



Notre démarche de responsabilité

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

2023

SUR L'EXERCICE 2022

Depuis sa création, le groupe Centre France a toujours considéré l'impact que ses activités pouvaient avoir sur la société. À une époque où on ne parlait pas encore de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise, Alexandre Varenne, fondateur du journal La Montagne, dessinait déjà les prémices de la politique RSE du Groupe, en prenant l'engagement de "travailler au bien public". Dans ces pages, nous faisons état de nos progrès en matière de transition environnementale, sociale et sociétale, mais également des chantiers toujours à l'œuvre.

04.

QUI SOMMES-NOUS ?

LE GROUPE EN QUELQUES MOTS
5

NOTRE HISTOIRE
6

NOTRE GOUVERNANCE
7

NOS ACTIVITÉS, CHIFFRES CLÉS
ET MODÈLE D'AFFAIRES
8 - 10

11.

SYNTHÈSE DES ENJEUX RSE

NOTRE POLITIQUE
DE RESPONSABILITÉ
12 - 13

CARTOGRAPHIE DES RISQUES
14



15.

PRÉSERVER L'ENVIRONNEMENT

Nos engagements
environnementaux

CHANGEMENT CLIMATIQUE
16 - 19

POLLUTION
20 - 21

22.

CULTIVER LE LIEN ET LA PROXIMITÉ

Nos engagements
sociétaux

DÉVELOPPEMENT LOCAL
23 - 26

LIEN AVEC CLIENTS ET LECTEURS
26 - 29



30.

DÉVELOPPER LE CAPITAL HUMAIN

Nos engagements
sociaux

DISCRIMINATION
31 - 33

SANTÉ ET CONDITIONS
DE TRAVAIL
DES COLLABORATEURS · ICES
34 - 37

EMPLOYABILITÉ
37 - 40



41.

RENFORCER NOTRE DEVOIR DE VIGILANCE

Gouvernance

PROTECTION DES DONNÉES
42

ÉTHIQUE DES AFFAIRES
43

44.

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

44.

PERSPECTIVES

45.

ANNEXES

BILAN CARBONE

Le Bilan Carbone® est une méthode de comptabilité carbone. L'objectif d'un Bilan Carbone® est de mesurer l'ensemble des émissions physiquement nécessaires à l'activité d'une entreprise. Ce bilan porte sur les sociétés La Montagne et Centre France Portage.

RAPPORT D'IMPACT

Le rapport d'impact des rédactions du groupe Centre France est un document publié annuellement dans l'ensemble de nos titres. Il a pour objectif de présenter nos projets, nos succès, nos échecs et intègre le Baromètre des lecteurs.

46.

RAPPORT DE VÉRIFICATION



Le Groupe Centre France,

une entreprise engagée et responsable

C'est l'histoire d'une entreprise de plus de cent ans qui s'engage, à l'aube de son prochain siècle, à œuvrer à une ambition de Responsabilité sociétale et environnementale à la hauteur des enjeux planétaires et de son rôle de média, indispensable à la vie démocratique de notre pays et de ses habitants.

C'est aussi l'histoire de ces habitants des quelque 15 départements sur lesquels est présent le Groupe, qui attendent de leur média, de leur journal, de leur titre qu'ils contribuent à les informer, les accompagner et améliorer leur quotidien de citoyens.

L'objectif d'une croissance vertueuse et responsable se forge avec l'ensemble des métiers et de la chaîne de valeur de l'entreprise. Le Groupe Centre France, fort de sa présence quotidienne et concrète sur 1/5^e du territoire français, a l'ambition de consolider le lien de confiance construit avec ses lecteurs, partenaires, acteurs économiques, institutionnels, depuis des décennies.

Mais il apprend aussi au fur et à mesure que le monde change et révèle ses besoins, ses urgences. Notre rôle est alors de prendre soin de la citoyenneté et d'accompagner ces mouvements.

Pour cela, notre démarche d'engagement est au cœur de la stratégie et des fondements du Groupe : œuvrer au bien commun, en travaillant à produire une information de qualité dans le respect des exigences environnementales contemporaines.

Une entreprise de Presse de proximité et de médias multi-supports conserve au cœur de sa promesse la défense des valeurs démocratiques, et œuvre en faveur du développement durable



L'objectif d'une croissance vertueuse et responsable se forge avec l'ensemble des métiers et de la chaîne de valeur de l'entreprise.

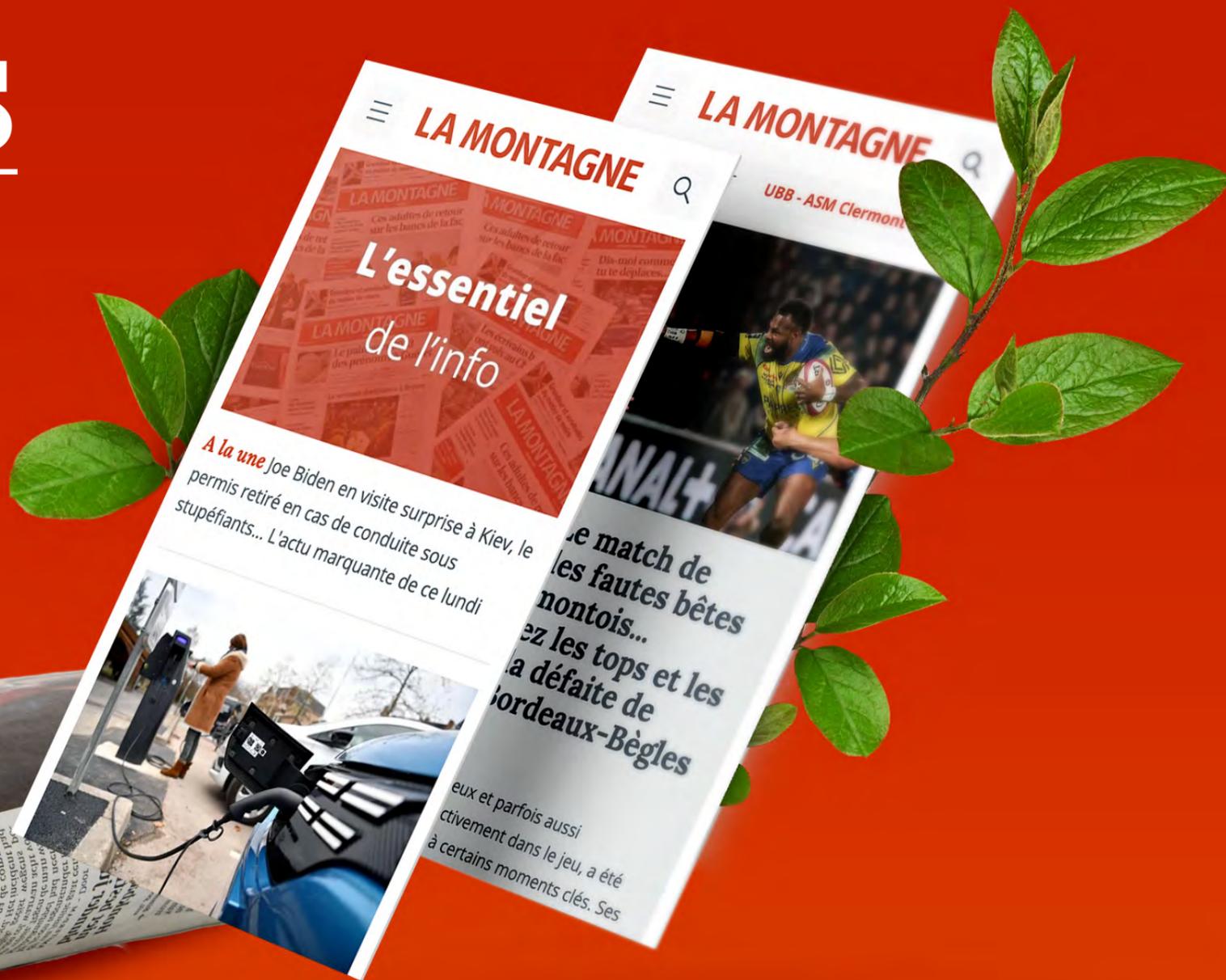
*Soizic Bouju, directrice générale
du Groupe Centre France*

en adoptant des pratiques responsables dans l'ensemble de la chaîne de valeur de l'entreprise.

Produire un journal imprimé, développer des offres digitales, créer des événements dans les bassins de vie pour contribuer à une amélioration de la vie quotidienne des habitants, améliorer nos processus industriels, renforcer notre devoir de vigilance ou renforcer nos engagements sociétaux sont autant d'exemples que ce document permet d'illustrer avec humilité et transparence.

Bonne lecture.

Qui sommes nous ?



Le Groupe en quelques mots

LE GROUPE CENTRE FRANCE EST UN GROUPE DE MÉDIAS, PRESSE ET COMMUNICATION DONT LE SIÈGE EST SITUÉ À CLERMONT-FERRAND (PUY-DE-DÔME). SA « MAISON MÈRE » EST LE JOURNAL LA MONTAGNE, CRÉÉ EN OCTOBRE 1919, PAR ALEXANDRE VARENNE, DÉPUTÉ SOCIALISTE DU PUY-DE-DÔME, AVOCAT ET HUMANISTE.

Dès sa création, à une époque où on ne parlait pas encore de la responsabilité sociétale d'une entreprise, Alexandre Varenne avait défini ainsi son engagement : « Notre devoir est de travailler au bien public, c'est-à-dire s'adresser au plus grand nombre et être accueilli dans tous les foyers, leur milieu social, leur sensibilité politique ou religieuse, leurs habitudes culturelles. C'est, bien sûr, un combat de tous les jours pour les droits de l'homme et la tolérance, pour la démocratie et la justice sociale. Nous voulons des lecteurs formés. Pour nos lecteurs, cette formation passe par l'éducation des jeunes à la lecture de nos journaux dans le but de développer leur esprit critique, pour leur permettre d'exercer leur citoyenneté dans une société de l'information et de la communication et aussi former des citoyens actifs, éclairés et responsables de demain. Naturellement, la formation de nos lecteurs implique aussi celle de nos journalistes »

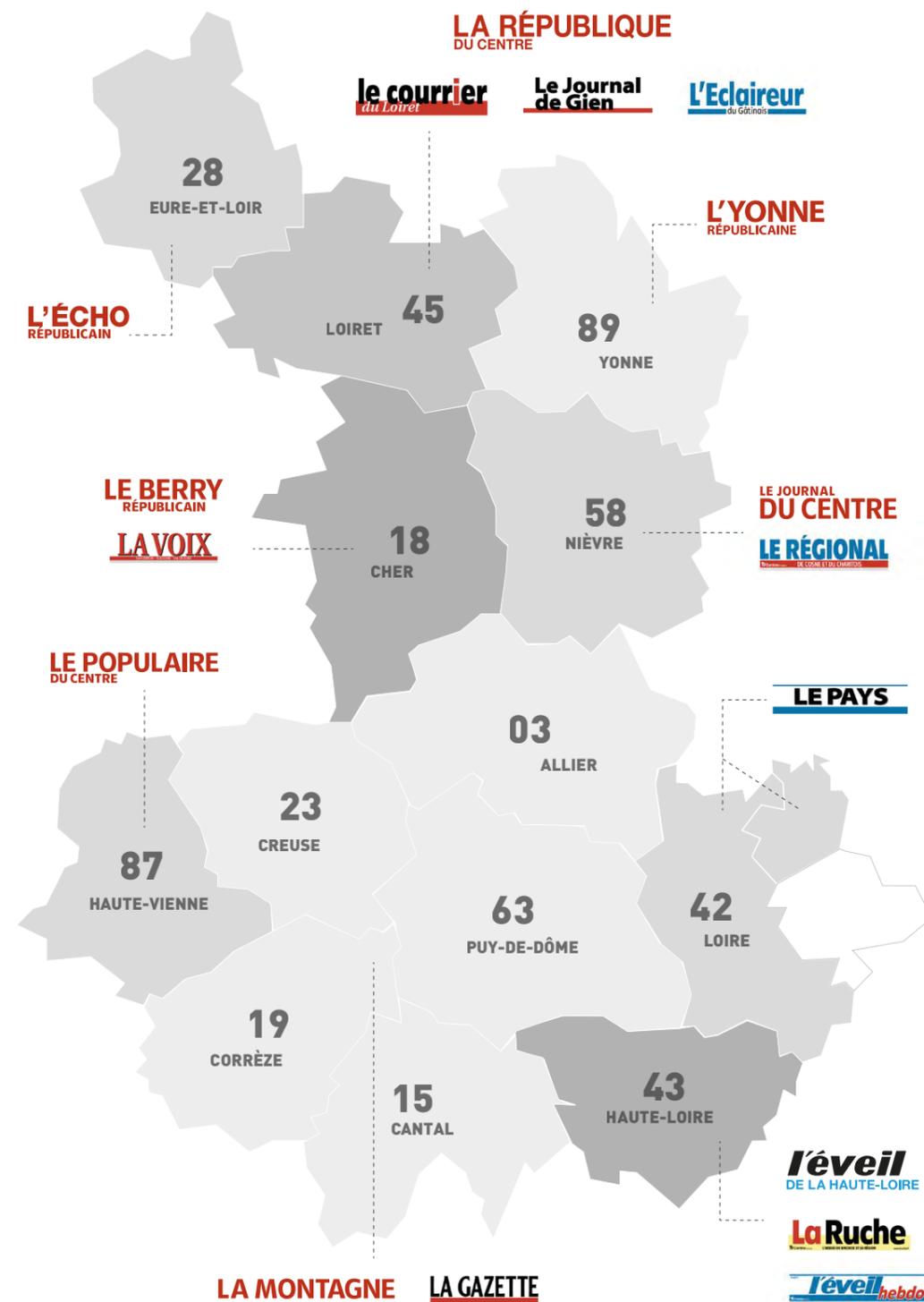
Ces engagements et ces valeurs fondatrices (indépendance, engagement, respect des opinions, identité territoriale, humanisme...) constituent le socle des valeurs du groupe Centre France. Au fil des années, le Groupe s'est construit et développé ; il réunit aujourd'hui huit quotidiens et neuf hebdomadaires. Il publie également des hors-séries et des magazines récurrents sur diverses thématiques : sports, économie, patrimoine... Ses activités se sont diversifiées.

Il en compte aujourd'hui, au-delà de la presse, une dizaine : évènementielle, agence de presse, publicité et solution média, maison d'édition, conseil et formation, distribution et logistique, activités industrielles (impression), solutions pour les collectivités (média planning, stratégie de contenu, solutions digitales, etc.)

Engagé vers l'avenir, il travaille depuis quelques années à son développement et à la poursuite de sa transformation. Pour faire face aux nouveaux enjeux et réinventer son modèle économique, il s'appuie sur ses valeurs fondatrices en intégrant les exigences environnementales, sociales et sociétales attendues de nos contemporains.

Dans les activités de Centre France, il y a des faits et il y a surtout un regard. Une façon singulière de raconter, de partager. Explorer de nouveaux territoires, chercher toujours l'excellence, le groupe Centre France souhaite continuer à réunir un panel d'expertises, riche de styles et d'histoires différentes, pour fédérer autour de valeurs communes de proximité et d'exigence.

Le but : que chaque jour devienne une opportunité, tout en continuant à se renouveler constamment, en restant mobiles pour rester proches de l'ensemble des publics et continuer à se réinventer.



4

régions

15

départements

Aurillac
Auxerre
Bourges
Chartres
Clermont-Ferrand
Guéret
Le Puy-en-Velay
Limoges
Moulin
Nevers
Orléans
Tours
Tulle

100 ans d'histoire

FONDATEUR DE LA MONTAGNE, ALEXANDRE VARENNE A ÉTÉ LE TÉMOIN DE TOUS LES DÉFIS DE LA PREMIÈRE MOITIÉ DU XX^e SIÈCLE.

Focus sur Alexandre Varenne

Alexandre Varenne est né le 3 octobre 1870 à Clermont-Ferrand. Il passe son baccalauréat au lycée Blaise Pascal, à Clermont-Ferrand et part à Paris, où il obtient son doctorat, en 1897, et devient Avocat à la Cour d'appel de Paris.

Il est rédacteur à La Lanterne quand Jaurès l'appelle à L'Humanité en 1904.

En 1906, Varenne est élu premier député socialiste du Puy-de-Dôme.

Il fonde le 4 octobre 1919 le journal La Montagne.



Durant la guerre, il s'opposera au régime de Vichy et mettra ses talents d'avocat au service de grandes causes comme la défense de Jean Zay. Son journal, La Montagne, incessamment censuré et qu'il sabordera en 1943, a le droit de reparaitre dès la libération, en 1944, sous son titre originel.

En 1945 et en 1946, il est réélu député et devient Ministre d'Etat durant six mois.

Il décède à Paris le 16 février 1947.

1919

CRÉATION DE LA MONTAGNE
par Alexandre Varenne
(1870-1947)
Journaliste, avocat
et homme politique

La Montagne devient
La Montagne Centre France

1963

1982

ACQUISITIONS

- Le Berry Républicain
- La Gazette de Thiers
- La Voix du Sancerrois

1988

• Fondation Varenne
RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIQUE

Activité événementielle
diversification

1996

2000

• Clermont Première
Arrêt 2015

Acquisition
Le Journal du Gien
ESJ pro

2012

2013

ACQUISITIONS

- L'Éveil de la Haute-Loire
- La Gazette de la Haute-Loire
- Le Réveil du Vivarais
jusqu'en 2019
- La Ruche
- Velay Presse

CRÉATION

- Centre France Parc Expo

Acquisition Agence Capéa
Création Dedicast

2016

2017

ACQUISITION FUGAM

- Pecheur.com
Jusqu'en 2021

2022

ACQUISITION

- ZAP
Magazine clermontois

1943-1944

Sabotage pendant la Guerre
Publication suspendue

1979

Création
Fondation Varenne

1986

- Europe 2
Arrêt 2010

1998

Intégration
Centre France Publicité

1997

CRÉATION

- Centre France
Info Région

2008

ACQUISITION

- L'Yonne
Républicaine

2014

Création
Lab Centre France

2015

ACQUISITION

- De Borée
- Centre France Livres

2019

LANCEMENT INCUBATEUR

- La Compagnie Rotative
- CRÉATION**
- Centre France Portage

1972

CRÉATION

- Régie publicitaire

ACQUISITIONS

- Le Journal du Centre
- Le Populaire du Centre

2011

CRÉATION

- Centre France Événements

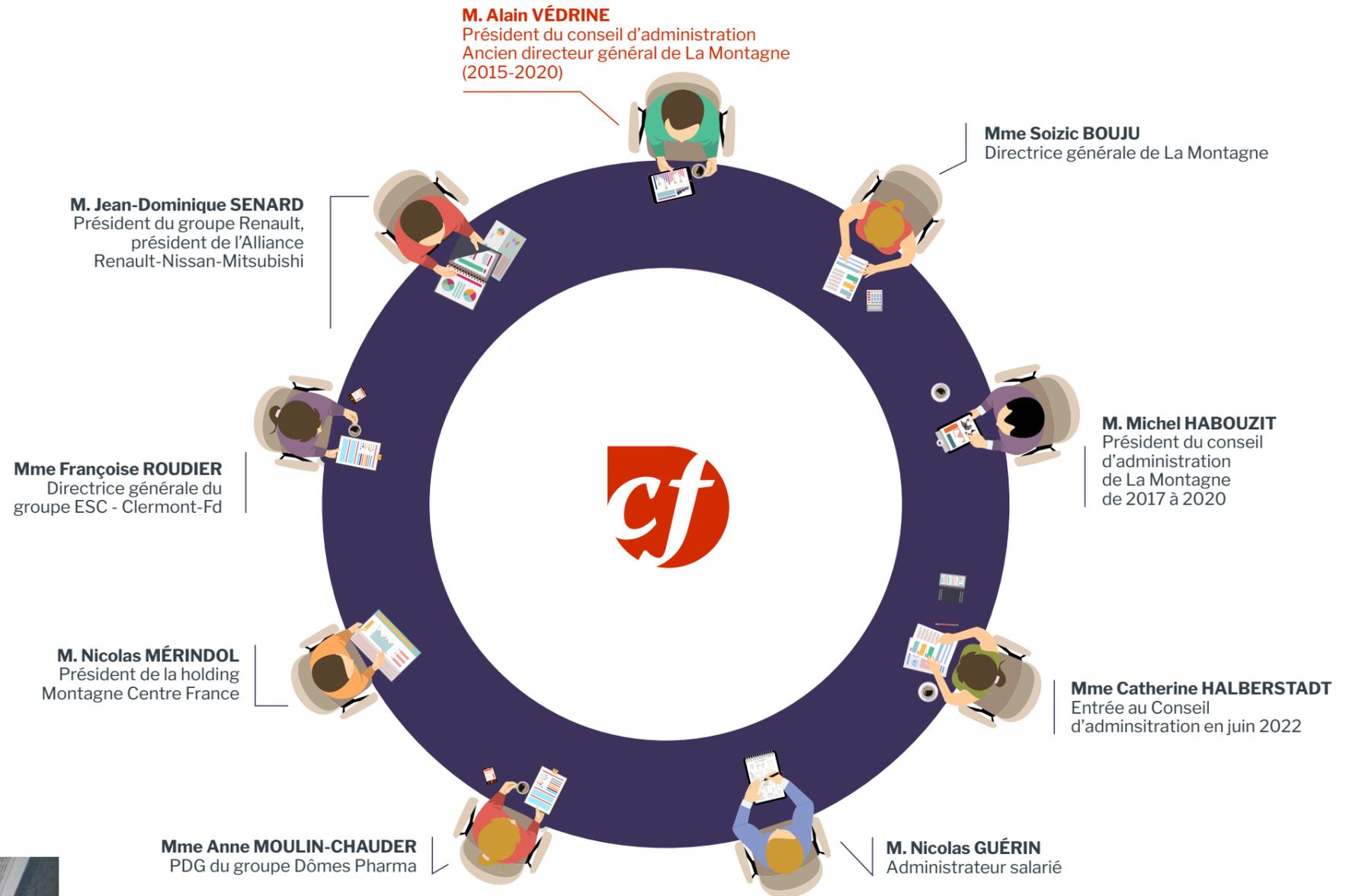
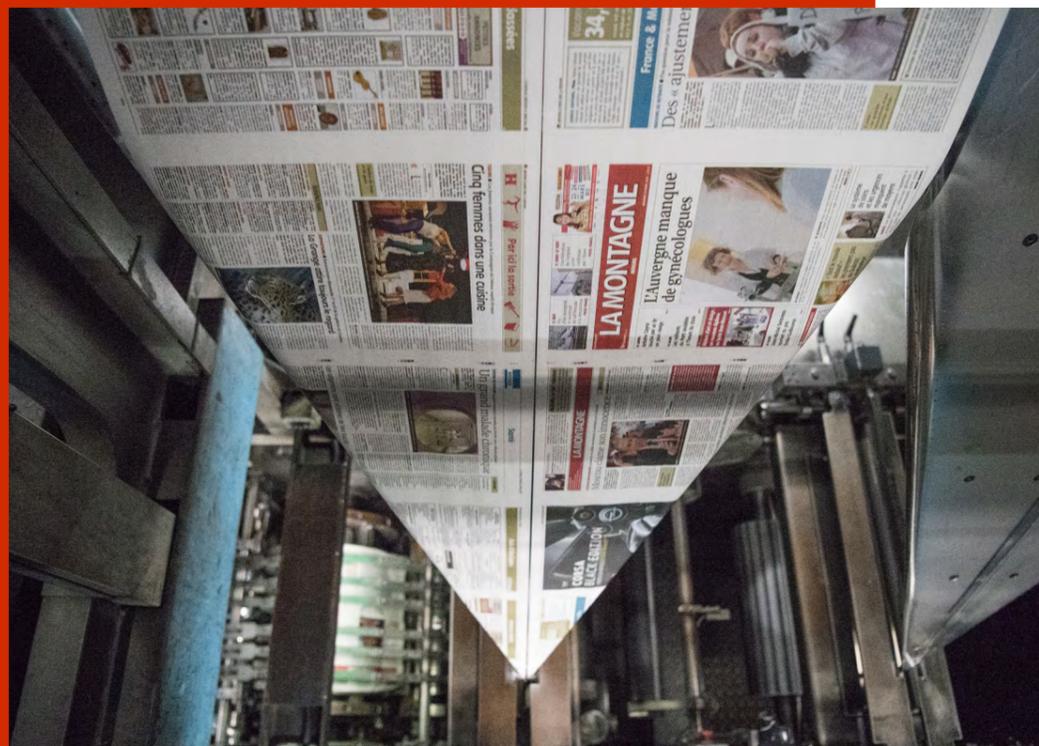
ACQUISITION

- Le Pays Roannais

Notre gouvernance

LE JOURNAL
LA MONTAGNE,
MAISON MÈRE
DU GROUPE
CENTRE FRANCE,
EST UNE SOCIÉTÉ
ANONYME (SA).

Elle est détenue par 2 actionnaires de référence : la SAS Holding Montagne Centre France et la Fondation Varenne pour la presse et la communication, fondation reconnue d'utilité publique depuis 1988, qui œuvre au soutien et à la promotion des métiers de la presse et de la communication auprès des journalistes, des milieux scolaires et des chercheurs, dans la continuité de l'action d'Alexandre Varenne, avocat, journaliste et homme politique majeur du XXe siècle. Le Conseil d'administration de La Montagne est présidé, depuis juin 2020, par Alain Védrine et est composé de **9 administrateurs**. La direction générale du Groupe est assurée, depuis juin 2020, par Soizic Bouju.



Directions métiers et activités

- **Directeur Business** : Franck Espiasse-Cabau
- **Direction éditoriale** : Stéphane Vergeade et Thibaud Vuitton
- **Ressources éditoriales** : Inma Bevan
- **Publicité et Solutions Média** : Marylène Guérard
- **Produits digitaux** : Cédric Motte
- **Produits éditoriaux** : Charles Vigier
- **Administratif et finances** : Caroline Georges
- **Activités industrielles et HSE (Hygiène, Sécurité, Environnement)** : Céline Troquet
- **Transport** : Laurent Boulanger
- **Ressources humaines** : Marie Durand
- **Systèmes d'information** : Maxime Le Calvé
- **Juridique** : Claire Martin
- **Communication et relations institutionnelles éditoriales** : Olivier Bonnichon
- **Événementiel** : Grégoire Cusinberche
- **Innovation, exploration et incubation** : Raphaël Poughon
- **RSE** : Adeline Vitrolles

Nos activités

PLUS QU'UN GROUPE DE PRESSE, CENTRE FRANCE EST DEVENU UN GROUPE DE MÉDIA ET DE COMMUNICATION. CES DERNIÈRES ANNÉES, IL A DIVERSIFIÉ SES ACTIVITÉS POUR COUVRIR UN LARGE CHAMP, TOUJOURS EN LIEN AVEC SON ADN ET SES VALEURS : LA PROXIMITÉ.

LA PRESSE

C'est l'activité centrale du Groupe qui édite huit titres quotidiens, neuf titres hebdomadaires, ainsi que des magazines et hors-séries. Les supports digitaux correspondants sont développés en parallèle pour permettre à nos lecteurs de nous lire où qu'ils soient.



ÉDITION DE LIVRES

Centre France Livres est une maison d'édition, filiale du Groupe, créée en décembre 2015, lors de la reprise d'une maison d'édition clermontoise, les éditions De Borée, avec pour ambition de développer les synergies entre la presse et l'édition de livres, et également de donner un nouvel élan à la marque. La ligne éditoriale historique de cette maison d'édition est centrée sur les livres de terroir et l'écriture dite régionaliste.



AGENCE DE PRESSE

Centre France Info Région, filiale créée en 1997, réalise des reportages audiovisuels et écrits pour le compte de médias nationaux en Auvergne, Limousin, Bourgogne et dans le Centre-Val de Loire.

Nos trois équipes de tournage et reportage sont basées à Clermont-Ferrand, Limoges et Tours.



PUBLICITÉ ET SOLUTIONS MÉDIAS

Les équipes de Centre France Pub conseillent et accompagnent les annonceurs depuis plus de 40 ans. Régie publicitaire historique du groupe Centre France, entité 100% filiale, Centre France Pub est composée d'experts en communication locale, d'une force commerciale de 80 commerciaux et de responsables grands comptes, s'appuyant sur la puissance d'une vingtaine de marques médias afin de répondre à des besoins d'accompagnement de leurs clients locaux, régionaux ou nationaux : digitalisation, hors média, événementiel de proximité, ancrage dans la vie des territoires...

Elles proposent un vaste panel de solutions : conseil en stratégie media-planning, ciblage géolocalisé, identité visuelle, achat d'espaces & optimisation budgétaire, marketing direct, solutions digitales et événementielles...

Centre France Pub est labellisée « Digital Ad Trust » (label qui évalue et valorise la qualité des sites qui s'engagent dans des pratiques publicitaires responsables).



CONSEILS ET FORMATIONS

Implanté à Paris, Lille et Montpellier, ESJ PRO est un organisme de formation et de conseil auprès des médias, filiale du Groupe, composée de journalistes professionnels venus de la presse écrite, de la radio, de la télévision et/ou du web. ESJ PRO propose des parcours certifiants en alternance pour les jeunes, de la formation continue pour tous les journalistes, mais aussi du conseil en communication et du média-training à destination des entreprises.

DISTRIBUTION ET LOGISTIQUE

Notre présence chaque jour sur treize départements et quatre régions nous a amenés à acquérir une forte expertise logistique et à développer un puissant réseau de distribution de nos propres journaux, ainsi que d'autres titres de presse nationale, pour répondre aux attentes de nos lecteurs qui nous font confiance chaque matin.

Depuis nos deux centres d'impression d'Auxerre et Clermont-Ferrand, nous livrons chaque matin près de 6 000 distributeurs (diffuseurs de presse, porteurs et bureaux, distributeurs postaux).

Dès le début d'impression, des premiers paquets de journaux à 23 heures, commence alors une véritable course contre-la-montre et un exercice complexe de distribution en flux tendus, renouvelé chaque jour quelles que soient les conditions.



SOLUTIONS PRO ET COLLECTIVITÉS

Les équipes du marketing-ventes proposent plusieurs services, comme les créations de sites internet, des reportages photos et vidéos, un service d'affichage dynamique au sein des locaux, des abonnements médias et des flux d'actualités pour enrichir les sites internet de nos clients, etc.

INDUSTRIE

Deux sites d'impression, basés à Clermont-Ferrand et Auxerre, nous permettent d'imprimer nos journaux sur des rotatives.

En outre, nous réalisons des impressions et du routage de journaux pour des clients privés et publics (hebdomadaires de la presse agricole, journaux gratuits d'annonces, hebdomadaires d'informations générales...).

L'ÉVÉNEMENTIEL

Salons ou foires, expositions grand public, gestion de parcs d'expositions, événements d'entreprises ou sportifs... Depuis plus de 20 ans, le Groupe organise, à travers différentes filiales, des événements de toute nature. Relai de croissance dans le cadre de l'évolution du modèle économique de la presse, l'activité événementielle est une manière de faire vivre le lien de proximité. Le Groupe est également gestionnaire du Parc des expositions d'Auxerre.



INNOVATION RESPONSABLE

Créée en janvier 2019, - dans le prolongement du LAB Centre France créé en 2014 - la Compagnie Rotative est l'agence d'innovation responsable du Groupe. Elle exerce une activité de veille, d'expérimentation et d'accélération de projets, au service de l'innovation du groupe Centre France, de ses métiers et de ses collaborateurs. Elle facilite l'acculturation aux transitions et aux nouvelles pratiques collaboratives. Dotée d'un incubateur jusqu'en septembre 2022, elle a accueilli sa première promotion en 2019 sur la thématique des nouvelles proximités en partenariat avec le Ministère de la Culture. Parallèlement, elle a piloté la démarche collaborative d'émergence des sujets RSE via l'animation du comité impact - RSE, et la conception du programme impact (voir Synthèse des enjeux RSE).

Notre modèle d'affaires



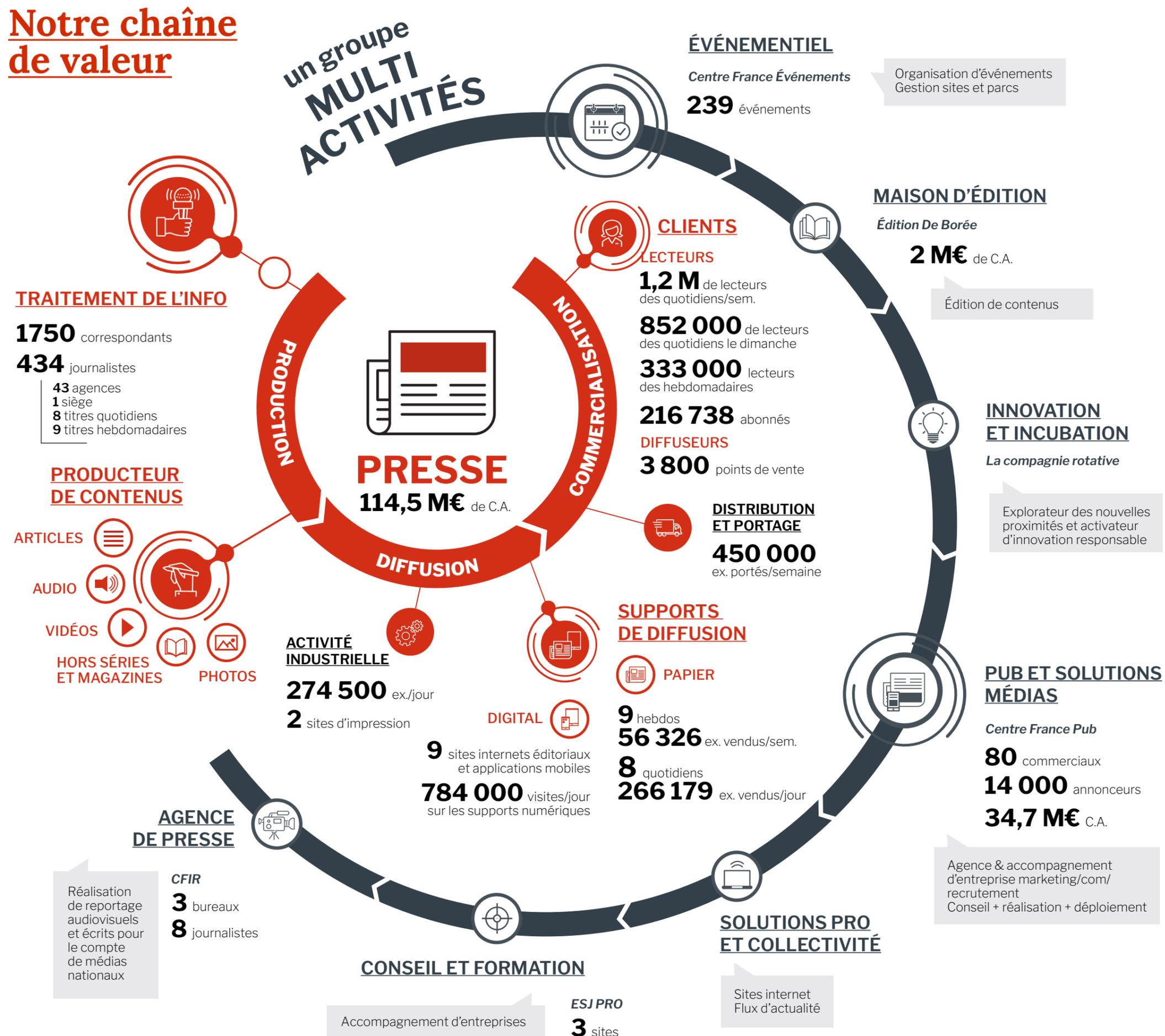
163 M€ de C.A.

1481 collaborateurs

15 départements & 4 régions

10 activités

Notre chaîne de valeur



Chiffres clés

1/5^e

du pays couvert par le groupe **Centre France**.



434

journalistes.

1 750

correspondants de presse.

15

départements.

4 000

communes.



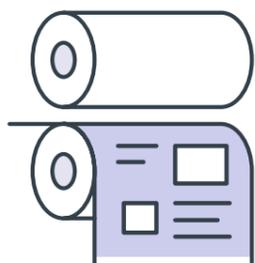
1,30€ en moyenne, le quotidien du lundi au samedi, **2€ le dimanche**.

1,60€ l'hebdomadaire.

INDUSTRIE

274 500

exemplaires par jour pour le compte du Groupe et de clients externes.



2

centres d'impressions.

LOGISTIQUE PORTAGE

7j/7



avant 7h30, Portage à domicile à nos abonnés.

1 000

distributeurs



130 000

exemplaires portés chaque jour en semaine
40 000 le dimanche.



Taux de couverture par portage

de **75%** des foyers.

LOGISTIQUE TRANSPORT



300

circuits de distribution assurés par nos chauffeurs et nos prestataires.

41 t

de marchandise transportées chaque jour.



200

véhicules de transport.

43 500 km

parcourus chaque jour.

AUDIENCE WEB

Le nombre d'abonnements numériques est en forte croissance depuis l'exercice 2021.

784 000

visiteurs quotidiens fréquentent nos sites web en moyenne.



🔍 l'offre Essentielle 🗣️

+10,90%

5 192 abonnés en 2021
5 758 en 2022.

🔍 l'offre Intégrale 🗣️

+29,50%

14 500 abonnés 2021
18 800 en 2022.

PUBLICITÉ

34,7

millions d'euros de chiffre d'affaires réalisé par la Régie Centre France Pub en 2022.



Synthèse des enjeux RSE



Notre politique de responsabilité

DEPUIS LA PRÉCÉDENTE DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE, LA DIRECTION DU GROUPE CENTRE FRANCE A DÉCIDÉ DE PLACER SA DÉMARCHÉ RSE AU CENTRE DE SA STRATÉGIE.

A cet effet, afin d'assurer le lancement transverse de la démarche, un comité impact - RSE, a été mis en place au printemps 2021. Il est composé d'acteurs volontaires au sein de directions métiers (communication, juridique, RH, innovation), et désireux de donner de l'élan à l'ambition des actions du Groupe en la matière. Jusqu'à l'automne, le comité impact a d'abord suivi une phase d'exploration, sondant les potentiels internes en termes de RSE, les acteurs mobilisables, et a nourri son inspiration de rencontres avec des acteurs de la RSE externes au Groupe. Le groupe Centre France a ainsi intégré le Réseau RSE Auvergne, aux côtés de PME, ETI et grands groupes localement mobilisés. Les premières actions du comité impact se sont articulées autour de feuilles de route ambitieuses sur 5 piliers stratégiques pour la RSE : l'accompagnement des métiers, l'accompagnement des collaborateur·ices moteurs (volontaires mobilisés dans tous les métiers, formés et contributeurs au sein de la communauté des « activateurs d'impact »), un axe de communication et de récit autour de ce programme pour générer de l'engagement en interne, un travail à aboutir sur la raison d'être du Groupe, et enfin la partie études et obligations légales. La direction générale a fait le choix de porter le sujet de la RSE au cœur du développement stratégique du Groupe en créant une direction RSE dédiée à l'automne 2022.



Si l'année 2021 fût donc celle de la mise en place des premières briques indispensables à la construction d'une démarche engagée et engageante, l'année 2022 a été celle de l'accélération des chantiers, de la multiplication des accompagnements à la transformation dans les métiers du Groupe, du déploiement du « Programme impact - RSE » et de la constitution du réseau des Référents RSE (environ 40 référents sur l'ensemble des 14 départements géographiques que couvre le groupe Centre France). Dotés d'une fiche de mission, les référents RSE mènent des actions concrètes, en complémentarité des chantiers pilotés par les métiers, permettant d'accélérer les impacts. Ancrés dans l'action, ils portent des projets autour de sept thématiques spécifiques. Ces thématiques ont été élaborées suite à un sondage réalisé en 2021 auprès des collaborateurs·ices sur leurs sujets d'intérêts. En complément, nous avons identifié des thèmes sur lesquels nous n'avons pas de chantiers métiers en cours afin que les travaux soient complémentaires.

- Réutilisation, réduction et recyclage des déchets ;
- Alimentation durable ;
- Engagement citoyen ;
- Déplacement alternatif ;
- Diversité ;
- Pollution numérique ;
- Amélioration de notre quotidien.

La direction RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise) a pour mission d'accompagner et de coordonner la politique RSE du groupe Centre France et la stratégie de développement durable (dans ses dimensions sociales, sociétales, économiques, environnementales). Cette nouvelle direction est un pôle support au service des transitions des métiers du Groupe pour faciliter la transformation des modèles et des offres. La Direction RSE est rattachée à la Direction générale.

Autres missions :

- Accompagner et piloter la démarche RSE du Groupe ;
- Accompagner les métiers dans la mise en place de leurs plans d'actions ;
- Mettre en place des outils de mesures de performance de la démarche RSE ;

- Garantir la méthodologie et les processus des projets RSE ;
- Développer l'image de l'entreprise autour de ces enjeux ;
- Promouvoir et incarner la stratégie RSE du Groupe lors d'événements extérieurs.

L'élaboration de cette nouvelle version de la DPEF, enrichie de nouveaux indicateurs, arbitrés en collectif (groupes de travail par risque) dans une perspective d'amélioration continue, a été élaborée par la direction RSE, validée par le comité impact - RSE et la direction générale du groupe Centre France. Dorénavant animé par cette direction, le comité impact - RSE a désormais un rôle de comité de surveillance et de suivi des actions de la direction RSE.

Cf. détails du processus méthodologique de construction de la DPEF en page 44.

Actions événementielles du Programme impact



101

participants uniques aux événements de la **semaine impact** en mars 2022

19



événements internes proposés lors de cette semaine

8

événements internes proposés dans le cadre de la **Semaine du Développement Durable** en septembre 2022



80

participants uniques au cycle de webinar « **Odysée Centre France** »

400

Initiatives et actions RSE proposées par les collaborateur·ices depuis le lancement du **programme Impact** : 2021 et 2022

impact.



NOMBRE DE NEWSLETTERS INTERNES DE SENSIBILISATION RÉALISÉES :

22

newsletters impact (taux d'ouverture de 65% en moyenne) en 2022

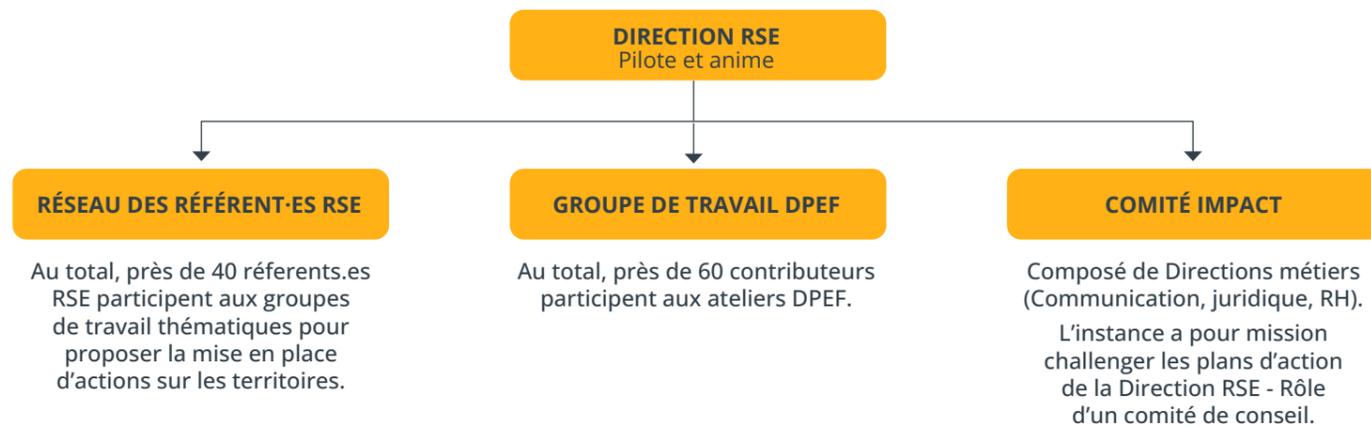


NOMBRE DE CONTRIBUTEURS POUR LA DPEF

63

contributeurs

Animation de groupes de travail transverses au sein du Groupe



La politique RSE

La politique RSE a été définie en cohérence avec les principes éthiques du groupe Centre France et sa volonté de respecter et promouvoir à la fois les valeurs sociétales, sociales et environnementales. Parmi les catégories de responsabilités sociale et sociétale, nos risques se regroupent principalement autour de plusieurs thématiques : la protection de l'environnement, **la responsabilité sociétale, le souci du maintien de la confiance avec nos lecteurs et clients, et la responsabilité sociale et le devoir de vigilance.**

Dans le cadre de cette Déclaration de Performance Extra-Financière, nos politiques ont été présentées de la manière la plus fidèle possible. La réflexion est toujours en cours pour affiner, sur certains sujets, nos indicateurs de performance.

Avertissement : compte tenu de la nature de ses activités, le groupe Centre France n'est pas concerné par la lutte contre le gaspillage alimentaire, la lutte contre la précarité alimentaire et durable ainsi que le respect du bien-être animal.



Conformément aux évolutions des articles L 225-35 du code de commerce modifié par la loi 2022-296 comme suit :

- « Le conseil d'administration détermine les orientations de l'activité de la société et veille à leur mise en œuvre, conformément à son intérêt social, en considérant les enjeux sociaux, environnementaux, culturels et sportifs de son activité. »

Et de l'article L 225-102-1 du code de commerce relatif à la DPEF :

- Cette déclaration devra désormais comporter des informations relatives « aux actions visant à promouvoir la pratique d'activités physiques et sportives dans le cadre de la société »

Le groupe Centre France précise qu'il intègre un reporting spécifique des activités proposées dans le cadre du développement de la pratique sportive et culturelle en page 34.

La mise en œuvre de notre démarche de reporting extra-financier s'articulant autour de neuf risques, est un levier de croissance pour notre Groupe, car elle contribue à :

- > Préserver l'environnement ;
- > Cultiver le lien et la proximité ;
- > Développer le capital humain.

AUTRES GROUPES DE TRAVAIL ACTIFS AU SEIN DU GROUPE avec lesquels la direction RSE interagit sur des sujets conjoints

Réseau des référent-es handicap

Réseau des référent-es RGD

Réseau des référent-es harcèlement

Réseau des journalistes « experts climat »



Cartographie des risques

La méthodologie d'élaboration des risques présentés dans le présent document est détaillée en page 44. Elle repose sur l'animation de groupes de travail transverses, animés par la Direction RSE. La sélection des risques présentée ci-après est réalisée en étroite collaboration avec les métiers et la direction générale.

ENJEUX ET IMPACTS	RISQUE ASSOCIÉ	INDICATEURS	OBJECTIFS DU GROUPE
ENVIRONNEMENT			
CHANGEMENT CLIMATIQUE	Risque de pollution atmosphérique contribuant au réchauffement climatique lié à une mauvaise gestion de nos émissions de gaz à effet de serre dans nos activités.	<ul style="list-style-type: none"> * Pourcentage de répartition des véhicules par motorisation - p.16 • Consommation électrique globale (en KW) • % de progression relamping LED • Émissions de gaz à effets de serre de l'entreprise • Proportion des PC du parc compensés carbone • Nombre de kilomètres parcourus par les véhicules de notre flotte • Nombre de kilomètres parcourus par les porteurs salariés • Nombre de tournées mutualisées avec la presse nationale 	Contribuer à la réduction de l'empreinte carbone de l'entreprise et à une gestion adaptée de nos ressources et de nos rejets industriels
POLLUTION	Risque de dégradation de l'environnement lié à nos rejets industriels et une mauvaise gestion de nos déchets et de nos ressources.	<ul style="list-style-type: none"> * Suivi de la gâche environnementale- p.20 • Masse de cartons et/ou nombre de rotation de bennes • % d'adressage à découvert • Suivi des invendus (en nombre d'exemplaires et en taux) • % de la ressource en papier provenant de papier PEFC ou FSC • % de matériel numérique reconditionné et/ou revalorisé 	Maîtriser et limiter notre consommation de ressources.
SOCIÉTALE			
DÉVELOPPEMENT LOCAL	Risque de décalage entre notre image de média de proximité et notre présence territoriale.	<ul style="list-style-type: none"> * Nombre de participants aux événements organisés sur les territoires du groupe Centre France - p.23 • Nombre de stagiaires et visiteurs touchés par des actions d'éducation aux médias • Nombre d'événements sur les territoires du groupe Centre France • Nombre de projets accompagnés en incubation • Nombre de « Face aux lecteurs » et rencontres lecteurs • Taux de pénétration 	<p>Conserver une présence territoriale forte via des rencontres éditoriales ou événementielles.</p> <p>Permettre aux élèves d'exercer leur citoyenneté en s'informant de manière autonome, en exerçant leur esprit critique.</p>
LIEN AVEC NOS CLIENTS ET LECTEURS	Risque de perte de confiance de nos lecteurs et de nos clients.	<ul style="list-style-type: none"> * Baromètre de satisfaction lecteur - p.27 • Niveau de service de l'accueil téléphonique • Délai de traitement des emails • Taux de churn • Taux de délivrabilité • Taux de rupture 	Préserver et développer le lien et la confiance de nos lecteurs et de nos clients en maintenant une qualité de service optimisée.

ENJEUX ET IMPACTS	RISQUE ASSOCIÉ	INDICATEURS	OBJECTIFS DU GROUPE
SOCIALE			
DISCRIMINATION	Risque d'inégalité de traitement et de discrimination à l'égard des collaborateur-ices et candidat-es	<ul style="list-style-type: none"> * Taux d'emploi de personnes en situation de handicap par société - p.31 • Index professionnel hommes-femmes par société • Nombre de DuoDays 	<p>Permettre aux collaborateur-ices de travailler dans un cadre d'entreprise bienveillant à l'égard des personnes en situation de handicap.</p> <p>Permettre aux candidats de rejoindre une entreprise active sur le respect de l'égalité des genres.</p>
SANTÉ ET CONDITIONS DE TRAVAIL DES COLLABORATEUR-ICES	Risque lié à la sécurité et à une prise en compte insuffisante du bien-être des collaborateur-ices sur leur lieu de travail.	<ul style="list-style-type: none"> * Taux de gravité des accidents du travail- p.34 • Taux de fréquence des accidents du travail • Nombre de nouveaux accords d'entreprises signés • Nombre de tickets RH Desk • Nombre de commissions (réunion + instance) non obligatoires réalisées par an et par société • % de salariés formés sur le sujet SST • Taux d'absentéisme • Nombre d'accidents de trajets domicile travail 	<p>Améliorer la sécurité des collaborateur-ice-s.</p> <p>Réduire le nombre d'accidents du travail et leur gravité.</p> <p>Améliorer et assurer de bonnes conditions de travail pour nos collaborateur-ices.</p> <p>Faciliter la mise en œuvre d'un dialogue construit.</p> <p>permettant à l'ensemble des collaborateur-ices de comprendre les enjeux.</p>
EMPLOYABILITÉ	Risque d'inadéquation des compétences des collaborateur-ices par rapport aux nouveaux enjeux stratégiques.	<ul style="list-style-type: none"> * Nombre d'heures total de formation sur l'effectif global- p.37 • Durée moyenne de la formation suivie • % de l'effectif ayant suivi une formation • Nombre d'alternants en contrat au sein du Groupe pendant l'année • Nombre de mobilités internes • Taux de satisfaction de l'ensemble des étudiants de l'ESJ PRO • Suivi et placement des CFA (Centre France Académie) 	<p>Maintenir et développer un niveau de performance en s'assurant de l'adéquation entre les compétences actuelles et les besoins de l'entreprise.</p> <p>Fidéliser les collaborateur-ices et assurer la synergie des équipes.</p> <p>Développer notre marque employeur pour attirer de nouveaux talents capables d'opérer les activités du Groupe en pleine mutation.</p>
GOVERNANCE			
PROTECTION DES DONNÉES	Risque de perte, d'altération et de diffusion de données lié à une mauvaise maîtrise de la sécurité informatique et à une gestion non responsable des données.	<ul style="list-style-type: none"> * Pourcentage d'applications couvertes par une politique de gestion des accès -p.42 • Taux de collaborateur-ices sensibilisé-es à la sécurité informatique • Niveau de conformité du système d'information • Taux de suivi du e-learning Cybersécurité • Taux de suivi du e-learning RGPD • Suivi du taux d'opt in 	Atteindre une gestion responsable des données informatiques de nos clients et collaborateur-ices.
ÉTHIQUE DES AFFAIRES	Risque d'une politique éthique non affirmée et d'un manque de transparence envers nos parties prenantes.	<ul style="list-style-type: none"> • % de collaborateur-ices formé-es à la RSE • Nombre de directions métiers formé aux processus Achats et Juridiques • Chiffres d'affaires 	<p>Mettre en place les mesures de prévention de faits de corruption.</p> <p>Pérenniser nos relations avec les prestataires et partenaires.</p> <p>Informar sur les enjeux de la politique de Responsabilité Sociétale du Groupe.</p>



Préserver
l'environnement

Nos engagements environnementaux

Changeement climatique

RISQUE DE POLLUTION ATMOSPHÉRIQUE CONTRIBUTANT AU RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE LIÉ À UNE MAUVAISE GESTION DE NOS ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE DANS NOS ACTIVITÉS

En tant qu'entreprise, nous sommes concernés au premier rang par les risques liés au changement climatique et devons poursuivre nos efforts pour trouver des solutions.

Pour répondre à cet enjeu, nous nous interrogeons sur l'impact de nos activités. C'est pourquoi nous avons établi les Bilans carbone des 2 sociétés du groupe Centre France répondant à l'article L 229-25 du code de l'environnement, à savoir La Montagne et Centre France Portage. Courant du printemps 2023, nous allons réaliser l'ensemble des bilans carbone des sociétés du Groupe permettant d'avoir une vision par société et un résultat agrégé pour l'ensemble du Groupe. Grâce à cette consolidation Groupe, nous pourrions identifier les risques et opportunités de notre secteur d'activité, et pourrions préparer des plans d'actions en conséquence. Cette consolidation porte sur 17 sociétés du Groupe, intégrant des sociétés non soumises à l'obligation légale.

L'utilisation de véhicules à majorité thermiques dans le cadre des activités du Groupe et de camions pour l'activité de logistique et de portage génère une quantité importante de rejets dans l'atmosphère. Les locaux, l'achat de services, la production de nos produits et le numérique représentent également une part non négligeable de notre bilan carbone. C'est donc sur ces principaux axes que nous agissons.



Chiffres clés

CONSUMMATION ÉLECTRIQUE
2022

110 000

KWh au siège

OBJECTIF : -5%/an



PROPORTION DES PC DU PARC COMPENSÉS CARBONE

2022

350 / 1556



OBJECTIF : renouvellement de 300 machines par an sur un parc de 1500

RÉPARTITION DES VÉHICULES DU PARC AUTOMOBILE PAR MOTORISATION*



OBJECTIF : 6% de véhicules électriques pour 2023 et 8% pour 2024

*Indicateur clé de performance audité dans le cadre de la DPEF par le cabinet PKF-Arsilon.



EMPREINTE CARBONE TOTALE

2022

LA MONTAGNE

9 437

tCO2eq (sur exercice 2021)

CENTRE FRANCE PORTAGE

3 466

tCO2eq (sur exercice 2021)

Synthèse du bilan carbone de La Montagne

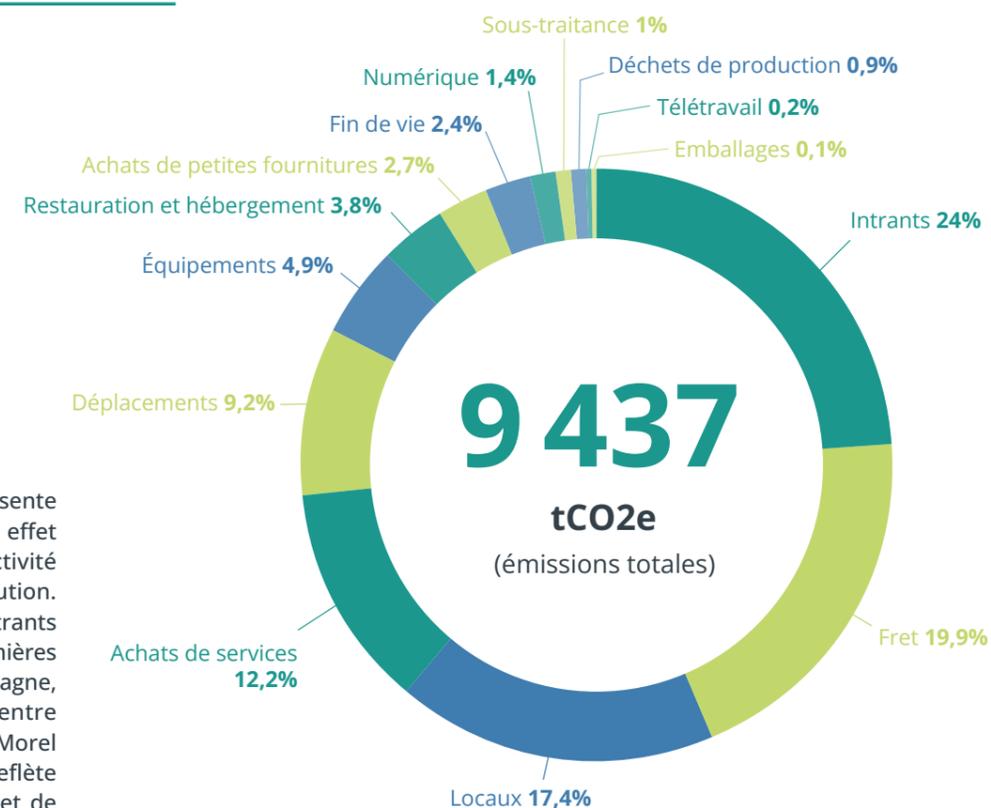
114

kgCO2e/k€ de C.A.

2,6

kgCO2e/collaborateur

L'activité de fret et de transport représente près de 20% des émissions de gaz à effet de serre de ce bilan. Il s'agit de l'activité de portage du journal et de distribution. Ainsi que l'approvisionnement des intrants (approvisionnement en matières premières - papier - par exemple). Pour La Montagne, intégrant dans son périmètre le centre d'impression de Clermont -Ferrand (Morel Ladeuil), la majeure partie du bilan reflète l'intensité de l'activité d'impression et de distribution.



Chiffre clés

Nombre de tournées mutualisées - en portage salarié et VCP - avec la presse quotidienne nationale.
En 2022

360
790

tournées par jour

Nombre de tournées de transport primaire mutualisées avec la presse quotidienne nationale 2022 :

Sur **300** circuits de transports quotidiens,

18

tournées sont désormais mutualisées avec la presse nationale en 2022



Optimiser nos tournées de livraison

Un effort est engagé dans l'optimisation des tournées de portage, visant à réduire le nombre de kilomètres parcourus sur l'ensemble de nos sites. Des études sont réalisées via le logiciel RNC, dont l'objectif est de trouver la meilleure solution pour réduire nos émissions de CO2 et améliorer notre qualité de service.

Pour contribuer à ce même objectif, une partie des tournées (de transport primaire et en portage salariés & VCP - vendeur colporteur de presse) est désormais mutualisée avec la presse quotidienne nationale. Les véhicules de livraison sont donc moins nombreux sur les routes et la consommation de carburant réduite. Ce dispositif contribue progressivement à l'optimisation de nos tournées en évitant aussi, par exemple, les trajets à vide.

Des études d'optimisation et de mutualisation avec la presse nationale dans le secteur de l'Allier sont menées.

Proposer des alternatives pour nos collaborateur-ices

La réduction de nos rejets dans l'atmosphère ne peut s'engager qu'en concertation avec l'ensemble de nos collaborateur-ices pour agir sur les comportements individuels, dans le cadre professionnel. De fait, une démarche de communication et de sensibilisation auprès des collaborateur-ices est mise en place, visant à favoriser l'utilisation des transports en commun (trains, bus, tramway), des moyens de transports en mobilité douce et mobilité active, ou le recours au covoiturage.

Pour les personnes amenées à se déplacer fréquemment en région parisienne, le Groupe incite à privilégier le train. Pour les journalistes qui doivent se rendre en centre-ville, nous avons mis à disposition des cartes d'abonnements aux transports en commun. Pour que chacun s'approprie l'enjeu, une communauté sur « Bonjour », notre intranet, nommée « Covoit' et Colis » permet aux collaborateur-ices qui le souhaitent, de proposer du covoiturage pour les trajets domicile-travail ou les déplacements professionnels, ou de mettre une annonce pour déposer d'éventuels colis d'un site à l'autre du Groupe.

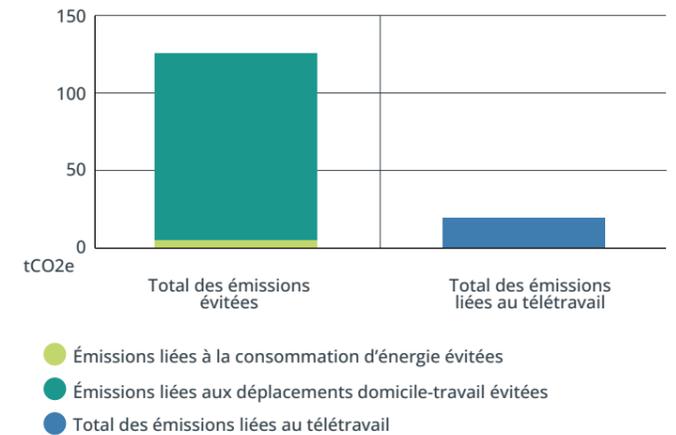
Au cours d'une semaine événementielle interne autour des enjeux de responsabilité sociétale de l'entreprise, que nous avons nommée « Semaine impact », nous avons proposé aux collaborateur-ices un échange en direct et en visioconférence pour échanger sur le sujet de la mobilité active. Ainsi, une collaboratrice a pu partager des astuces pour venir au travail à vélo, en trottinette et autre moyen de mobilité active (ou douce). Ce format d'échange que nous intitulons « Café des solutions » était aussi l'occasion d'échanger sur les outils à disposition des collaborateur-ices pour faciliter leur transition vers une mobilité durable. Par ailleurs, des vélos électriques sont mis à disposition des équipes de la rédaction à Orléans, en partenariat avec la Métropole. Un moyen pour les journalistes de se déplacer autrement qu'en voiture, notamment lorsqu'il s'agit d'aller faire un reportage sur le terrain, dans une zone proche de l'agence.

Développer le télétravail

Un nouvel accord a été signé en juillet 2022, autorisant les salariés de certaines sociétés du Groupe à télétravailler jusqu'à 3 jours par semaine (contre 2 jours par semaine auparavant).

D'un point de vue environnemental, le télétravail permet en effet d'éviter les émissions liées aux trajets domicile-travail et donc d'alléger véritablement notre bilan carbone. L'émission de **121 tonnes de CO2e** ont pu ainsi être évitées via ce dispositif en 2021 (données issues du bilan carbone de la société La Montagne). Nous sommes conscients que, lorsque les salariés travaillent depuis leur domicile, ils utilisent de l'énergie non comptabilisée par l'entreprise (chauffage, électricité, consommation des équipements numériques, internet...). Un facteur d'émissions a de ce fait été ajouté à notre bilan carbone, mesurant ce poste en fonction du mode de chauffage et du fournisseur d'électricité de chaque collaborateur-ice. Le résultat démontre malgré tout un bénéfice significatif, en partie lié aux habitudes de déplacement de nos collaborateur-ices utilisant majoritairement la voiture.

Total des émissions liées au télétravail	19 tCO2e
Nombre de jours télétravaillés	29 972
Taux moyen de télétravail	20%
Émissions liées à la consommation d'énergie évitées	3,7 tCO2e
Émissions liées aux déplacements domicile-travail évitées	121 tCO2e



KILOMÈTRES PARCOURUS PAR LES VÉHICULES DE NOTRE FLOTTE

2021

5 401 515 kms

2022

6 014 122 kms

KILOMÈTRES PARCOURUS PAR LES PORTEURS SALARIÉS

2022

3 922 871 kms

Rationaliser le nombre de véhicules du parc

Pour les cas où l'utilisation de la voiture reste nécessaire et ne peut être remplacée, nous souhaitons mettre à disposition des collaborateur-ices des véhicules plus propres et moins carbonés. C'est pourquoi, un remplacement progressif des véhicules diesel du parc par des véhicules rejetant moins de particules fines ou par des véhicules électriques est toujours en cours. Via les nouvelles commandes pour le parc, nous souhaitons atteindre une proportion de **6% de véhicules électrique en 2023, et 8% en 2024.**

Livrer les journaux autrement

Centre France Portage a acquis 6 véhicules électriques, qui ont chacun parcouru un minimum de 10 000 km sur l'année 2022. **Ce dispositif a donc permis d'éviter l'impact carbone lié à l'utilisation de voitures thermiques sur 60 000 kms.**

De nouvelles modalités de livraison sont également expérimentées via des scooters électriques et thermiques, des vélos triporteurs et biporteurs sur la métropole de Clermont-Ferrand. Ces tests permettent d'étudier la faisabilité des tournées avec ce type de véhicules, et notamment d'apprécier les capacités d'autonomie des véhicules et leur adaptation au métier de la livraison et du portage.

Nos prestataires transports veillent, eux aussi, à l'instauration de pratiques plus respectueuses de l'environnement. Des véhicules poids lourds sont remplacés par des véhicules légers, moins énergivores.



Réduire l'empreinte environnementale liée aux équipements numériques

Le Groupe se mobilise sur la question de l'économie durable de son matériel informatique, aussi bien à l'acquisition qu'à la gestion de la fin de vie. 50% de l'empreinte du numérique au niveau mondial est dû à la production des équipements numériques, demandant des quantités importantes de ressources pour être fabriqués, notamment des métaux rares. À l'échelle du groupe Centre France, les émissions liées au matériel informatique représentent **60 tCO2e**.

Deux leviers d'actions sont à l'étude au sein de notre entreprise : réduire nos achats de matériels informatiques, et acheter, quand cela est possible, des produits éco-conçus.

Une réflexion est en cours sur l'augmentation de la durée de vie des PCs d'une année supplémentaire. Ceux-ci sont aujourd'hui remplacés à leur 4ème année de service. Nous avons, par ailleurs, prolongé la durée de vie de nos imprimantes et copieurs de 2 ans à 5 ans.

De plus, lors du renouvellement de notre parc informatique, nous portons une attention particulière sur les politiques environnementales de nos fournisseurs. Ainsi, 350 des 1 556 PCs en service sont certifiés compensés carbone.

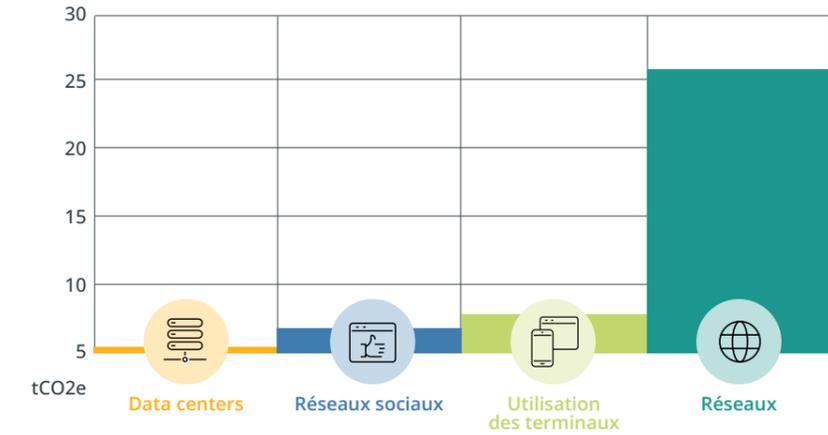
Prendre en compte l'impact environnemental de l'hébergement web

Les équipes des produits digitaux et de la direction des systèmes d'information (DSI) prennent en considération de multiples critères, y compris environnementaux, lors du choix des technologies utilisées.

Les codes de nos sites éditoriaux sont réutilisables dans nos applications, permettant une optimisation du code. Les pages sont mises en cache pour éviter la sollicitation systématique des serveurs et accélérer le temps de chargement.

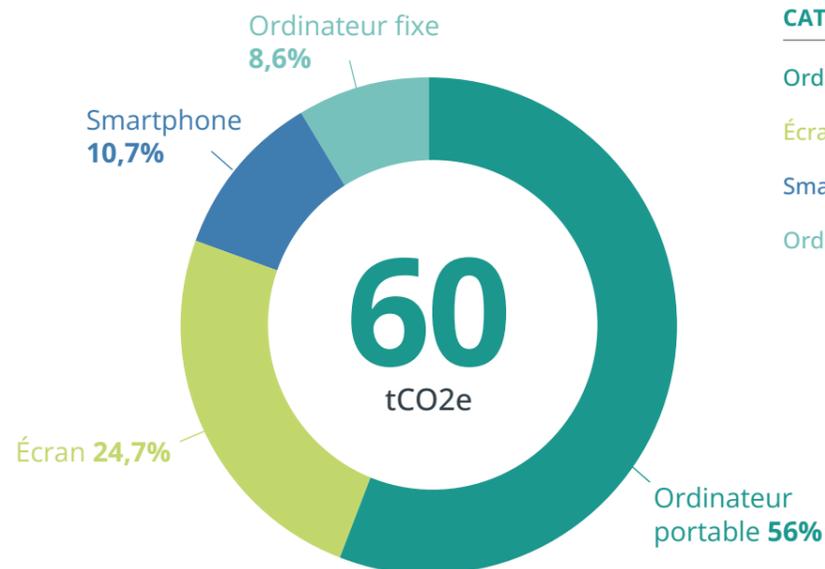
Grâce au décommissionnement et à la rationalisation de nos applications, 150 serveurs ont pu être arrêtés.

Nos données sont principalement stockées dans des Data centers approvisionnés par des énergies renouvelables et à fort niveau d'efficacité énergétique, permettant de limiter nos émissions de Gaz à Effet de Serre.



45 tCO2e ont été émis via les consultations de vos outils numériques

Émissions matériel informatique (tCO2e)



CATÉGORIES	DONNÉES D'ACTIVITÉ
Ordinateur portable	619 unités.année
Écran	215 unités.année
Smartphone	325 unités.année
Ordinateur fixe	53 unités.année



Promouvoir une utilisation responsable des outils numériques

En ce qui concerne l'impact environnemental lié à l'utilisation du matériel informatique, le Groupe mène des actions de sensibilisation auprès des collaborateur-ices pour un usage plus responsable.

À ce titre, des communications à l'ensemble des collaborateur-ices sur les écogestes à appliquer face aux enjeux de sobriété sont régulièrement adressés, via différents canaux (mails, newsletter, Intranet « Bonjour »).

Pendant la semaine événementielle interne, la « Semaine impact » qui s'est tenue en mars 2022, nous avons mené différentes actions autour des enjeux de responsabilité sociétale de l'entreprise. Parmi elles, un direct-vidéo a été proposé aux collaborateur-ices pour échanger sur l'impact du numérique. Autour de cette petite table ronde, plusieurs collaborateur-ices ont pu partager des solutions pour un usage numérique plus responsable, applicables au bureau comme à la maison. Suite à ce live, un challenge a été lancé en interne pour inciter les collaborateur-ices à trier leur boîte mail : au total, près de 55 Go de mails ont été supprimés. Cette initiative a permis de contribuer à la prise de conscience collective, et à l'installation de nouvelles habitudes chez nos collaborateur-ices, qui portent désormais une attention plus particulière à l'envoi et au traitement de leurs emails.

Pour limiter l'impact environnemental lié à l'utilisation de notre matériel informatique, le choix du mode sombre est proposé aux utilisateurs du Groupe.

Engager un plan de réduction des consommations énergétiques

Depuis 2022, le siège de La Montagne est raccordé au réseau de chaleur de la Métropole Clermontoise. Ce nouveau mode de chauffage représente pour le Groupe un excellent outil pour décarboner la chaleur dans ses locaux. Il nous garantit un bouquet énergétique varié composé pour partie d'énergies locales et renouvelables, jouant un rôle central dans la mise en œuvre de la transition énergétique et la dynamique des territoires. Le réseau de chaleur de la métropole permet de valoriser l'ensemble des ressources énergétiques disponibles localement, les réseaux de chaleur mobilisent massivement des sources de chaleur renouvelables telles que la biomasse, la géothermie, l'incinération d'ordures ménagères, le solaire thermique, la chaleur générée par les process industriels, etc., peu ou pas émettrice de CO2.

Dans un contexte marqué par l'accélération du dérèglement climatique et la guerre en Ukraine, la transition énergétique doit devenir une priorité pour tous. C'est pourquoi, nous avons établi un plan de sobriété énergétique, en identifiant des leviers d'action collectifs, proportionnés et raisonnables pour faire la chasse au gaspillage d'énergie. En voici quelques exemples. La température maximale de chauffe dans les bureaux est désormais de 19°C. La climatisation ne se déclenche quant à elle qu'à partir de 26°C. Un planning de déploiement du passage à l'éclairage LED a été engagé en 2022 et se poursuivra en 2023 et 2024, ainsi qu'un réglage de la temporisation de l'éclairage.



Une attention particulière est portée sur la maintenance de nos réseaux de chauffage, notamment leur débouage, permettant d'éviter une perte d'efficacité de nos outils de l'ordre de 17%. La nuit, les week-ends et les principaux jours de télétravail, le nombre de mètres carrés chauffés ou climatisés est optimisé en regroupant les équipes dans des espaces plus adaptés.

Des diagnostics sont par ailleurs à l'œuvre, notamment l'audit énergétique de la Société La Montagne, ainsi que les Bilans Carbone de l'ensemble des sociétés du Groupe. Un travail de collecte des données et de restitution s'achèvera en 2023, pour enclencher en suivant un plan de décarbonation plus spécifique.

Plus largement, un plan de réduction des consommations énergétiques sur 3 ans a été engagé, spécifiquement via le déménagement des agences de Nevers et du Puy-en-Velay, et de la construction d'une nouvelle imprimerie.

Traiter le changement climatique à juste titre dans nos colonnes

Les organes de presse sont depuis toujours étroitement liés à l'évolution des sociétés, pour rendre compte de l'actualité bien évidemment, mais en tant qu'acteur économique à part entière. L'époque actuelle ne fait pas exception. La crise climatique que nous traversons doit nécessairement être traitée et décryptée dans nos colonnes.

La rédaction prend l'engagement d'améliorer son approche des sujets concernant le dérèglement climatique. Une vingtaine de journalistes représentant les différents titres travaillent sur le sujet. En 2023, ces journalistes suivront une formation pour comprendre et transmettre les informations clés sur les questions climatiques.

En parallèle, des Fresques du Climat sont animées dans les agences volontaires. Ainsi, en 2022, les journalistes d'Issoire, Brioude, et Orléans ont pu, au travers de cet atelier, tisser des liens de cause à effets sur les enjeux climatiques dans leur globalité. Une prise de recul suivie d'une discussion collective sur les leviers d'action ont fait émerger des solutions.



En septembre 2022, nos journalistes ont été invités à échanger avec un représentant du GIEC, Gonéri Le Cozannet, à propos de la compréhension et le traitement de la crise climatique dans nos colonnes.

Chiffre clés

25%

de relamping LED en 2022

OBJECTIF

100%

à l'horizon 2024



Zoom sur Le nouveau centre d'impression

Deux lignes de rotatives ont été acquises par le Groupe en février 2022. Elles seront installées dans le futur centre d'impression du Groupe à Clermont-Ferrand, sur un terrain situé dans la zone industrielle des Montels, sur la commune de Cébazat (63).

Dès son élaboration, ce bâtiment est conçu de manière exemplaire en matière de développement durable avec l'activité d'impression en son cœur : « des panneaux photovoltaïques seront installés. La récupération d'énergie pour le chauffage, une construction très vitrée pour bénéficier de la lumière naturelle sont prévues ainsi qu'un travail sur l'acoustique des lieux » indique Céline Troquet, directrice industrielle.

Les premières impressions de journaux sont attendues pour 2024.



Conscient de la nécessité à faire perdurer nos efforts pour limiter nos émissions de gaz à effet de serre, de nouvelles dispositions seront enclenchées en 2023.

Afin d'avoir un état des lieux complet de nos émissions de gaz à effet de serre, nous nous engageons dans la réalisation des Bilans carbone de l'ensemble de nos sociétés, y compris celles non soumises à l'obligation légale de l'article L 229-25 du code de l'environnement.

Sur le volet numérique, notre salle serveur sera externalisée dans un éco-center à Cébazat (63), proche de nos sites de production. Diverses réflexions seront ouvertes, sur la consultation des journaux en PDF et l'optimisation de leur poids, mais aussi sur l'allègement des scripts et le temps de chargement des pages.

Notre filiale Centre France Événements souhaite réaliser le bilan carbone de certains de ses événements, et ainsi proposer des actions de réduction d'émissions. Ce bilan a été réalisé sur l'édition 2022, pour une mise en œuvre d'actions de réduction en 2024.

En ce qui concerne le transport et la logistique, nous mettrons en place un outil de gestion de la flotte et, si les phases de test sont concluantes, nous ferons l'acquisition d'un outil d'optimisation des tournées. Nous souhaitons davantage rentabiliser le transport de nuit et limiter le transport à vide.

Un questionnaire sera prochainement adressé aux collaborateurs pour sonder leurs usages des véhicules de fonction, en vue du remplacement du parc automobile actuel par des véhicules électriques.

Enfin, des travaux seront initiés par les référents RSE de Centre France, dans des groupes de travail sur la mobilité alternative, la pollution numérique et l'alimentation durable.

Nos engagements environnementaux

Pollution

RISQUE DE DÉGRADATION DE L'ENVIRONNEMENT LIÉ À NOS REJETS INDUSTRIELS ET À UNE MAUVAISE GESTION DE NOS DÉCHETS ET DE NOS RESSOURCES

Il est de notre responsabilité de maîtriser la gestion de nos déchets, quels qu'ils soient. Nous prenons part aux changements collectifs qui doivent être effectués pour atteindre les objectifs fixés par la France, dans le cadre de la Feuille de Route Économie Circulaire, et par l'Europe, dans le cadre du paquet économie circulaire européen.

Chiffres clés



GÂCHE INDUSTRIELLE*

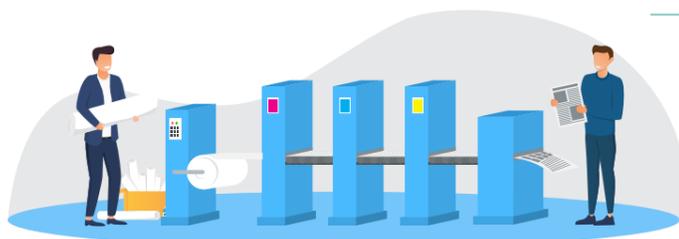
La gâche désigne le papier qui a été jeté pendant la phase de réglage du matériel d'imprimerie ou les journaux jetés présentant des défauts de fabrication les rendant impropres à la vente.

Elle est calculée en nombre d'exemplaires par différence entre le nombre d'exemplaires demandés par les ventes et le nombre d'exemplaires réellement imprimés.

chiffre 2021 11 951 664 > 10,4%

chiffre 2022 10 632 626 > 10%

OBJECTIF 2023 > 9,50%



ADRESSAGE À DÉCOUVERT

Pourcentage de journaux envoyés sans film plastique

2021 17,52% 2022 92,47%

OBJECTIF 2023 100%

RECONDITIONNEMENT OU REVALORISATION DU MATÉRIEL NUMÉRIQUE

2022 100% > dont 61,5% remis en état et revalorisé de notre matériel informatique est recyclé

INVENDUS

2021 7 764 943 journaux
2022 6 940 017 journaux invendus > 20,94%



Maîtriser nos rejets industriels

Notre activité industrielle (2 imprimeries au sein du Groupe) présente un risque environnemental, du fait de l'utilisation de solvants dans les processus industriels. Cette quantité est régulièrement contrôlée et maîtrisée afin de s'assurer qu'elle reste conforme à la réglementation.

Les deux imprimeries du Groupe ont fait l'objet de toutes les adaptations nécessaires pour une mise en conformité de leur exploitation. À ce jour, ces deux pôles d'imprimerie, compte tenu de leurs caractéristiques, sont des Installations Classées pour la Protection de l'Environnement (ICPE). Elles sont régulièrement soumises à inspection.

Toutes les dispositions sont prises afin d'éviter la pollution du sous-sol et de la nappe phréatique :

- > Pour l'imprimerie de Clermont : le bâtiment fait l'objet d'un cuvelage complet empêchant en cas de fuite d'un produit qu'il ne pollue le sous-sol ou la nappe phréatique. Les produits sont stockés dans des bacs de rétention.
- > Pour l'imprimerie d'Auxerre : les produits sont stockés dans des bacs de rétention.
- > Pour les 2 imprimeries, après utilisation, les produits chimiques sont récupérés et évacués en filière agréée avec Bordereau de Suivi des Déchets Industriels (BSDI).

Par ailleurs, la modification du processus industriel visant à remplacer l'utilisation de plaques avec traitement chimique par des plaques sans produits chimiques de développement permet de répondre à l'objectif de réduction de rejets industriels.

Mesurer et réduire nos déchets

Grâce au renforcement de l'équipe hygiène, sécurité et environnement, nous engageons un état des lieux général afin de dresser une cartographie des différentes pratiques de tri auxquelles sont soumis nos sites. Ce travail nous permettra de disposer de toutes les informations nécessaires pour la mise en place d'une politique de gestion et réduction de nos déchets, courant de l'exercice 2023.

Par ailleurs, par la mise en place de l'adressage à découvert, nous réduisons considérablement l'utilisation de film plastique à usage unique pour emballer les journaux livrés à nos abonnés.

D'abord testé au centre d'impression d'Auxerre en 2021, puis déployé dans les deux imprimeries en 2022, ce nouveau procédé industriel permet d'imprimer les adresses de nos abonnés directement en pied de Une du journal. L'ensemble de nos titres quotidiens et hebdomadaires sont désormais envoyés à découvert.

Certaines exceptions (clients extérieurs, supplément TV) nous contraignent toutefois à recourir à l'emballage sous film. Pour ces cas particuliers, des phases de test sont en cours pour développer l'utilisation de papier thermoscyclable.

En 2022, les 2 centres d'impression ont engendré 169 tonnes de déchets (cartons ondulés, cartons macules, bobineaux (mélange mandrins en carton et papiers blancs). Des réflexions sont en cours pour équiper nos sites de compacteurs, limitant ainsi le nombre de rotations de bennes et favorisant le recyclage de ces déchets.



Préserver la ressource papier

La vente du journal papier reste, pour le groupe Centre France, un élément clé de son chiffre d'affaires, et de ce fait, le papier journal est une ressource indispensable pour le Groupe.

Sa provenance et son utilisation doivent être maîtrisées et raisonnées en vue de réduire l'impact environnemental de nos opérations de production.

Le Groupe investit constamment dans son outil industriel, afin d'améliorer la qualité d'impression et de réduire la gâche environnementale (par exemple, en améliorant le repérage de coupe, la gestion de la densité d'encrage, la gestion de la quadrichromie, le renouvellement des rotatives et la maintenance).

Le groupe Centre France fait appel à une coopérative d'achat pour son papier journal : la société Gramméo (Société Professionnelle des Papiers de Presse Compagnie Française des Papiers de Presse). Gramméo est une société certifiée FSC (Forest Stewardship Council) depuis 2013. L'objectif est que la totalité du papier journal utilisé soit issu de forêts durablement gérées, idéalement de papetiers titulaires d'une certification FSC ou PEFC (Programme de reconnaissance des certifications forestières).

Chiffre clés

100%

de notre papier est certifié FSC ou PEFC

Recycler pour une économie circulaire

Toutes les étapes de la vie du papier sont à prendre en considération : lors de la fabrication du journal, la totalité de la gâche environnementale est reprise en vue de son recyclage par la société Paprec (l'un des leaders du marché du recyclage du papier) et valorisée. Concernant les journaux invendus, lors de la livraison quotidienne des journaux, les invendus de la veille sont repris et rejoignent la filière de valorisation via Paprec. Nous incitons par ailleurs les lecteurs à recycler leur journal papier une fois lu, par la présence du logo Triman.

Le pourcentage de fibres recyclées dans nos journaux ne cesse de croître, atteignant 57% en 2022. L'utilisation de papier recyclé permet d'abaisser la pression exercée par l'homme sur les forêts. Par ailleurs, la production de papier recyclé nécessite 2 à 5 fois moins d'eau qu'un papier classique.

La provenance du papier est un élément important quant à la gestion de la ressource et un levier non négligeable de réduction des émissions de gaz à effet de serre.

À ce jour, Grammeo optimise ses provenances en fonction des stocks et des prix disponibles. Les approvisionnements au Canada et en France sont, à ce jour, ceux qui génèrent le moins d'émissions de gaz à effet de serre (détails en Annexes - Bilan Carbone)

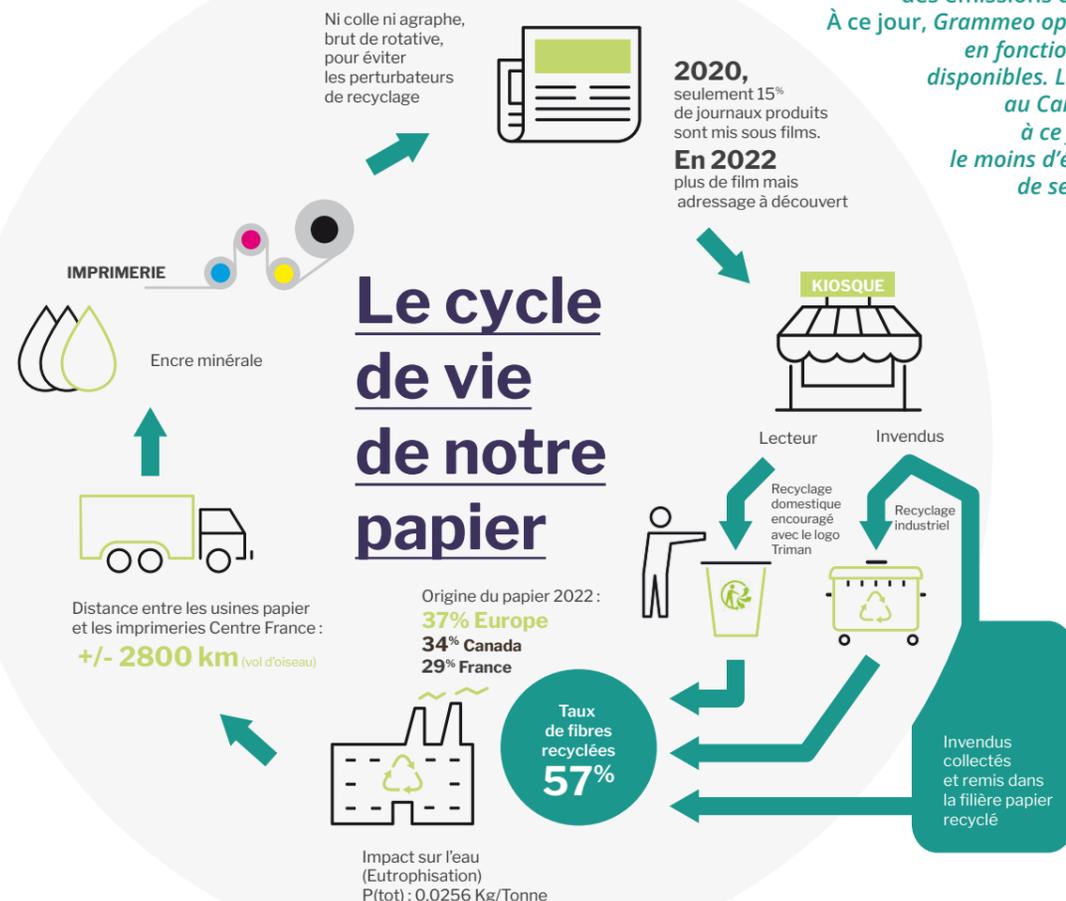


Développer la dimension environnementale de nos événements

Centre France Événements, notre filiale événementielle, après deux années d'impacts dus à la pandémie mondiale, propose aujourd'hui de nouvelles offres et intègre les questions environnementales au cœur de ses préoccupations. Parmi les mesures phares adoptées en 2022 par Centre France Événements, nous pouvons souligner :

- > la formation des collaborateur·ices chargés de projets à l'éco responsabilité des événements ;
- > la rédaction d'une charte d'éco-responsabilité dans la demande d'admission des exposants, que ces derniers doivent signer ;
- > la mise en place d'un système de consigne pour les verres sur tous nos salons des vins. 30 000 verres jetables étaient commandés chaque année, ils sont aujourd'hui remplacés par des verres plus durables, lavés et réutilisés ;
- > la fin des programmes papiers pour nos manifestations, qui sont désormais exclusivement sous format digital ;
- > l'arrêt d'utilisation de la moquette dans les allées de circulation de nos événements. Pour les zones encore moquettées, nous utilisons de la moquette réutilisable ;
- > la mise en place d'éclairage LED sur tous les stands à la place de l'halogène ;
- > la mise en place d'une autonomie énergétique sur le site de l'événement Ailes et Volcans.

Nous testons le calculateur CLIMEET, afin d'évaluer nos performances événementielles et les impacts des événements et territoires événementiels.



Gérer la fin de vie de notre matériel informatique

Afin de recycler l'ensemble de nos équipements numériques, nous collaborons avec un prestataire de notre territoire (situé à Montluçon dans l'Allier), une entreprise adaptée qui emploie une majorité de collaborateurs·ices en situation de handicap. Pour 2022, ce sont 1.300 équipements qui ont ainsi été recyclés, dont 800 remis en état et revalorisés ; ce matériel est souvent destiné à partir à l'étranger ; et 500, mis au rebut et recyclés. Cela représente 3,7 tonnes de matériel. Nous allons désormais, chaque année, suivre ces indicateurs.

Conscient des déchets que génère l'ensemble des activités du Groupe, nous poursuivons nos efforts dans le but de réduire nos rejets et préserver nos ressources.

En ce sens, nous souhaitons mettre en place des tests dès le prochain exercice avec Centre France Portage pour récupérer nos journaux pour maîtriser l'entièreté du cycle de vie de ceux-ci et en assurer le recyclage ou leur revalorisation.

Nous arrêterons l'utilisation de moquettes sur l'ensemble des événements portés par Centre France Événements et réduirons nos impressions (flyers, catalogues, prospectus, etc.).



Cultiver le lien
et la proximité

Nos engagements sociétaux

Développement local

RISQUE DE DÉCALAGE ENTRE NOTRE IMAGE DE MÉDIA DE PROXIMITÉ ET NOTRE PRÉSENCE TERRITORIALE

En tant que groupe de presse régional, il est essentiel de continuer à jouer un rôle non seulement dans l'accès à l'information, mais également dans le développement des régions et de la participation citoyenne, fondement de la démocratie. En effet, l'information est devenue l'énergie nouvelle qui alimente l'innovation et ainsi le dynamisme des régions. Ainsi, nous nous efforçons au quotidien de rester un média de proximité, créateur de lien, un média qui s'engage pour le développement du territoire et la défense des valeurs de ses habitants. Nous constituons un relais vital pour la démocratie, reliant toutes et tous. Les rédactions et l'ensemble des métiers du Groupe œuvrent au quotidien pour renforcer ce lien.

Chiffres clés



NOMBRE D'ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS PAR CENTRE FRANCE ÉVÉNEMENTS AINSI QUE LES ÉVÉNEMENTS MARQUES - 2022 (hors Balades du Journal)

53 événements

33 événements Foires et Salons & **20** événements Marques

NOMBRE DE VISITEURS ACCUEILLIS DANS LE CADRE D'ACTION D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS - 2022



437

jeunes et adultes (Clermont et Auxerre)



NOMBRE DE PARTICIPANTS AUX ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS CENTRE FRANCE ÉVÉNEMENTS AINSI QUE LES ÉVÉNEMENTS MARQUES* - 2022 (hors Balades du Journal)

287 230

participants pour les événements, Foires & Salons

42 564

participants pour les événements marques

*Indicateur clé de performance audité dans le cadre de la DPEF par le cabinet PKF Arsilon.



Valoriser les territoires par notre présence événementielle

Après plus de 24 mois chahutés par la crise sanitaire, l'activité événementielle portée par Centre France Événements reprend des couleurs.

Le renforcement de la présence territoriale du Groupe se fait aussi via le développement d'événements dans de nouvelles zones du Groupe : par exemple la tenue de nouveaux « Trophées des Entreprises » en Eure et Loire - l'implantation du « Carrefour des collectivités territoriales » en Creuse et en Haute-Loire.

De nouveaux formats événementiels ont vu le jour, permettant de toucher de nouvelles cibles et de développer notre présence sur les territoires : ce fut le cas, en 2022, avec Terre d'impact en Haute-Loire, le Salon des Vins à Issoire et la Foire du Puy en Velay.

Ces lancements d'événements ont vocation à mettre en valeur des territoires où l'offre événementielle était jusqu'alors limitée. Le groupe Centre France se fixe pour objectif de poursuivre la création ou la reprise d'événements pour offrir un panel d'événements variés sur l'ensemble des territoires.

Dans le cadre d'événements existants, nous renforçons nos engagements au cœur des actions que nous organisons. C'est le cas, par exemple, dans le cadre de la réversion d'une partie des frais d'inscriptions (en moyenne 5€ par participant) lors de nos Foulées Rose au profit de la Ligue contre le Cancer du sein.

La forte mobilisation lors de ces actions événementielles à dimension solidaire montrent l'engagement et l'intérêt des publics. En 2022, cela représente près de 17 445 participants.

Dans le cadre de l'événement Ailes & Volcans en octobre 2022, l'organisation d'un Forum des métiers de l'aéronautique et la mise en place de partenariats avec les secteurs de l'emploi et de la formation ont permis le renforcement de la dimension sociétale de cette action.



©Stéphanie Para

Zoom sur Le Brive Festival

C'est l'un des principaux festivals de musique en Nouvelle Aquitaine, et l'un des festivals urbains français majeurs avec une programmation grand public. Une scène qui accueille, chaque année, les artistes les plus plébiscités du moment. Le Brive Festival est un événement engagé et exemplaire en matière de durabilité. Depuis plusieurs années, des actions concrètes sont mises en place : soutien financier à la Fondation des Femmes (0,20 centimes reversés par billet), organisation des Tremplin Corrèze et des projets Cités Éducatives pour faire émerger les jeunes talents et favoriser l'accès des populations des quartiers au monde de la culture, l'embauche de salariés en insertion professionnelle, le tri des déchets, la collecte des bouchons en plastique pour l'association Bouchons d'Amour, etc. Le groupe Centre France est partenaire historique du Brive Festival depuis 19 éditions et co-actionnaire de la société qui l'organise depuis 5 ans.



Notre devoir est de travailler au bien public, c'est-à-dire s'adresser au plus grand nombre et être accueilli dans tous les foyers, quel que soit leur milieu social, leur sensibilité politique ou religieuse, leurs habitudes culturelles. C'est, bien sûr, un combat de tous les jours pour les droits de l'homme et la tolérance, pour la démocratie et la justice sociale. Nous voulons des lecteurs formés. Pour nos lecteurs, cette formation passe par l'éducation des jeunes à la lecture de nos journaux dans le but de développer leur esprit critique, pour leur permettre d'exercer leur citoyenneté dans une société de l'information et de la communication et aussi former des citoyens actifs, éclairés et responsables de demain. Naturellement, la formation de nos lecteurs implique aussi celle de nos journalistes.

Alexandre Varenne, fondateur de La Montagne, 1919

Développer l'éducation aux médias

Dans la perspective de créer du lien avec tous, dès le plus jeune âge, le Groupe a pour ambition de répondre aux sollicitations de l'Éducation nationale et, d'un point de vue plus général, de participer de façon aussi active que possible à la sensibilisation des jeunes à l'éducation aux médias. La Montagne contribue toute l'année aux travaux de l'association pour l'éducation aux médias (Apem). En même temps, les équipes du journal ont renforcé leurs actions en direction des classes du territoire clermontois. Le partenariat avec le rectorat de l'académie de Clermont-Ferrand s'est renforcé, avec l'intégration de membres de la rédaction de La Montagne dans la « cellule académique d'éducation aux médias et à l'information », créée en 2022. Un autre partenariat se poursuit avec la Banque Populaire Auvergne Rhône-Alpes : dans le cadre des « Trophées de la Fondation Banque Populaire », la rédaction accompagne des classes dans la réalisation de reportages sur les lauréats. Leurs articles sont publiés sur le web et dans la version papier. Le jour de la publication, la Banque Populaire achète un nombre important de journaux qui sont mis à la disposition des élèves dans les établissements.

Pour La Montagne Clermont, la deuxième moitié de l'année a été consacrée à la création d'outils vidéo, en partenariat avec le CLEMI et grâce à l'implication du service vidéo de la rédaction. Plusieurs supports ont vu le jour : le film 24 heures dans la vie d'un journal a été adapté à un public scolaire/adolescents, un film *Comment travaillent les journalistes ?* Du reportage à la publication d'un article, au cœur de la rédaction de La Montagne a été réalisé pour répondre à un besoin exprimé par le CLEMI, les premières capsules vidéo présentant les métiers de la rédaction ont été mises en ligne, dans un dossier Éducation aux médias accessible à tous les publics sur le site de [La Montagne](http://LaMontagne.fr) (www.lamontagne.fr/theme/education-aux-medias/). Ces ressources sont mises en valeur par le CLEMI et vont l'être par l'APEM (Association pour l'Éducation aux Médias). En parallèle, les visites de la rédaction ont mobilisé régulièrement les journalistes de la rédaction locale.

Sur l'année 2022, 317 visiteurs (jeunes et adultes) ont été accueillis provenant de 15 établissements d'Auvergne.

Sur le territoire de l'Yonne Républicaine, en Bourgogne Franche-Comté, les équipes sont également très actives dans leurs engagements auprès des classes de l'agglomération auxerroises. L'action « Classe Presse 89 » permet notamment aux collégiens d'avoir des échanges privilégiés avec les équipes de la rédaction sur le décriptage et la construction de l'information.

En 2022, la sixième saison, en partenariat avec le CLEMI intègre des travaux avec cinq établissements, dont trois collèges situés en zones rurales. Huit journalistes volontaires interviennent entre le mois d'octobre et le mois de mars ainsi qu'une photographe. Ces interventions reposent sur des échanges métiers, la participation à une conférence de rédaction, un travail de rédaction avec les groupes, la publication d'un cahier dans nos colonnes. En moyenne, 120 élèves sont accueillis à chaque saison dans les rédactions de l'Yonne Républicaine.

Un travail spécifique est par ailleurs réalisé avec des classes SEGPA (Section d'enseignement général et professionnel adapté). Cet ancrage territorial facilite aussi l'accès des jeunes aux stages de 3^e au sein des rédactions.



Zoom sur La Fondation Varenne

La Fondation Varenne est une fondation reconnue d'utilité publique depuis 1988. Cette reconnaissance lui a été confirmée, en avril 2012, par le Conseil d'État.

La Fondation Varenne est l'actionnaire de référence du groupe La Montagne Centre France. Acteur important depuis plus de 30 ans de l'éducation aux médias sur le territoire, l'équipe de la Fondation a réalisé, en 2022, 10 interventions auprès de lycéens et de collégiens des territoires d'Auvergne. En 2023, 15 projets sont en cours d'organisation visant à accompagner plus de 300 jeunes sur les enjeux du journalisme et de l'image.

Sur le plan national La Fondation est partenaire de l'opération Médiatik's avec le CLEMI et de l'opération Europorters avec l'Alliance pour la presse d'information générale. La Fondation Varenne porte également une action de valorisation de l'héritage d'Alexandre Varenne par la réalisation de nombreux ouvrages, l'animation de conférences, etc. Depuis plus de 30 ans, la Fondation organise les « Prix Varenne ». Chaque année, ses prix, qui constituent l'une des distinctions les plus prisées de la profession, contribuent à mettre à l'honneur le meilleur des productions journalistiques de l'année passée, aussi bien en presse écrite, qu'en radio, télévision, photographie de presse, etc.

La Fondation Varenne, présidée aujourd'hui par Jacques Mailhot, remet aussi « un prix de l'engagement » réaffirmant plus que jamais l'engagement dans les médias porteurs d'une information fiable et vérifiée. La Fondation Varenne porte en son sein, les valeurs d'engagement et de responsabilité souhaitées par Alexandre Varenne en 1919, valeurs qui sont aujourd'hui incarnées dans les activités du groupe Centre France.

Chiffre clés

En 2022, près de
111 000 €
ont été ainsi
reversés lors
des Foulées Roses.

Sur le site du Parc
des Expositions
d'Auxerre, les équipes
ont organisé

16

actions
événementielles
et accueillies pour
le compte de tiers

46

événements en 2022.



© Boisjot

Zoom sur Le Parc des Expositions d'Auxerre

Gestionnaire du Parc des Expositions d'Auxerre, le groupe Centre France accueille et organise des événements propriétaires et pour le compte de tiers sur le territoire auxerrois. Poumon culturel et économique de la ville d'Auxerre, le Parc des Expositions participe activement au développement territorial et à la mise en lumière des acteurs et artistes de la scène locale, nationale et internationale.

En 2022, l'équipe du Parc des Expositions, intégrée à Centre France Événements, a organisé 16 actions événementielles et reçu 46 événements pour le compte de tiers. Depuis 2021, l'équipe met en place des actions d'éco-responsabilité. À titre d'exemple, un partenariat avec une association locale « Au service des démunis » permet de limiter le gaspillage alimentaire en faisant don à l'association des surplus de nourriture des événements. Des actions ponctuelles permettent également de faire des dons aux associations locales luttant contre les maladies infantiles et le bien-être des enfants hospitalisés. Chaque année, environ 4 000€ sont ainsi collectés à leur profit.

Afin de participer au dynamisme économique, la préférence locale dans le choix des fournisseurs est systématiquement privilégiée et une attention particulière est donnée aux jeunes entrepreneurs pour leur permettre de se développer plus rapidement.

Selon le type d'événement présenté, des actions d'insertion sociales permettent également de rendre accessible le monde du travail à des travailleurs handicapés ou en réinsertion via des organismes tels que CAT et EPNACK.

Régulièrement, le Parc des Expositions met gratuitement à disposition des billets d'entrée pour les événements de loisirs à destination des familles en grande difficulté financière (800 € d'entrées gratuites à AIR PARC - parc de loisirs géant à Auxerreexpo sont distribués via le service éducation de la ville d'Auxerre).

Zoom sur « La Rep' prend soin de vous »

Les équipes de La République du Centre ont obtenu, le prix « Reporters d'espoirs 2022 » de l'info locale pour l'initiative « [La Rep' prend soin de vous](#) ». Dans le contexte de la pandémie et face aux défis qui se posent au système de santé, La République du Centre avait lancé en novembre 2021 son opération « La Rep' prend soin de vous ». Cette rubrique, qui a été maintenue depuis, est consacrée à la mise en lumière d'initiatives réussies pour lutter contre les déserts médicaux, dont souffre la région Centre Val de Loire. Le dispositif comprend un rendez-vous hebdomadaire, le jeudi, à la fois dans le journal papier, sur le site internet, et à travers une newsletter dédiée.

Dès le départ, le journal a misé sur l'interactivité et a invité ses lecteurs à faire remonter questions, témoignages, problèmes rencontrés (via un formulaire en ligne).

Dans cette initiative, la rédaction s'est voulue « la courroie de transmission entre les professionnels et les lecteurs ». Le questionnaire proposé permet aux patients, mais aussi aux soignants et aux établissements, de contacter le journal pour faire part de ses soucis, d'innovations, d'expérimentations, de solutions qui marchent, etc. À travers cette initiative, La République du Centre s'engage ainsi à proposer du journalisme de solutions. Preuve de l'engagement du média : deux journalistes sont spécialement détachés pour cette opération. Les dossiers sont accessibles gratuitement à la lecture sur le site Internet.

Côté lecteurs, le taux de lecture moyen atteint 80%, soit davantage que la moyenne du site.

L'opération née dans le quotidien du Loiret a depuis été reprise par 6 des 8 quotidiens du groupe Centre France.

Proposer des initiatives éditoriales variées et s'engager dans la vie locale

Depuis de nombreuses années, le Groupe s'engage avec force et conviction dans la vie locale. Les équipes rédactionnelles, organisées autour de deux directeurs éditoriaux, d'une directrice des ressources éditoriales et de directeurs éditoriaux départementaux (au nombre de 13) ont mené, tout au long de l'année 2022, de nombreuses initiatives visant à contribuer, en tant qu'acteur des territoires, à la vitalité de nos zones de diffusions. Cette nouvelle organisation, plus décentralisée, favorise la prise d'initiatives locales et la mise en place d'expérimentations visant à développer le lien à la vie locale, redonner de l'autonomie et une capacité d'impulsion à l'échelle des territoires.

Un travail de mise à jour de la carte du maillage territorial des correspondants de presse a permis d'améliorer la visualisation des zones couvertes par cette force vive, en complément des 434 journalistes présents sur nos territoires au sein de 43 agences.

À titre d'exemple, le projet expérimental « Chefs lieux de canton », a constitué à développer notre taux de présence sur tous les chefs-lieux de canton des territoires ciblés (Journal du Centre, Populaire du Centre, Berry Républicain) afin de s'assurer de la représentativité, dans nos colonnes, de ces secteurs.

Dans le prolongement de nos engagements de 2021, l'ensemble des quotidiens du groupe Centre France se sont engagés sur la thématique de la santé et des solutions pour pallier l'avancée des déserts médicaux. Concrètement, tout au long de l'année, des dossiers spéciaux sur l'ensemble des titres du Groupe ont été publiés.

Dans les initiatives éditoriales 2022, nous pouvons également citer deux initiatives de newsletter ultra-locale sur le territoire de Cosne sur Loire et du pays de Gien. Depuis le mois d'octobre, la nouvelle newsletter hebdomadaire « [L'air de Gien](#) » est consacrée à l'actualité ultra-locale du Pays de Gien : sorties, coups de cœur, la météo, les bonnes idées, les nouveaux commerces, agenda, etc. Celle consacrée au territoire de Cosne-sur-Loire « [Au cœur de Cosne](#) » est active depuis le mois de septembre 2022.



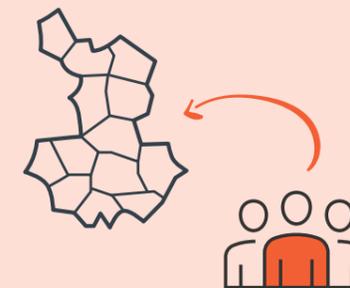
En 2022, le groupe a réalisé **46 opérations favorisant l'interaction lecteurs**. Ces actions concernent les quotidiens autant que les hebdomos.

Il peut s'agir d'opérations ponctuelles (conférences, de rédactions décentralisées) ou de rubriques installées de façon récurrente (« [Un jour chez vous](#) » dans l'Yonne républicaine où nous donnons rendez-vous aux habitants d'une ville ou d'un village une fois par mois - une double-page à la clé).

Quelques exemples :

- > **Conférence itinérante** à bord du petit train touristique de Limoges sur le thème de notre hors-série dans le titre du Populaire du Centre.
- > **Opération « place centrale »** à l'agence d'Issoire (La Montagne Puy-de-Dôme) où les journalistes sont allés, en juillet et août 2022, à la rencontre des lecteurs et villageois sur les places de villages.
- > **Face aux lecteurs avec Papadakis-Cizeron** en octobre
- > **Table ronde sur les déserts médicaux** lors du carrefour des collectivités en octobre.
- > **Table ronde sur l'engagement, l'écologie et l'avenir** en présence de cinq jeunes Morvandiaux dans le Journal du Centre [\[vidéo\]](#)
- > **Table ronde sur la politique, les retraites, la santé et l'avenir** avec six électrices et électeurs nivernais dans le Journal du Centre [\[vidéo\]](#)
- > Pendant la campagne présidentielle, dans L'Écho Républicain, nous sommes allés à la rencontre des lecteurs, en ciblant des lieux, afin de remonter leurs attentes et préoccupations : Morainville (plus petite commune d'Eure-et-Loir), un bar à Brou, des agriculteurs à Theuville ; près de la gare d'Épernon, dans une petite entreprise industrielle à Vernouillet, à la maison des seniors à Châteaudun, sur le marché sur centre-ville de Dreux et dans un centre commercial de Nogent-le-Rotrou. Traitement print et vidéos.
- > **Conférences de rédaction décentralisées** au Pays Roannais en présence de 6 lecteurs en septembre 2022 (à Saint-Symphorien-sur-Coise (Rhône) et Saint-Jean-St-Maurice-sur-Loire (Loire))

Ces initiatives traduisent notre volonté d'accroître notre présence éditoriale, de développer nos interactions avec les lecteurs, et de faire du journal un outil de rassemblement, consulté par un grand nombre d'habitants dans nos zones de diffusion. Les taux de pénétration ci-contre illustrent la capacité de nos titres à proposer des contenus et rencontres en ce sens.



TITRES	% PÉNÉTRATION SUR ZONE DE DIFFUSION
La Montagne 03	60,50 %
La Montagne 63 + 43	55,90 %
La Montagne 63	56,40 %
La Montagne 15	66,30 %
La Montagne 23	64,90 %
La Montagne 19	57,20 %
L'Éveil de la Haute-Loire	48,80 %
Le Populaire du centre	57,40 %
L'Yonne républicaine	55,70 %
Le Berry Républicain	55,40 %
Le Journal du Centre	64,60 %
L'Écho républicain	41,70 %
La République du Centre	39,90 %
La Voix du Sancerrois	36,80 %
La gazette	14,10 %
La Ruche	41,80 %
L'éclairer du Gatinais	24,60 %
Le Journal de Gien	29,40 %
L'Éveil Hebdo	9,80 %
Le Pays roannais	29,30 %
Le Régional de Cosne et du Charitois	28,50 %

Taux calculé sur le support papier en 2021 pour la PQR et 2022 pour la PHR, sur population de 15 ans et +



Poursuivre l'accompagnement des médias émergents

Depuis 2021, le groupe Centre France a renforcé le développement d'un programme d'accompagnement à l'émergence de nouveaux médias piloté et déployé par la Compagnie Rotative. En effet, il est essentiel pour le Groupe d'aller au-delà de sa mission de miroir du territoire en devenant un réel acteur du territoire. Pour l'année 2022, nous avons accompagné 8 projets issus de nos territoires. Les projets sont sélectionnés pour leur ambition de répondre à un des objectifs de développement durable fixé par l'ONU et par leur ancrage territorial fort. Ce sont en général des projets peu matures ; nous les accompagnons dans la transformation de leur idée en réel projet de création d'entreprise. Ils sont accompagnés

pour une durée de 6 mois, sur un programme structuré en temps collectifs (formation, ateliers, MOOCs, événements) et en temps individuel (coaching, mise en relation avec nos partenaires du territoire, parrainage, mentorat). L'accompagnement intègre la prise en compte de l'impact dans le développement de leur entreprise, tant au moment du design de leur modèle économique, que sur le suivi de leur mesure d'impact. Ce programme est développé en partenariat avec le Ministère de la Culture. Les porteurs de projets accompagnés conservent des liens étroits avec l'incubateur avec l'accès aux ressources et aux événements organisés par la Compagnie Rotative.

Notre présence territoriale forte constitue une richesse que nous devons préserver pour limiter le risque de perte de lien et de décalage entre notre rôle de média de proximité et notre ancrage réel, le groupe Centre France poursuit le développement d'actions évènementielles au plus près des publics de nos territoires. Un nouveau « Trophées de l'Agriculture » est en préparation dans l'Yonne s'adressant à un nouveau public.

Une édition inédite du Carrefour des Collectivités est en préparation également dans la Nièvre afin de renforcer notre présence sur ces zones ou encore la relance du Salon de la Formation sur Auxerre.

Nos engagements sociétaux

Lien avec nos lecteurs et nos clients

RISQUE DE PERTE
DE CONFIANCE
DE NOS LECTEURS
ET DE NOS CLIENTS

Conserver un niveau d'exigence élevé dans la production journalistique est un enjeu majeur pour préserver la confiance des lecteurs et renforcer notre lien avec eux. L'information de qualité est menacée par la montée en puissance des « fake news » (fausses nouvelles). Face à ce phénomène, la presse tient un rôle essentiel en termes de pédagogie et d'expertise. C'est pourquoi, nous veillons à tenir notre rôle d'information du public avec objectivité et transparence, dans le respect de l'indépendance éditoriale qui est la nôtre.

Nous redoublons de vigilance et mettons en place une politique de veille et de traitement de l'information de plus en plus exigeante. Nos actions portent sur la détection et l'analyse de contenus inadaptés qui pourraient mettre à mal les personnes citées et entacher notre crédibilité. Ce sont les responsables des rédactions, ainsi que l'ensemble des journalistes, qui sont chargés de veiller au respect de ces valeurs d'entreprise, au cœur de nos priorités.

Nous nous devons également de solliciter davantage les avis de nos lecteurs, à la fois en amont de nos projets éditoriaux pour sonder leurs attentes et en aval pour savoir si nous y avons effectivement répondu.

Par ailleurs, la qualité du lien avec nos lecteurs et nos clients se cultive au quotidien par la mise en place de pratiques commerciales, transparentes et loyales.

Le groupe Centre France considère qu'agir avec respect, équité et transparence est une composante-clé de la performance durable. Ces principes sont mis en œuvre auprès des parties prenantes dans les échanges et partenariats commerciaux (lecteurs, annonceurs, fournisseurs, partenaires...). Fiabilité et attention sont les valeurs essentielles et le socle de l'activité commerciale du Groupe.





BAROMÈTRE LECTEUR & MESURE DE LA CONFIANCE

Illustration de la force de la confiance qui lie les lecteurs à leur journal, la note moyenne accordée par ses abonnés au journal est de :

7,2 / 10

Elle était, l'an passé, de **6,1 sur 10**

NB : la méthode utilisée pour diffuser et administrer l'enquête en 2022 a été modifiée.

Chiffres clés

NIVEAU DE SERVICE DE L'ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

Nombre d'appels traités sur nombre d'appels présentés.

69,39%



40%

% d'augmentation de la volumétrie des appels

avec plus de **313 000** appels en 2022 contre **191 000** en 2021.

TAUX DE DÉLIVRABILITÉ (QUALITÉ DE SERVICE NET)

99,90%

Pourcentage de **journaux portés** par Centre France Portage (donc hors postés) sur l'ensemble de l'année 2022



NOTE DE L'ESPACE ABONNÉ

Sur l'ensemble des abonnés des 8 quotidiens du Groupe, note donnée par les abonnés en 2022

7,8 / 10



Poursuivre l'exercice de transparence via le rapport d'impact

Voulu comme un « exercice de transparence éditoriale », le rapport d'impact 2022 des rédactions du groupe Centre France, troisième du nom, a été publié le 15 décembre 2022, dans l'ensemble de nos quotidiens. Il a été aussi présenté, dans une version allégée, dans les hebdos.

Pour cette nouvelle édition, forte de huit pages, plusieurs éléments forts sont présentés au lecteur.

Stéphane Vergeade et Thibaud Vuitton, directeurs éditoriaux du Groupe présentent cette troisième édition du rapport d'impact comme un « *exercice de transparence* » et un « *examen de conscience éditoriale* » : « *En 2022, nous avons repensé notre façon de travailler en repartant du territoire, avec une conviction forte : pas de solution globale à des problématiques locales. Dans chaque titre, dans chaque département, il nous revient de refléter le monde qui nous entoure, sur tous les supports et dans toutes les temporalités. Pour y parvenir, nous affirmons qu'il n'y a pas de recette miracle mais qu'il nous faut sans cesse tester, mesurer, recommencer. Accepter de se tromper.* »

Viennent ensuite quelques séquences qui développent les axes forts du travail des rédactions : la mise en place de tests dans de nombreux départements, les rencontres avec les lecteurs, le déploiement des reportages au long cours, l'activation d'expérimentations (newsletter **Tour de Tables** ou **VOST**, dans le Puy-de-Dôme ; les initiatives concernant la santé dans le Loiret qui ont valu à La République du Centre un prix national ; le podcast sur les personnes âgées préparé, chaque semaine, par L'Yonne républicaine notamment), le travail sur l'événementialisation des contenus, le rôle du médiateur...

La grande séquence politique de l'année (l'élection présidentielle de 2022) est également décryptée. Tout comme ce que la rédaction appelle « ses ratés » (des « UNES » parfois, malheureuses, un manque de réactivité sur des sujets d'enquête, un déficit de réactivité aux sujets chauds sur le web...). La rédaction prend aussi l'engagement, à cette occasion, d'améliorer son approche des sujets concernant le dérèglement climatique en créant un groupe de journalistes experts sur le sujet.

Renforcer le Comité d'Éthique

Depuis sa mise en place, le Comité d'Éthique et de déontologie interne poursuit ses travaux afin de réfléchir aux bonnes pratiques journalistiques et édicter ensemble un socle commun. Il se compose de 10 membres issus de l'ensemble des titres du Groupe, qui travaillent à la définition de bonnes pratiques et à leur harmonisation au sein du Groupe ce qui a notamment donné lieu à la publication en 2021 d'une Charte « Droit à l'image » et d'une Charte « Faits divers - justice ». En 2022, les actions structurantes dans ce domaine se sont poursuivies. Dans un souci de transparence et de pédagogie, ces démarches d'ensemble ont été, à chaque fois, présentées aux lecteurs. Elles ont également été réunies dans le « Rapport d'impact » du groupe Centre France. En 2022, le Comité d'Éthique s'est attaché à mettre à jour les chartes éditoriales (faits divers, image, déontologie, réseau sociaux, climat, place des femmes, etc.). Le groupe travaille sur divers dossiers qui lui remontent directement ou dont il se saisit lui-même. Parmi les sujets en cours de réflexion : les médecines parallèles et l'écriture d'une charte environnementale.



DÉLAI DE TRAITEMENT DES EMAILS

Email destiné à l'adresse abonnement@centrefrance.com

3,66 jours



TAUX DE RUPTURE

Sur l'ensemble des quotidiens, fériés, dimanche et hebdomadaires :

2021 8,11%

2022 8,47%



TAUX DE CHURN

Pourcentage d'abonnés perdus sur la période 2022

2022 8,4%

Plus d'info

Lire le [Rapport d'impact 2022](#)



*Indicateur clé de performance audité dans le cadre de la DPEF par le cabinet PKF Arsilon.

Zoom sur

Le Baromètre de satisfaction des lecteurs

Afin de consolider le suivi de ces indicateurs, de fiabiliser les résultats et d'inscrire, dans la durée ces mesures, nous avons, en 2022, fait le choix de travailler à la mise en place d'un baromètre, piloté par le Service Marketing-Vente sur un panel de lecteurs élargi.

Une photographie de la relation à nos lecteurs est présentée via les résultats d'une enquête de satisfaction réalisée par le service des ventes du Groupe (qui a enregistré plus de 10 000 réponses). Illustration de la force de la confiance qui lie les lecteurs à leur journal, la note moyenne accordée par ses abonnés au journal est de **7,2 sur 10. Elle était l'an passé, de 6,1 sur 10.**

Nous réalisons régulièrement des études auprès de nos lecteurs, souvent sur des rubriques spécifiques. Nous avons décidé d'aller plus loin en imaginant un **baromètre de satisfaction des lecteurs de nos journaux imprimés**. Une première édition a été lancée en début d'année 2022.

« L'idée est de donner la parole à nos lecteurs, chaque année, pour avoir leur ressenti, leurs attentes, à la fois sur le fond et sur la forme, et mesurer l'évolution », résume Benoît Mailfer, chargé d'études marketing au sein du groupe Centre France. Des retours nombreux (près de 10.000 répondants) et précieux. Voici un zoom sur quelques questions posées lors de l'enquête.

Quels sont selon vous les points forts de votre journal ?

Les cinq qualificatifs qui reviennent le plus sont : **utile, pratique, fiable, complet, proche des préoccupations.**

Quelles sont vos sources d'information ?

Il y a votre journal, mais pas seulement ! Pour 57 % d'entre vous, le journal occupe en effet « une place essentielle », mais pas unique. Et pour un gros tiers d'entre vous, il est complémentaire d'autres sources d'information. Parmi celles-ci, on trouve tout d'abord la télévision, ensuite Internet, puis la radio. On remarque une évolution vers plus de supports numériques, ces dernières années.

Comment votre journal doit-il évoluer ?

On se rend compte, à la lecture des résultats, que votre journal tel qu'il est vous convient assez ! En tout cas, vous ne réclamez pas de « grand soir ». Dans le détail, vous êtes un quart environ à souhaiter que le journal reste tel qu'il est ; 60 % à vouloir qu'il évolue « un peu » ; et 15% qu'il évolue « beaucoup ». Des avis partagés, qui nourrissent notre réflexion sur l'avenir de votre journal.

Être proche des attentes des lecteurs

C'est l'objectif des initiatives engagées en 2022. Par exemple, en Creuse. Tout au long de l'automne, la rédaction de Guéret a invité à sa table du mercredi, jour d'une réunion dite « créative », des lecteurs qui ont répondu à l'appel du « Chat ». Ils sont venus avec leur curiosité, leurs centres d'intérêt, leur manière de voir pour ce moment où chaque journaliste lance ses sujets. Et nos lecteurs se sont pris au jeu, proposant aussi, jugeant l'intérêt des idées, s'étonnant qu'on n'ait pas pensé à celle-ci ou celle-là. De ces quelques semaines d'expérience a émergé la conviction que la contribution de lecteurs est un gisement de sujets inépuisables et propose une vision différente de ce qui a du sens.

Autre exemple : sur le territoire du Berry républicain, de nouvelles maquettes ont été testées, et les premiers tests fructueux ont été prolongés. Une deuxième phase est actuellement en cours de déploiement afin de voir comment permettre à tous les journaux du Groupe d'en profiter. Les formes ont été reprises et retravaillées par un groupe de travail suite à une enquête réalisée auprès des lecteurs après les modifications de maquettes.

Zoom sur

« En quête de demain »

Pour une nouvelle année, les 8 quotidiens du groupe Centre France se sont associés à Sparknews pour mettre en lumière celles et ceux qui tentent de faire émerger le monde de demain dans nos territoires, à travers deux suppléments « [En quête de demain](#) ».

Un supplément de 16 pages a été publié, le 1^{er} juin 2022 et le 2 novembre 2022, pour découvrir les engagements des citoyens, des collectivités locales, et des acteurs économiques, qui expérimentent et mettent en place des solutions. Leur objectif ? Faire émerger un monde de demain qui pourrait être plus en phase avec la nature, plus durable, plus juste et somme toute peut-être plus désirable. Notre rôle ? Participer à la mise en lumière de ces initiatives. 51 titres de la presse régionale, dont le groupe Centre France se sont associés à Sparknews.

Thématiques abordées :

- > Du champ à l'assiette : alimentation et agriculture/pêche
- > Des commerces à nos poubelles : production, économie circulaire, consommation, gaspillage
- > De la ville à la campagne : habitat, aménagement, mobilité, énergie
- > Des océans aux forêts : biodiversité, climat, océan, forêts...
- > De la santé au bien être pour tous : santé, solidarité, inclusion...

Améliorer la satisfaction et la relation client

Dans le cadre de notre relation de confiance avec ses clients, le groupe Centre France a poursuivi ses efforts sur la structuration de sa démarche commerciale par la mise en place de processus ainsi que l'élaboration et la mise à jour des documentations à destination de ses clients et partenaires, l'élaboration d'une base documentaire interne, la mise en place de kits médias etc. Par ailleurs, toujours soucieux de la satisfaction de leurs clients, les équipes marketing / vente ont poursuivi les actions engagées dans une logique d'amélioration continue de la qualité de service.

En 2022, la mise en place d'un centre d'appel de débordement a permis de faciliter l'aboutissement des appels.

Une procédure d'accueil et de fidélisation pour tout nouvel abonné a également été déployée consistant à renforcer l'intégration de nos nouveaux abonnés, et faciliter la prise en main des outils dédiés. Le livret abonné a ainsi été déployé contenant les rubriques sur mesure : « Mes privilèges Abonnés » : Jeux Concours mensuels, remises et offres sur boutique en ligne, parrainage, « Tout savoir sur votre abonnement », centre d'aide en ligne, tutos vidéo, formulaire en ligne des demandes d'identifiants et des questions spécifiques clients. Lors de la prise d'abonnement, plusieurs mails sont envoyés pour favoriser la prise en main et l'engagement. L'espace abonné permet aussi de gérer en autonomie ses informations, son abonnement, etc.. On observe ainsi une facilité d'accès aux outils numériques des abonnés. Les actions de marketing relationnel ont ainsi permis une consultation d'environ 158 000 fois à la fin 2022 de l'espace abonné et de l'outil d'aide.



La rubrique FAQ (« [aide.centrefrance.com](#) ») consiste à décortiquer les informations du livret abonné, répondant ainsi à la majorité des questions que les clients se posent (70 000 utilisateurs en 2022).

Sur le support liseuse, des vidéos tutorielles sont proposées afin de faire découvrir aux abonnés les différents supports qui s'offrent à eux pour lire leur journal, profiter de leurs privilèges, etc. Ainsi, la consultation de la rubrique « Mes Privilèges Abonnés » a été de 196 000 en 2022. En 2022, tous titres confondus, 500 campagnes de marketing relationnel ont été réalisées en direction de nos abonnés.

Des questionnaires de satisfaction sont envoyés à J+30 à nos nouveaux abonnés engagés en 2022 permettant d'appréhender la satisfaction globale par ligne de produit PQR et PHR. Une réflexion est en cours sur la mise en place d'enquêtes, afin de proposer, pour chaque client, une « note » de satisfaction et des actions adaptées au cycle de vie de l'abonné.

La note de satisfaction globale de l'espace abonné en 2022 est de 7,8/10.

Sur le site de la [boutique Centre France](#), un test de Chatbot a été réalisé en 2022. Une réflexion est en cours pour étendre ce dispositif sur le portail client.

L'ensemble du dispositif d'information aux abonnés en cas d'incident (incident de modification de tournées par exemple) a été renforcé en mettant en place l'adressage d'e-mail et de SMS d'informations en temps réel.

Zoom
sur

VOST

Vost

Vost est notre nouveau média en ligne, diffusés uniquement sur les réseaux sociaux et notamment sur Instagram. Il a été lancé en septembre 2022 auprès du grand public, mais grandit au sein du Groupe depuis juillet 2021. Issu d'un médiackathon en interne (un sprint créatif), organisé pour toucher les non-lecteurs de nos journaux, pensé pour les 18-25 ans, en vidéo, sur les réseaux sociaux, il s'intéresse aux sujets de la génération Z : l'écologie forcément, mais aussi l'égalité homme femme, les interactions sociales et toute l'actualité qui mobilise cette jeunesse dont nous espérons être un fidèle porte-voix. Ce projet laboratoire est porté par une équipe de deux journalistes et une community manager. Il nous permet d'explorer la production de nouveaux formats, mais aussi d'ouvrir la voie vers de nouvelles rencontres sur le territoire.

Mise à disposition de kits media

Côté Centre France Publicité, nous actualisons chaque année notre catalogue d'offres, au sein duquel chaque support est valorisé avec des données comparables : audience, tarif, cibles lecteurs / consommateurs, formats publicitaires disponibles, fréquence de parution, etc. Ce kit média permet à l'annonceur de se repérer dans les moyens de communication mis à sa disposition par le groupe Centre France. Au-delà, le kit media synthétise également les prestations spécifiques de type création graphique, optimisation des campagnes, media-planning... le kit est mis à jour au moins une fois par an, transmis à nos clients, parfois présenté. Il est disponible dans notre intranet à destination des équipes commerciales internes.

Tests de calculateur carbone

Nous nous sommes équipés d'un calculateur carbone via la société DK, qui l'a développé. À l'instar de la régie nationale 366 avec laquelle nous collaborons, nous avons souhaité proposer aux agences média et annonceurs qui le souhaitent, un calcul de l'empreinte carbone des dispositifs de campagnes publicitaires, tous supports confondus. En local, nous avons encore peu de demandes en la matière, nous sommes donc en cours de sourcing d'annonceurs pionniers qui accepteraient de tester différentes hypothèses de dispositifs, via le calculateur. L'équipe de commerciaux grands comptes travaille actuellement sur le sujet. À terme, ce calculateur sera massivement utilisé et intégrera des recommandations d'optimisation de l'empreinte carbone.

La fidélisation des clients

Fidéliser nos annonceurs est un axe-clé de la stratégie et du développement. Pour récompenser la fidélité, nous avons mis en place une politique commerciale attractive : plus un annonceur s'engage sur un volume d'insertions important, plus le dégressif appliqué est important, dès le premier euro investi. Un annonceur fidèle, c'est-à-dire récurrent, voit son budget optimisé dès ses premières prises de parole. Ce mode de collaboration prend la forme d'un contrat, signé entre octobre et mars pour les 12 prochains mois. Un annonceur fidèle bénéficie du même taux de remise sur l'ensemble de nos supports (avec certains plafonnements s'il s'agit de produits tiers). La politique commerciale est commune à tous nos titres, et présentée de manière transparente à nos clients.

Côté chaîne logistique et portage

L'année 2022 a été marquée par le développement important d'outils de suivi et d'alerte en cas d'incident.

On peut noter le déploiement du dispositif « **Alerte Incident majeur** ». Il s'agit d'un outil de communication (Google Forms, mis en place en juin-juillet 2022) transverse interne pour signaler des incidents majeurs (plus d'1h de retard) en amont de la fabrication. Les métiers ayant reçu l'information peuvent ensuite mettre en place des actions pour informer les abonnés et ainsi favoriser la réduction du taux d'appels et améliorer l'information aux abonnés. Cet outil a été mis en place dans le prolongement de l'outil de communication (Google Forms - mis en place en 2020 - 2021) pour signaler toutes difficultés liées aux activités nocturnes. L'accueil et les ventes sont informés de la perturbation et demandent le déclenchement de messages sur le portail diffuseur.

Par ailleurs, les porteurs salariés sont équipés, depuis 2015, d'un outil permettant de faciliter le suivi des tournées des porteurs salariés via leurs smartphones (suivi chaque jour de chaque produit livré à chaque client) et ainsi d'informer les abonnés en cas de retard ou de non-livraison.

Renforcer l'information au client dès l'arrivée d'un incident, dès l'initialisation de la relation ou tout au long de la relation à l'abonné ou au lecteur est une priorité du groupe Centre France.

Zoom sur

« Les visages de Centre France » :
« Entre nous, il y a bien plus qu'un journal »



Renforcer la notoriété des titres du groupe Centre France en capitalisant sur le lien de confiance et de proximité qui les unit à leur lectorat : c'est l'objectif principal de cette campagne de communication réalisée en 2022. Visible dans les colonnes des journaux, sur des panneaux d'affichage (plus de 840 sont réservés sur l'ensemble de notre zone de diffusion), sur les sites Internet éditoriaux et sur les réseaux sociaux : la grande campagne de communication, initiée par le service marketing du groupe Centre France a été baptisée « Les visages de Centre France »

Six « vrais » visages mis en scène

Tout en capitalisant sur la proximité des titres et les valeurs qui lie le Groupe à ses différents publics, la campagne, co-construite avec l'aide d'une agence de communication lyonnaise (Ultramédia), met en scène six visages de Centre France : une journaliste, un imprimeur, un téléopérateur, deux lecteurs et une « marchande de journaux et de bonne humeur ». Avec beaucoup de naturel, en tenant des propos très justes sur la nature de leur métier au cœur de la grande chaîne de fabrication et de diffusion du journal, ils donnent une incarnation, chacun, à la dimension humaine de la relation qui lie, chaque jour, les titres du Groupe, à nos lecteurs.

Le dispositif global a concerné l'ensemble du territoire du Groupe : Allier, Cantal, Haute-Loire, Puy-de-Dôme, Corrèze, Creuse, Haute-Vienne, Cher, Loiret, Eure-et-Loir, Nièvre, et Yonne. Les visuels ont été personnalisés pour chaque titre quotidien.

DÉCOUVRIR
LA CAMPAGNE



Centre France se mobilise, au quotidien, pour préserver la confiance et la satisfaction de nos lecteurs. Avant, pendant, et après l'abonnement ou l'achat de nos journaux, les équipes du service Marketing - Vente veillent à assurer une expérience client de qualité. Centre France Portage développe de nouveaux moyens pour assurer la livraison dans les meilleurs délais et anticiper au maximum les incidents. Les rédactions se réinventent perpétuellement pour être au plus proche des attentes des lecteurs.

En bref, nos équipes œuvrent et continueront d'œuvrer vers un même objectif commun : garantir un lien fort avec nos lectrices et lecteurs.

Développer le capital humain



Nos engagements sociaux

Discrimination

RISQUE D'INÉGALITÉ DE TRAITEMENT ET DE DISCRIMINATION À L'ÉGARD DES COLLABORATEUR·ICES ET CANDIDAT·ES

Le groupe Centre France est confronté quotidiennement à l'inégalité de traitement ainsi qu'au risque de discrimination. Les enjeux majeurs sont d'éviter au maximum ces discriminations et de faire en sorte que l'égalité de traitement soit respectée par tous. Nous voulons permettre aux candidat.es de rejoindre une entreprise respectueuse, intégrant des profils issus de la diversité.



Assurer l'égalité homme - femme

Une politique majeure est menée sur l'égalité femme-homme, avec différents index et une volonté de mettre en place des accords d'entreprise avec des indicateurs forts. La lutte contre le harcèlement, moral ou sexuel, fait également partie de notre politique et des actions ont déjà été entreprises (concernant le harcèlement sexuel, mise en place d'une référente Groupe, d'une Matinale dédiée, d'un numéro vert...).

Le Groupe s'engage en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes en son sein. Les processus de gestion des ressources humaines sont organisés afin d'atteindre l'objectif d'égal traitement des hommes et des femmes sur tous les aspects de la vie professionnelle. Le Groupe s'engage à consolider les actions existantes et à progresser par la mise en place d'actions concrètes dans les domaines suivants :

- > les conditions d'accès à l'emploi, la formation professionnelle,
- > le déroulement des carrières et la promotion professionnelle, la rémunération.

Le Groupe doit conformément à la loi :

- > s'engager dans une démarche d'ajustement des salaires entre les femmes et les hommes et de réduction des écarts de rémunération à niveau de responsabilité équivalent, garantir un niveau de salaire à l'embauche équivalent entre les hommes et les femmes à niveau de formation, d'expériences et de compétences équivalentes ;
- > présenter des offres d'emplois s'adressant indifféremment aux femmes et aux hommes, respecter, le cas échéant, la loi n° 2011-103 du 27 janvier 2011 relative à la représentation équilibrée des femmes et des hommes au sein des conseils d'administration et de surveillance et à l'égalité professionnelle.

Index professionnel hommes-femmes

	2019	2020	2021	2022
La Montagne	91/100	83/100	83/100	85/100
Journal Du Centre	79/100	92/100	86/100	96/100
Populaire Du Centre	78/100	81/100	82/100	96/100
Yonne Républicaine	79/100	90/100	93/100	80/100
Centre France Portage	76/100	86/100	94/100	81/100
Centre France Hebdo	/	83/100	92/100	/
Berry Républicain	86/100	89/100	88/100	72/100
Écho Républicain	84/100	95/100	81/100	99/100
République Du Centre	93/100	79/100	92/100	89/100
Centre France Publicité	84/100	75/100	78/100	80/100

Chiffres clés



TAUX D'EMPLOI DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP DANS LE GROUPE

GRÂCE AUX DIFFÉRENTES ACTIONS MENÉES DEPUIS 2018, DANS LE CADRE DE LA POLITIQUE HANDICAP DU GROUPE...

La Montagne a dépassé le taux de 6% pour la première année en 2022 **6,55%**

2021 **4,57%** 2022 **5,84%**

NOMBRE DE DUODAYS

2021 **29**
2022 **34**



De plus, dans certains secteurs ou métiers où l'un des sexes n'est pas ou peu représenté (imprimerie, rédaction, services administratifs) les actions suivantes seront mises en œuvre :

- > Dans la mesure du possible et à candidatures équivalentes, recruter davantage de femmes dans les secteurs ou métiers majoritairement occupés par des hommes et inversement.
- > Favoriser l'accueil des stagiaires hommes ou femmes dans les métiers dans lesquels ils sont sous-représentés. L'entreprise privilégiera autant que possible les formations près du lieu de travail. Elle veillera également à ce que soient prises en compte les contraintes liées aux horaires et à la durée de la formation et plus particulièrement pour les salariés à temps partiel.

3 nouveaux accords d'entreprise sur l'égalité entre les femmes et les hommes ont été négociés et signés en 2022, dans les sociétés Centre France Publicité, Centre France Portage et La Montagne. 9 commissions de suivi se sont tenues en 2022 afin de faire le bilan et le suivi des dispositions de nos accords égalité femme-homme dans les filiales du Groupe.



Toutes les sociétés ont obtenu, pour l'année 2022, des notes globales supérieures à **72/100**, illustrant leur investissement et leur prise de conscience collective pour réduire les inégalités salariales entre les femmes et les hommes.

LA MONTAGNE

Note globale **85/100**

Les indicateurs :

- > Ecart de rémunération entre les femmes et les hommes : **37/40**
- > Ecart de taux d'augmentation entre les femmes et les hommes : **10/20**
- > Ecart du taux de promotion entre les femmes et les hommes : **15/15**
- > Pourcentage de salariées augmentées dans l'année suivant leur retour de congé maternité : non calculable
- > Nombre de salariés du sexe sous représenté parmi les dix plus hautes rémunérations : **10/10**

JOURNAL DU CENTRE

Note globale **96/100**

Les indicateurs :

- > Ecart de rémunération entre les femmes et les hommes : **37/40**
- > Ecart de taux d'augmentation entre les femmes et les hommes : **35/35**
- > Pourcentage de salariées augmentées dans l'année suivant leur retour de congé maternité : non calculable
- > Nombre de salariés du sexe sous représenté parmi les dix plus hautes rémunérations : **10/10**

POPULAIRE DU CENTRE

Note globale **96/100**

Les indicateurs :

- > Ecart de rémunération entre les femmes et les hommes : **37/40**
- > Ecart de taux d'augmentation entre les femmes et les hommes : **35/35**
- > Pourcentage de salariées augmentées dans l'année suivant leur retour de congé maternité : non calculable
- > Nombre de salariés du sexe sous représenté parmi les dix plus hautes rémunérations : **10/10**

YONNE RÉPUBLICAINE

Note globale **80/100**

Les indicateurs :

- > Ecart de rémunération entre les femmes et les hommes : **38/40**
- > Ecart de taux d'augmentation entre les femmes et les hommes : **25/35**
- > Pourcentage de salariées augmentées dans l'année suivant leur retour de congé maternité : non calculable
- > Nombre de salariés du sexe sous représenté parmi les dix plus hautes rémunérations : **5/10**

CENTRE FRANCE PORTAGE

Note globale **81/100**

Les indicateurs :

- > Ecart de rémunération entre les femmes et les hommes : **39/40**
- > Ecart de taux d'augmentation entre les femmes et les hommes : **20/20**
- > Ecart du taux de promotion entre les femmes et les hommes : **10/15**
- > Pourcentage de salariées augmentées dans l'année suivant leur retour de congé maternité : non calculable
- > Nombre de salariés du sexe sous représenté parmi les dix plus hautes rémunérations : **0/10**

CENTRE FRANCE HEBDO

Note globale **incalculable**

Les indicateurs :

- > Ecart de rémunération entre les femmes et les hommes : **incalculable**
- > Ecart de taux d'augmentation entre les femmes et les hommes : **25/35**
- > Pourcentage de salariées augmentées dans l'année suivant leur retour de congé maternité : non calculable
- > Nombre de salariés du sexe sous représenté parmi les dix plus hautes rémunérations : **5/10**

BERRY RÉPUBLICAIN

Note globale **72/100**

Les indicateurs :

- > Ecart de rémunération entre les femmes et les hommes : **31/40**
- > Ecart de taux d'augmentation entre les femmes et les hommes : **25/35**
- > Pourcentage de salariées augmentées dans l'année suivant leur retour de congé maternité : non calculable
- > Nombre de salariés du sexe sous représenté parmi les dix plus hautes rémunérations : **5/10**

ÉCHO RÉPUBLICAIN

Note globale **99/100**

Les indicateurs :

- > Ecart de rémunération entre les femmes et les hommes : **39/40**
- > Ecart de taux d'augmentation entre les femmes et les hommes : **35/35**
- > Pourcentage de salariées augmentées dans l'année suivant leur retour de congé maternité : non calculable
- > Nombre de salariés du sexe sous représenté parmi les dix plus hautes rémunérations : **10/10**

RÉPUBLIQUE DU CENTRE

Note globale **89/100**

Les indicateurs :

- > Ecart de rémunération entre les femmes et les hommes : **36/40**
- > Ecart de taux d'augmentation entre les femmes et les hommes : **35/35**
- > Pourcentage de salariées augmentées dans l'année suivant leur retour de congé maternité : non calculable
- > Nombre de salariés du sexe sous représenté parmi les dix plus hautes rémunérations : **5/10**

CENTRE FRANCE PUBLICITÉ

Note globale **80/100**

Les indicateurs :

- > Ecart de rémunération entre les femmes et les hommes : **25/40**
- > Ecart de taux d'augmentation entre les femmes et les hommes : **35/35**
- > Pourcentage de salariées augmentées dans l'année suivant leur retour de congé maternité : non calculable
- > Nombre de salariés du sexe sous représenté parmi les dix plus hautes rémunérations : **5/10**

En 2023 et dans les années à venir, l'objectif est de continuer à progresser sur l'ensemble de ces items.

En 2022, une enquête sur le harcèlement sexuel et les propos sexistes a été menée au sein du Groupe. **81% des salariés** se déclarent plutôt satisfaits des conditions du Groupe sur ce sujet. Les résultats de l'étude mettent cependant en exergue la nécessité de déployer des efforts sur le circuit d'information.

Par ailleurs, depuis plusieurs années, le groupe Centre France apporte son soutien à la démarche initiée par les Expertes dont l'objectif est d'améliorer la visibilité des femmes dans l'espace public et dans les médias. Cet engagement a permis le lancement d'un site Internet destiné à proposer un annuaire unique, accessible en quelques clics à l'ensemble des professionnel-le-s des médias.



Zoom sur

« Pour une juste place des femmes dans les contenus éditoriaux »

Depuis le 8 avril 2021, un groupe de travail constitué de vingt journalistes des quotidiens et hebdomadaires du groupe Centre France, élabore un document qui doit permettre au Groupe de proposer un miroir plus fidèle de nos territoires, en donnant leur juste place aux femmes dans notre production éditoriale.

Ce document de référence s'insère dans une dynamique globale, qui se manifeste également par un soutien financier à l'association des Expertes ou encore par la volonté du groupe Centre France de faire avancer l'égalité homme-femme au sein même de l'entreprise.

Les objectifs de ce groupe de travail sont les suivants :

- > Créer un document de référence, évolutif, à usage interne.
- > Mettre à disposition un répertoire des réseaux féminins présents à l'échelle du Groupe pour faciliter les démarches.
- > Proposer des outils qui permettent de dresser un constat et, surtout, de mesurer nos avancées en la matière.
- > Bâtir une expertise et un réseau d'entraide pour que les membres du groupe de travail assurent au mieux leur rôle futur de « vigie », qui aideront à ce que ce document de référence entre dans les mœurs et les pratiques professionnelles des journalistes du Groupe.

Le constat a montré qu'elles sont sous-représentées, notamment lorsque l'on sollicite l'expertise d'interlocuteurs (de l'ordre de 30% alors qu'elles constituent plus de la moitié de la population). Il indique aussi que ne parviennent pas toujours à être évités les écueils du sexisme ordinaire ou des préjugés sur les hommes et les femmes. Fort de ce constat, le groupe de travail a proposé plusieurs pistes pour que les productions éditoriales du groupe Centre France soient un miroir plus juste de la société.

Plusieurs outils, destinés à accompagner et à éclairer les rédactions, ont été élaborés (règles d'or pour ne pas écrire sexiste, ajouts à la charte des faits divers, annuaire d'expertes locales...)

Un groupe de vigies a été constitué. Loin d'être une « police de la pensée », il souhaite être une force collective de soutien et d'aide à la réflexion. Ses membres ne sont pas là pour donner des leçons ou des jugements de valeur, mais pour aider à dénouer des situations qui peuvent questionner.

« **En œuvrant à donner aux femmes leur juste place dans nos productions éditoriales, nous devenons, collectivement, un média plus inclusif, nous interrogeons nos pratiques, nous diversifions nos interlocuteurs, nous proposons des articles qui ressemblent plus à nos territoires, à nos lecteurs et lectrices. Nous le vivons comme un chemin joyeux, novateur et enthousiasmant et pas comme un enfermement dans le corset du politiquement correct** », expliquent Florence Chédotal et Pomme Labrousse qui animent, au nom des rédactions, ce groupe de travail.

Chiffre
clés

81%

des salariés se déclarent plutôt satisfaits des conditions du Groupe sur le sujet du harcèlement sexuel.

Favoriser l'emploi des personnes en situation de handicap

La non-discrimination et le handicap sont également des sujets abordés depuis de nombreuses années au sein du Groupe. Nous avons déployé une politique handicap volontariste, avec des actions concrètes et ambitieuses pour encore plus de diversité et de richesses, plus d'innovation, plus de performance dans le Groupe. Cette politique est articulée autour de quatre axes :

1. Sensibiliser les salariés du Groupe

Changer notre regard, sortir des préjugés, communiquer sur le sujet du handicap pour une meilleure connaissance et ainsi permettre une bonne intégration de collaborateur-ices en situation de handicap dans notre Groupe.

2. Recruter

Développer nos relations avec les acteurs et partenaires locaux (Cap emploi, Handi Sup Auvergne, Inser'Adis, associations de publics en situations de handicap), communiquer en externe pour faire savoir que nous sommes un Groupe handi-accueillant, en participant notamment au Forum emploi Handi Sup chaque année, destiné à mettre en relation des personnes en situation de handicap et des employeurs.

3. Maintenir dans l'emploi

Accompagner le-la collaborateur-ice ayant une problématique de santé, pour continuer à travailler dans les meilleures conditions possibles, aménager son poste si nécessaire et préserver sa santé.

4. Recourir à la sous-traitance auprès du secteur protégé

Inclure les ESAT (Établissement et service d'aide par le travail) dans les appels d'offres d'achats de prestations de services et produits, créer des partenariats. Permettre à des personnes en situation de handicap d'intégrer et d'exercer une activité adaptée à leurs possibilités.

L'équipe des relais handicap, composée de 14 salariés du Groupe, présente chaque année un plan d'actions autour de ces 4 axes.

Tout au long de l'année 2022, le groupe des relais handicap a mis en place des actions de sensibilisation en interne auprès de l'ensemble des salariés de Centre France. Il communique également en externe pour mettre en visibilité ces actions et faire savoir que nous sommes handi-accueillants.

Tous les ans, le Groupe tient un stand au Forum Emploi Handi Sup Auvergne à Clermont. Nous avons rencontré 60 personnes en situation de handicap et ainsi enrichi notre vivier de candidatures pour pourvoir des stages, des alternances, des postes en CDD ou CDI : deux embauches en alternance, deux embauches en CDD et des contacts pour participer au Duoday ont été concrétisés.

Nous avons organisé une journée sur la thématique des troubles de l'audition, durant laquelle :

41 bilans auditifs ont été réalisés par un audioprothésiste,

53 collaborateur-ices ont participé à un atelier sur communiquer autrement en LSF.

33 collaborateur-ices sont venus échanger avec des collègues malentendants et ont pu se mettre l'espace de quelques minutes dans leur situation et appréhender leur quotidien.

Cette journée a permis de libérer la parole sur des problématiques d'audition pour des collaborateur-ices, qui n'osaient pas aborder le sujet. Une collaboratrice a fait un dossier de RQTH et cette démarche lui a permis de s'appareiller et d'aménager son poste de travail. 4 autres collaborateur-ices ont demandé des informations sur le dossier RQTH. Ces journées seront déployées dans les filiales du Groupe en 2023.



La SEEPH (Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes en situation de Handicap) a été l'occasion de sensibiliser les salariés sur la thématique du Handisport, qui sera notre fil rouge jusqu'aux Jeux Olympiques de Paris 2024, en faisant le parallèle avec le monde de l'entreprise. Adapter le sport au handicap ou aménager un poste de travail permet l'autonomie, le dépassement de soi, l'accomplissement personnel et l'intégration au sein du collectif.

Des ateliers handisports ont été organisés. **75 collaborateur-ices ont découvert des disciplines inconnues, et ont pu poser un regard neuf et différent sur le handisport, ses valeurs et ses difficultés.**

Enfin, nous avons participé à la journée du Duoday. Cette journée est l'opportunité pour les salariés d'accueillir des personnes en situation de handicap, d'échanger avec elles sur leur métier. Pour les personnes accueillies (lycéen, étudiant, demandeur d'emploi), c'est l'occasion de découvrir un nouvel environnement de travail, et/ou de confirmer un éventuel projet professionnel. 34 duos ont été formés dans le Groupe. À ce jour, cette journée a permis une embauche en CDD et 2 stages en 2023.

Diversité & formation le témoignage de Benoît Califano

Pour Benoît Califano, Directeur de l'ESJ Pro « *La sélection spécifique des candidats par ESJ Pro, et l'offre en alternance, permettent de renforcer la diversité des profils des étudiants en journalisme (diversité géographique et représentation des territoires, diversité sociale, diversité culturelle, inclusivité des étudiants porteurs de handicap).*

C'est à la fois une démarche vertueuse, mais également un enjeu pour répondre à la préoccupation des médias de renforcer la diversité des profils dans leurs rédactions. »

Alors que les autres écoles de journalisme s'inquiètent de l'absence de diversité sociale de leurs recrutements, ce n'est pas le cas d'ESJ Pro Campus. « *La rentrée 2022 a confirmé notre capacité à recruter des jeunes issus de milieu sociaux divers (pour l'année 2022, 45 % des candidats admissibles à notre école sont boursiers), et largement représentatifs des régions françaises. Nous avons d'ailleurs une démarche proactive sur la diversité sociale et des partenariats avec Radio France et France Télévisions.*

Enfin, nous favorisons également la diversité des parcours d'enseignement supérieur et en étant attentifs aux profils « atypiques » ».

ATELIERS HANDISPORT

Venez découvrir et vous initier au handisport.
Sur inscription.

 **BATIMENT CÉZALIER**



Réprésentant une vraie richesse pour le groupe Centre France, la diversité continuera d'être un sujet sur lequel nous nous investissons. Nous souhaitons poursuivre notre engagement pour développer la diversité et lutter contre toute forme de discrimination.

En 2023, les référent-es RSE vont entamer des travaux sur le sujet de la diversité, au travers d'un groupe de travail dédié à cette thématique. Nous espérons ainsi ouvrir des réflexions plus larges sur ce sujet, notamment sur la lutte contre les discriminations LGBT, l'employabilité des jeunes et moins jeunes, mais aussi la diversité culturelle et sociale.

Une charte sur la politique de non-discrimination va également être rédigée.

Nos engagements sociaux

Santé et conditions de travail des collaborateurs·ices

RISQUE LIÉ À LA SÉCURITÉ ET À UNE PRISE EN COMPTE INSUFFISANTE DU BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS·ICES SUR LEUR LIEU DE TRAVAIL

Dans un contexte très hétérogène au sein même du groupe Centre France et alors que les métiers sont en permanente évolution, nous mettons en œuvre de multiples solutions pour faciliter le travail, renforcer l'engagement de nos collaborateurs·ices, préserver la santé et la sécurité de tous. En effet, le Groupe comporte différents métiers, tels que des métiers supports, journalistiques ou industriels, qui sont générateurs de risques en termes de sécurité au travail tels que les accidents de la route, mais aussi les accidents dans le cadre de l'utilisation des machines industrielles. Le Groupe est particulièrement vigilant sur les risques psychosociaux et le bien-être au travail, des enjeux majeurs et éléments essentiels de notre stratégie.

ACCIDENTS DU TRAVAIL

TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL

2020 25,40
2022 18,97



NOMBRE D'ACCIDENTS DU TRAVAIL

2022 62
(dont accidents de trajets)

NOMBRE D'ACCIDENTS DE TRAJETS DOMICILE TRAVAIL

2021 8
2022 7

NOMBRE DE JOURS D'ABSENCES

2022 2033 jours

TAUX DE GRAVITÉ DES ACCIDENTS DU TRAVAIL

2020 1,37
2022 0,87%



% DE SALARIÉS FORMÉS SUR LE SUJET SST

2022 7,22%



Société	Taux de fréquence des accidents du travail (Taux de fréquence (TF) = (nb des accidents en premier règlement / heures travaillées) x 1 000 000)	Taux de gravité des accidents du travail (Indice de gravité (IG) = (somme des taux d'incapacité permanente / heures travaillées) x 1 000)	Taux d'absentéisme
La Montagne	5,97	0,11	7,66%
Le Populaire du Centre	0	0	19,59%
Le Journal du Centre	10,66	0	4,20%
Le Berry Républicain	10,80	0	4,95%
Écho Communication	0	0	8,23%
La République du Centre	28,48	0,29	7,24%
L'Yonne républicaine	22,86	2,18	8,73%
SA L'Eveil de la Haute-Loire	26,70	0,67	9,96%
Centre France Hebdos	10,47	0,62	3,33%
Centre France Publicité	0	0	9,89%
Centre France Événements	0	0	1,17%
Centre France Parc Expo	61,07	8,18	22,36%
Centre France Livres	53,47	0	3,22%
ESJ Pro	0	0	4,72%
Centre France Info Région	0	0	19,91%
Centre France Magazines	0	0	0%
Centre France Portage	92,04	2,80	23,21%
Moyenne Groupe (total sur nb de sociétés)	18,97	0,87	9,32%



Réduire les risques d'accidents

Nous nous sommes engagés à réaliser diverses opérations pour préserver la santé, la sécurité et continuer d'assurer l'épanouissement professionnel de nos collaborateurs sur l'ensemble du périmètre géographique du Groupe. Dans le respect des règles de droit vis-à-vis de la mise en place des CSSCT (commissions de santé, sécurité et conditions de travail) nous nous efforçons de réduire ensemble les accidents du travail. Les CSSCT ont notamment leur importance dans les choix d'aménagement des locaux.

La direction industrielle et Hygiène Sécurité Environnement (HSE) est chargée de mener à bien cette politique, accompagnée par le service des ressources humaines et de la communication. En 2022, la direction industrielle a agrandi l'équipe en intégrant 2 nouvelles salariées au poste de chargée de mission HSE.

Le réseau des Sauveteurs Secouristes du Travail (SST) s'est, lui aussi, renforcé, passant de 86 à 120 salariés. Ce maillage de référents est réparti de façon à couvrir l'ensemble des étages du siège clermontois et des établissements. **Notre objectif est de former 10% de l'effectif du Groupe aux enjeux de sécurité au travail.**

En 2022, l'ensemble des sites du groupe Centre France ont fait l'objet d'un état des lieux sur les bâtiments et équipements, dans l'objectif de dresser un bilan général et identifier les risques pouvant altérer la sécurité des collaborateurs-ices.

Le Groupe s'efforce de diminuer le risque routier, en développant l'usage des transports en commun pour les déplacements professionnels, et en faisant un entretien régulier des véhicules du parc.

La santé des collaborateurs-ices est notre priorité, c'est pourquoi nous nous sommes investis au cours du mois sans tabac en distribuant aux collaborateurs-ices du siège des kits pour arrêter de fumer. Par ailleurs, une infirmière est présente sur le site du siège à Clermont-Ferrand pour être au plus proche des collaborateurs-ices.

Prévenir l'épidémie

En 2022, nous avons poursuivi les actions de sensibilisation, de prévention et de communication pour faire face à la poursuite de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID-19. Le protocole sanitaire interne est toujours en place. Lors de recrudescences des cas de COVID, la mise en place du travail à distance pour les activités et les métiers qui le peuvent est privilégiée. Des réunions régulières (en visio-conférence) des membres des CSSCT ont lieu. Le réseau de référents COVID est prolongé et mis à jour. Répartis sur l'ensemble du territoire du Groupe, ils facilitent la mise en place des mesures prises (distribution de gel hydroalcoolique pour les personnes sur site, mise à disposition de masques de protection, information des collaborateurs-ices).

Pendant toute cette année, les actions engagées, de manière responsable, à l'initiative de la direction générale ont permis de réduire au minimum le nombre de salariés impactés par l'épidémie, de maintenir de bonnes conditions de travail tout en préservant la production et l'activité générale de l'entreprise.



Un numéro vert d'appel est mis en place pour les salariés en difficulté psychologique.

Améliorer la qualité de vie au travail

Nous travaillons également avec l'ensemble des services de santé au travail pour aménager les postes de nos collaborateurs-ices (adaptation du poste de travail, souris ergonomiques...) qui est une de nos priorités afin de prévenir les mauvaises postures.

Notre politique comprend aussi un volet d'accompagnement lié au handicap avec l'aménagement de postes et de solutions pour permettre aux salariés de continuer à travailler tout en préservant leur santé.

Nous avons également mis en place diverses actions en vue d'améliorer le bien-être des collaborateurs-ices et organisé des ateliers sur le thème de la « Gestion du stress » en partenariat avec notre mutuelle, grâce à son programme « Santé et Bien Être au travail ». En 2022, ces ateliers ont été proposés à L'Écho Républicain, à La République du Centre, au Berry Républicain, au Journal du Centre et à Centre France Hebdo. Au total, **76 personnes ont bénéficié de ces ateliers**, leur apportant des outils très simples à mettre en place au quotidien, pour gérer des situations de stress. Les retours sont très positifs, une note de 4,5/ a été attribuée à ces ateliers.

Une formation intitulée « Savoir gérer autrement son énergie et améliorer son bien-être » a été testée et validée et sera proposée aux équipes de Centre France Pub en 2023. Ce parcours a pour objectif d'évaluer les risques personnels des managers, de maîtriser leurs limites, et de développer l'expérience collaborateurs-ices.

Des événements autour du bien-être et du sport sont organisés régulièrement au sein du Groupe. Durant la semaine événementielle « Semaine impact », une kinésithérapeute est intervenue pour animer un atelier « Bonne posture et étirement » (12 participant.es) et un atelier Pilate (7 participant.es). Par ailleurs, nous organisons des séances de yoga et des courses, dans le cadre de semaine événementielle (semaine Impact). Ainsi, nous souhaitons offrir à nos collaborateurs-ices la possibilité de prendre une pause relaxante ou sportive sur leur lieu de travail. Nous pensons que ces moments peuvent être un levier pour réduire les risques psychosociaux et agir sur le climat collectif et sur la motivation dans le travail.



Du 19 septembre au 2 octobre, les collaborateurs-ices du Groupe étaient invités à participer au challenge « Bougez en entreprise » organisé par Aesio-mutuelle pour lutter contre les comportements sédentaires et permettre de faire de l'activité physique chaque jour. Des petites compétitions internes ont été organisées pour prendre de bonnes habitudes. 10 équipes Centre France ont été créées, sur 358 équipes parmi les adhérents de la mutuelle. Ce challenge a avant tout permis une prise de conscience et la mise en place de nouvelles habitudes pour augmenter l'activité physique : prendre les escaliers à la place de l'ascenseur, marcher à la pause déjeuner, garer sa voiture au fond du parking quand on n'a pas d'autre possibilité que de venir en voiture, descendre une station avant son arrêt de bus, de tram, etc.

La conciergerie permet aux salariés de La Montagne d'accéder à des services à la personne sur leur lieu de travail et de gagner du temps en dehors, une aide pour concilier vie personnelle et professionnelle. Emmener les voitures des collaborateurs-ices au garage ou au contrôle technique, le linge au pressing, déposer ou récupérer un recommandé, un colis ou un achat, apporter en points de collecte les capsules de café, cartouches d'encre vides, et vêtements usagés (collecte solidaire), etc. En 2022, la conciergerie a invité ses partenaires, producteurs et commerçants locaux, à venir présenter leurs produits aux salariés clermontois, au siège de La Montagne.

Un numéro vert d'appel est mis en place pour les salariés en difficulté psychologique.



Développer le télétravail

Dans le prolongement des accords d'entreprise signés en 2020, concernant le télétravail et le droit à la déconnexion, le Groupe se fixe notamment pour objectif de permettre « une meilleure conciliation entre la vie professionnelle et la vie personnelle » des salariés de l'entreprise.

« C'est une vraie volonté du Groupe de faciliter la mise en place de cet accord qui était attendu depuis plusieurs mois. Il va permettre d'installer, dans le temps, une nouvelle façon de travailler au sein du Groupe », souligne la direction générale. Concrètement, la mise en place du télétravail s'est faite de manière progressive, afin de permettre à chacun (managers, collaborateurs-ices) de trouver, ensemble, la formule la plus adaptée à son déploiement. Cette mise en place est aujourd'hui un succès. **Un nouvel accord a été signé en 2022 pour étendre la possibilité de télétravail à 3 jours par semaine.** La fréquence du télétravail est établie par l'accord du manager, en fonction de l'organisation du service, selon l'une ou l'autre de ces formules : des jours de télétravail fixes par principe, ou, des jours de télétravail variables.

Un certain nombre d'activités, nécessitant par nature d'être effectuées sur le lieu de travail, ne sont pas éligibles au télétravail (industrie, expédition, centres d'impression, tour de contrôle, maintenance des bâtiments, porteurs de presse, pôle matériel et technicien infra-réseaux de la DSI, techniciens de Centre France Parc Expo, télémarketing, ordonnancement, collaborateur-ices assurant un accueil physique des clients et du personnel). Pour les autres métiers, le télétravail peut être mis en place avec l'accord du directeur-métier.

Veiller au droit à la déconnexion

En parallèle, l'accord sur le droit à la déconnexion a pour objectif de lutter contre l'utilisation excessive des outils numériques et de communication professionnels hors du temps de travail.

Il pose sur le papier des règles à respecter par chacun concernant l'horaire des envois des courriels, les appels téléphoniques pendant les temps de repos et congés...

Un certain nombre d'usages (utilisation du téléphone portable lors des réunions de travail, envoi de messages pendant les périodes de repos et congés, paramétrage du gestionnaire d'absence du bureau...) sont également encadrés de manière claire.

Créer du lien et de la transversalité

Au service de l'expérience collaborateurs-ices, le Groupe entend faciliter la vie des collaborateurs-ices en leur offrant de nouveaux outils en phase avec leurs missions. Notre outil « Bonjour » permet de créer des actualités, des communautés, des groupes de travail, des tutoriels afin que chacun puisse partager les informations de son service.

Il est également un support essentiel de communication interne pour informer et sensibiliser les collaborateurs-ices sur la stratégie globale. L'outil Bonjour et les contenus qui ont été déployés permettent le maintien d'un lien très fort entre les collaborateurs-ices malgré le développement du travail à distance et du télétravail.

L'enrichissement de son contenu est sous la responsabilité de la direction de la communication.



Assurer un dialogue social construit et pédagogique

Dans un Groupe de près de 1500 salariés ayant plus de 10 CSE (Comité Social et Économique) distincts, le dialogue social apparaît comme un élément structurant de la politique des ressources humaines. Fédérateur et motivant, l'objectif du dialogue social est de permettre une communication fluide afin de mieux appréhender la vision stratégique de l'entreprise. L'enjeu majeur pour une entreprise de notre taille est dans la co-construction des échanges et ainsi fluidifier la mise en œuvre des projets.

Un dialogue constant est mis en place pour continuer d'améliorer les conditions de travail et rester à l'écoute des nouvelles propositions collectives. Hormis le fait d'avoir créé un Comité de Groupe qui se réunit deux fois par an, nous avons fait le choix de maintenir le dialogue social et d'être au plus proche des Instances Représentatives du Personnel en ayant un CSE par entreprise.

Le nombre d'organisations d'instance de dialogue tenues au sein du Groupe va au-delà du seuil légal dans l'ensemble des sociétés, notamment par le recours à des CSE extraordinaires, dès que ceux-ci permettent d'aborder un sujet d'importance, sans nécessairement attendre les réunions périodiques qui ont lieu tous les mois ou les deux mois, selon la taille de l'entreprise, et conformément à la législation. Cela représente plus d'une centaine de réunions par an (CSE et réunions de négociations), réunions dans le cadre desquelles sont abordés des sujets tels que le temps de travail, les classifications, le télétravail, les conditions de santé, de sécurité et de travail etc. Nous maintenons éga-

lement un dialogue transparent avec l'ensemble de nos collaborateurs-ices grâce à des nouveaux supports tels que des « live » thématiques ou des rencontres entre les collaborateur-ices et la DRH, lors de déplacements sur sites ou en visio conférence.

Les temps d'échanges entre l'équipe des Ressources Humaine et les managers sont multipliés. À titre d'exemple, des Directeurs Éditoriaux Départemental (DED) ont été mis en place dans les rédactions, avec l'objectif d'accroître la proximité entre les managers et les équipes. Selon les zones du Groupe, des points hebdomadaires ou bi-mensuels sont instaurés, là où avant se tenaient des points irréguliers avec les rédacteurs en chef. Lors des déplacements de l'équipe RH pour les CSE dans les titres, les collaborateur-ices des sites sont informés de la disponibilité de l'équipe RH pour prendre des moments avec les salariés.

Durant ces périodes complexes de gestion de la pandémie, nous avons également augmenté les réunions avec les IRP afin de renforcer le dialogue par une augmentation des possibilités d'échanges et de rencontres.

Par ailleurs, un module d'informations aux nouveaux embauchés a été mis en place sur les dispositifs d'instances de dialogue social, les informant dès l'intégration des modalités de dialogue (CSE, élus, etc.).

Les accords sur les tickets restaurants ont été reconduits.

Au-delà du dialogue social avec les Instances Représentatives du Personnel, notre politique RH se focalise fortement sur le dialogue avec l'ensemble des salariés du groupe Centre France et cela passe notamment par une communication digitale forte. L'équipe de communication interne poste quotidiennement des informations sur Bonjour (intranet Groupe) à la fois sur des sujets d'actualité et des sujets de fond.

Chiffre clés

32

nouveaux accords signés en 2022

131

commissions (réunion + instance) non obligatoires réalisées en 2022

Apporter une réponse aux demandes RH des collaborateurs·ices

Les collaborateurs·ices peuvent adresser leurs demandes aux services RH via une application spéciale. 2 520 tickets (sur le RH Desk) ont été reçus.

Cet outil permet de répartir les demandes récurrentes, d'ordre technique et/ou pratique des salariés directement vers un groupe d'experts RH, selon leur domaine d'intervention. Ces tickets concernent principalement des demandes d'attestation (de DIF, de travail), des questions relatives au contrat de travail, à la paie, à la mutuelle et à la prévoyance, aux congés. Il permet également de prioriser les demandes et d'assurer un suivi des demandes du salarié. Les tickets étant affectés à un groupe de personnes, en cas d'absence de l'une d'entre elles, toutes les interactions précédentes et le contexte sont répertoriés en un seul endroit, permettant à une autre personne de retrouver le dossier instantanément et d'apporter une réponse rapide.

Les Responsables Ressources Humaines référents des métiers restent à l'écoute des salariés qui ont des demandes d'ordre plus complexes.

Réaligner les ressources disponibles et les besoins de l'entreprise

Le dispositif de rupture conventionnelle collective au sein du Groupe s'est clôturé en 2022. Pour rappel, ce dispositif donne la possibilité à des entreprises, sur la base de candidatures volontaires de salariés, de réduire leur effectif en dehors de tout licenciement économique et ainsi de réaligner les ressources disponibles et les besoins de l'entreprise.

Le Groupe avait annoncé le lancement, au niveau national, d'une étude de faisabilité d'application du plan filière de la presse qui pourrait donner la possibilité de déployer des aides au départ avec un accompagnement de réorientation professionnelle pour les personnels des centres d'impression de plus de 55 ans. À la suite des négociations tenues sur la fin d'année 2021, deux accords ont abouti en début d'année 2022, avec les premiers départs en mars 2022. Lors de ces départs volontaires (Plan de départ Volontaire) nous avons eu 12 reclassements en interne et 1 licenciement contraint. Cette phase de concertation a pu porter ses fruits pour accompagner au mieux ces départs.

Soucieux de la santé et des conditions de travail de nos salariés, nous poursuivons nos efforts en ce sens. Dès 2023, nous souhaitons mettre en place un baromètre de climat social annuel, dans l'objectif d'identifier le degré de satisfaction de nos collaborateurs·ices, leurs sources de motivation, et nos axes d'amélioration.

Un outil de gestion des temps et des activités va également être déployé.

Nous souhaitons ouvrir une réflexion sur un accord concernant la qualité de vie au travail.

Afin de développer davantage le dialogue social en entreprise, nous souhaitons diffuser, à la suite des comités sociaux économiques, les procès-verbaux dans la docuthèque de notre plateforme RH, pour les Instances Représentatives du Personnel qui le souhaitent.

Une formation en e-learning sur la sécurité va être mise en place dès le premier trimestre 2023.

En 2023, nous poursuivons les ateliers de bien-être, dans l'objectif de répondre aux sollicitations des collaborateurs·ices au sujet du sommeil.

Des bilans auditifs seront proposés aux collaborateurs·ices qui le souhaitent dans les filiales du Groupe.

Nos engagements sociaux

Employabilité

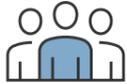
RISQUE D'INADÉQUATION DES COMPÉTENCES DES COLLABORATEURS·ICES PAR RAPPORT AUX NOUVEAUX ENJEUX STRATÉGIQUES

Pour répondre présent face aux évolutions de notre société, le Groupe est en mouvement. C'est donc à travers des recrutements sur des métiers variés et le développement de ses talents que sont basées ses différentes évolutions. Le Groupe est attaché à la diversité de ses métiers, au transfert des compétences et à favoriser la proximité des équipes dans un contexte où les interactions sociales sont amenées à se réinventer.

La présence géographique du Groupe sur un cinquième du territoire français ainsi que ses 10 activités offrent donc aux candidat·es ainsi qu'aux collaborateurs·ices, de nombreuses opportunités d'emploi et d'évolution professionnelle.

Chiffres clés

FORMATION & ALTERNANCES

 **59**
alternants·es en contrat au sein du Groupe pendant l'année

 **9 h**
DURÉE MOYENNE DE LA FORMATION SUIVIE

 **10 133**
heures total de formation sur l'effectif global*

 **66**
MOBILITÉS INTERNES

 **%** DE L'EFFECTIF AYANT SUIVI UNE FORMATION

49 %
de collaborateur·ices ont bénéficié d'une formation en 2022



© Laurane Mandin

Former nos collaborateurs

La formation est un des facteurs de développement et de maintien de l'employabilité des collaborateurs-ices. Les plans de formations sont construits en cohérence avec :

- > la stratégie du Groupe, l'évolution des organisations et les besoins afférents en termes d'emplois et de compétences ;
- > les attentes des collaborateurs-ices exprimées lors des entretiens annuels ;
- > les obligations légales et réglementaires.

Centre France met en œuvre des actions qui visent à renforcer la professionnalisation des collaborateurs-ices et la réussite dans le déploiement de la stratégie du Groupe.

En 2022, cela se traduit par des formations dans les rédactions sur les thèmes suivants : droits de la presse en lien avec les chartes de bonnes pratiques internes et l'utilisation des réseaux sociaux, le datajournalisme ou encore des formations à l'écriture, formats et narration pour réaliser des contenus premium pour le print et le web.

Au sein de la partie Business, des actions de formation ont permis de renforcer la Relation Client : mesurer leur satisfaction et exploiter leurs réclamations via les différents supports de communication (E-mail, téléphone, courrier, etc.), le but étant de transformer un client parfois mécontent en client fidélisé.

Les modes d'organisation et de gestion de l'activité ont également évolué vers du travail collaboratif renforcé, du travail à distance et de nouveaux process.

Le Groupe déploie depuis plusieurs années la formation à distance à destination de tous ses salariés avec la mise en place de modules sur les thèmes du RGPD, du harcèlement, du Handicap et de la Cybersécurité. En 2022, un module sur la RSE s'est ajouté au 4 autres existants.

Cela a vocation à développer davantage les valeurs internes, de proximité, d'exigence et de bienveillance. Ce projet, encouragé par la direction générale, permet aux collaborateurs de se former très concrètement sur des thématiques importantes pour faire progresser les équipes, les mentalités, les façons de vivre et de travailler ensemble.

D'autres formations transverses ont également contribué à « faire groupe » et à harmoniser les pratiques. C'est le cas notamment de formations en management.



Améliorer les prestations ESJ PRO

Les études menées chaque année montrent l'efficacité des formations en alternance dispensées par ESJ Pro Montpellier, que ce soit en termes de satisfaction (98%), professionnalisation (100%) et de placement des étudiants à l'issue de leur cursus.

À l'issue de leur formation, 100% des étudiant-es se disent professionnalisés ou très professionnalisés.

Les étudiant-es sont suivis sur plusieurs années après l'école, permettant d'avoir regard sur l'évolution des statuts après l'école :

	Sortie d'école	Un an après	Trois ans après
CDI	23%	55%	58%
CDD	48%	21%	26%
Piges	20%	12%	13%

De plus, notre offre de formation répond aux difficultés de recrutement de la PQR qui reste notre cœur de métier. 58% des étudiant-es de notre filière Presse écrite Bimédia suivent leur alternance dans la PQR. Cette tendance PQR se confirme sur les cinq dernières années de notre activité. Entre 2018 et 2022, ESJ Pro a diplômé 287 étudiant-es en Presse écrite Bimédia dont 80% en alternance dans la PQR PHR.

Malgré des excellents résultats en terme de satisfaction, de taux de placement, et de professionnalisation des anciens étudiants, et la très bonne réputation de l'école auprès des médias et des rédactions, l'ESJ Pro enregistre depuis trois ans une baisse du nombre de candidats et une demande de plus en plus forte des employeurs pour l'alternance.



Trois actions sont prévues pour répondre à ce risque :

- > Une communication proactive sur les réseaux sociaux fréquentés par le 18-30 ans valorisant nos bons résultats et diffusant des témoignages vidéos de nos anciens étudiants.
- > La reconnaissance par la CPNEJ d'ESJ Pro comme 15e école reconnue par la profession, afin de gagner en visibilité et attractivité. Possible à partir de 2024, sur la base de la sortie de premiers diplômés de notre Master en formation initiale en septembre 2023.
- > Renforcement de la structuration de notre réseau des anciens (Alumni), en s'appuyant sur la fête en juin 2023 des 20 ans de l'installation d'ESJ Pro à Montpellier à laquelle seront conviés et associés les 1600 anciens étudiants formés par ESJ Pro depuis 2002. Cette action devrait également permettre d'améliorer l'insertion professionnelle de nos étudiants par un renforcement de la dynamique d'entraide et de cooptation entre anciens et jeunes journalistes.

Chiffre clés

94%

Taux de satisfaction 2021

98%

Taux de satisfaction 2022



LANCE-TOI CHEZ NOUS! avec

Le groupe Centre France s'engage à accompagner
100 alternants en 3 ans

 **CentreFrance**

Offres à retrouver sur [centre france.com](https://www.centre france.com)

Aider à l'insertion professionnelle des jeunes

Grâce aux divers partenariats entretenus depuis plusieurs années avec les 14 formations reconues au sein des écoles de journalisme, le Groupe a tenu son rôle en contribuant à l'ouverture du monde professionnel à la formation initiale.

L'alternance constitue un précieux outil permettant aux jeunes de se former à un métier et de s'intégrer plus facilement dans la vie professionnelle. Côté groupe, cet engagement permet d'attirer de jeunes talents et d'être identifié comme un acteur fort de l'insertion professionnelle et s'inscrit dans une politique de formation qui a vocation à faciliter la poursuite de sa transformation et faire face aux nouveaux enjeux que doit affronter la Presse quotidienne régionale.

Un tiers des alternants ont rejoint la « Centre France Académie » avec l'ESJ PRO : cursus de deux ans, sous forme d'un contrat de professionnalisation, qui forme au métier de journaliste de presse écrite et multimédia.

La publicité et la rédaction ne sont pas les seuls métiers mobilisés par cette ambition, des missions d'alternance sont proposées également au sein des équipes de la finance, du digital, des ressources humaines, de l'événementiel, du marketing, de la communication, de l'édition de livres et de la logistique.

Évoluer au sein du Groupe

La mobilité interne est une priorité pour le Groupe et un élément clé de sa politique RH de fidélisation. À ce titre, les plans de formation s'articulent davantage autour de parcours professionnalisants et de découvertes de nouvelles approches en lien avec les orientations stratégiques.

La politique de mobilité répond à deux objectifs majeurs :

- > faciliter l'évolution des collaborateurs-ices au sein du Groupe, développer et fidéliser ses talents ;
- > s'assurer que le Groupe dispose des ressources nécessaires pour répondre à ses besoins actuels et futurs.

En ce sens, le Groupe intensifie les dispositifs de mobilité interne vers des métiers dits « pénuriques » (par exemple les métiers commerciaux ou tech - digitaux). Plusieurs dispositifs sont mis en œuvre au sein du Groupe :

- > les entretiens annuels d'activité et de carrière menés par les managers ;
- > les Comités de carrière et de mobilité qui permettent d'identifier les besoins et de faciliter la mobilité interne ;
- > la réalisation d'entretiens de mobilité à la demande du salarié pour faire le point sur sa carrière avec une personne de l'équipe RH ;
- > la bourse à l'emploi interne.

En 2022, 66 mobilités internes ont été comptabilisées. Elles sont d'ordre professionnel ou géographique, avec changement d'emploi et/ou de ville, dans la même société ou non.

Recruter autrement

Pour attirer de nouveaux talents, le Groupe comme d'autres acteurs économiques connaît de plus en plus de difficultés de recrutement. Le manque de profils disponibles sur le marché et le décalage entre les candidatures et les profils recherchés devraient rester les principales difficultés rencontrées par les recruteurs. Cette inadéquation entre l'offre et la demande d'emploi s'explique par plusieurs facteurs, tel que, par exemple, le faible nombre de personnes formées aux métiers qui recrutent.

Face à un marché du travail qui se tend, le Groupe se montre réactif et innovant auprès des candidats et des acteurs de la formation. Mais les candidats pourraient aussi se montrer plus exigeants à l'égard des recruteurs, en termes de rémunération, de conditions de travail et de quête de sens dans leur travail.

Pour faire face au risque de pénurie de candidats (en particulier les commerciaux, porteurs de presse, métiers techniques du digital), le Groupe concentre ses efforts autour des métiers pour lesquels les profils sont rares et/ou convoités tels que, par exemple, les postes requérant une forte expertise et des compétences dans les nouvelles technologies liées au digital et plus globalement les postes au cœur des transformations du Groupe. Conscient de cet enjeu, le Groupe a défini son identité employeur et déploie aujourd'hui un plan d'action plus offensif pour recruter. La communication digitale sur les réseaux sociaux est un des leviers déployé.

Pour LinkedIn par exemple, depuis la première publication en mars 2022 via @CentreFranceRecrute, il y a eu 106 324 vues de nos posts autour de 3 contenus : l'identité et les valeurs du groupe, la carrière au sein du groupe, les offres d'emploi (CDI, CDD, alternances et stages) et les « coulisses ». Il s'agit de publications sur la vie d'entreprise, les événements internes. Les clics, réactions et commentaires sont nombreux et positifs (14 016 clics, 128 commentaires, 530 partages). Ce réseau social professionnel renforce notre engagement et notre lien avec une communauté constituée de potentiels candidats.

Le Groupe a conscience de devoir mobiliser plusieurs leviers d'actions pour optimiser son attractivité et maximiser ses chances d'attirer les compétences recherchées. Diversifier les canaux de sourcing, investir dans sa marque et sa promesse employeur sont autant de solutions.

Nos pratiques de recrutement sont aujourd'hui professionnalisées grâce à notre outil « Cross-talent » (outil facilitant le reporting, le suivi des indicateurs, de suivre le parcours candidat). Ce logiciel permet aux équipes RH et aux managers qui recrutent de mieux piloter les processus de recrutements et d'améliorer l'expérience candidat, notamment en sécurisant les données personnelles (CNIL sur droits des candidats).

Au-delà du poste et des conditions d'emploi proposés, le Groupe a aussi valorisé le territoire en menant des actions en coordination avec des acteurs de l'écosystème local et en participant à des jobs datings (Volcamp 2022, Salon ISIMA, Clermont Foot - Pôle Emploi, La mêlée de l'emploi, Une semaine pour trouver son job d'été, Handi-sup, Altern'UP, Le Forum des entreprises ESC, À Court de Job, #1jeune1solution)



Chiffre
clés

27

alternants ont ainsi fait partie des équipes rédactionnelles de l'ensemble des Quotidiens et Hebdomadaires du Groupe en 2022.

50

stagiaires accueillis par le Groupe durant l'été



Accompagner nos nouveaux embauchés

Il existe un parcours d'intégration à destination des nouveaux embauchés, détaillé dans un kit remis au manager en amont de l'arrivée du collaborateur-ice. Il dresse la liste des choses à anticiper en amont de l'intégration, sur le volet technique, logistique ou humain. Il prévoit des temps d'échanges avec divers interlocuteurs qui permettent de développer le lien entre les collaborateurs-ices, d'échanger les bonnes pratiques, de se renseigner sur le nouvel environnement, etc. Des visites de site sont également prévues afin que le nouveau collaborateur-ice puisse prendre ses marques plus rapidement et s'imprégner de la dynamique du Groupe. En parallèle, un système de parrainage est mis en place, qui consiste pour le nouveau collaborateur-ice à se faire accompagner par une personne du Groupe dans sa prise de poste. Tout cela vise à accompagner au mieux la prise de poste et appréhender de manière sereine la suite. Les collaborateurs-ices déjà en poste peuvent contribuer à cette dynamique et les managers se sentent accompagnés sur cette période de transition.

Pour compléter les parcours d'intégration des nouveaux arrivants dans le groupe Centre France, la direction des ressources humaines a lancé en 2022, les Matinées d'intégration. Ce sont les salariés embauchés depuis l'été 2022 qui ont testé cette nouvelle formule fin septembre. Il y a eu ensuite une deuxième session fin novembre.

Les salariés sont accueillis par la direction générale, puis différents intervenants se succèdent ensuite pour présenter aux jeunes recrues les outils RH, la politique handicap, les outils de communication interne, le programme RSE...

Du portage à la pub, en passant par les rédactions, la finance et même l'industrie, tous les métiers sont ainsi représentés, et permettent des échanges riches et variés.

Les matinées sont organisées depuis très régulièrement et proposées à tout nouvel entrant dans le Groupe.

En parallèle de cette nouvelle initiative, la journée annuelle, déjà existante depuis plusieurs années, regroupe tous les nouveaux arrivants d'une année complète.

Consolider nos pratiques managériales

Le « Parcours manager » est un parcours d'accompagnement au développement des compétences des managers de proximité du Groupe. L'objectif est de favoriser l'autonomie et la prise d'initiative de la ligne managériale en offrant à chaque manager la possibilité de développer ses compétences dans le cadre d'un programme individuel organisé et simple d'accès. Plusieurs programmes sont proposés aux managers du Groupe.

Le programme « Posture managériale » : s'adresse à des managers en poste depuis longtemps (ou ayant déjà exercé une fonction de manager en dehors du groupe).

Objectifs : leur permettre de prendre du recul et de faire un pas de côté pour renforcer leur posture/lucidité managériale, partager les bonnes pratiques et aussi leur donner les clés pour bien décider, déléguer, donner le cap.

Déroulé : Une journée de lancement en présentiel et 4 demi-journées à distance (espacées d'au moins 2 semaines chacune).

Le programme « Prise de poste pour nouveaux managers » : s'adresse à ceux qui vont ou viennent de prendre leur poste... pour les aider à trouver leur place, assumer leur fonction.

Objectifs : leur apporter une « paire de lunettes » pour qu'ils aient un regard lucide sur les responsabilités d'un manager et une boîte à outils simple et pragmatique.

Déroulé : Une journée de lancement en présentiel et 4 demi-journées à distance (espacées d'au moins 2 semaines chacune).

Le programme « Futurs managers » : s'adresse à des collaborateurs-ices qui ne sont pas encore managers mais qui, selon leur responsable, ont une prédisposition à le devenir.

Objectifs : Ce parcours doit leur permettre de mieux cerner leur personnalité professionnelle et de déterminer si oui ou non ils sont faits pour le management.

Déroulé : Une journée de lancement en présentiel et 3 demi-journées à distance (espacées d'au moins 2 semaines chacune).

L'ensemble des collaborateurs-ices ayant participé à ces ateliers, à l'unanimité (sondage réalisé en direct, à l'issue des ateliers), disent en sortir enrichis, c'est la satisfaction qui se fait ressentir : un grand moment de respiration, de cohésion et de partage d'expérience entre managers.

Nous avons également organisé des journées de formation sur les thématiques du recrutement à destination des managers CFPO, et une journée spéciale à destination des managers des équipes industrielles pour leur communiquer les bases RH.

Les managers ont également la possibilité de participer à des matinées (conférences participatives en visio sur Teams), animées par des intervenants de la DRH. Elles permettent, entre autres, une transmission de connaissances et de savoir de manière descendante. En 2022, 5 matinées ont été organisées sur les thèmes suivants : congés payés, intégration d'une personne en situation de handicap, risques psychosociaux, manager une équipe en Télétravail, EAC.

En complément, un format d'infolettre mensuel a été testé. 4 premières newsletters ont été envoyées à tous les managers à partir de 2022. Il s'agit d'un nouvel outil de communication interne permettant de donner des informations exclusivement aux managers chaque mois. Plusieurs rubriques sont proposées sur le sujet du mois, les dernières actualités RH, le replay des matinées managers, et le partage d'articles, podcast et vidéos.

L'année 2022 a par ailleurs été marquée par des séminaires de cohésion dans les différents services du Groupe, notamment à la direction des ressources humaines et à la direction des services informatiques.

Parmi les perspectives visant à améliorer l'intégration de nos nouveaux-elles collaborateurs-ices, nous mettrons en place en 2023 en livret d'accueil « Centre France au quotidien » consultable sur le portail RH.

Nous enclenchons par ailleurs la rédaction d'une charte des bonnes pratiques de rédaction des offres d'emploi.



Renforcer
notre devoir de vigilance

Gouvernance Protection des données

RISQUE DE PERTE,
D'ALTÉRATION
ET DE DIFFUSION
DE DONNÉES LIÉ
À UNE MAUVAISE
MAÎTRISE DE
LA SÉCURITÉ
INFORMATIQUE
ET À UNE GESTION
NON RESPONSABLE
DES DONNÉES

Le groupe Centre France accorde une attention particulière à la protection des données personnelles, tant de ses collaborateurs-ices que de ses clients (abonnés notamment) et partenaires.

Conscient de l'importance d'une gestion des données personnelles responsable afin d'éviter que celles-ci puissent être utilisées à des fins détournées, le Groupe s'appuie notamment sur son réseau de référents métier en charge de veiller au quotidien, dans leur activité, à un traitement vertueux des données personnelles de leurs parties prenantes et sur une juriste spécialisée dans la gestion des données personnelles qui a été recrutée au cours de l'exercice 2022. Ce recrutement marque une volonté d'aller plus loin dans l'animation du réseau des référent-es RGPD au sein du Groupe afin d'insuffler une culture de la protection des données.

Les référents métiers RGPD sont des relais privilégiés pour le DPO et la direction juridique en matière de données personnelles. Ils sont régulièrement sensibilisés à l'actualité en lien avec le RGPD afin de transmettre la « culture » et les bonnes pratiques au sein de leur branche métier ou de leur filiale. Ils sont les premiers interlocuteurs des salariés.

Au-delà du chantier de mise en conformité, le Groupe a déployé ses meilleurs efforts afin d'insuffler les bonnes pratiques autour des données personnelles traitées au sein du Groupe et un traitement éthique de la donnée. Le groupe Centre France veille à mettre en œuvre une politique de gestion des données personnelles soucieuse à la fois préserver et protéger les données des personnes et d'apporter un service au plus près des besoins.

Consolider nos procédures de sécurité informatique

Évoquées en perspectives dans la précédente Déclaration de Performance Extra-Financière, plusieurs actions de modernisation de l'outil de création et de gestion des comptes de nos sites internet ont été réalisées. L'objectif est de permettre à nos utilisateurs d'opérer un choix éclairé quant à la gestion de leurs données personnelles.

Au cours de l'année, nous avons réalisé deux actions de sécurité majeures. La première a été la réalisation, par un partenaire, d'un audit de sécurité interne et externe avec tentative d'intrusion physique et dématérialisée. Cela a permis de dégager un plan d'actions à mettre en œuvre qui a été décliné dans les objectifs 2023 de nos collaborateurs-ices.

La seconde action a été la mise en place d'une campagne de sensibilisation à l'hameçonnage. L'ensemble des collaborateurs-ices ont reçu des tests de phishing par un partenaire externe. Suivant les résultats du test, des campagnes de sensibilisation ont été ouvertes en visio à toutes personnes ayant été jusqu'au bout du phishing et compromis, de ce fait, ses données personnelles, voir celles de l'entreprise.

Pour les personnes n'ayant pas été au bout, mais ayant malgré tout ouvert le mail, une sensibilisation via la messagerie électronique a été envoyée.

Un comité dédié à la sécurité informatique intégrant la DSI et la direction générale a été mis en place en octobre 2022 afin de construire et de suivre les indicateurs par type de protections et de mettre en place des feuilles de route pour l'année 2023. Concernant la gestion des cookies, nous avons mis en place un outil de consentement centralisé (DIDOMI). Afin de faciliter la gouvernance data, la traçabilité et la sécurisation, un outil de gouvernance de la donnée a été déployé (DENODO).

Le projet « référentiel de client unique ». L'objectif principal de ce projet est de maîtriser et de sécuriser toute la donnée client, d'apporter une meilleure expérience utilisateur, et de tendre vers une gouvernance de données plus responsable. En 2022, l'ouverture d'une étude a été lancée ainsi qu'une phase de consultation des métiers sur leurs besoins et visions fonctionnelles.

Des actions de formation, notamment les modules de formation obligatoires Cybersécurité et RGPD, sont toujours actives et déployées en 2022.

TAUX DE COLLABORATEURS-ICES SENSIBILISÉS À LA SÉCURITÉ INFORMATIQUE



100 %

des collaborateurs-ices ont été sensibilisés,
via notre intranet (Plateforme BONJOUR)

soit 1500 adresses mails



217

personnes parmi
ces collaborateurs-ices
ont été identifiées afin
de bénéficier d'une
session de sensibilisation
plus poussée.

NIVEAU DE CONFORMITÉ DU SYSTÈME D'INFORMATION



93 %

Outils connectés au référentiel
ministériel et ayant
subi un audit de contrôle
(pondération faite par l'outil
de l'ANSI) - 2022

TAUX DE SUIVI DU E-LEARNINGS CYBERSÉCURITÉ

74,11 %



de nos collaborateurs-ices
ont suivi la formation

TAUX DE SUIVI DU E-LEARNING RGPD

45 %



de nos collaborateurs-ices
ont suivi la formation

POURCENTAGE D'APPLICATIONS COUVERTES PAR UNE POLITIQUE DE GESTION DES ACCÈS*

Nombres d'applications concernées :

252

Nombres d'applications conformes
à la politique de sécurité :

44 soit 17 %



Gouvernance

Ethique des affaires

RISQUE D'UNE
POLITIQUE ÉTHIQUE
NON AFFIRMÉE
ET D'UN MANQUE
DE TRANSPARENCE
ENVERS NOS PARTIES
PRENANTES

Renforcer nos processus achats et juridiques

La structuration du service achat et de la direction juridique ont été l'occasion de positionner ces activités au cœur de l'entreprise et des processus métier, d'en clarifier les enjeux auprès des directions métier et notamment de sécuriser les engagements et de fluidifier les échanges avec les partenaires tant en interne qu'en externe.

Dans le prolongement des actions lancées en 2021, telles que l'organisation du service en portefeuilles, la création d'outils opérationnels et la définition des modes opératoires associés ou encore la mise en place d'une base documentaire standardisée, ces actions permettent, d'harmoniser les bonnes pratiques et d'améliorer la transparence de nos pratiques vis-à-vis de nos fournisseurs et ainsi de se positionner en tant qu'acteur majeur sur le marché.

En 2022, un processus de standardisation des appels d'offres ainsi que des fiches d'évaluations de nos prestataires ont été mises en place.

L'équipe du service Achats, intègre également des critères RSE dans le processus de sélection des fournisseurs.

Afin de permettre une appropriation collective des enjeux, une formation Achats & Juridique a été déployée courant 2022 auprès du Groupe. L'objectif de cette formation est de sensibiliser les salariés sur les processus finance, achat et juridique à l'œuvre au sein de l'entreprise et d'apporter un premier vernis technique. Ces actions de formation ont vocation à se poursuivre en 2023 afin d'adresser le plus grand nombre de collaborateurs-ices et ainsi sécuriser les engagements.

Concernant le dispositif dit « Sapin II », l'année 2022 a notamment été marquée par la revue de la cartographie des risques afin notamment de prendre en compte les spécificités de nos activités et d'affiner les procédures internes dans le cadre d'atelier métier. Des actions de sensibilisation ont été initiées notamment auprès des directions métier les plus exposées.

PARTICIPATION À
« L'AVENTURE IMPACT »
- FORMATION RSE



767

participants à l'épisode 1
de l'Aventure Impact

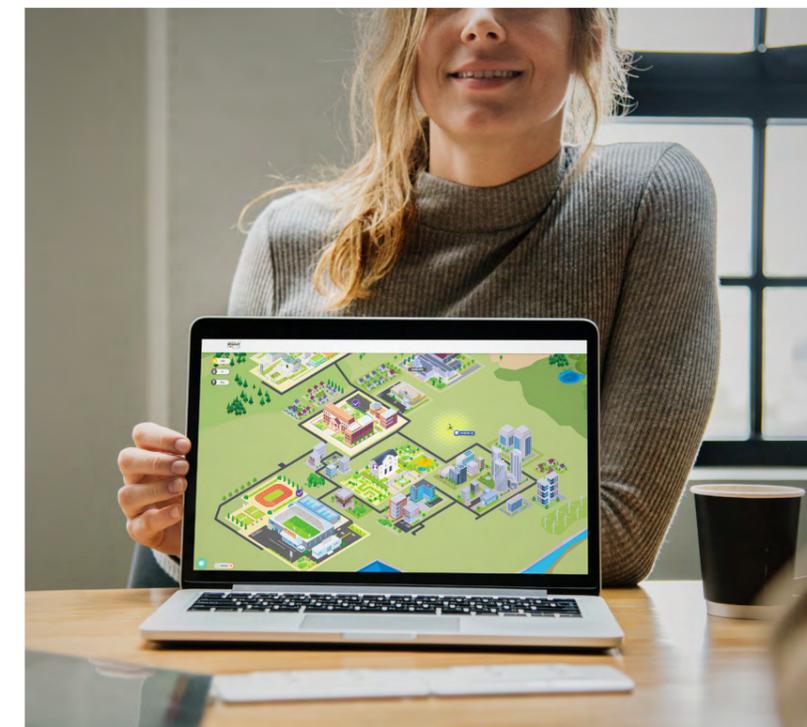
321

participants à l'épisode 2
de l'Aventure Impact

Sensibiliser aux enjeux de responsabilité sociétale

En 2022, l'accélération des chantiers de déploiement de la politique RSE du Groupe a permis de mettre en place une feuille de route de sensibilisation et de formation des collaborateurs-ices ambitieuse. Comportant plusieurs volets (webinaires, évènementiels, infolettres, etc.), elle intègre notamment la réalisation de modules de formation sous forme d'e-learning utilisant une plateforme de serious game. Un jeu sérieux est une activité qui combine une intention « sérieuse » - de type pédagogique, informative - avec des ressorts ludiques.

Nommée « L'Aventure Impact, la RSE par le jeu », ce module de formation se présente sous forme de deux épisodes, par équipe et en individuel.



Chaque collaborateur-ice est invité à participer à l'exploration d'un monde virtuel jalonné de mini-jeux de type défis, quizz, memory etc. permettant de décrypter les 7 principaux piliers de la RSE, issus de la norme ISO 26000 (gouvernance de l'organisation, droits de l'homme, relations et conditions de travail, environnement, loyauté des pratiques, questions relatives aux consommateurs, communautés et le développement local).

Le premier épisode s'est déroulé courant du mois de mai 2022 et l'épisode 2 courant du mois d'août - septembre 2022. Ses modules sont rendus obligatoires et les collaborateur-ices ont désormais un bloc afférent dans les Entretiens Annuels d'Activité et de Carrière.



DÉCOUVREZ
LE TEASER
DE L'AVENTURE
IMPACT.

L'année 2023 sera consacrée à la consolidation de nos référentiels, à la revue de notre code de conduite et à la poursuite des démarches d'acculturation de nos parties prenantes.

De même, la mise en place d'une Legalthèque devrait permettre de fluidifier et sécuriser les processus et améliorer la traçabilité des engagements.

Les enjeux liés à la responsabilité sociétale sont en évolution permanente et de nouveaux axes seront déployés au sein du Groupe dans les futures années. C'est pourquoi, deux autres épisodes de « L'Aventure Impact, la RSE par le jeu » seront réalisés en 2023.

Note méthodologique

La méthodologie d'élaboration des risques extra financiers et de rédaction du présent document a été élaborée par la direction RSE, le comité impact - RSE et validé par la direction générale du Groupe, en conformité avec la loi Sapin II et le décret n° 2017-1265 du 9 août 2017 pris pour l'application de l'ordonnance n° 2017-1180 du 19 juillet 2017 relative à la publication d'informations non financières par certaines grandes entreprises et certains groupes d'entreprises.

Les données collectées couvrent la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2022.

Construit comme un projet de transformation interne transverse, le chantier d'élaboration de la Déclaration de Performance Extra-Financière du Groupe repose sur la philosophie centrale de la responsabilité des métiers et de la construction collective d'une culture de la mesure extra-financière. Pour la deuxième année consécutive, la méthodologie projet s'articule donc autour de l'animation de groupes de travail inter métiers, suivis annuellement.

Pour cet exercice, la méthodologie mise en place dans le cadre de l'élaboration de la présente déclaration est la suivante.

La direction RSE a mis en place et animé 12 groupes de travail transverses sur les thématiques suivantes : éditorial, développement local, loyauté des pratiques, protection des données, employabilité, égalité de traitement, dialogue social, santé sécurité au travail, transport et logistique, numérique, bâtiments, industriel.

Ces groupes de travail ont été réunis une première fois, en septembre 2022 afin de définir collectivement les risques, les objectifs, et les enjeux des thématiques, de lister les actions menées par les métiers, et de travailler sur les indicateurs afférents.

À la suite de cette séquence, un travail de contrôle interne a été mis en place avec les équipes de la Business Intelligence et de la direction des systèmes d'informations pour préparer un atelier dédié, avec chaque groupe de travail, sur le reporting et l'analyse des données extra-financières.

En novembre 2022, la direction RSE et la BI ont élaboré un plan d'actions de contrôle et de suivi des données extra-financières.

La récolte des données s'est ensuite effectuée entre janvier 2023 et février 2023.

LISTE DES CONTRIBUTEURS.ES À L'ÉDITION 2023 DE LA DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE :

Grégoire CUSINBERCHE ; Annie NICOLAS ; Olivier BONNICHON ; Thibaud VUITTON ; Benoit MAILFER ; Sabrina BOUID ; Roland SEGUY ; Stéphane VERGEADE ; Raphaël POUGHON ; Isabelle VACHIAS ; Franck MORALES ; Charlotte CARRENCOTTE ; Sébastien FUENTES ; François-Guillaume CHALAYER ; Anne-Marie BRY ; Charline DELEBECQUE ; Céline TROQUET ; Laurent ROYON ; Aurélien VERRIER ; Catherine MAGGIACOMO ; Marie DURAND ; Catherine GREAU ; Julien BONNEFOY ; Geoffroy JEAY ; Didier LAGEDAMON ; Lucie COURTADON ; Sandrine SAINT-CRICQ ; Claudine DENEQUE ; Justine DUBOST ; Benoit CALIFANO ; Eric PEPIN ; Christophe ROMANOSWKI ; Claire MARTIN ; Audrey BALANDREAU ; Jérôme LORROT ; Jean François HATTIER ; Patrick ROCHER ; Fabien DUBOISSET ; Nicolas LECORNU ; Rémy METAYER ; Cédric MOTTE ; Maxime LE CALVE ; François-Xavier BIJON ; Gaëtan GREDIAC ; Pilar MERINO ; Sébastien BARBOSA ; Clémentine GONDOL ; Marylène GUERARD ; Safia TERRASSE ; Jennifer COHADE-MARSY ; Marie LAYGUE ; Sabrina BOUID ; Laurent BOULANGER ; Mathieu FRAISSE ; Kevin MECELLEM ; Philippe BACCONNET ; Cécile LAFITTE ; Christophe E.SILVA ; Christophe ESTEVES ; Lisa CALVET ; Marion GAUMY ; Antony PENALVER ; David TRAUCHESSEC ; Roxanne SCHUFFENCKER ; Emmanuel ALVES ; Ludovic JACQUET.

Conception et réalisation : Pôle Créa Centre France Pub.

Crédits photos : Groupe Centre France, Adobe Stock

LE PÉRIMÈTRE CONCERNÉ EST LA LISTE DES SOCIÉTÉS SUIVANTES :

 **la montagne**

 **le populaire
du centre**

 **le journal
du centre**

 **le berry
républicain**

 **l'écho
républicain**

 **la république
du centre**

 **l'yonne
républicaine**

 **l'éveil
DE LA HAUTE-LOIRE**

 **Centre France
Hebdo**

 **CENTRE
FRANCE
PUB.**

 **événements**

 **parc expo**

 **Centre France
livres**

 **ESJ PRO**
MÉDIAS
CAMPUS
ENTREPRISE

 **info région**

 **Centre France
Magazines**

 **Centre France
portage**

Perspectives

Chaque année dans ces pages, nous faisons état des actions et des engagements du groupe Centre France. Ce temps de bilan annuel permet d'évaluer, de mesurer, et de progresser sur nos plans d'actions afin d'améliorer nos impacts. Le suivi des indicateurs permet aux métiers d'optimiser et de faire évoluer certaines activités.

L'accélération du déploiement de la politique de responsabilité du groupe Centre France illustre la volonté des parties prenantes internes de se saisir des enjeux liés à la transition écologique et sociale de nos entreprises. Depuis sa création, le groupe porte des valeurs sociétales fortes au travers de ses activités. Les engagements environnementaux quant à eux se précisent et s'affinent. La réalisation des bilans carbone du Groupe sur les exercices 2022 et 2023 permet de dresser des plans d'actions de réductions, qui, dans l'avenir, vont permettre au Groupe d'agir au bon endroit pour plus d'efficacité dans la lutte contre le changement climatique.

Le projet de nouveau centre d'impression, basé sur le bassin de vie de Clermont Métropole et visant à remplacer l'outil industriel du centre d'impression actuel a pour objectif d'intégrer pleinement les critères environnementaux tant au niveau de la chaîne de production que des caractéristiques des futurs bâtiments du site. La direction générale souhaite que ce nouveau site industriel soit réfléchi et conçu de manière exemplaire en matière de développement durable.

Annexes

BILAN CARBONE
La Montagne
& Centre France Portage



À CONSULTER
ICI

RAPPORT D'IMPACT



À CONSULTER
ICI

Rapport de vérification

LA MONTAGNE SA
45 RUE DU CLOS FOUR, 63000
CLERMONT-FERRAND

RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT SUR LA VÉRIFICATION DE LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2022

Aux actionnaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant (ci-après « tierce partie ») de votre société (ci-après « entité »), accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1789 (portée disponible sur www.cofrac.fr), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques (constatées ou extrapolées) de la déclaration consolidée de performance extra-financière, préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2022 (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), présentées dans le rapport sur la gestion du groupe en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

CONCLUSION

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

COMMENTAIRES

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

- Les perspectives d'avenir sectorielles et du Groupe sont partiellement présentées dans la Déclaration ;
- L'indicateur relatif au baromètre de satisfaction ne peut être comparé aux données historiques en raison du changement de méthode appliqué sur l'exercice 2022, comme précisé dans la Déclaration.

PRÉPARATION DE LA DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquelles s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration ou disponible(s) sur le site internet ou sur demande.

LIMITES INHÉRENTES À LA PRÉPARATION DES INFORMATIONS

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

RESPONSABILITÉ DE L'ENTITÉ

Il appartient au Conseil d'administration :

- de sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance et par ailleurs les informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant.

RESPONSABILITÉ DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT

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

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

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

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables (notamment en matière d'informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte), de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale) ;
- la sincérité des informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES ET DOCTRINE PROFESSIONNELLE APPLICABLE

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du code de commerce, à la doctrine de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention tenant lieu de programme de vérification et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée).

INDÉPENDANCE ET CONTRÔLE QUALITÉ

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du code de commerce. 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 et de la doctrine de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

MOYENS ET RESSOURCES

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 2 personnes et se sont déroulés entre décembre 2022 et avril 2023 sur une durée totale d'intervention de 2 semaines.

Nous avons mené une quinzaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration, représentant notamment les directions générales, des opérations industrielles, ressources humaines, santé et sécurité, RSE.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée :

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2° alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
 - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés, et
 - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe 1. Pour certains risques, nos travaux ont été réalisés au niveau de l'entité consolidante, pour les autres risques, des travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante et dans une sélection d'entités ;

- 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 ;
- 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 1, nous avons mis en oeuvre :

- des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
- des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices et couvrent un minimum de 15% des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;

- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

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

Le Bouscat, le 26 avril 2023
Organisme tiers indépendant, PKF Arsilon Conseil
Iris Chabrol, Expert-comptable- Associée

PKF ARSILON

ANNEXE 1

INFORMATIONS CONSIDERÉES COMME LES PLUS IMPORTANTES INFORMATIONS DE NATURE QUANTITATIVE :

- Pourcentage de répartition des véhicules par motorisation
- Suivi de la gâche environnementale
- Taux d'emploi des personnes en situation de handicap par société
- Nombre d'heures total de formation sur l'effectif global
- Taux de gravité des accidents du travail
- Nombre de participants aux évènements organisés sur les territoires du Groupe Centre France
- Baromètre de satisfaction lecteur
- Pourcentage d'applications couvertes par une politique de gestion des accès