

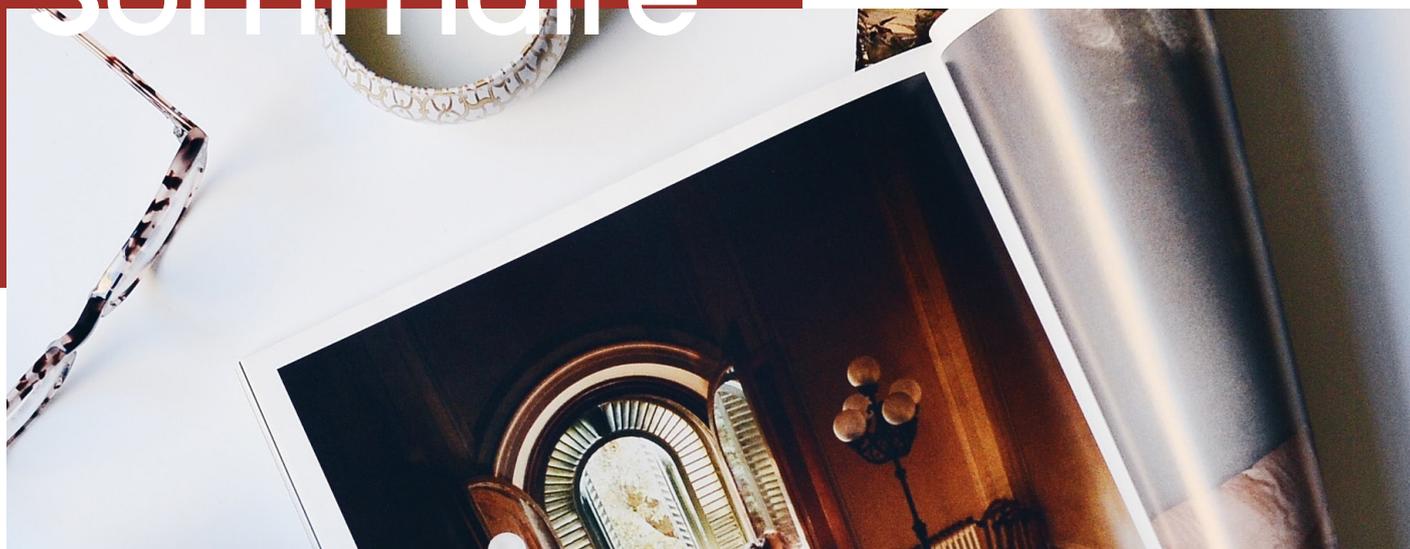
Rapport d'impact 2021



TRANSMETTRE • OPTIMISER • PROMOUVOIR

Actions et objectifs
pour un développement responsable

Sommaire



Mission T.O.P. : éditorial de Cécile Béziat, DGA - Développement Groupe & RSE 3

En images, nos actions phares 4

Notre rôle sociétal 14

Editorial de Pascal Chevalier, PDG & Gautier Normand, Directeur Général - 15

co-fondateurs de Reworld Media

Gouvernance 16

Nous sommes Reworld Media 18

Présentation du groupe 19

Chiffres clés 22

Valeurs 23

Parties prenantes 24

Notre mission T.O.P 26

Transmettre 28

Optimiser 36

Promouvoir 41

Nos engagements prioritaires 44

Objectifs et actions 45



« Nous avons souhaité réaliser cet état des lieux pour développer notre stratégie et renforcer notre positionnement responsable inscrit depuis toujours au cœur de Reworld Media. Ce premier Rapport d'Impact affiche les efforts mais aussi les grandes ambitions du groupe de continuer à inscrire ses activités dans un rôle sociétal transparent, pragmatique et durable.

Nous sommes très fiers de partager le fruit d'un travail d'équipe qui compile une multitude d'initiatives individuelles et collectives, actives et engagées depuis la création du groupe en 2012. En effet, tous nos services sont pleinement acteurs dans notre politique RSE qui s'inscrit aujourd'hui comme l'un des piliers de notre culture.

Parce que nous sommes convaincus que croissance s'accorde parfaitement avec développement responsable, nous sommes tous pleinement impliqués dans notre transformation responsable. Nous savons que la pérennité de notre entreprise repose autant sur nos critères financiers qu'extra-financiers.

2020 a renforcé notre capacité à être plus résilients et plus responsables collectivement. La crise sanitaire nous a poussés à booster notre créativité et notre agilité. Elle a accéléré l'émergence au sein du groupe d'une multitude d'innovations à forts impacts sociaux, sociétaux et environnementaux que nous vous présentons dans ce rapport.

2021 marque le lancement de l'évaluation du bilan carbone du groupe nous permettant d'engager de nouvelles actions concrètes pour réduire notre empreinte CO2. Plus que jamais, nous souhaitons tendre vers la neutralité carbone car nous avons pris la mesure de l'urgence rappelée par l'Accord de Paris.

Grâce à l'implication de nos collaborateurs et de nos partenaires, nous mettrons tout en œuvre pour poursuivre notre mission TOP, c'est-à-dire Transmettre l'information et nos savoir-faire, Optimiser l'impact écologique de nos activités et Promouvoir nos valeurs au plus grand nombre.

Agissons maintenant pour préparer durablement l'après. »

Cécile Béziat, DGA Développement & RSE



MÉDIAS RESPONSABLES

QUE CE SOIT SUR LE PAPIER, LE WEB, LA
TÉLÉVISION, VIA NOS PODCASTS OU NOS
ÉVÉNEMENTS, NOUS PROPOSONS DES SOLUTIONS
CONCRÈTES, EN LIEN AVEC L'ACTUALITÉ ET
ANCRÉES DANS LA RÉALITÉ, SANS FAIRE L'IMPASSE
SUR LES DIFFICULTÉS. NOUS AGISSONS POUR
ÉCRIRE UN FUTUR PLUS RESPONSABLE GRÂCE À
UNE INFORMATION ET DES CONTENUS DE QUALITÉ,
FIABLES ET ACCESSIBLES. C'EST LA MISSION DES
1 625 EXPERTS QUI ALIMENTENT NOS 48 MÉDIAS
ET EN FONT DES ACTEURS
SOCIÉTAUX FORTS.



TRANSMETTRE







ÉGALITÉ HOMMES - FEMMES

DEPUIS LA CRÉATION DU GROUPE, REWORLD MEDIA MET L'ÉGALITÉ HOMMES/FEMMES AU CENTRE DE SON DÉVELOPPEMENT, QUE CE SOIT AU NIVEAU DU RECRUTEMENT, DE LA RÉMUNÉRATION DES COLLABORATEURS OU DES SUJETS TRAITÉS DANS SES MÉDIAS. L'INDICE L'ÉGALITÉ FEMMES/HOMMES S'ÉLÈVE À 89/100* POINTS EN 2020.



PROMOUVOIR

*MOYENNE DES INDICES UES RMM-EMAS ET REWORLD MEDIA FACTORY



ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRENEURS AVEC REWORD MEDIA VENTURES

DEPUIS 2015, REWORD MEDIA VENTURES ACCOMPAGNE LES JEUNES ENTREPRENEURS AVEC PLUS DE 1 500 DOSSIERS ÉTUDIÉS, 35 START-UPS ACCOMPAGNÉES, 4M D'EUROS D'ESPACES PUBLICITAIRES MIS À DISPOSITION ET LA CRÉATION DE BEABOSS, ÉVÉNEMENT NATIONAL RÉFÉRENT DE L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ, DESTINÉ À SUSCITER DES VOCATIONS ENTREPRENEURIALES CHEZ LES JEUNES FEMMES ET LES AIDER À CRÉER LEUR SOCIÉTÉ.



TRANSMETTRE

S
EURE





BÂTIMENT NETWORK À BAGNEUX

DEPUIS SEPTEMBRE 2020, UNE PARTIE DES ÉQUIPES EST INSTALLÉE À BAGNEUX DANS UN BÂTIMENT DOUBLEMENT CERTIFIÉ BREEAM VERY GOOD ET HQE EXCELLENT, LABELLISÉ WIREScore, À LA POINTE EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE. IMMEUBLE DE RÉFÉRENCE DE LA ZAC ECOQUARTIER VICTOR-HUGO À BAGNEUX, IL A ÉTÉ RÉCOMPENSÉ PAR LE GRAND PRIX DU JURY FIMBACTE 2019 POUR SA QUALITÉ URBAINE, L'ATTENTION À LA BIODIVERSITÉ ET AUX ESPACES VERTS CRÉÉS.



OPTIMISER

INCLUSION PAR L'EMPLOI AVEC REWORLD MEDIA CAMPUS

LANCÉ EN 2020, REWORLD MEDIA CAMPUS A POUR MISSION DE FAIRE DE LA FORMATION UN MOYEN D'INCLUSION DES JEUNES PAR L'EMPLOI. QU'ILS SOIENT JEUNES DIPLÔMÉS OU DEMANDEURS D'EMPLOI, DES FORMATIONS GRATUITES SONT PROPOSÉES AFIN DE MAXIMISER LEUR EMPLOYABILITÉ. DEUX PARCOURS DE FORMATION ONT ÉTÉ CRÉÉS EN 2020 ET UN A VU LE JOUR DÉBUT 2021. AU TOTAL, 34 ALTERNANTS ONT DÉJÀ ÉTÉ RECRUTÉS.



TRANSMETTRE





Notre rôle sociétal

Présent dans 11 pays, notre groupe d'entrepreneurs et de multi-expertises intégrées est créateur de valeur pour nos 951 collaborateurs impliqués et nos autres parties prenantes.





« Depuis 2012, le succès de Reworld Media se poursuit grâce à de fortes valeurs d'innovation, d'excellence, de passion et de performance. Nous cultivons un ADN de start-up qui pousse nos équipes d'experts à rechercher constamment les solutions les plus efficaces. Souple et réactive, l'organisation du groupe s'adapte en permanence aux exigences d'un marché de la communication en mutation.

Nous sommes un groupe d'entrepreneurs au service de l'information et de la formation. Si aucun dividende n'a été distribué depuis la création de Reworld Media, c'est parce que nous sommes convaincus que nous devons accélérer le développement du groupe. Ce que nous souhaitons plus que tout, c'est partager nos richesses avec celles et ceux qui la créent avec nous.

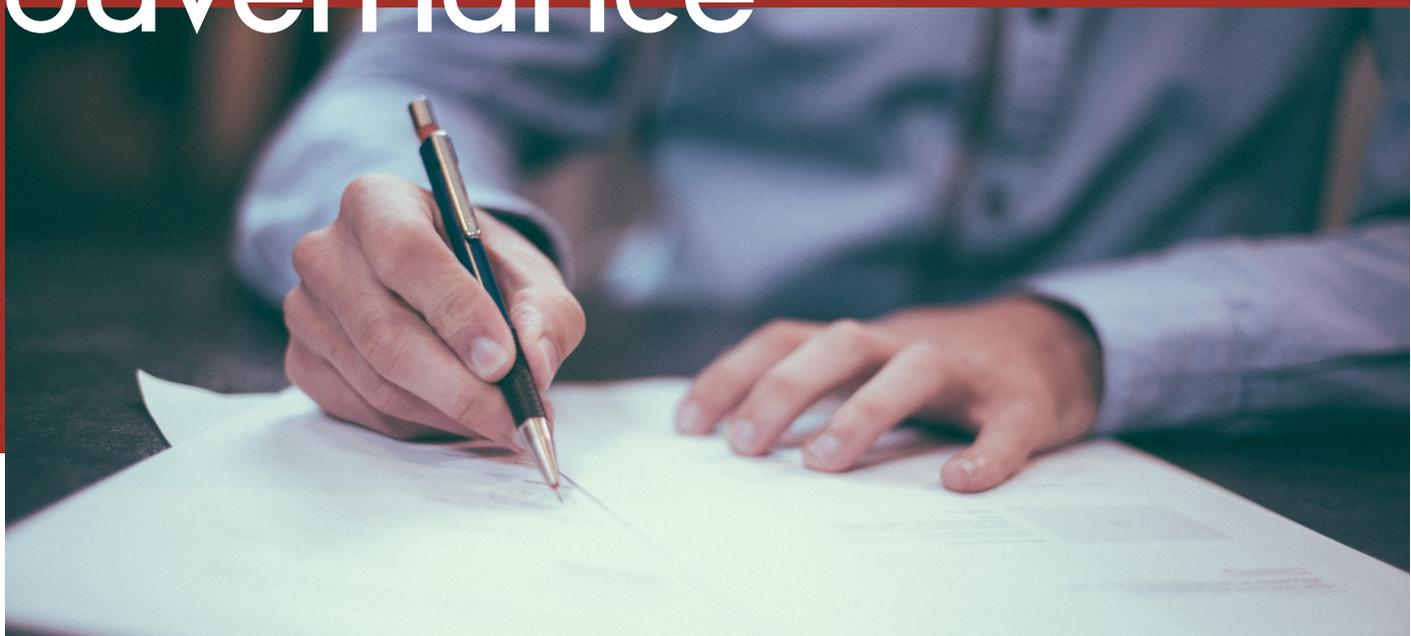
L'année 2020 nous a montré combien nos médias connectés pouvaient continuer leur mission d'informer et inspirer. Notre réussite repose avant tout sur l'exigence de qualité de nos expertises et de l'édition de nos contenus : pluralisme, éthique et déontologie de l'information sont au cœur de nos activités.

En 2021, nous avons décidé d'accélérer nos engagements et actions responsables dans un monde en quête de repères. Reworld Media veut être un catalyseur de projets orientés PPP : People, Planet, Profit. People, en veillant à améliorer l'employabilité et le développement des compétences : Planet, en optimisant nos engagements environnementaux et Profit, en faisant de la RSE un levier d'innovation, de développement, de performance, de compétitivité et de pérennité. Nous pensons qu'ensemble, nous pouvons réaliser des exploits.

Notre agilité d'entrepreneurs combinée à notre volonté de donner du sens à nos activités nous permet de continuer à écrire l'histoire de Reworld Media avec énergie et sérénité. »

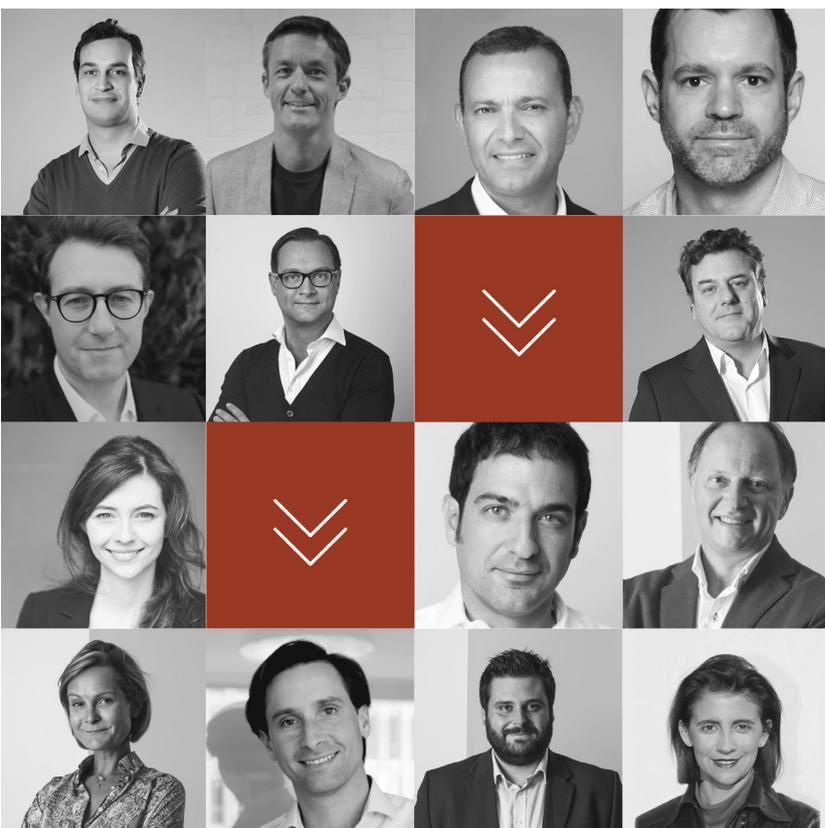
Pascal Chevalier, PDG et co-fondateur de Reworld Media
Gautier Normand, Directeur Général et co-fondateur de Reworld Media

Gouvernance



Comme tout projet, un projet RSE nécessite la création d'une organisation et la mise en place de mécanismes, formels ou informels, permettant d'optimiser, de contrôler et de responsabiliser la prise de décisions. Il s'agit de la gouvernance. Chez nous, elle repose sur plusieurs piliers : la transparence, la communication, la redevabilité et le respect du principe d'égalité.

En tant que société cotée, Reworld Media est soumis à des obligations légales d'information (comptes annuels, semestriels, etc.) et de déclaration (transaction des dirigeants, information privilégiée...). Depuis plusieurs années, Reworld Media s'emploie à diffuser une information claire et exhaustive.



Gouvernance et direction

Le conseil d'administration permet de bénéficier à la fois de la compétence d'opérationnels et d'indépendants. Les membres du comité de direction sont tous impliqués dans notre stratégie et dans nos actions RSE, ce qui garantit des relais efficaces et des prises de décisions rapides.

La transparence et l'éthique sont portées au plus haut niveau au sein de l'écosystème de notre groupe, que ce soit avec nos collaborateurs et nos autres parties prenantes. Nous sommes tout autant impliqués dans le respect des normes internationales, que celui des Droits de l'Homme et du Citoyen, ou encore dans la gestion des risques, la sécurité et le devoir de vigilance partout où nous sommes présents sur le globe.

Gouvernance et collaborateurs

Chez Reworld Media, la RSE est un élément de motivation et de fidélisation des équipes existantes, et aussi un facteur clé pour attirer de nouveaux talents.

C'est pourquoi chaque collaborateur peut s'investir dans un projet RSE suivant ses envies et ses convictions, chacun priorise ses engagements en lien avec son activité et ses valeurs.

Gouvernance et réglementation

Dans un écosystème où la législation se complexifie, nous développons des formations sur les réglementations et normes applicables à notre secteur (publicité, RGPD, etc.). Par exemple, avec l'aide de notre prestataire RGPD, nous informons et formons nos collaborateurs concernés, salariés actuels et nouvelles recrues, sur les dernières législations applicables en la matière.

Par ailleurs, la mise en œuvre de process permettant d'identifier et de limiter les risques auxquels le groupe peut être confronté (data privacy, cyber

Par exemple, en tant qu'éditeur de magazines, le recyclage du papier est naturellement un enjeu important pour notre secteur. Ainsi plusieurs collaborateurs se sont investis activement dans l'analyse du cycle de la production de papier (forêt, transformation en pâte à papier, transport, imprimerie, etc.) et la mise en place d'actions pour améliorer les impacts environnementaux.

sécurité, corruption, fraude, antitrust, etc.) est devenue un vrai enjeu, comme pour toute entreprise. Concrètement, lors des deux dernières années, nous avons procédé à une dizaine de tests de sécurité et d'analyse d'impact auprès de nos partenaires pour s'assurer un degré optimal de robustesse. Au quotidien, nous nous efforçons d'améliorer nos process et prenons soin de sensibiliser nos équipes sur ces sujets.



« Nous avons lancé en 2020 un « Club Actionnaires » qui permet d'entretenir des liens uniques avec chacun de ses membres. Gratuit, ce service est ouvert à tous les actionnaires détenant au moins une action Reworld Media au nominatif ou au porteur. Sa mission : faciliter les interactions avec le groupe, suivre ses actualités, participer à des réunions de présentation en présence des dirigeants, découvrir des produits en avant-première, être invité à des événements et bénéficier de nombreux autres avantages. La RSE crée une convergence d'intérêts entre nos actionnaires aux profils diversifiés (dirigeants, fonds d'investissement, particuliers, etc.). Elle offre une vision à plus long terme aux investissements des actionnaires. »

Cédric Vincent, Directeur Juridique Reworld Media



Nous sommes Reworld Media

Reworld Media se distingue par une forte culture entrepreneuriale ; le groupe se donne en 2021 l'ambition de devenir un acteur majeur de la vente par abonnement et de couvrir 100% des leviers du marché des Ad-Technologies.



Reworld Media est un groupe média indépendant qui se positionne au cœur de la rupture du digital. Ses activités se répartissent entre deux pôles : un pôle BtoC qui prend part à la digitalisation des modes de consommation et un pôle BtoB centré sur la digitalisation du marché de la communication des entreprises.

Le pôle d'activité BtoC déploie une offre de contenus, de produits et de services auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 30 millions de consommateurs (lecteurs print et digital) fédérés par 48 marques médias propriétaires. Ce pôle d'activité couvre de nombreux univers de consommation avec à son actif des marques médias emblématiques telles que Maison & Travaux, Biba, Marie France, Auto Plus, Gourmand, Pleine Vie, Top Santé, Science & Vie, Télé Magazine,.... Multi-supports et multiformats (rédactionnels, vidéos, podcasts, TV thématiques, événements), ces marques comptent 2,3 millions d'abonnés payants et portent l'ensemble de l'offre du pôle BtoC : des contenus, produits et services toujours plus larges, en adéquation avec les centres d'intérêt de leurs audiences.

Le pôle d'activité BtoB vient répondre aux enjeux de communication des entreprises avec une solide expertise du digital et des solutions

technologiques innovantes. Il vise à couvrir 100% des leviers du marché des Ad-Technologies et déploie notamment des solutions de brand marketing (publicité de gré à gré, événementiel) et de performance marketing (affiliation, publicité programmatique). Le pôle BtoB tire parti du bassin d'audiences du groupe qui inclut entre autres 25 millions de visiteurs uniques mensuels, représente 10 millions de contacts touchés par jour et il dispose par ailleurs de sa propre plateforme d'affiliation (180 000 sites affiliés dans le monde, 80 pays couverts). Son offre s'étend par le développement récurrent de nouvelles solutions digitales, média et hors média.

Positionné sur des marchés durablement porteurs, Reworld Media est un groupe qui se développe par croissance organique et par croissance externe, dont le chiffre d'affaires annuel a plus que doublé en 5 ans et dont l'EBITDA a été multiplié par plus de 9.

Reworld Media a développé un mix d'activités singulier, légitimé par la richesse de ses actifs et de fortes expertises technologiques et digitales. Le groupe adresse des marchés en croissance qui sont portés par des tendances profondes et durables de digitalisation.





Malgré le contexte sanitaire de 2020, le groupe s'est mobilisé et a continué d'innover :

CRÉATION DE NOUVELLES EXPERTISES :



LANCEMENT DE NOUVELLES MARQUES MÉDIAS :



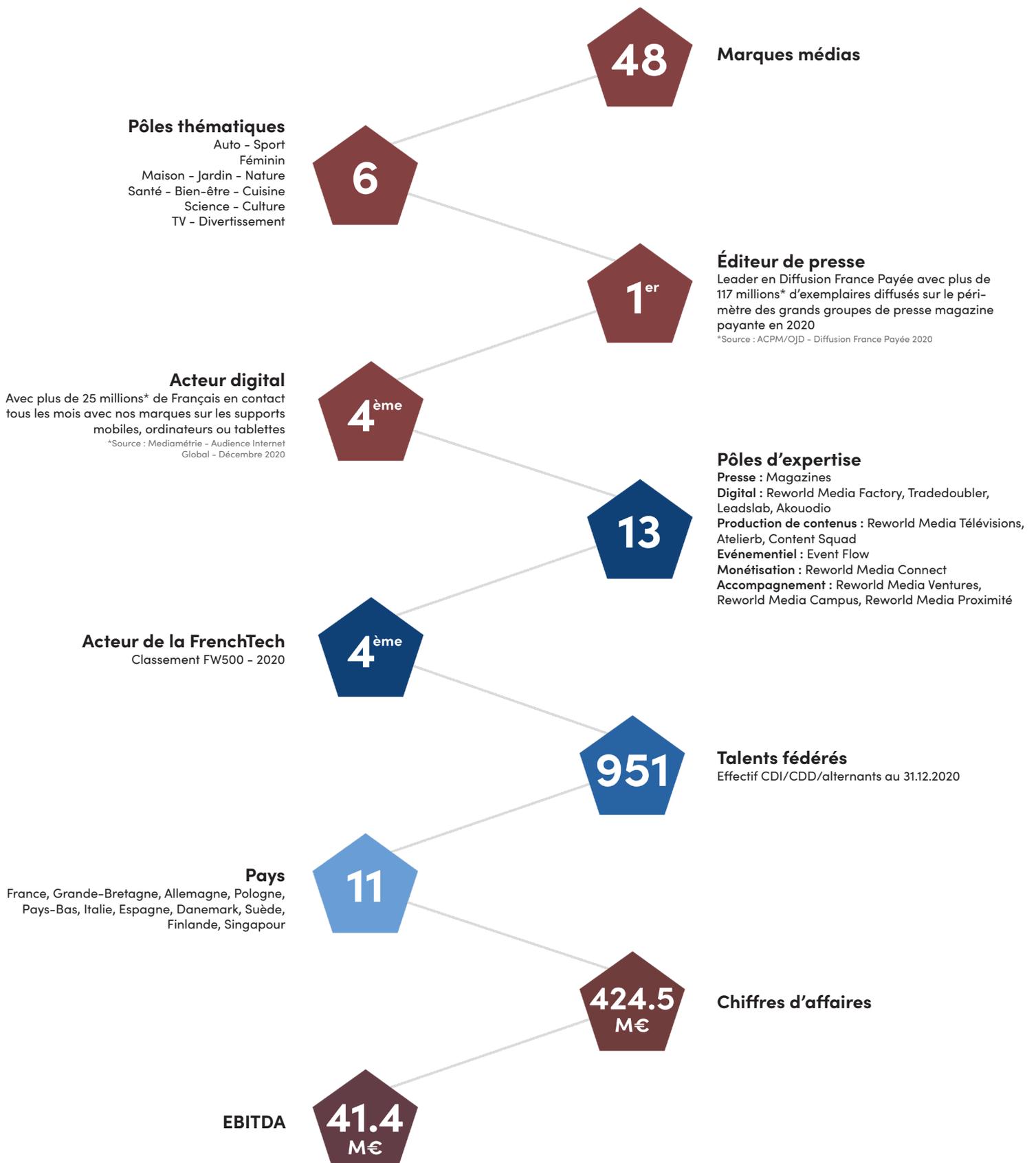


« Tous ensemble, nous nous sommes donnés comme mission de faire grandir nos 48 médias thématiques sur tous les canaux de diffusion existants afin de toucher nos publics le plus largement possible. Il était dans cette logique évident de développer certaines de nos marques sur le média télévisuel. Reworld Media a pu s'appuyer sur l'expertise de l'une de ses filiales, Media 365, qui a édité plusieurs chaînes de télévision ces dernières années et qui édite depuis 2019 Sport en France, la chaîne TV du Comité National Olympique et Sportif Français. Ces derniers mois, plusieurs «Pay TV» comme Top Santé TV et Gourmand TV ainsi que des plateformes SVOD comme Guerre & Histoire TV ou Télé star Play ont été lancées avec succès. En 2021, d'autres magazines verront leur déclinaison en TV ou plateforme SVOD, notamment Le Chasseur Français en février, Maison & Travaux en mars et Auto Plus TV en avril. »

Guillaume Sampic, Directeur Général Media365



Chiffres Clés



Valeurs



Nous avons bâti Reworld Media autour de plusieurs valeurs. Celles-ci fondent l'esprit de notre groupe et animent nos équipes au quotidien. Visionnaires, nous pensons que notre mission est de réconcilier le meilleur des deux mondes : celui des médias avec une exigence de production de contenus de qualité et le monde des technologies avec un solide savoir-faire dans le digital.

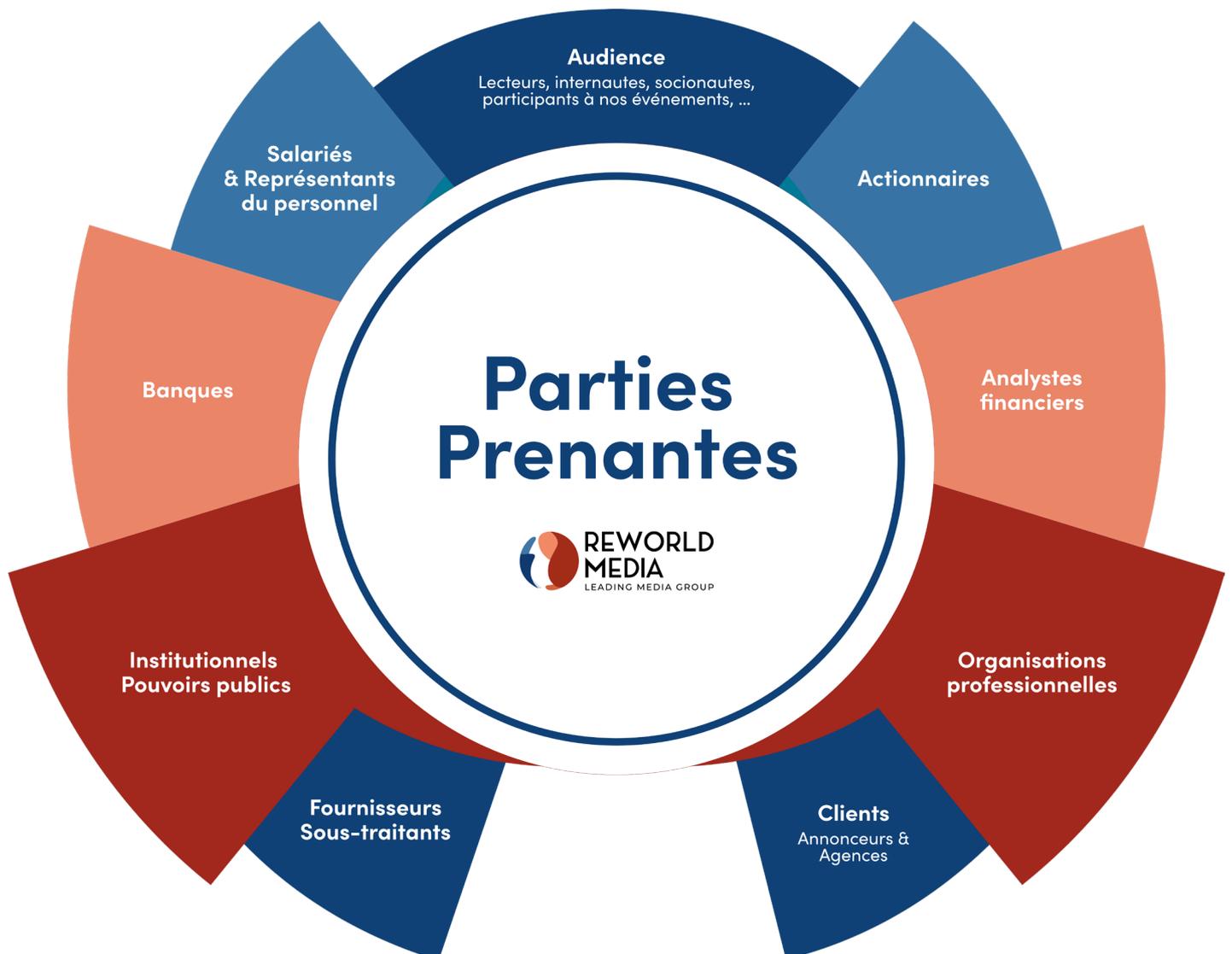
Audace
Esprit Agilité
Innovation
Excellence
Passion **Entreprise**
Performance



Parties Prenantes



Les parties prenantes sont essentielles au développement de la stratégie RSE d'une société. Le contexte actuel, propice à des évolutions environnementales et sociétales importantes, favorise un dialogue solide avec elles. Nous avons cartographié ci-dessous les acteurs qui interagissent avec notre groupe et qui participent, directement ou indirectement, à la création durable de valeur.







Notre mission T.O.P

TRANSMETTRE · OPTIMISER · PROMOUVOIR

Notre engagement RSE a pris la forme d'une mission baptisée TOP lancée durant l'été 2020. Le but est de porter haut nos ambitions de transmission, d'optimisation de nos mobilisations environnementales et de promotion de nos valeurs sociales.





Mission T.O.P

TRANSMETTRE • OPTIMISER • PROMOUVOIR

À travers nos médias, nous voulons **TRANSMETTRE** nos connaissances au plus grand nombre et permettre à chacun d'accéder à nos informations fiables et de haute qualité où qu'il se trouve en France comme dans le monde, en milieux urbains comme ruraux. Il nous tient également à cœur de transmettre notre savoir-faire, nos compétences et nos expertises non seulement à nos collaborateurs mais également aux populations dont nous sommes historiquement proches : les entrepreneurs et les jeunes en recherche d'emploi.

Conscients de notre rôle à jouer dans la préservation de la planète, nous souhaitons sans cesse **OPTIMISER** nos impacts écologiques afin qu'ils soient les plus positifs. Le chemin est long mais

nous savons l'urgence de nous engager dans une économie responsable. C'est pour cela que nous avons entamé des efforts dans cette voie depuis la création de Reworld Media, et que nous souhaitons désormais aller plus loin.

La transition responsable signifie, pour nous, **PROMOUVOIR** le respect et l'égalité pour chacun de nos 951 collaborateurs et nos autres parties prenantes. Nous mettons un point d'honneur à partager nos richesses et à valoriser l'épanouissement de nos talents. Leur singularité et leurs différences sont une force pour notre groupe qui prône l'esprit d'équipe, le sens de l'initiative et l'optimisme à toute épreuve.



Transmettre



La transmission est une valeur centrale pour le groupe qui l'applique dans tous ses champs de compétences et dans chacune de ses activités. Volet éminemment social, la volonté du groupe est tout d'abord de partager et d'assurer la transmission d'une information qualitative, exigeante, fiable et en prise directe avec les enjeux d'aujourd'hui à ses différentes parties prenantes. Notre mission : décrypter le monde, accompagner nos audiences sans cesse en quête de réponses éclairantes et les aider à comprendre les mutations qui impactent l'environnement en leur donnant les clés pour y arriver. Nous souhaitons aussi chaque jour transmettre nos savoir-faire, nos connaissances et nos expertises au plus grand nombre : nos lecteurs, nos collaborateurs ou encore les populations dont nous sommes proches comme les entrepreneurs et les jeunes en recherche d'emploi.

Transmettre et éclairer nos lecteurs

En tant qu'éditeur français leader des médias thématiques, notre responsabilité est d'accompagner nos audiences dans leur compréhension du monde. Ainsi, les lignes éditoriales de nos médias thématiques décryptent les mutations de notre siècle et livrent les clés pour les comprendre. Nous assurons le développement de marques médias responsables. Que ce soit sur le papier, le web, via nos podcasts ou nos événements, nous cherchons à mettre en lumière les solutions plus que les problèmes, sans faire l'impasse sur les difficultés. Nous agissons pour un futur plus responsable. Nos lignes éditoriales évoluent régulièrement : création de nouvelles rubriques, dossiers spéciaux, etc. pour permettre au plus grand nombre de voir, lire, entendre et vivre – à travers nos événements – ce que sera le monde demain. Par exemple, nos titres automobiles parlent des nouvelles mobilités sobres et nos maga-

zines féminins s'intéressent à la mode durable et à la cosmétique naturelle.

D'autre part, en mars dernier à l'annonce de la période de confinement, toutes les équipes de Reworld Media se sont mobilisées pour créer le site « Reste Chez Toi » en 3 jours et ainsi continuer à informer et divertir les français pendant cette situation inédite. Gratuit et fédérant plus de 1 500 contenus axés autour de 5 piliers (actualité, santé, famille, divertissement, pratique), nous avons su nous adapter et proposer une nouvelle offre éditoriale en prise directe avec l'actualité. En presse, nous avons imprimé et inséré l'attestation de déplacement dérogatoire dans nos magazines télévisés comme Télé Star ou Télé Poche afin de la rendre accessible au plus grand nombre.



48

Marques Médias

1 625

Experts qui alimentent nos médias

31.6

Millions de français touchés chaque mois

2.3

Millions d'abonnés payants



« Décrypter le futur, relayer les innovations, transmettre le développement d'avancées concrètes... c'est, au quotidien, le travail de nos rédactions. Nous veillons à mettre en avant des initiatives qui visent à influencer de façon bénéfique sur le cours des choses, à changer, entre autres, nos modes de vie, à agir, à notre niveau, pour la planète. Nous parlons notamment de ces personnes engagées, de ces acteurs du changement, qui proposent déjà des solutions concrètes que le plus grand nombre peut s'approprier. Nous transmettons également une information qui parle de nos façons de vivre ensemble, du lien entre les générations, de solidarité, d'inclusivité. »

Karine Zagaroli, Directrice des Rédactions

Maximiser l'inclusion par l'emploi

Depuis la création de notre groupe, nous sommes attachés à recruter de jeunes talents prometteurs. Pour répondre à un enjeu sociétal majeur accentué par la pandémie du coronavirus, Reworld Media a décidé de s'engager pour aider ces jeunes générations qui font trop souvent face au « mur de la première expérience professionnelle ». C'est la raison pour laquelle nous avons créé Reworld Media Campus avec l'objectif de faire de la formation un axe fort d'inclusion des jeunes par l'emploi. Ainsi, nous proposons aux jeunes diplômés et aux demandeurs d'emploi des formations d'avenir visant à maximiser leur employabilité. Nous avons lancé Reworld Media Campus en ayant des convictions fortes puisque les parcours proposés sont gratuits afin de favoriser l'inclusion, courts pour être parfaitement opérationnel en quelques mois, et assurés par des coachs issus du monde des entreprises. À noter la forte implication

des collaborateurs du groupe puisque certains cours sont assurés par nos équipes. Enfin, nous avons privilégié un axe pédagogique fort sur l'apprentissage par la pratique.

Destinée aux jeunes diplômés, notre première initiative a été la création d'un Bachelor Communication (titre RNCP de niveau 6) intitulé « Media Content Manager » en partenariat avec Human Expérience. Après plus de 1 200 candidatures reçues, le 28 septembre 2020, nous avons eu la joie d'accueillir notre première promo composée de 20 alternants : ils vont ainsi passer un an dans nos équipes éditoriales digitales. Véritable tremplin professionnel, notre projet pédagogique vise à former les créateurs de contenus digitaux de demain en favorisant l'hybridation de leurs compétences, c'est-à-dire concilier écriture de contenus et maîtrise des expertises numériques.



Ensuite, avec AdLearn Media, nous avons participé au lancement d'un parcours « Chef de Publicité Digital », formation dédiée au monde de la communication et des médias et destinée aux demandeurs d'emploi. Six apprenants ont ainsi rejoint notre régie Reworld Media Connect lors d'un stage, depuis deux ont été embauchés en CDI et un troisième l'a été en CDD.

Enfin, le 1^{er} février 2021 marque le lancement de notre troisième programme de formation en association avec Oregami, académie spécialisée dans la formation en marketing digital et partenaire de Pôle Emploi. Pendant trois mois, les demandeurs d'emploi sélectionnés suivront la formation « Chargé d'acquisition online » afin de leur permettre d'acquérir les bases du marketing digital et d'appréhender tous les leviers de l'acquisition online. À partir de mai, nous leur offrirons un contrat de professionnalisation de 12 mois au sein du groupe.



2020

Création de
Reworld Media/Campus

34

Alternants recrutés et
formés dont 20 media
content managers

3

Parcours de formation :
2 créés en 2020, 1 début
2021



« Accélérateur d'employabilité, telle est la mission de Reworld Media Campus avec, comme pierre angulaire, le fait de transmettre : transmettre nos expertises, transmettre nos savoir-faire au plus grand nombre. Après avoir lancé ces formations pour nous-mêmes, nous allons développer cette activité plus largement en 2021. Les signaux que nous recevons, suite à ces trois lancements et plus globalement concernant le marché de l'emploi actuel, nous amènent à nous positionner et à accompagner les jeunes, les actifs et les demandeurs d'emploi dans leur volonté d'adaptation au monde actuel pour monter en compétences ou encore se reconvertir professionnellement. »

Cécile Béziat, DGA Développement Groupe & RSE

Inspirer et accompagner les entrepreneurs

Notre groupe a une forte culture entrepreneuriale, l'inspiration et l'accompagnement par la transmission en font le socle qui cimente le groupe, que ce soit avec la culture de la prise de risque, celle de l'échec comme moteur pour avancer, mais aussi avec la rapidité et la facilité des actions mises en place sans lourdeur hiérarchique.

2015

Création de Reworld
Media Ventures et de
BeABoss

1 500

Dossiers étudiés

35

Start-ups accompagnées

4M€

Espaces publicitaires mis
à disposition

Initié en 2015, le fonds Reworld Media Ventures a pour mission d'accompagner les talents partageant nos valeurs. Notre objectif : aider des entrepreneurs à amorcer des projets prometteurs, donner de l'énergie positive, faire bénéficier de nos expériences et expertises, mais aussi rompre la solitude de l'entrepreneur. Nous proposons à chacun un suivi personnalisé et un « advisory board » qui participe activement aux orientations stratégiques et partage son carnet d'adresses. Nous donnons

également un plein accès à la diversité de notre offre média, print et digitale, ainsi qu'à nos différents pôles d'expertise (audiovisuel, événementiel, digital...). L'objectif étant que chaque projet puisse bénéficier de notre connaissance du marché et générer d'éventuelles synergies. En contrepartie, nous prenons une participation capitalistique au sein de ces projets. Notre vision est évidemment la même que la start-up : croissance au-delà de la rentabilité.



À ce jour, une quinzaine de projets ont été accompagnés. Depuis septembre 2020, Reworld Media Ventures a étudié une centaine de start-up qui s'adressent au marché BtoC, et échangé avec une quarantaine d'entre elles. Chaque année, nous cherchons à accompagner entre 8 et 12 entrepreneurs portant des projets ambitieux sur un secteur en croissance pour ainsi construire un écosystème start-up en lien direct avec le groupe. Par ailleurs,

celles-ci bénéficient d'un plan média spécifique sur mesure construit au gré de leurs ambitions et de leurs phases de croissance. Au sein de ce plan, est intégrée une participation via un don en publicité à une association ou ONG choisie avec la start-up accompagnée – une page print de publicité au sein des marques du groupe.



« Depuis 6 ans maintenant, nous nous sommes positionnés sur l'entrepreneuriat féminin national en lançant BeABoss. Ce forum a pour objectif de susciter des vocations entrepreneuriales chez les jeunes femmes, les aider à lever les freins et booster leur énergie, le tout en détectant les pépites de demain. Depuis la première édition en 2015, près de 1 200 dossiers ont été présentés, 300 pitches soutenus de femmes entrepreneures et plus de 500 000€ d'espaces publicitaires médias mis à leur disposition. »

Virginie Augagneur, DGA Reworld Media Ventures



Mobiliser notre régie publicitaire en faveur d'associations

La crise de la Covid-19 nous a tous fait prendre conscience de la nécessité d'agir collectivement pour préserver notre planète et nos richesses naturelles. Notre régie publicitaire Reworld Media Connect veille à s'engager en encourageant les messages publicitaires éthiques, en limitant ses émissions de CO2 et en soutenant régulièrement des campagnes au profit d'associations. Par exemple, en 2020, celle-ci a ainsi soutenu une trentaine d'associations.

Afin de limiter l'impression d'exemplaires papier et toujours dans une volonté de limiter nos impacts sur l'environnement, nous avons rendu accessibles en format PDF l'ensemble de nos magazines. Nous favorisons aussi l'envoi des justificatifs par mail au lieu du papier et cela depuis le premier confinement.



34

Associations soutenues

275

Pages de publicité offertes

3M€

Valorisation brute



« Nous nous mobilisons dès que nous le pouvons en faveur de diverses causes, en proposant pour des campagnes RSE des conditions commerciales particulières. Nous soutenons régulièrement les associations en leur offrant des espaces publicitaires gratuits et encourageons les initiatives de nos collaborateurs qui s'investissent à titre personnel. »

Elodie Bretaudeau Fonteilles , Directrice Générale Reworld MediaConnect





Optimiser



Reworld Media s'est inscrit depuis plusieurs années dans le respect des normes environnementales. Notre priorité est de limiter nos impacts tout en préservant la qualité de nos produits, celle de nos infrastructures et notre rentabilité. Concrètement, nous nous concentrons sur l'ensemble des impacts liés intrinsèquement à nos activités qu'ils soient numériques, informatiques, papier, en lien avec nos transports et nos bâtiments. La priorité est mise sur la diminution de notre pollution, de nos émissions de CO2. Mais nous sommes aussi attentifs et vigilants à encourager une économie circulaire, autant que possible, sur toute la chaîne de valeur de nos produits et services.

Notre impact informatique

Nous souhaitons répondre aux enjeux d'énergie consommée en veillant à sa provenance et en privilégiant les sources décarbonées, mais aussi à son utilisation limitée, grâce au refroidissement des serveurs en pays scandinaves par exemple.

20%

D'économies réalisées grâce à l'impression par badge

90%

Renouvellement du parc PC d'ici 3 ans

95%

Taux de recyclage des postes de travail

Depuis 2016, nous avons entamé la suppression des imprimantes individuelles au profit de copieurs dont les files d'attente sont contrôlées, privilégiant les impressions noir et blanc, et qui nécessitent une libération de la copie via un badge personnalisé. Cette nouvelle condition a permis de faire chuter de 20% le nombre d'impressions et donc la consommation de papier. Parallèlement, les consommables sont recyclés, les encres usagées régulièrement récupérées par notre prestataire et les pièces défectueuses des copieurs sont remplacées puis recyclées également.

Un autre objectif en matière de respect environnemental a également été entrepris depuis la création du groupe sur le poste de travail (ordinateur, écran, téléphone mobile...) afin que celui-ci soit recyclé par l'intermédiaire de brokers avec lesquels nous avons un partenariat. Parallèlement, le poste de travail qui ne répond plus aux besoins fonctionnels du collaborateur peut également être redistribué vers des associations permettant ainsi une seconde vie à coût zéro.

Le cloud computing est une position qui a été adoptée par Reworld Media depuis 2015 afin de diminuer ses infrastructures physiques et locales, ce qui nous a permis de réduire notre empreinte sur l'environnement et notre consommation énergétique. Le cloud computing basé sur la virtualisation des serveurs est essentiel pour continuer à progresser dans le contexte environnemental. Les coûts de maintenance sont ainsi mutualisés et les budgets diminués. Nous avons fait appel au service AWS d'Amazon. De plus, nous avons entamé l'optimisation de la gestion de nos archives numériques, toujours dans un souci d'alléger nos impacts équivalents à 500 téra-octets de consommation annuelle par an. Les archives froides seront stockées différemment des archives dites « chaudes » qui ont besoin d'être à portée de nos collaborateurs. En limitant nos interconnexions, nous limiterons nos émissions.



« Dans le cadre du renouvellement de notre parc informatique, nous privilégions un remplacement des postes fixes par des ordinateurs portables moins énergivores. À date, 60% de nos salariés sont équipés d'un PC portable et, d'ici un an, nous visons 75% ».

Jean-Charles Dumont, Directeur Informatique

Nos engagements vis à vis du papier

117

Millions d'exemplaires
diffusés - Presse Magazine
Payante

51%

Magazines ayant la
certification groupe PEFC

30%

Volume total des magazines
imprimés sur papier recyclé
à 50% minimum

Le groupe a obtenu la certification PEFC (programme de reconnaissance des certifications forestières) pour 51% de ses magazines, les 49% restants portent la certification de nos imprimeurs. Cette certification garantit que le papier utilisé pour nos magazines est issu de forêts gérées durablement et respecte la biodiversité de celles-ci. La certification étendue à l'ensemble du groupe devrait être confirmée à fin juin 2021. À ce jour, 10 maga-

zines sont imprimés sur un papier 100% recyclé et 7 sur un papier recyclé à plus de 50%, cela représente 30% de notre offre magazine. Pour poursuivre nos efforts, nous développons l'utilisation de papier à base de fibres 100% recyclées et cela dans un souci d'éthique et de respect de la loi relative à la transition anti-gaspillage. Nous sommes également en train de travailler à une utilisation d'encres blanches plus vertueuses.



« Concernant les différents transports de nos magazines, la loi sur la transition énergétique nous incite à ne pas dépasser 1 500 km, ce qui nous oblige à un exercice vertueux de réduction des distances entre les papetiers imprimeurs et les lieux de distribution. »

Nathalie Gerin, Paper Manager

Performance de nos moyens généraux

Reworld Media est présent physiquement sur deux sites implantés dans les Hauts-de-Seine (92) : dans un immeuble à Boulogne-Billancourt (2 800m² occupés) et dans un bâtiment à Bagneux (7 500m² occupés).

À Bagneux, les équipes de Reworld Media sont installées depuis fin septembre 2020 dans un bâtiment répondant aux normes environnementales actuelles.

Doublement certifié en phase de conception (BREEAM Very Good et HQE Excellent), le bâtiment, baptisé « Network » se veut à la pointe en matière de développement durable. C'est un immeuble de référence de la ZAC Écoquartier Victor-Hugo à Bagnaux (92), intégré dans un projet de refonte complète de ce site. Projet d'ailleurs récompensé par le Grand Prix du jury Fimbacte 2019 pour sa qualité urbaine, l'attention à la biodiversité et aux espaces verts créés. Avec des consommations ciblées inférieures de 30% à la réglementation thermique en vigueur, le bâtiment est performant sur le plan énergétique et bénéficie d'une qualité acoustique optimale. Par ailleurs, «Network» a obtenu le label WiredScore Platinum, garantissant une connectivité Internet et mobile excellente dans nos espaces de

travail. Enfin il est raccordé au réseau de chaleur urbain de la ville de Bagnaux BAGEOPS, sachant que le taux d'énergies renouvelables du réseau est de 60%.

La gestion technique du bâtiment permet de suivre précisément les consommations énergétiques et en eau du bâtiment pour mieux les maîtriser. De plus, des protections solaires ont été prévues sur toutes les façades afin de garantir un confort aux occupants. Nous avons par ailleurs un parking privatif de 200 m² dédié aux vélos pour favoriser la mobilité douce. 20% de la surface foncière est traitée en espaces verts dont 10% en pleine terre.

30%

Optimisation de la performance énergétique du bâtiment de Bagnaux par rapport à la RT 2012

-27%

Baisse de la surface totale de nos locaux entre 2019 et 2020

380 K€

Montant investi pour améliorer la qualité de l'air dans nos locaux de Boulogne

330 m²

Surface de terrasses végétalisées sur nos deux sites

Sur le site de Boulogne, datant de 1970, nous progressons sur la rénovation des locaux. Nous avons installé des éclairages LED et investi massivement en 2020 pour changer intégralement notre système de ventilation et de climatisation en vue d'améliorer la qualité et le renouvellement de l'air dans ce bâtiment. Dans le cadre de notre démarche d'amélioration de la qualité de vie au travail, nous veillons

également à la valorisation du lieu grâce à l'aménagement d'une terrasse extérieure pouvant aussi accueillir des événements internes ou externes.

Enfin nous mettons en place des actions concrètes concernant la gestion de notre parc automobile avec l'intégration de véhicules hybrides et/ou électriques dans notre flotte dès 2021.



« Concernant la gestion des déchets, les deux sites sont dotés de containers de recyclage issus de la société Cèdre qui emploie 55% de collaborateurs handicapés. Nous souhaitons arrêter les poubelles individuelles et favoriser la création de deux points de collecte par étage. Nous avons pour objectif de finaliser ce chantier d'ici fin 2021. Par ailleurs, pour notre usage interne, nous avons réduit de 70% les exemplaires imprimés de nos magazines grâce au fait de donner l'accès à l'outil Sherlock qui permet de consulter en ligne nos publications. »

Sylvie Cardeau, Directrice des Achats et Moyens Généraux





Promouvoir



Nous recrutons les meilleurs talents et les accompagnons tout au long de leur carrière avec la volonté de promouvoir au quotidien l'engagement, l'esprit d'initiative, l'épanouissement personnel et le bien-être au travail. Notre but est de permettre à chacun de nos collaborateurs d'évoluer, de se former en permanence et d'être force de proposition pour grandir au sein d'un groupe en mouvement.

Préserver la santé de nos collaborateurs : notre engagement face à la pandémie de COVID

Face à la pandémie de Covid-19, notre priorité est plus que jamais de préserver notre capital humain, qui est notre première richesse, et de protéger la santé de nos collaborateurs.

Les sociétés du groupe sont toutes dotées de plans de continuité de l'activité (PCA) qui visent à assurer le maintien de l'activité face à la crise sanitaire, tout en préservant la santé des salariés. Cela passe, notamment, par : la création de cellules de veille pandémique, des actions de communication régulières à destination des collaborateurs (mails d'information et communiqués, articles ou questions-réponses

diffusés sur l'intranet sur les bonnes pratiques, affichages physiques ou via l'Intranet...), la mise à disposition d'équipements de protection individuelle (masques, gel hydroalcoolique, gants...), la mise en place de procédures spécifiques en cas d'identification de cas positifs ou de cas contacts, la prévention et la lutte contre l'isolement en période de confinement (mise en place de dispositifs d'écoute et de soutien psychologique) et enfin l'actualisation régulière du document unique d'évaluation des risques en lien avec les représentants du personnel et les services de santé au travail.

103

CDI et CDD embauchés en France en 2020

31%

Des collaborateurs en CDI formés en 2020 malgré le confinement

50%

De femmes aux postes de direction et middle management en France

89 /100

Indice égalité entre les femmes et les hommes en 2020

Promouvoir la qualité de vie au travail : l'épanouissement individuel au service du collectif

Notre projet WARM « We Are Reworld Media », qui sera déployé en 2021 dès que la situation sanitaire le permettra, a pour objectif d'améliorer la qualité de vie au travail par des actions concrètes (conférences internes, activités sportives, participation à des actions ou événements au service de causes, instants conviviaux entre collaborateurs...) visant à renforcer la communication auprès des collaborateurs, mettre en valeur nos talents, rapprocher les salariés et les rassembler autour de moments communs et de partage pour faire vivre la culture d'entreprise, donner du sens.

Dans un contexte de croissance rapide et de changements organisationnels, notre groupe a égale-

ment initié une démarche de prévention contre les risques psychosociaux par une série d'actions de sensibilisation et de formation à destination des dirigeants, managers, équipes des ressources humaines et collaborateurs. Dans ce cadre, le groupe s'appuie sur les compétences internes et externes : équipes ressources humaines, services de santé au travail, ergonomie du travail, psychologues du travail, formateurs.

La santé et le bien-être des collaborateurs passent également par l'alimentation. Notre objectif est de permettre à chacun, travaillant sur nos sites, d'avoir accès à une offre de restauration variée et de qualité.

Promouvoir la formation des collaborateurs

Nous nous appuyons plus que jamais sur la formation dans un contexte de transformation de nos métiers traditionnels. Malgré les confinements imposés par la crise sanitaire, nous avons maintenu et continuerons de maintenir notre effort de formation à destination de nos collaborateurs.



Promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes

Le respect et la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes est une préoccupation majeure pour le groupe qui fait l'objet de discussions avec les organisations syndicales dans le cadre des négociations annuelles obligatoires. L'indice d'égalité femmes/hommes ressort à 89/100 points

en 2020 (moyenne des indices UES RMM-EMAS et Reworld Media Factory) en progression de 13% par rapport à 2019. Notre objectif est de maintenir cet indice au-dessus des objectifs légaux pour les années à venir.

Promouvoir le dialogue social

Le groupe encourage par ailleurs le dialogue social. Cela s'illustre par la mise en place et le renouvellement des instances représentatives du personnel au sein des différentes sociétés du groupe selon leur taille. Le groupe a notamment mis en place en 2020 le vote électronique au sein de sa régie commerciale afin de favoriser la participation des salariés dans un contexte de confinement imposé par la situation sanitaire.

Un dialogue permanent est instauré avec les représentants du personnel qui sont réunis périodiquement et consultés sur les projets ponctuels de réorganisation ou dans le cadre des consultations récurrentes. Que ce soit au travers des négociations annuelles obligatoires ou sur des thématiques particulières, la négociation collective joue pleinement son rôle.



« La préservation de notre capital humain et le développement de la qualité de vie au travail sont de véritables enjeux, voire un objectif majeur pour le groupe qui s'est créé il y a moins de 8 ans et a connu, en quelques années, un développement extraordinaire. Dans un monde qui change à toute vitesse, faire groupe tous ensemble est la clé pour affronter la crise sanitaire et relever les défis de demain. »

Frédéric Bardet, DRH Groupe



Nos engagements prioritaires

Fin 2020, ayant pour objectif de respecter les grands principes du développement durable, Reworld Media a décidé de réaliser son bilan carbone afin de diagnostiquer, analyser et réduire les émissions de gaz à effet de serre de ses différentes activités. Nous travaillons avec la société Carbo qui a obtenu la certification Méthode Bilan Carbone® de l'ADEME. Le calcul est non seulement basé sur des données environnementales publiques, reconnues et robustes, principalement issues des travaux de l'ADEME, de l'Aland Index et de la Banque Mondiale mais aussi sur des données déclaratives fournies par le groupe. Grâce à ce bilan le groupe sera à même d'identifier ses principaux enjeux, définir des objectifs de réduction et ainsi établir un plan d'actions avec des axes d'amélioration concrets.



Objectifs & Actions

01



Recrutement d'au moins 50 collaborateurs en 2021

02



Maintien de notre indice égalité femmes/hommes

03



Poursuite de la qualité du dialogue social et favoriser autant que possible la négociation collective pour accompagner les enjeux de développement et de transformation de nos activités.

04



Intégration de critères RSE dans nos appels d'offres : partenaires, fournisseurs prestataires, ...

05



Mise en place de règles pour des achats responsables concernant les différentes activités du groupe en favorisant les circuits courts, la transparence des fournisseurs et de la sous-traitance et la charte du respect des travailleurs.

06



Diminution de l'infrastructure physique et locale au profit de la généralisation du Cloud Computing

07



Remplacement d'un maximum de PC fixes par des portables, moins énergivores

08



Déploiement sur le site de Boulogne des impressions par badge

09



Suppression progressive des poubelles individuelles et généralisation de la mise à disposition de containers Cèdre pour accélérer le tri de nos déchets et favoriser le recyclage sur nos deux sites

10



Perfectionnement de nos outils de monétisation pour réduire d'un tiers le volume d'appels des offres publicitaires par page d'ici 3 ans



8 rue Barthélémy Danjou, 92100 Boulogne-Billancourt
contact@reworldmedia.com - +33 1 45 19 58 00
www.reworldmedia.com