les services de contrôle comptable et financier propres au groupe Altice France ;

▲ un dispositif de formation destiné aux cadres et aux personnels les plus exposés aux risques de corruption et de trafic d'influence. Le groupe Altice France a très largement déployé son dispositif de formation en lançant en 2020 une campagne de sensibilisation de l'ensemble de ses collaborateurs via un e-learning obligatoire. Cela a permis à 6.353 personnes d'être sensibilisées aux risques de corruption et de trafic d'influence, ainsi qu'à la politique du groupe pour y lutter. En complément, des formations spécifiques à destination des dirigeants et des populations à risque identifiées sont régulièrement réalisées, notamment :

- ▲ formation des relais conformités (16 personnes formées) ;
- ▲ formation des N-1 COMEX (40 personnes formées) ;
- ▲ formation de la totalité de la direction des achats (62 personnes formées) ;
- ▲ formation de la direction juridique (30 personnes formées) ;
- ▲ formation des acteurs commerciaux (26 personnes formées).

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

80%
de population
sensibilisée en
e-learning

56%
de managers
formés

76%
de populations
à risque formées

Une déontologie journalistique partagée

Toutes les entités d'Altice Média ont un cadre déontologique s'appliquant aux journalistes et garantissant leur indépendance éditoriale. Les chaînes du groupe adhèrent à une Charte¹ 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 Média sont consultables sur les sites Internet du groupe.

1) <https://www.bfmtv.com/charte-deontologie/>

Pour une gouvernance éthique des données

Avec la crise sanitaire du Covid-19 de cette année et le confinement imposé au niveau national, les conditions de travail ont été modifiées pour se tourner vers le travail à distance. Cette façon de travailler est propice aux menaces de cyberattaques. Le groupe Altice France a dû s'adapter pour faire face à ces menaces et concilier travail à distance et protection des données.

Ainsi, 200 revues de comptes d'accès ont été réalisées, couvrant 100% des applications sensibles du groupe.

Nombre
de salariés
sensibilisés
doublé par
rapport à 2019

La gestion des rôles et identités a également été revue avec la réalisation d'un audit sur 90% des Active Directory¹ du groupe. Ensuite, un plan d'action global a été déployé pour garantir un haut niveau de sécurité de ces Active Directory.

D'une autre manière, une campagne de sensibilisation spécifique a été menée pour sensibiliser les salariés aux bonnes pratiques de télétravail et leur permettre de se mobiliser contre toute cyberattaque. Le nombre de salariés sensibilisés a ainsi doublé par rapport à l'année précédente.



Le système de sécurité de l'information du groupe est complété par une veille permanente et active de différents médias, comme le Web, le deep web et les médias sociaux, afin d'aider à l'anticipation ; prévenir les fuites de données ; et répertorier, catégoriser et analyser les menaces potentielles visant la sécurité des employés, des actifs et des infrastructures.

Une équipe de veille a été mobilisée tout au long de l'année sur la crise sanitaire du Covid-19, afin de fournir des informations pertinentes et utiles à la continuité d'activité.

Altice France est également fortement mobilisée dans la lutte contre le piratage audiovisuel, sous le contrôle de sa gouvernance anti-piratage. Les principaux objectifs de cette gouvernance sont de protéger la diffusion des contenus sous licences et des chaînes de télévision du groupe et d'assurer la conformité aux exigences de sécurité des réseaux et plateformes d'Altice France. Durant l'année 2020, les actions ciblant les flux en direct, diffusés illégalement sur le web et sur les réseaux sociaux, ont été particulièrement renforcées.

SFR Business : L'engagement sécuritaire au service de nos clients

SFR Business traduit les exigences en matière de sécurité par le biais d'un Système de Management de la Sécurité de l'Information (SMSI), afin de protéger les fonctions et les informations de toute perte, vol ou altération et de prémunir les systèmes informatiques de toute intrusion ou sinistre.

En complément des activités d'audit, le service Cyberdéfense de SFR Business apporte le conseil et l'accompagnement pour assurer aux entreprises une maîtrise continue de leur niveau de sécurité technique et de leur conformité aux normes et réglementations, leur permettant ainsi de se concentrer sur leurs enjeux essentiels. Cette même équipe accompagne également les équipes de sécurité internes B2B, dans les démarches de sécurité dans les projets avec notamment sa capacité à réaliser des tests intrusifs et des analyses de risques.

1) Active Directory : service d'annuaire d'entreprise

SFR Business est engagée pour la protection des données et s'appuie sur différents référentiels pour ses prestations de services

Les référentiels et certifications SFR Business :

- ▲ **Certification ISO 27001** pour ses « prestations de services managés du Centre d'Exploitation Services (CES), du Centre Opérationnel de la Sécurité (COS), du Cloud Computing (Cloud V3), et prestations d'Hébergement de colocation au sein des datacenters » (Déclaration d'Applicabilité du 10/01/2020) sur les sites de Paris 15è, Les Ulis, Bordeaux (DC), Courbevoie (DC), Val-de-Reuil (DC), Vénissieux (DC), Strasbourg (DC).
- ▲ **Qualification PASS-RGS** pour les activités Audit architecture, Audit de configuration, Tests d'intrusion et Audit organisationnel et physique sur les sites de Toulouse, Aix-en-Provence et Les Ulis.
- ▲ **Agrément Hébergeur de Données de Santé (HDS)** pour la prestation d'hébergement de plateformes gérant des données de santé à caractère personnel via ses offres « Services Managés Santé » et « Cloud Computing de SFR ».



INDEX

AFA : Agence Française Anticorruption

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

ANSSI : Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information

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

CNCPH : Conseil National Consultatif des Personnes Handicapées

CNIL : Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés

CSA : Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

CSE : Comité Social et Economique

CSEC : Comité Social et Economique Central

DDOS : Distributed Denial of Service, déni de service distribué

FAQ : Foire Aux Questions (Frequently Asked Questions)

IP : Internet Protocol

ODD : Objectifs de Développement Durable

PUE : Power Usage Effectiveness, indicateur d'efficacité énergétique

RSE : Responsabilité Sociétale des Entreprises

SASB : Sustainability Accounting Standards Board

SEEPH : Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes handicapées

SEGPA : Section d'Enseignement Général et Professionnel Adapté

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

1. 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.

2. Méthodologie de reporting des indicateurs extra-financiers

a. Référentiel et standard de reporting

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 de l'Homme, des pratiques de travail et de la lutte anti-corruption. Altice France s'engage à contribuer à la réalisation des ODD et à analyser l'impact de ses activités sur ces objectifs.

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, Altice France s'est inspiré des exigences et des recommandations formulées par le Global Reporting Initiative (GRI).

b. Périmètre de reporting

Dans son modèle d'affaires, Altice France présente sa stratégie intégrée pour l'ensemble de ses pôles d'activités, à savoir le pôle Télécoms, le pôle Médias et le pôle Expertises. Les données présentées dans le modèle d'affaires concernent uniquement les périmètres Télécoms et Médias, sauf exceptions explicitement mentionnées. Pour des raisons de confidentialité, les informations financières ne sont pas communiquées. Les enjeux et objectifs ainsi que l'ensemble des parties dédiées à la présentation des performances intègrent cette année, sauf exceptions explicitement mentionnées :

- ▲ dans les parties sociétal, environnement et qualité de service et éthique, les périmètres Télécoms et Médias couvrant ainsi 99% de son chiffre d'affaires et 41% de ses effectifs ;
- ▲ dans la partie social, les périmètres Télécoms et Médias, ainsi qu'une partie du périmètre Expertises (Intelcia), couvrant ainsi 41% à 80% des effectifs.

Un plan d'action a été mis en place pour une intégration plus complète dès 2021 du périmètre Expertises.

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

Le périmètre dit « Médias » intègre les données consolidées de l'ensemble des entités juridiques du périmètre, à savoir BFM Business TV, BFM Lyon, BFM Paris, BFM Publicité, BFM TV, Business FM, Studio Next, Next Media Solutions, NEXINTERACTIVE, NEXTPROD, NEXTRADIOTV, RMC, Diversité TV France, RMC Découverte, RMC Sport et SPORTSCOTV.

c. 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 2020. Dans le cadre de ce premier exercice de Déclaration de Performance Extra-Financière, le comparatif avec l'année antérieure n'est pas disponible. Il sera présenté dès l'exercice de l'année 2021.

d. Indicateurs clés de performance et spécificités méthodologiques

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** : il s'agit du nombre de projets soutenus par la Fondation SFR, uniquement sur le périmètre Télécoms.

Données sociales

Les indicateurs clés de performance présentés dans la partie sociale concernent, sauf exceptions spécifiquement mentionnées ci-dessous, les périmètres Télécoms et Médias. Les indicateurs qui concernent une partie du périmètre Expertise (Intelcia) sont présentés dans la partie "Enjeux sociaux complémentaires" de la partie 4.2.a Promouvoir et accompagner les salariés. Excepté pour l'effectif total, les données présentées pour 2020 sont issues d'une projection à partir des données réelles des trois premiers trimestres.

- ▲ **Effectif total** : il s'agit du nombre total de salariés (CDI et CDD hors stagiaires) du groupe en fin de période.
- ▲ **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. Cet indicateur concerne uniquement le périmètre Télécoms, hors SFR Distribution.
- ▲ **Taux de conversion des contrats d'alternance en CDI ou en CDD** : cet indicateur est calculé à partir du rapport entre le nombre de contrats d'alternance transformés en CDI ou en CDD sur la même année civile et le nombre total de contrats d'alternance prenant fin sur cette même année civile. Il concerne uniquement le périmètre Télécoms.
- ▲ **Taux de recommandation « Happy Trainees »** : 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 les périmètres Télécoms et Médias..
- ▲ **Taux d'engagement des collaborateurs** : cet indicateur est calculé à partir de la moyenne de quatre indicateurs issus du baromètre Altice & Vous - enquête interne à destination des collaborateurs - à savoir la satisfaction par rapport à la situation en entreprise, la recommandation de l'entreprise en tant qu'employeur, l'adhésion aux orientations d'avenir de l'entreprise et la fierté d'appartenance. Le taux concerne les périmètres Télécoms et Médias ainsi que les entités Ivory, SFR FTTH et SMR, qui ne sont, elles, pas incluses dans le périmètre de la DPEF.
- ▲ **Part des collaborateurs de moins de 30 ans parmi les nouveaux embauchés** : il s'agit de la part des collaborateurs de moins de 30 ans parmi les entrées totales en CDI. Cet indicateur ne prend pas en compte les mutations entre les sociétés Télécoms ou entre les sociétés supports Télécoms.
- ▲ **Index égalité professionnelle homme-femme** : cet index est calculé à partir de la grille d'évaluation du Ministère du Travail. Cet index n'est réglementaire qu'en France et ne concerne donc que les périmètres Télécoms et Médias.
- ▲ **Taux d'emploi global de salariés en situation de handicap** : il s'agit du rapport entre le nombre de salariés déclarés en situation de handicap et l'effectif global des salariés en fin de période. Cet indicateur concerne uniquement le périmètre Télécoms, hors SFR Distribution.

Données environnementales

- ▲ **Réduction de la consommation électrique ramenée à l'usage client** : la consommation électrique 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. Cet indicateur concerne donc le périmètre Télécoms uniquement. La réduction de la consommation électrique ramenée à l'usage client est calculée par rapport à la valeur de l'année N-1.
- ▲ **Emissions par collaborateur** : elles sont calculées à partir du rapport entre les émissions de CO2 des scopes 1 et 2 et le nombre annuel moyen de collaborateurs.
- ▲ **Part de box reconditionnées** : cet indicateur est calculé à partir du rapport entre le nombre de box collectées, reconditionnées et remise dans le circuit et le nombre total de box collectées. Cet indicateur concerne donc spécifiquement le périmètre Télécoms.
- ▲ **Part de reprises 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 spécifiquement le périmètre Télécoms.

Données qualité de service et éthique

- ▲ **Taux de couverture 4G** : cet indicateur, qui concerne uniquement le périmètre Télécoms, est calculé à partir du taux de population couverte par le nombre de sites 4G mis en service. Le taux de population couverte est, lui, calculé à partir de la base population Pitney Bowes. Cet indicateur est régulièrement audité par l'Arcep.
- ▲ **Nombre de prises commercialisables FTTH/FTTB** : cet indicateur est calculé à partir du nombre de prises FTTH et FTTB mises en service et commercialisables. Il concerne spécifiquement le périmètre Télécoms.
- ▲ **Nombre de communes couvertes en 5G** : les communes considérées comme couvertes en 5G sont les communes pour lesquelles le taux de population couverte en 5G est significatif. Cet indicateur concerne donc spécifiquement le périmètre Télécoms.
- ▲ **Part des collaborateurs sensibilisés à l'anti-corruption** : cet indicateur est calculé à partir du rapport entre le nombre de collaborateurs sensibilisés à l'anti-corruption, notamment au travers de programme en e-learning, et le nombre de collaborateurs total. Cet indicateur concerne spécifiquement le périmètre Télécoms.
- ▲ **Taux de croissance du nombre de collaborateurs sensibilisés aux risques de cyberattaques** : il est calculé à partir de la comparaison entre le nombre de collaborateurs sensibilisés aux risques de cyberattaques en 2019 et 2020.

e. Modalités de collecte et de contrôle des données

Les données sociales 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 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.

3. Audit externe et rapport de l'Organisme Tiers Indépendant

Les informations publiées dans cette Déclaration de Performance Extra-Financière ont fait l'objet de travaux de vérification par un Organisme Tiers Indépendant qui vérifie :

- ▲ La conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du Code de Commerce ;
- ▲ La sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du Code du Commerce, à savoir les résultats des politiques incluant des indicateurs clés de performance et les actions relatifs aux principaux risques.

La nature des travaux réalisés et les conclusions sont présentées ci-après.



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 2020

A l'assemblée générale,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société (ci-après « entité ») désigné organisme tiers indépendant (OTI), accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1049¹, nous vous présentons notre rapport sur la déclaration consolidée de performance extra-financière relative à l'exercice clos le 31 décembre 2020 (ci-après 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.

Responsabilité de l'entité

Il appartient au Conseil d'administration 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.

La Déclaration a été établie en appliquant les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration et disponibles sur demande au siège de l'entité.

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.

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 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, ci-après les « Informations ».

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

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

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 3000¹ :

- ▲ 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 2^{ème} alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;
- ▲ Nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services, ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- ▲ Nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
 - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés ;
 - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe. Pour certains risques², 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'entités³.
- ▲ 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 27% et 100% des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- ▲ Nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

Nous estimons que les travaux que nous avons menés en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

1) ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information.

2) Emploi et relations sociales, Economie circulaire et gestion des déchets, Accessibilité des services, Sécurité et confidentialité des données des clients, Continuité d'activité, Droits de l'Homme, Achats responsables.

3) Entités SFR SA, SFR Fibre, SFR Business Distribution, Completel et SRR.



Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de cinq personnes et se sont déroulés entre janvier et mars 2021 sur une durée totale d'intervention de quatre semaines.

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

Conclusion

Sur la base de nos travaux, 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.

Commentaire

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

▲ Comme précisé dans la « Note méthodologique », La Déclaration ayant été mise en place pour la première fois sur l'exercice 2020, elle ne présente pas de comparabilité historique et les indicateurs de performance sont présentés sur des périmètres restreints, notamment les indicateurs sociaux qui couvrent entre 80% et 100% des effectifs.

Paris-La Défense, le 26 février 2021

KPMG S.A.

Anne Garans
Associée
Sustainability Services

Grégoire Menou
Associé

ANNEXES

Informations qualitatives (actions et résultats) considérées les plus importantes

Actions en faveur de la diversité, de l'égalité des chances et de la non-discrimination

Résultats de l'enquête d'engagement des salariés « Altice France & Vous »

Mesures prises et accords signés en faveur de l'emploi et le dialogue social

Actions en faveur de la réduction de la consommation d'énergie et des émissions de gaz à effet de serre

Charte sur l'écoconception des emballages des produits fixes

Mesures prises en faveur de la sécurité et de la confidentialité des données des clients

Politiques en faveur d'une conduite éthique des affaires

Politiques en faveur du respect des Droits de l'Homme

Evaluation RSE des prestataires

Dons, mécénat et partenariats avec les territoires

Actions menées pour une meilleure accessibilité des services

Sensibilisation à la lutte contre les cyber-attaques

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

Effectif total en fin de période

Nombre de recrutements en CDI

Part de salariés ayant suivi une formation

Part des femmes sur l'ensemble des embauches

Nombre de salariés en situation de handicap

Réduction annuelle de la consommation électrique ramenée à l'usage client

Part de box reconditionnées

Part de reprise mobile

Intensité carbone par milliers d'euros de chiffre d'affaires

Part des collaborateurs sensibilisés à l'anti-corruption