



Rapport de *développement durable*

france•tvpublicité
Le monde change. La pub aussi.

EXTRAIT

Sommaire

Rapport de développement durable

Rapport complet sur demande

Laurent Vaneson

Secrétaire Général - FranceTV Publicité
laurent.vaneson@francetvpub.fr

Valérie Falciola-Borel

Directrice Marketing adjointe - FranceTV Publicité
valerie.falciola-borel@francetvpub.fr

1

Nos fondamentaux

- 1 Notre modèle économique >
- 2 Notre empreinte en quelques chiffres >
- 3 Aperçu des modalités de dialogue avec nos parties prenantes >
- 4 Les tendances qui formalisent nos enjeux >
- 5 Notre gouvernance >
- 6 Éthique et conformité >
- 7 Dispositif de protection des données >

3

Être accueillant pour nos collaborateurs

La promotion d'un cadre de travail sain et agile

- 1 Favoriser parité, diversité et inclusion >
- 2 Intégrer et développer les talents >
- 3 Se transformer en préservant l'équilibre de chacun >
- 4 Assurer la santé et le bien-être au travail >
- 5 Motiver l'implication solidaire >
- 6 Sensibiliser et mobiliser autour du changement climatique >

2

Être régie de service public

Une posture singulière et un métier d'excellence

- 1 Déontologie des activités >
- 2 La qualité comme boussole : pour les audiences >
- 3 La qualité comme boussole : pour notre marché >
- 4 Concevoir des offres et contribuer à l'innovation éditoriale >
- 5 Innovations et technologie au service de la qualité >
- 6 Ancrage territorial >

4

Agir pour une empreinte positive

D'une transition interne à un rayonnement secteur

- 1 Notre politique environnementale >
- 2 La mesure, pierre angulaire de l'empreinte >
- 3 Réduire notre empreinte quotidienne >
- 4 Améliorer notre impact direct et indirect >
- 5 Nos ambitions pour la filière >

Découvrez un aperçu de notre empreinte en quelques chiffres

● **Plus de 8 Français sur 10** touchés par notre écosystème chaque semaine

40

chaînes de télévision

46,5M

de téléspectateurs hebdomadaires¹

30

sites internet

28,3M

de visiteurs uniques mensuels²

● **Les valeurs qui irriguent** notre culture d'entreprise

Respect

Solidarité

Ouverture

Vivacité

Fierté
d'appartenance

L'IMPORTANCE DE LA CRÉATION DE VALEUR POUR NOS CLIENTS

1 € investi sur les chaînes de France Télévisions → 17,6 € de CA pour nos clients⁵

748,5K€

récoltés lors de 5 grands événements caritatifs annuels qui engagent les collaborateurs en faveur de grandes causes de façon bénévole (dons en nature) et leur reversent les recettes publicitaires.

● **Une responsabilité économique, comme sociétale**

422 M€

de chiffre d'affaires en 2023

18 %

du chiffre d'affaires réalisé par des messages à « vocation responsable »³

150 K€

reversés à la Fondation France Télévisions Engagement Médias pour les Jeunes, soit 68 % de sa dotation annuelle

8,4 M€

bruts de gracieux accordés aux grandes causes en 2023
Soit plus de 20 heures de campagnes offertes pour 123 organisations non lucratives

8,086 tCO₂

Empreinte carbone des émissions de GES⁴

Gala des Pièces Jaunes / Le Sidaction / Prodiges pour la Fondation Engagement Médias pour les jeunes / Le Téléthon / Les Super-Pouvoirs de l'Océan pour France Nature Environnement

¹ Médiamétrie, Médiamat - Couverture hebdomadaire moyennée, janvier-décembre 2023

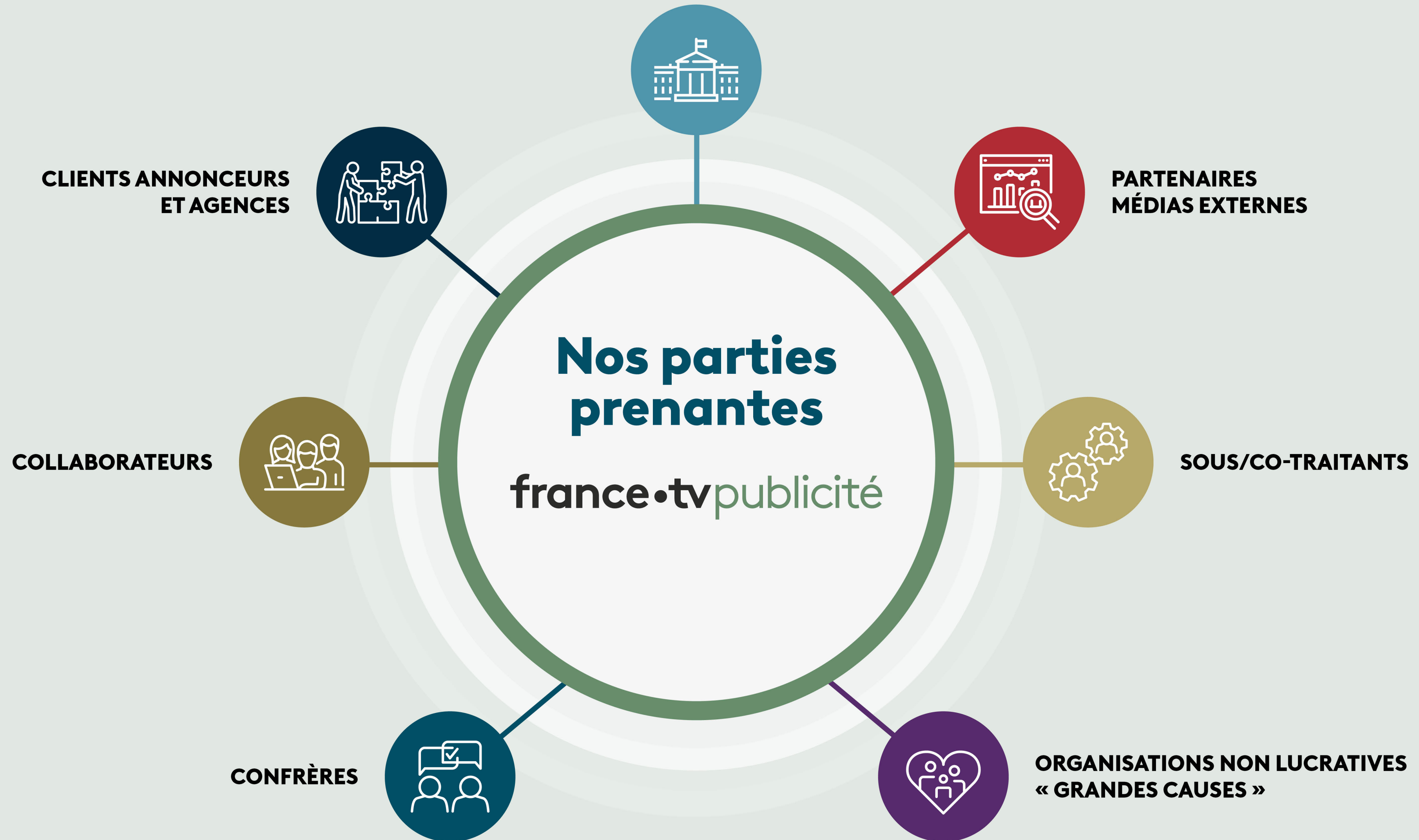
² Médiamétrie/NetRatings, Audience Internet Global, octobre 2023

³ Pige Kantar, RSE, TV classique hors thémas, 2023

⁴ GHG Protocol 2022

⁵ Étude CSA Consulting (2017/2018/2019) pour FranceTV Publicité

**LE GROUPE france•tv
ET SES MINISTÈRES DE TUTELLE**



Rapport complet sur demande

Laurent Vaneson

Secrétaire Général - FranceTV Publicité
laurent.vaneson@francetvpub.fr

Valérie Falciola-Borel

Directrice Marketing adjointe - FranceTV Publicité
valerie.falciola-borel@francetvpub.fr

Nous avons la conviction
que la publicité peut et doit
faire bouger les choses dans le bon sens.

Le monde change. la pub aussi.

france•tvpublicité
Le monde change. La pub aussi