



Rapport de durabilité 2024

GROUPE EBRA

1^{er} Groupe de Presse Quotidienne Régionale en France



La presse qui
nous lie

SOMMAIRE

L'édito /03

1. Activités /04

Profil du groupe

Modèle d'affaires

2. Stratégie /10

Gouvernance de la RSE

Comité Exécutif

Stratégie financière et RSE

Analyse de double matérialité

3. Performances /22

Environnement

Social

Gouvernance

Méthodologie /50

Annexes /52

L'ÉDITO DE RÉMY RAMSTEIN, DIRECTEUR INDUSTRIEL, ACHATS ET RSE DU GROUPE EBRA

Face à un marché de la presse en pleine transformation, notre stratégie globale repose sur un principe essentiel : garantir la pérennité économique du groupe et diversifier nos activités. Nous développons ainsi des solutions innovantes qui répondent aux attentes d'un public toujours plus connecté et exigeant, tout en renforçant notre ancrage local, inscrit dans notre ADN.

Depuis près de cinq ans, le développement durable est inscrit au cœur de notre stratégie d'entreprise. Dans ce premier rapport de durabilité, nous souhaitons mettre en lumière notre démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), qui s'articule autour de cinq piliers : le volet social, le volet environnemental, le volet sociétal, l'activité et la gouvernance.

Cette dynamique a été renforcée par la création de l'Institut Mutualiste pour l'Environnement et la Solidarité au sein du Crédit Mutuel Alliance Fédérale, témoignant ainsi de notre volonté commune de contribuer activement à une société plus durable et inclusive. Nos initiatives en matière de transition écologique, de diversité et d'éthique des contenus répondent à des enjeux globaux, tout en étant étroitement liées aux besoins des territoires que nous desservons.



Agir pour renforcer les liens de proximité et de confiance entre les acteurs de nos régions.

Notre raison d'être guide chacune de nos actions et constitue le fil conducteur de notre développement.

Dans un marché en pleine mutation, elle reflète notre ambition : poursuivre une croissance responsable et un développement durable, alliant performance économique, protection de l'environnement et progrès social.

Ensemble, continuons à écrire l'histoire d'un groupe médias enraciné dans les territoires, et résolument tourné vers l'avenir. Merci à toutes celles et ceux qui contribuent à notre mission et nous permettent de poursuivre cet engagement au quotidien.

Rémy Ramstein

PROFIL DU GROUPE

Le Groupe EBRA est un groupe pluri-médias qui possède 9 titres de presse (PQR) de renom, disposant d'un fort ancrage local. Présent sur 23 départements de la façade Est de la France, le groupe couvre un quart de la population française.

Leader de la Presse Quotidienne Régionale

Le Groupe EBRA affiche aujourd'hui une audience puissante, qui en fait le leader de l'information locale et régionale en France. Chaque jour, en moyenne plus de 3,2 millions de personnes lisent au moins un titre du groupe dans sa version papier et plus de 18,7 millions visitent un des sites ou une des applications mobiles, chaque mois. Porté par l'excellence journalistique et centré sur l'expérience client, le Groupe EBRA prône une information locale fiable et de qualité, qui s'inscrit dans la vie quotidienne des acteurs de ses territoires.

Les 9 titres sont regroupés en 4 pôles qui permettent la mutualisation de compétences et de ressources avec 1400 journalistes répartis entre les rédactions locales et le bureau parisien (EBRA Info).



LES CHIFFRES CLÉS



Une raison d'être inscrite au cœur de l'ADN du groupe :

**AGIR POUR
RENFORCER LES LIENS DE
PROXIMITÉ ET DE
CONFIANCE ENTRE LES
ACTEURS DE NOS RÉGIONS.**



À travers sa raison d'être, le Groupe EBRA souhaite s'affirmer, tout en préservant l'héritage et l'identité de ses titres de presse emblématiques.

Il veut donner du sens à ses actions et se tourner vers l'avenir, en tenant compte des nouvelles préoccupations de ses lecteurs, de ses collaborateurs et de ses annonceurs. Cette raison d'être constitue une promesse précise et ambitieuse faite à la société, et reflète un parti pris fort pour activer le changement et l'impulser à tous les niveaux.



Faire connaître le plein potentiel des régions du groupe pour susciter l'intérêt et le plaisir d'y vivre.



Innover au travers de nouveaux formats et services grâce à une formation continue de tous ses collaborateurs.



Créer des opportunités d'engagement local pour chacun, en toute confiance et au service de tous.



Lutter contre la désinformation et défendre la vérité à travers des principes d'excellence journalistique communs à l'ensemble du groupe.



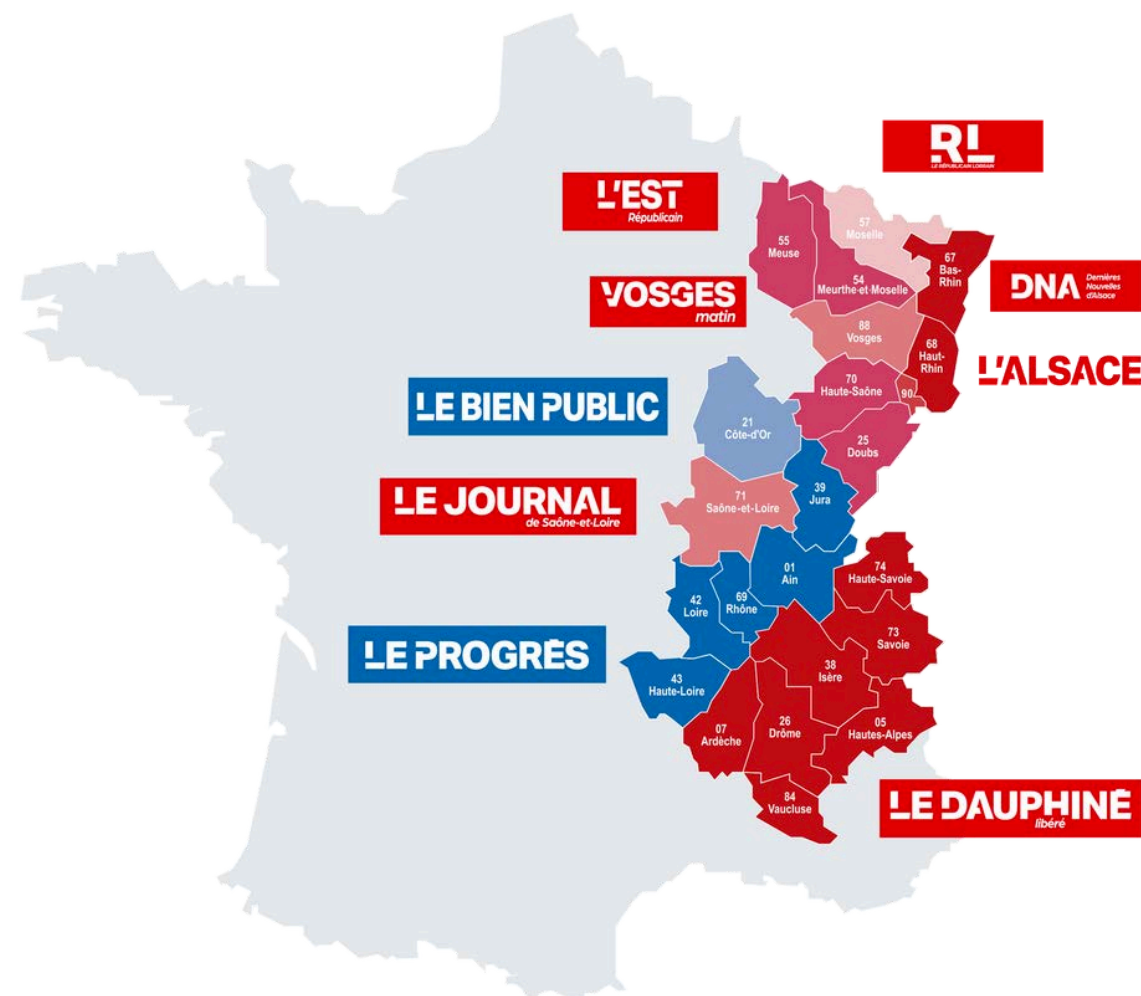
S'assurer que chacun dans les régions du groupe puisse profiter d'une information accessible et utile.



Être le porte-parole des initiatives positives des régions du groupe en tant qu'acteur de référence du journalisme de solutions.



Protéger toutes les données confiées par les clients du groupe.



Vosges Matin
La nature de demain,
respectée et connectée

Le Dauphiné Libéré
Montagne et vallée du Rhône,
terres d'innovations

Le Bien Public
La Bourgogne,
alliance des terroirs et de la
modernité

Le Journal de Saône-et-Loire
Supporter des initiatives de sa
région

Le Progrès
Un temps d'avance



Organisme certifié Qualiopi pour ses actions de formation.



propose une offre de prestations graphiques (digitales et print), d'impression et d'ordonnancement.

Ces filiales sont complétées par deux marques ombrelles fortes, créatrices de valeurs.



a pour objectif de valoriser les initiatives en matière de responsabilités sociétales et environnementales.



est une marque dédiée aux
contenus publicitaires purs
ou rédactionnels
transverses.



rassemble l'offre d'événements sportifs proposée par EBRA Events.



englobe les activités foires et salons de la filiale événementielle EBRA Events.



organise des événements locaux et nationaux pour créer du lien et valoriser les acteurs des territoires. L'activité événementielle s'est renforcée avec de nouvelles acquisitions : Gens d'Événement, KCIOP, Live Event (Suisse), Company Cup, LEO, DAVAI.



regroupe les régies publicitaires des journaux (EBRA Médias Alsace, EBRA Médias Lorraine Franche-Comté, EBRA Médias Bourgogne Rhône-Alpes, EBRA Médias Rhône-Alpes PACA) qui accompagnent et conseillent les annonceurs dans le rayonnement et le développement de leur business.



humanoid

est la société qui édite les médias emblématiques Frandroid et Numerama, qui est propriétaire de l'agence de création xp.

MODÈLE D'AFFAIRES

Nos ressources



Capital financier

- 481M€ de chiffre d'affaires



Capital intellectuel

- 1 400 journalistes
- 4 103 correspondants
- 16 personnes dédiées à la R&D



Capital humain et sociétal

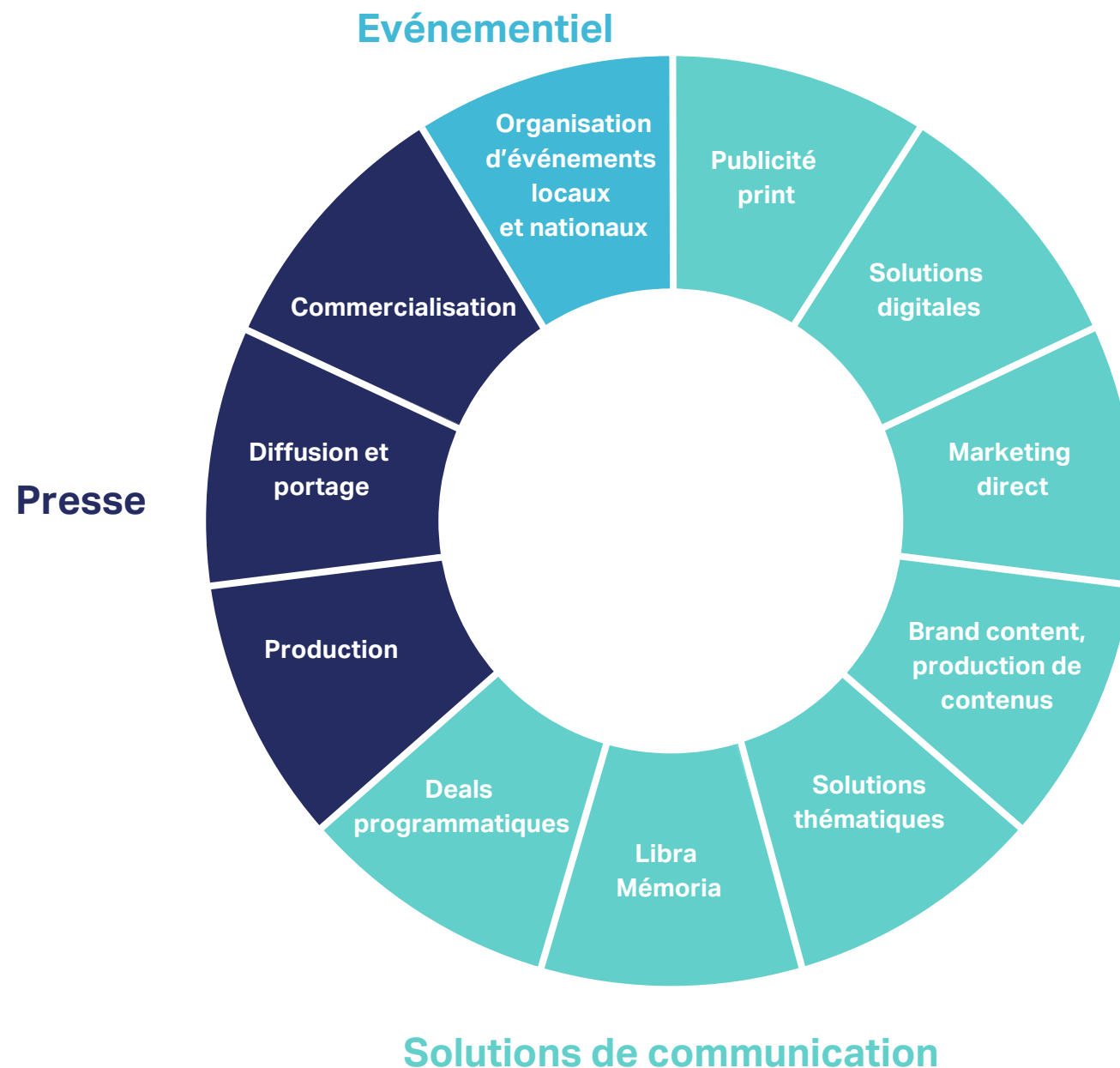
- 3 500 salariés
- 175 recrutements en CDI
- 156 stagiaires et apprentis
- 124 336 € de dons



Capital industriel

- 4 usines d'impression
- 8 rotatives

Nos activités



Notre création de valeur



Economique

- 290 millions de parutions de quotidiens et d'hebdomadaires par an
- 18,7 millions visiteurs uniques par mois
- 74 318 exemplaires de livres
- 268 événements réalisés



Environnement

- 68 763 TCO₂e d'émissions de GES
- 5 314 TCO₂e d'émissions évitées
- 243,23 g CO₂e / exemplaire de journaux



Social

- Index d'égalité professionnelle le plus élevé dans le groupe : 98/100
- 71 accidents de travail
- 560 personnes formées par EBRA Académie



Gouvernance

- 149 fournisseurs évalués sur les critères RSE
- 2 680 salariés formés à l'éthique des affaires

GOVERNANCE DE LA RSE

La stratégie RSE globale est impulsée par l'actionnaire du Groupe EBRA, le Crédit Mutuel Alliance Fédérale. Grâce à son département RSE, l'Institut Mutualiste pour l'environnement et la solidarité, le groupe bancaire coordonne le reporting de durabilité sur toutes les filiales. Au sein d'EBRA, la stratégie RSE est pilotée au plus haut niveau, par le Comité Exécutif, puis déployée dans toutes les entités du groupe et toutes les régions.

Crédit Mutuel Alliance Fédérale

Maison mère du Groupe EBRA

L'Institut Mutualiste pour l'environnement et la solidarité
Impulse la stratégie RSE du groupe auprès de toutes les filiales



Comité Exécutif
Valide la stratégie RSE d'EBRA

Direction RSE
Impulse la stratégie d'EBRA et assure son déploiement opérationnel

Parties prenantes

Pour améliorer les performances ESG sur toute la chaîne de valeur

Référents RSE et contributeurs
Réalisent le reporting

Pour suivre et piloter les indicateurs de performance

COMITÉ EXÉCUTIF

La stratégie du Groupe BRA et son suivi opérationnel sont assurés par les membres du Comité Exécutif. Les rédactions du groupe sont représentées par les rédacteurs en chef, qui siègent à tour de rôle.

Les principaux travaux en 2024

- Pilotage de la stratégie financière.
- Poursuite de la stratégie de diversification avec la gestion des acquisitions.
- Déploiement de la stratégie RSE avec la conduite de l'analyse de double matérialité.
- Elaboration et publication d'une charte de l'usage de l'intelligence artificielle dans les rédactions.
- Renforcement du dispositif d'alerte éthique.
- Mise en place d'une enquête salariale RSE-QVCT annuelle.
- Obtention de la certification ISO 20121 pour l'activité événementielle.
- Organisation d'un séminaire des managers.

Chiffres clés

- 11 réunions plénières en 2024
- 33,3% de femmes
- Age moyen : 53 ans

Pauline MAITRE
 Directrice Administrative et Financière

Gilles CORBINEAU
 Directeur Stratégie, Marketing et Développement

Delphine MANZANO
 Directrice des Ressources Humaines

Rémy RAMSTEIN
 Directeur Industriel, Achats et RSE

Christophe MAHIEU
 Directeur Général Pôle ERV

Laurent COURONNE
 Directeur Général Pôle ADN

Pierre FANNEAU
 Directeur Général Pôle BJP

Christophe VICTOR
 Directeur Général Pôle DL

Anthony CHOUMERT
 Directeur Général EBRA Events

Yasmine JOURDAN
 Directrice Générale EBRA Services

Isabelle.F
 Directrice Informatique (Euro-Information)

STRATÉGIE FINANCIÈRE ET RSE

Une stratégie financière robuste

Croissance organique

Poursuivre le développement du Groupe EBRA en s'appuyant sur ses marques médias et ses expertises fortes :

- Faire connaître le plein potentiel des régions du groupe
- Poursuivre la digitalisation des contenus
- Innover et diversifier les contenus avec l'audiovisuel, et les nouveaux formats (podcasts, etc.).
- Augmenter l'audience
- Développer les outils digitaux et les solutions pour le marketing et la communication

Croissance externe

Développer l'offre de solutions et diversifier les activités, notamment par les actifs numériques et l'événementiel, qui poursuit l'objectif d'être au plus proche des territoires.

Interview croisée de Laurent COURONNE, Directeur du pôle ADN et d'Anthony CHOUMERT, Directeur Général EBRA Events



Comment le Groupe EBRA assure-t-il la pérennité de son modèle d'affaires ?

Laurent COURONNE : Le Groupe EBRA met en œuvre plusieurs initiatives pour renforcer sa rentabilité financière en misant sur une croissance organique durable. La digitalisation constitue un levier central, permettant de toucher de nouvelles audiences grâce à des plateformes numériques, tout en réduisant l'empreinte écologique liée à la production papier. Le Groupe EBRA a notamment effectué le rachat d'Humanoid, un groupe de trois marques médias fortes (Frandroid, Numerama, et Lemon) qui comptabilise 30 millions de lectures mensuelles et 4 millions de fans. Par ailleurs, l'entreprise s'engage dans une diversification et un rajeunissement de sa cible en adaptant ses contenus aux attentes des jeunes générations, sensibles aux enjeux de développement durable et aux formats interactifs.

L'amélioration de la qualité des contenus, facilitée par la proximité terrain des journalistes qui renforcent l'ancrage local et assurent une offre éditoriale authentique et différenciée, crée une relation de confiance durable avec les lecteurs, grâce notamment à la formation continue des journalistes et la certification Journalism Trust Initiative (JTI). Les nouvelles technologies d'intelligence artificielle, représentent également une aide complémentaire, qu'il s'agit de connaître et de maîtriser.

Ces actions, en phase avec les principes de la responsabilité sociale, contribuent à conjuguer performance économique et engagement sociétal.

En quoi le pôle événementiel représente-il un relai de croissance pertinent pour EBRA ?

Anthony CHOUMERT : EBRA Events s'impose comme un levier stratégique et financier tout en renforçant l'ancrage territorial du Groupe EBRA. Cette diversification permet également d'élargir les cibles grâce à des formats engageants qui fédèrent l'ensemble des parties prenantes d'un écosystème (lecteurs, partenaires, tissu économique local, collectivités, etc.).

En pleine croissance, l'activité événementielle s'est renforcée en 2024 avec de nombreuses acquisitions : Gens d'Événement en janvier, LEO (Loire Événement Organisation) en juillet, la Fabrique des Castors en août et DAVAI (organisateur des Mad Jacques) en septembre.

EBRA Events s'est lancée dans une démarche de certification ISO 20121, obtenue en décembre 2024 et se positionne comme Organisateur d'événements à impacts positifs™. En effet, en tant que créateurs de moments d'échanges et de rencontres physiques accessibles au plus grand nombre, nous concevons de nouveaux modes d'engagement et nous défendons l'idée d'un événementiel à impacts positifs : marquant, transformateur, utile.

Parallèlement au système de management responsable de l'ISO 20121, nous nous sommes fixés des engagements contraignants autour de six grands axes qui constituent notre politique de développement durable : limiter l'émission des gaz à effet de serre, tendre vers le zéro déchet, développer notre impact territorial, maximiser l'inclusion sociale, limiter la consommation des ressources et s'assurer du meilleur niveau de sécurité sur nos événements.



STRATÉGIE FINANCIÈRE ET RSE

Stratégie RSE

Pour asseoir sa raison d'être le Groupe EBRA déploie une stratégie RSE ambitieuse. Celle-ci a pour objectif d'assurer une croissance responsable et de préserver l'environnement et l'humain.

Notre stratégie de développement durable



Environnement



Social



Gouvernance

Minimiser les impacts environnementaux sur toute la chaîne de valeur

- E1 - Changement climatique
- E5 - Utilisation des ressources et économie circulaire

Assurer qualité de vie au travail, éducation des lecteurs et soutien de la citoyenneté dans les territoires

- S1 - Effectifs de l'entreprise
- S3 - Communautés touchées
- S4 - Consommateurs et utilisateurs finaux

Agir avec éthique et déontologie dans les relations commerciales et humaines

- G1 - Conduite des affaires

Nos certifications

Le Groupe EBRA est le premier groupe de presse français à avoir obtenu la certification Journalism Trust Initiative de Reporters Sans Frontières. EBRA réaffirme ainsi son engagement éditorial en faveur d'un journalisme d'excellence et de transparence.



Label international « made in France » pour les entreprises actrices d'une économie plus durable. En 2023, le Groupe EBRA reçoit sa deuxième étoile Positive Company et devient le premier groupe de presse quotidienne en France récompensé du label.

Leader mondial des notations RSE, EcoVadis mesure l'impact des entreprises. Évalué sur la base de 21 critères RSE en 2023, le Groupe EBRA obtient la médaille d'argent pour ses engagements vis-à-vis de la société, de son personnel et de l'environnement.



EBRA Events a obtenu la certification ISO 20121 en 2024, une norme internationale qui reconnaît son engagement pour une gestion responsable et durable des événements.

L'ensemble des imprimeries du Groupe EBRA est certifié PEFC pour l'utilisation de papier issu de forêts gérées de façon durable. Strasbourg : 10-31-3567 ; Houdemont : 10-31-3545; Chassieu : 10-31-3546; Veurey-Voroize : 10-31-3544.



Les 4 centres d'impression EBRA sont labellisés Imprim'vert pour leur engagement dans la réduction de leur impact environnemental.

Initiative de l'association française des Entreprises pour l'Environnement (EpE), Act4nature est attribuée aux entreprises qui limitent leur impacts directs et individuels sur la biodiversité.



ANALYSE DE DOUBLE MATÉRIALITÉ

L'analyse de double matérialité a été réalisée en 5 phases :

1. Le Groupe EBRA a formalisé sa chaîne de valeur, afin d'intégrer les enjeux de durabilité qui pourraient être importants pour ses activités amont et aval. Le groupe a également établi la cartographie de ses parties prenantes.

2. Le groupe a identifié une liste de thèmes de développement durable en menant une analyse sectorielle auprès d'autres groupes de presse quotidienne régionale français, mais aussi auprès d'acteurs de presse européens. EBRA a aussi utilisé les référentiels ESG internationaux et sectoriels (SASB, GRI, etc.) pertinents pour le secteur de la presse et des médias. Pour construire cette liste de thèmes importants, le groupe s'est appuyé sur ESRS 1 – AR 16, qui établit une première liste de questions liées à la durabilité.

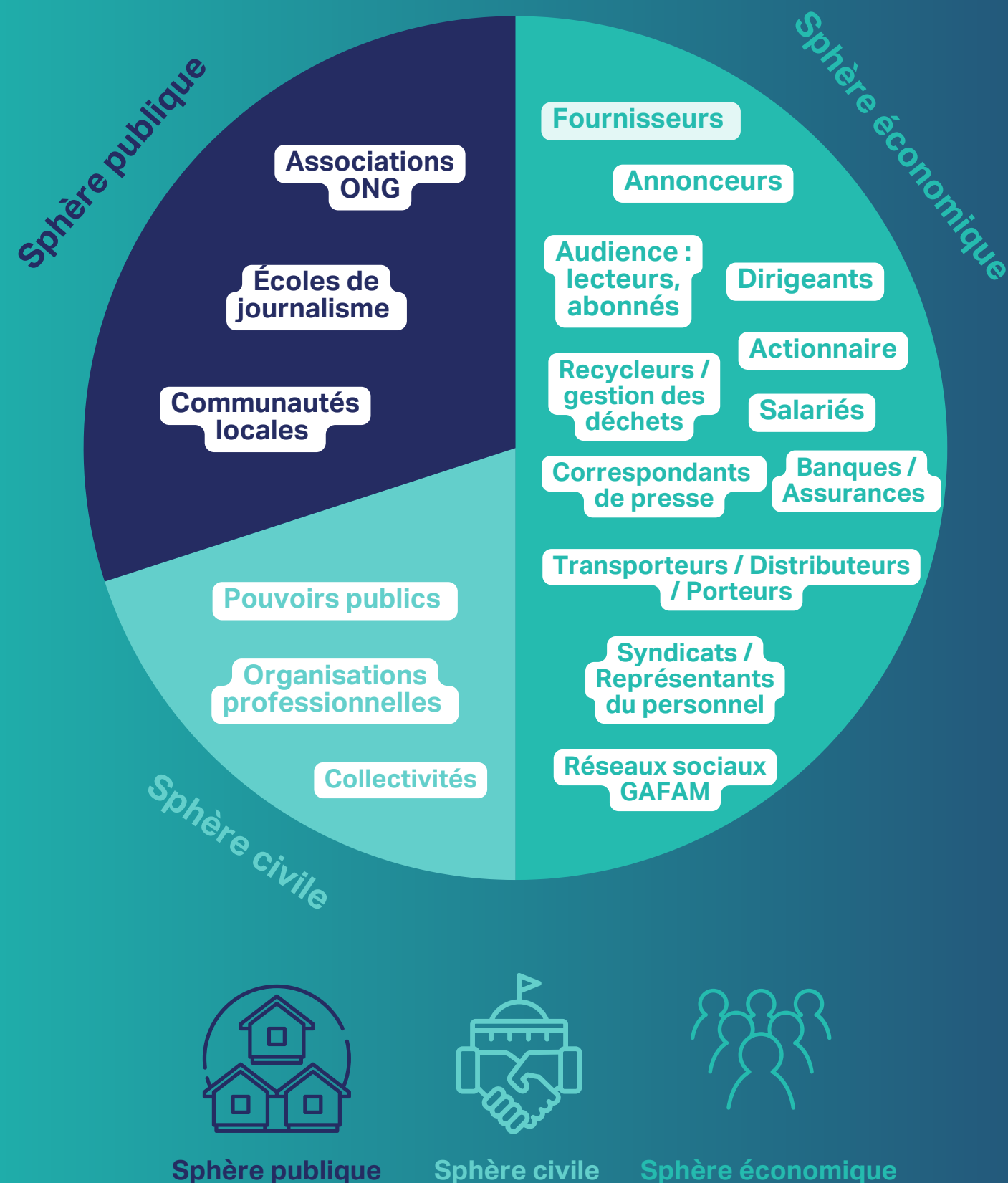
3. EBRA s'est ensuite appuyé sur ses experts internes et externes au travers d'entretiens semi-directifs pour compléter et affiner la liste des impacts, des risques et des opportunités et pour les hiérarchiser. Les membres du Comité Exécutif, mais aussi des représentants des salariés, des rédacteurs en chef, des fournisseurs ou encore des clients (annonceurs, abonnés) ont été consultés.

4. Une fois la liste des impacts, risques et opportunités (IRO) aboutie, des enquêtes quantitatives ont été envoyées aux parties prenantes pour les inviter à coter ces derniers. 363 parties prenantes ont été consultées (lecteurs, salariés, annonceurs, collectivités, fournisseurs, correspondants de presse). Pour établir la cotation finale, les critères de gravité et de probabilité ont été précisés, selon les exigences de la directive CSRD.

5. Après la consolidation des résultats finaux, le Groupe EBRA a partagé avec le Comité Exécutif une présentation détaillée et une explication de la méthodologie de l'analyse de double matérialité. Les résultats ont aussi été communiqués aux équipes du Crédit Mutuel Alliance Fédérale et à leurs organismes tiers indépendants.

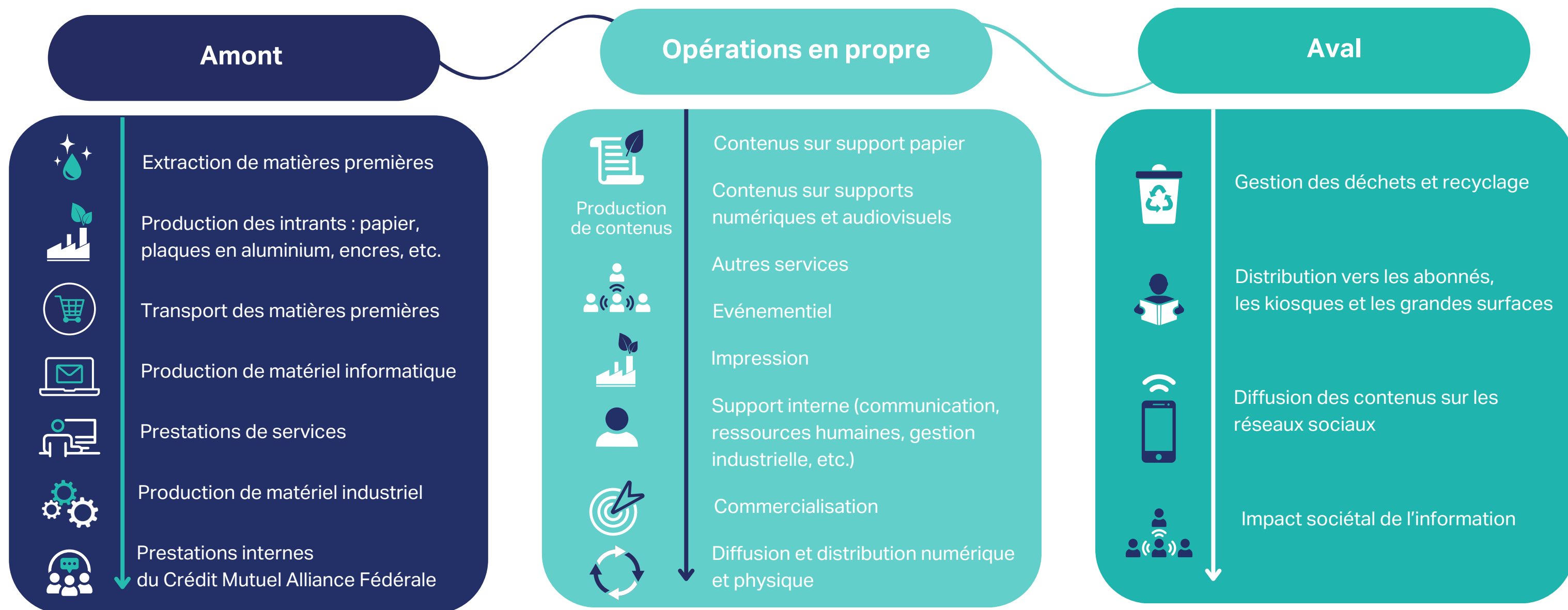
Au total 47 IROs (Impacts Risques et Opportunités) ont été identifiés et 34 d'entre eux ont été évalués comme matériels pour le Groupe EBRA, au regard de leur importance, d'une perspective financière et d'impact. Ces IROs ont été regroupés en 21 thèmes pour la formalisation de la matrice.

Parties prenantes



ANALYSE DE DOUBLE MATÉRIALITÉ

Chaîne de valeur



Sujets de durabilité

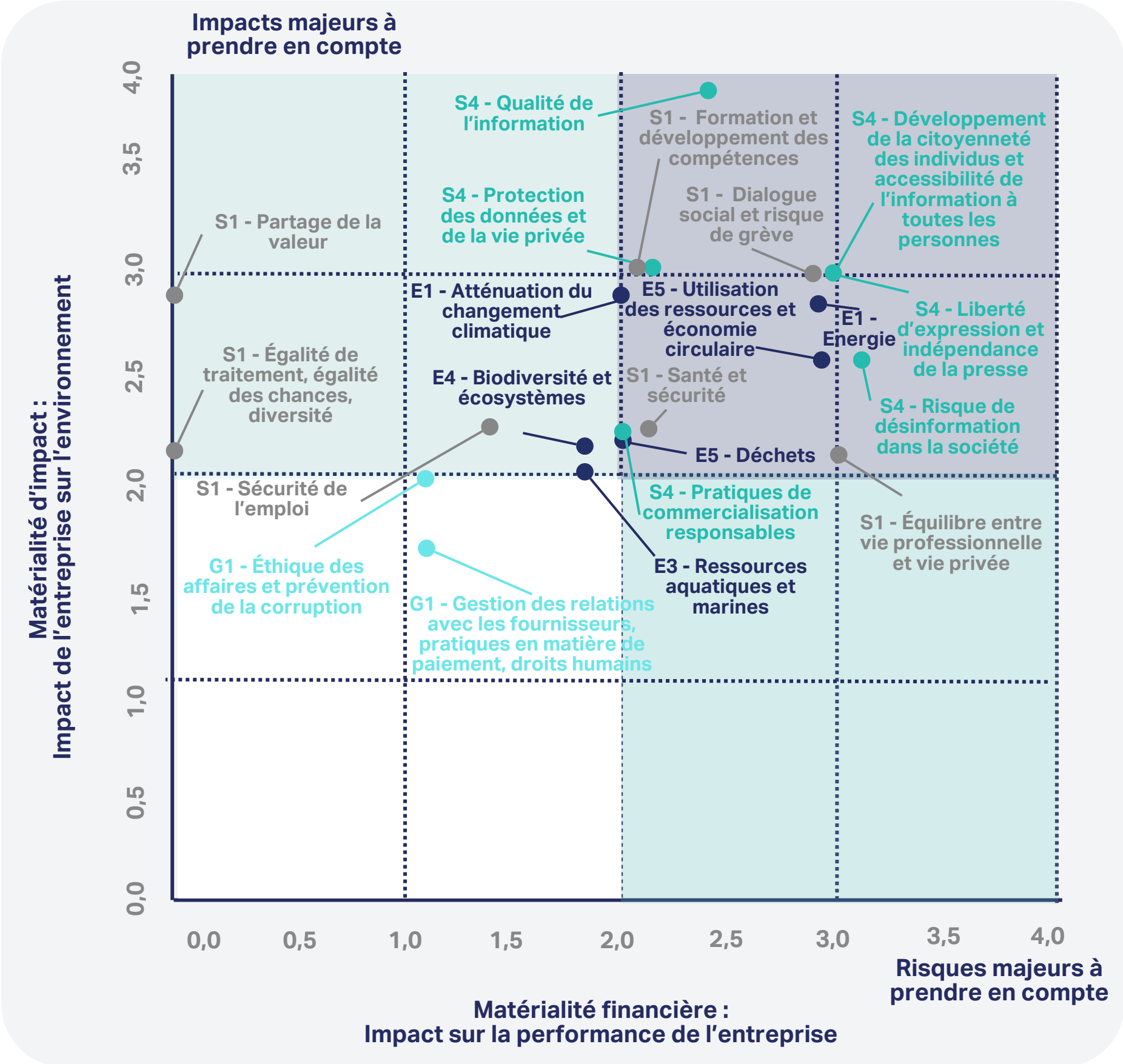
- Consommation d'énergie et d'eau pour les matières premières.
- Conditions de travail des employés des fournisseurs et des transporteurs.

- Consommation d'énergies.
- Atténuation du changement climatique.
- Économie circulaire.
- Conditions de travail des salariés.
- Formation et développement des compétences.
- Dialogue social.
- Liberté d'expression et indépendance de la presse.
- Protection des données et de la vie privée.

- Gestion des déchets et de la fin de vie des produits.
- Qualité de l'information.
- Développement de la citoyenneté des individus et accessibilité de l'information.

ANALYSE DE DOUBLE MATÉRIALITÉ

Matrice de double matérialité



E1 - Atténuation du changement climatique
E1 - Énergie
E3 - Ressources aquatiques et marines
E4 - Biodiversité et écosystèmes
E5 - Utilisation des ressources et économie circulaire
E5 - Déchets

S1 - Sécurité de l'emploi
S1 - Partage de la valeur
S1 - Dialogue social et risque de grève
S1 - Équilibre entre vie professionnelle et vie privée
S1 - Santé et sécurité
S1 - Formation et développement des compétences
S1 - Égalité de traitement, égalité des chances, diversité

S3 - Développement de la citoyenneté des individus et accessibilité de l'information à toutes les personnes
S4 - Protection des données et de la vie privée
S4 - Liberté d'expression et indépendance de la presse
S4 - Qualité de l'information
S4 - Risque de désinformation dans la société
S4 - Pratiques de commercialisation responsables

G1 - Éthique des affaires et prévention de la corruption
G1 - Gestion des relations avec les fournisseurs, pratiques en matière de paiement, droits humains

ENVIRONNEMENT



Conscient de ses responsabilités envers l'environnement, le Groupe EBRA place le changement climatique au premier plan et veille activement à limiter son impact carbone. EBRA s'engage également à intégrer des pratiques durables et écoresponsables à tous les niveaux de sa production. Cela passe notamment par la gestion responsable de ses ressources entrantes comme le papier ou les encres, tout comme la maîtrise de ses déchets. Le Groupe EBRA a ainsi développé une politique environnementale complète et formalisé plusieurs engagements afin de soutenir cette démarche.

Interview de Rémy RAMSTEIN, Directeur Industriel, Achats et RSE

En tant que directeur RSE, pourriez-vous décrire comment la stratégie RSE est déployée et mise en place au sein du Groupe EBRA ?

Rémy RAMSTEIN : Notre stratégie RSE est déployée dès 2021 et le Groupe EBRA est devenu le premier groupe de presse quotidienne régionale à être labellisé RSE Positive Company®. Cette démarche a permis d'optimiser nos consommations de ressources et de matières dans nos processus de production tout en veillant à la qualité de vie au travail de nos collaborateurs. Nous avons aussi réalisé notre Bilan Carbone, mis en place un calculateur de l'impact carbone des campagnes de publicités des annonceurs et un calculateur pour évaluer l'impact des prestations d'EBRA Events. Toutes ces actions ont été coordonnées pour servir notre raison d'être. Cette année, nos engagements se sont renforcés avec l'application de la nouvelle directive de reporting de durabilité (CSRD) par notre actionnaire, le Crédit Mutuel Alliance Fédérale (CMAF).



Pour être en conformité, nous avons nous-mêmes réalisé une analyse de double matérialité afin d'identifier nos impacts, les risques et les opportunités matériels sur les enjeux du développement durable. L'identification de ces enjeux nous a permis de mettre en place une feuille de route précise en interne, sur les volets environnementaux, sociaux et de gouvernance de l'activité. Les années à venir visent à poursuivre cette feuille de route tout en maintenant une innovation permanente. Nous sommes, par exemple, en train d'étudier la mise en place de récupération des journaux chez les abonnés. Ces initiatives concrétisent notre engagement pour une presse responsable et durable.

Sur la partie environnementale, quel est selon vous la force du Groupe EBRA ?

Le bilan carbone complet et annuel que nous avons réalisé nous a permis de mettre en avant les principaux postes d'émissions de CO₂, que sont le fret et les intrants, sur lesquels nous avons décidé d'axer nos efforts en priorité.

Pour répondre à cet enjeu matériel de gestion des émissions liées à la consommation de papier, nous avons notamment mis en place un système de logistique inversée, qui nous permet de récolter l'ensemble des invendus et d'optimiser le recyclage tout en réduisant notre empreinte environnementale. Nous sommes aussi le seul acteur de notre secteur à valoriser nos vieux papiers en travaillant directement avec un papetier. Ces papiers sont ainsi réemployés dans l'industrie papetière et non dans le carton ou le bâtiment comme c'est la norme, car plus intéressant financièrement, mais contribuant, selon nous, à faire monter le prix du papier et les probabilités d'une pénurie.



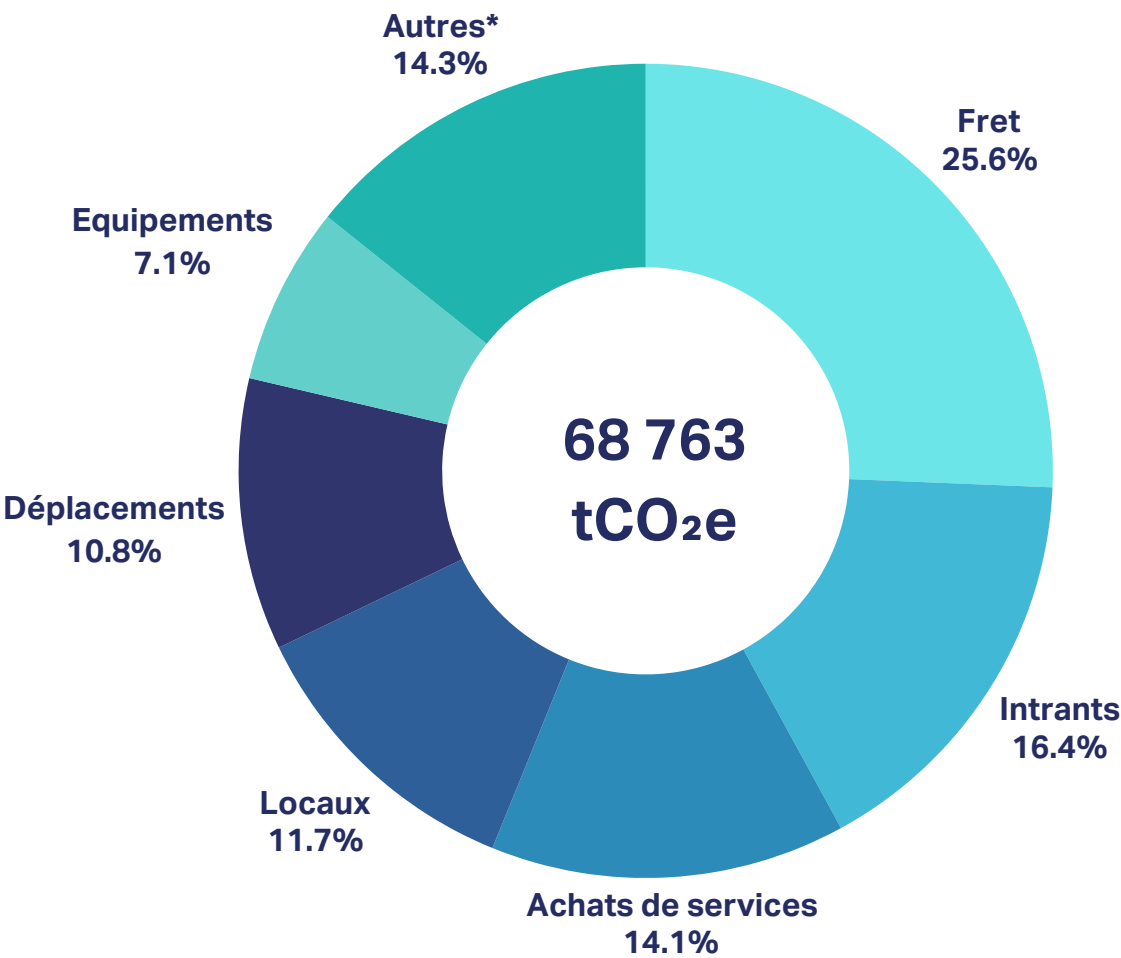
ENVIRONNEMENT

E1 - Changement climatique

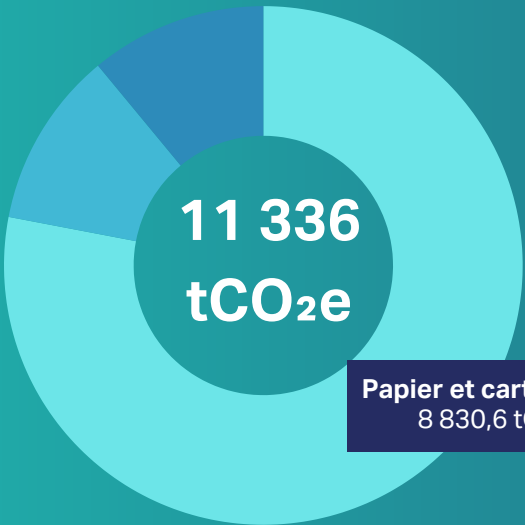
En réponse aux défis climatiques actuels, le Groupe EBRA a entrepris la réalisation de son bilan carbone. Cette démarche s'inscrit dans une volonté de transparence et de responsabilité environnementale. En mesurant l'empreinte carbone de ses activités, le groupe souhaite identifier les sources principales de ses émissions de gaz à effet de serre et mettre en place des actions concrètes pour les réduire. Ce bilan carbone marque une étape cruciale dans la prise en compte des impacts environnementaux de ses opérations, tout en maintenant son engagement pour une information de proximité.

1. Atténuation du changement climatique

Le Groupe EBRA s'engage au quotidien pour réduire son empreinte carbone. En 2023, il réalise un Bilan Carbone® (Scopes 1, 2 et 3) en allant au-delà des obligations légales et des objectifs de réduction des émissions de -5% par an. Il en ressort deux postes importants d'émission de gaz à effet de serre : le fret et le papier.

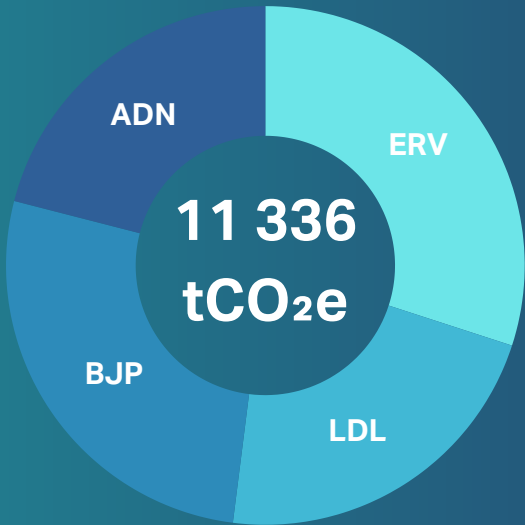


*sous-traitance, restauration et hébergement, numérique, fin de vie, emballages, divers.



Papier et carton 77,9%
8 830,6 tCO2e

- Papier et carton 77,9%
- Produits chimiques 11%
- Plaques offset 10,8%
- Divers <1%



- L'Est Républicain, Le Républicain Lorrain, Vosges Matin
- Le Bien Public, Le Journal de Saône-et-Loire, Le Progrès
- Le Dauphiné Libéré
- L'Alsace, les DNA

Politiques



Actions 2024

La stratégie d'atténuation du changement climatique du Groupe EBRA passe par la mise en place d'une trajectoire carbone et des objectifs bien précis. Pour définir ces objectifs et réduire les émissions de CO₂ à court, moyen et long terme, il est prévu d'atteindre une réduction de 40% des émissions de CO₂ d'ici 2040 par rapport au bilan carbone de 2021. En 2050, l'objectif est de contribuer pleinement aux ambitions de réduction des émissions de CO₂ fixées par le Pacte Vert européen. Pour y parvenir, EBRA vise à tout mettre en œuvre pour réduire l'impact interne et pour sensibiliser un maximum les lecteurs et parties prenantes aux enjeux climatiques actuels.

Afin de parvenir à ces objectifs ambitieux, le Groupe EBRA a décidé de mettre en place une évaluation carbone de ses fournisseurs afin d'influencer les critères d'achats. Cette évaluation carbone passe notamment par l'envoi d'une charte d'achats durables et d'un questionnaire demandant aux fournisseurs de mesurer et de renseigner leur empreinte carbone.

- Réduction en 2024 de 19% des émissions CO₂ depuis le bilan carbone 2021.
- Réalisation annuelle et volontariste du bilan carbone sur tout le périmètre du Groupe EBRA.
- Coaching carbone avec suivi trimestriel du groupe de travail par un expert externe.
- Présentation du bilan carbone à l'ensemble de l'encadrement (COMEX et CODIRS).
- Information du résultat du bilan carbone à l'ensemble des collaborateurs.
- Mise en place d'un plan de sobriété.

- Mise en place d'enquêtes en ligne, collecte des intensités carbonées des fournisseurs.
- Mesure de l'empreinte carbone réalisée par 53% des fournisseurs.
- Signature de la charte d'achats durables.

ENVIRONNEMENT

2. Énergie

Politiques

Actions 2024

Bâtiment

Pour réduire l'impact de ses consommations énergétiques, le Groupe EBRA s'est engagé à gérer de manière durable son parc immobilier. Cet objectif passe dans un premier temps par la réduction des consommations énergétiques, grâce à la conversion progressive des systèmes d'éclairage en LED, l'amélioration de la performance des systèmes de chaud et de froid, ou encore en le raccord des bâtiments au réseau de chaleur locale et l'installation de pompe à chaleur. Le Groupe EBRA s'est également fixé pour objectif d'augmenter la part d'énergie renouvelable au sein du mix énergétique du groupe, en modifiant ses contrats d'électricité. Enfin, le Groupe EBRA étudie la mise en place de panneaux photovoltaïques sur les parkings de plus de 100 places afin d'augmenter son autoproduction d'énergie renouvelable.

Industrie

EBRA est conscient du rôle prépondérant de l'activité de presse, et plus particulièrement des machines dans les consommations énergétiques. C'est pourquoi, il optimise la maintenance de ses machines pour prévenir les pertes énergétiques. Plus concrètement, EBRA organise des campagnes de recherche de fuite au niveau de l'air comprimé, s'applique à changer les compresseurs pour les renouveler ou installer des compresseurs plus adaptés aux besoins, et veille à mettre en place des variateurs sur les moteurs pour éviter une utilisation à plein régime en permanence. Pour renforcer ces actions, il sensibilise régulièrement les salariés aux écogestes clés.

Logistique

La logistique nécessaire à son activité est une partie non moins importante de l'empreinte carbone du Groupe EBRA. Bien conscient de ces enjeux, le groupe vise à faire de la logistique, une logistique responsable en réduisant les kilomètres entre les fournisseurs amont, la production et la livraison du produit. En somme, EBRA favorise de manière systématique les circuits-courts.

- Consommation électrique divisée par 2 en 15 ans sur les sites de production.
- Installation d'un groupe de froid pour la climatisation et la production d'eau glacée.
- Installation de pompes à chaleur sur les 4 sites de production pour arrêter les chaudières gaz.
- Consommation de gaz en baisse sur les usines.
- 10% de l'électricité consommée par le groupe est issue de panneaux photovoltaïques.
- Centralisation de l'ensemble des contrats du groupe, renégociation des contrats à échéance, signature en fin 2024 de nouveaux contrats d'électricité en énergie renouvelable, dès 2025.

- Campagnes de sensibilisation des salariés menées tout au long de l'année.
- Parcours de formation de maintenance.
- Formation au Lean Management.
- Politique de maintenance préventive.

- Création de la web-série, « [La Presse en Circuit-Court](#) », composée de cinq vidéos courtes et pédagogiques qui démontrent les actions concrètes et mesurables du groupe pour réduire l'empreinte carbone et l'impact environnemental de ses neuf journaux.

Politiques



Actions 2024

Numérique

Le numérique est aujourd'hui omniprésent, qu'il soit pour les activités de bureau ou les activités de diversification du Groupe EBRA. Pour adopter une démarche plus durable, le groupe s'est doté d'un système informatique optimisé grâce à Euro Information, la filiale informatique du groupe Crédit Mutuel actionnaire d'EBRA. Loin de s'arrêter là, le Groupe EBRA déploie sa politique de numérique responsable jusque dans la conception de ses produits numériques, en surveillant et réduisant régulièrement le poids des vidéos, images numériques et de l'ensemble des sites internet. Pour consolider ces actions, le Groupe EBRA sensibilise régulièrement les salariés aux écogestes numériques en effectuant des campagnes.

- Lancement de l'opération « Range ton poste », qui vise à supprimer les fichiers et mails devenus inutiles ou obsolètes, permettant ainsi de réaliser en 2024 la suppression de 945 523 mails et 2 475 330 fichiers.
- Mise en place d'un mode Eco sur le site ebra.fr.
- Tous les Data center d'Euro Information sont certifiés ISO 50001 pour le management de l'énergie et les plus récents sont certifiés Tiers IV Facility, qui correspond au plus haut niveau de résilience pour un data center.

Mobilités des salariés

Dans une démarche globale de réduction des consommations énergétiques, le Groupe EBRA a également déployé des actions visant à réduire l'impact énergétique lié à la mobilité de ses salariés. Le groupe s'est ainsi lancé dans une démarche d'électrification de sa flotte de véhicules afin de responsabiliser l'ensemble de ses collaborateurs dans leurs déplacements. Tout au long de l'année, le groupe sensibilise les salariés aux déplacements pour éviter la voiture et encourager, lorsque cela est cohérent avec le lieu de travail, à prendre le vélo.

- Octroi d'une subvention pour l'achat de vélo électrique.
- Mise en place d'un plan de sobriété.
- Participation aux challenges de mobilité dans nos régions.
- Organisation d'ateliers Fresque du Climat.
- Proposition de bilan carbone personnel.
- Portail de réservation avec une politique de voyage et l'empreinte CO2 affichée.
- Charte d'achat véhicule avec le critère CO2.
- Mise en place de stage d'écoconduite.

	2022	2023	2024	Objectifs 2025
Consommation énergie électrique en KWh	23 743 082	22 476 555	20 712 882	20 000 000
Consommation énergie gaz KWh	7 656 801	7 635 919	6 564 662	6 500 000

ENVIRONNEMENT

E5 - Utilisation de ressources et économie circulaire

Dans le cadre de son engagement envers une transition durable et responsable, le Groupe EBRA intègre les exigences environnementales dans ses pratiques tout le long de sa chaîne de valeur. Consciente de son impact, l'entreprise a déployé des politiques robustes et des actions concrètes dès la sélection de ses matières premières, en établissant des critères d'achats sur ses ressources entrantes. Au niveau de la production de ses activités, EBRA veille à écoconcevoir chacun de ses produits et services, et promeut une économie circulaire en favorisant la réutilisation. Le Groupe EBRA est également particulièrement attentif à la gestion de ses déchets lors de la production de ses produits. Par ces démarches, le groupe réaffirme son engagement à répondre aux attentes des parties prenantes et à contribuer à la préservation de l'environnement.

1. Ressources entrantes

Politiques



Actions 2024

Critères d'achats

L'écoconception des produits du groupe commence dès l'entrée des ressources dans la production. Pour le papier, la labellisation PEFC/FSC est un critère indispensable. Comme mentionné dans la section E1 - Changement climatique, un critère carbone a également été mis en place pour aider à la sélection des fournisseurs. De manière générale, les intrants de l'activité presse sont sélectionnés avec attention de manière durable, en privilégiant l'équipement de seconde main lorsque l'achat de machines est nécessaire et en mettant en place des encres végétales dans les systèmes d'impression.

- 100% du papier labellisé PEFC ou FSC.
- 95% du papier acheté est d'origine recyclée.
- Modernisation des 4 centres d'impression avec un équipement en matériel de seconde main. 100 000 tonnes d'acier neuf économisées grâce au rachat de machines d'occasion.
- Détention du Label Imprim'vert.
- Phase de test volontaire sur les encres végétales du site de production du Progrès (Chassieu).
- Recyclage des plaques par le fournisseur.

2. Ressource sortantes

Politiques



Actions 2024

Politique de sobriété

Écoconcevoir des produits nécessite de gérer ses ressources sortantes. Attentif à cela, le Groupe EBRA a développé une solide politique de sobriété de pagination pour l'activité presse, afin de réduire la quantité de matière utilisée.

- Déploiement de la politique de réduction des formats sur 100% du Groupe EBRA.
- Suivi du respect de la politique de sobriété de la pagination.
- Sensibilisation et formation du personnel.

Gestion de l'eau

Afin de minimiser l'impact environnemental de ses activités industrielles, Le Groupe EBRA s'est engagé dans une utilisation efficace de l'eau nécessaire à l'impression, afin de préserver les ressources naturelles et de se conformer aux réglementations environnementales en vigueur. L'eau utilisée circule ainsi en circuit fermé, et des filtres sont systématiquement installés afin d'éviter toute pollution.

L'impact sur la gestion de l'eau étant concentré sur la production de papier, EBRA projette d'ajouter ce critère dans sa politique d'achat pour le travailler avec les papetiers.

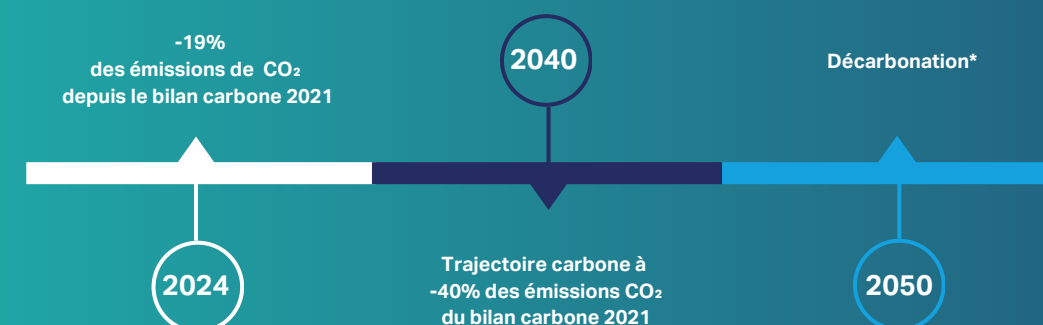
- Acquisition de "filtercleaner" et de "filterclear os", des systèmes de filtration des eaux permettant de traiter et récupérer les 10% d'eaux généralement perdues dans le processus d'impression. Le premier système permet la microfiltration des solutions de mouillage sur les presses rotatives. Tandis que le deuxième assure la standardisation des solutions de mouillage.

Emballages

Réduire l'impact des activités du groupe passe aussi par la réduction de l'utilisation du plastique dans les emballages pour l'activité presse, en remplaçant le plastique par du papier thermoscellant et en passant au papier kraft recyclable pour les paquets programmés.

- 100% des abonnés postaux du groupe reçoivent leur abonnement sous papier thermoscellant.
- 30% des envois en paquets programmés du groupe se font en papier recyclable.

LES AMBITIONS À HORIZON 2050



*Le Groupe EBRA souhaite contribuer à atteindre la neutralité carbone à l'échelle planétaire en mettant tout en œuvre pour réduire son impact interne et pour sensibiliser un maximum ses lecteurs et ses parties prenantes aux enjeux climatiques actuels.

ENVIRONNEMENT

Politiques



Actions 2024

Gestion des invendus et récupération de la matière

Toujours dans une démarche de responsabilisation de son activité, le Groupe EBRA a développé une politique de récupération des invendus auprès des clients de l'activité presse. La logistique inversée permet ainsi d'envoyer les lus, les invendus et les gâches aux papeteries partenaires de proximité, pour les retransformer en papier journal imprimable. Le groupe a atteint l'objectif d'un taux entre 8 et 11 % de gâche. Pour ce faire, le groupe forme les conducteurs d'imprimeries aux bonnes pratiques.

- 7 329 tonnes de papier récupérées au total dont 4 567 tonnes sont retournées à l'une des papeteries du Groupe EBRA, pour garantir qu'ils redeviennent du papier journal.



a. Déchets

Politiques



Actions 2024

Presse

Soucieux de gérer l'impact de ses produits sur l'ensemble de la production, le Groupe EBRA suit et gère l'ensemble de ses déchets. Les déchets dangereux, même si présents en faible quantité, sont identifiés par le groupe et une maintenance préventive des machines a lieu régulièrement. Les eaux usées nécessaires à l'activité de presse sont gérées de manière stricte afin d'éviter tout débordement sur les substances CMR et l'émission de COV.

- 15 000 litres d'eaux chargées en produits lessiviels récoltés et traités par une société de collecte dans le cadre de l'entretien des machines.

Événementiel

Sur la partie événementielle, le groupe a mis en place une politique de réutilisation des anciens décors utilisés. Une politique de gestion des biodéchets est également instaurée sur tous les événements.

- Certification ISO 20121 : 2024 portant sur les systèmes de management responsable appliqués à l'activité événementielle pour EBRA Events. Elle aide les organismes à intégrer de manière transparente les principes de la durabilité dans toutes les facettes de la planification et du déroulement de leurs événements.

Déchets de bureau

Sur la gestion des déchets de bureau, le Groupe EBRA a systématisé le tri et s'est engagé à acheter ses consommables de bureau de manière raisonnable. Enfin, le groupe dématérialise l'ensemble de ses processus en interne afin d'éviter tous déchets non nécessaires.

- Animation théâtralisée de Veolia portant sur la gestion des déchets de bureau.
- Mise en place de l'ensemble des conteneurs afin de trier au plus fin.
- Mise à disposition de composteurs.

	2022	2023	2024	Objectif 2025
Consommation papier journal (tonnes)	39 748	32 999	29 389	28 500
Déchets papier recyclés en circuit court par rapport au total (tonnes)	2 849 papeterie sur 8 662	4 174 papeterie sur 7 706	4 567 papeterie sur 7330	4 750 papeterie sur 7000

SOCIAL



Ancré dans les régions et les territoires, le Groupe EBRA s'appuie sur ses experts pour couvrir l'information locale, nationale et internationale. Pour le groupe de presse, l'humain est sa première richesse. C'est pourquoi l'entreprise met tout en œuvre pour accompagner ses salariés dans leur carrière et leur offrir les meilleures conditions de travail afin de permettre à chacun de s'épanouir pleinement au sein d'une entreprise dynamique et en perpétuelle évolution.

Interview de Delphine MANZANO, Directrice des Ressources Humaines

Cette année a été marquée par de nombreuses initiatives au sein du Groupe EBRA. Quelles sont les grandes réalisations de votre département ?

Delphine MANZANO : Nous avons effectivement eu une année très riche et porteuse de sens. Nos actions se sont concentrées sur des thématiques fortes, notamment l'inclusion, la diversité, et la sensibilisation autour du handicap. En 2024, nous avons établi un partenariat avec l'association La Chance, qui œuvre pour offrir à des personnes en situation de précarité une opportunité d'accéder aux écoles de journalisme. Cela s'inscrit pleinement dans notre mission de promouvoir l'égalité des chances et de renforcer la diversité dans les médias. Nous avons également lancé un appel à projet dédié à la question du handicap auprès de nos collaborateurs, deux projets innovants ont été retenus et financés par le groupe. Comme chaque année, EBRA a participé à la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées (SEEPH) : Duodays, réalisation de vidéos mettant en lumière les témoignages de nos collaborateurs, etc. Ces actions traduisent notre engagement constant envers une culture d'entreprise inclusive et solidaire.

EBRA est en pleine diversification et le groupe a fait l'acquisition de plusieurs sociétés en 2024, comment permettez-vous aux salariés de s'informer sur ces évolutions ?

En septembre nous avons lancé un tout nouvel intranet L'Espace Salariés « EBRA&Nous » permettant de faciliter la communication au sein du groupe. Cet espace permet ainsi aux salariés d'être au fait de l'actualité de l'entreprise et de ses événements, sur l'ensemble de ses territoires et de ses sociétés. Il vise également à développer les parcours de carrière des collaborateurs en proposant des offres de mobilités. Aussi, pour faciliter l'arrivée de nouveaux collaborateurs, nous avons renforcé l'ensemble de nos procédures d'accueil :

les membres du comité exécutif ont réalisé des vidéos de présentation de leurs métiers et de leurs pôles, des rituels dédiés à l'accueil ont été instaurés (petits déjeuners, rapport d'étonnement, points hebdomadaires, etc.),

Un système de parrainage des nouveaux arrivants est aussi proposé. En 2024, nous avons posé les briques pour accompagner le développement et accueillir les nouveaux salariés dans les meilleures conditions.



SOCIAL

S1 - Effectifs de l'entreprise

Le Groupe EBRA a mis en place plusieurs politiques sociales visant à répondre aux enjeux de la stratégie de l'entreprise tout en tenant compte des besoins et des attentes de ses collaborateurs. Le Groupe EBRA a ainsi développé des mesures axées sur la gestion de la diversité, le bien-être au travail, la formation ou encore la santé-sécurité. Ces politiques permettent d'assurer une meilleure qualité de vie au travail, tout en favorisant une évolution harmonieuse des carrières au sein de l'entreprise.

Politiques



Actions 2024

Formation et développement des compétences

Le Groupe EBRA œuvre au quotidien pour développer les compétences des salariés dans un contexte en forte évolution. Pour y parvenir, le groupe agit sur toutes les populations : les managers, les salariés, les journalistes, les représentants du personnel et les jeunes générations. Le dispositif a été renforcé en 2020 avec la création d'EBRA Académie, un organisme interne à disposition des collaborateurs, qui propose des formations sur-mesure, en présentiel ou distanciel pour répondre aux transformations des métiers de la presse et des médias.

Afin de former les futurs journalistes, le Groupe EBRA, en partenariat avec l'Ecole Supérieure de Journalisme (ESJ) de Lille, propose une formation en licence professionnelle en alternance, depuis 2 ans.

- 560 collaborateurs formés, 22 835 heures de formation délivrées par EBRA Académie.
- 14 étudiants diplômés qui ont été alternants au cœur de la rédaction de L'Est Républicain (Nancy) en 2023.



Etudiants de l'ESJ Lille diplômés au siège de l'Est Républicain en 2024



Collaborateurs formés par EBRA Académie en 2023

Politiques



Actions 2024

Santé et sécurité

Pour assurer la sécurité à tous les niveaux, dans les zones de production comme dans les bureaux et les rédactions, EBRA agit pour garantir la sécurité au travail et sensibilise les salariés pour prévenir les risques psychosociaux ou encore les troubles musculosquelettiques. Pour déployer sa stratégie, un comité en charge de la santé au travail a été mis en place. Le groupe déploie également chaque année un baromètre social auprès des salariés.

- 83% des collaborateurs estiment que leur travail correspond à leurs compétences et/ou à leur expérience. (Enquête Positive Company)
- Déploiement d'un outil de sensibilisation au risque routier.
- 100% des équipes projet Events, ayant plus de 12 mois d'ancienneté, formés à la sécurité des spectacles vivants (Formation certifiante de 5 jours.)

Equilibre entre la vie professionnelle et la vie privée

Pour faciliter l'équilibre des temps de vies des salariés et assurer la qualité de vie au travail, un accord « Vivre ensemble au sein de l'entreprise » a été signé en 2021. Il a permis de renforcer les dispositifs d'accompagnement à la vie familiale pour les parents ou les proches aidants, permettant aux salariés concernés de bénéficier de congés au-delà des seuils légaux. Il a également renforcé la possibilité de télétravailler et le droit à la déconnexion.

Printemps de la Qualité de Vie et des Conditions de Travail (QVCT) du 1er mars au 30 juin 2024 :

- 250 salariés se sont connectés à l'application Bodih pour réaliser des exercices d'étirements et de relaxation
- Skillsweek, des formations portant sur la prise de décision, la gestion du stress, la gestion des conflits, etc.



Collaborateurs du groupe participants aux Fresques du Climat.

SOCIAL

Politiques



Actions 2024

Diversité et égalité professionnelle

En matière d'inclusion, le groupe s'engage à garantir l'égalité des chances pour tous et toutes en matière de recrutement, de mobilité, de promotion, de formation et de rémunération, sans aucune discrimination liée à l'origine ethnique, sociale ou culturelle, au genre, à la religion, à l'âge, à l'orientation sexuelle ou à la situation personnelle. Sur le handicap, le Groupe EBRA permet aux collaborateurs d'adapter leur poste de travail en fonction de leurs besoins, sensibilise les équipes grâce à la participation annuelle à la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées (SEEPH) et contribue au Duodays qui permet d'accueillir des personnes en situation de handicap pour leur faire découvrir les métiers du groupe. Sur l'égalité professionnelle, le groupe mesure chaque année les index des entités concernées. Des actions de sensibilisation aux stéréotypes et au sexisme ordinaire sont également organisées.

- Sensibilisation au sexisme ordinaire durant le Printemps de la QVCT.
- Des nouveaux partenariats portant sur le handicap avec les associations La Chance et TREMPLIN Handicap, dont le concours vidéo TousHanscène.
- Appel à projet handicap auprès des salariés EBRA.
- Index d'égalité professionnelle le plus élevé dans le groupe : 98/100.

Sécurité de l'emploi

Dans un marché qui se contracte, le Groupe EBRA veille à maintenir la sécurité de l'emploi de ses salariés grâce à la transformation du modèle d'affaires, au développement des compétences et à la diversification de l'activité.

- Mise en place d'un Espace Salariés regroupant toutes les entités et intégrant toutes les offres de mobilité.

Partage de la valeur

Dans un contexte d'inflation, le Groupe EBRA s'engage à partager la valeur avec les salariés afin de préserver leur pouvoir d'achat. Pour ce faire, le groupe propose un plan d'intéressement et un plan de participation. Des primes exceptionnelles sont également versées.

- Versement de la prime partage de la valeur.



Politiques



Actions 2024

Dialogue social

Le dialogue social est historiquement très important pour le Groupe EBRA. Il permet de garantir une communication fluide dans tous les services et permet aux salariés d'être représentés dans les décisions stratégiques. Le groupe dispose de 18 CSE.

- Renforcement du dialogue social à l'échelle du groupe avec la constitution d'un comité au niveau groupe : un membre de chaque Comité Social et Economique (CSE) est sélectionné pour composer ce nouveau comité.
- Accompagnement des représentants des salariés sur le développement de leur softskills grâce un nouveau parcours EBRA Académie.

	2022	2023	2024	Objectif 2025
Nombre de collaborateurs formés	1 313	1 745	1 951	2 000
Nombre de jours d'absence pour accidents de travail	7 638	6 003	5 106	5 000
Nombre de mobilité internes	38	43	61	70

SOCIAL

S3 - Communautés touchées

Depuis toujours, la mission du Groupe EBRA est d'éclairer ses lecteurs, permettre aux citoyens d'accéder à une information utile, fiable et de qualité. Le groupe s'engage dans le développement de la citoyenneté des individus au travers de l'éducation aux médias, mais aussi grâce à sa couverture territoriale et à sa volonté de rendre accessible l'information à toutes les personnes.

Interview croisée de Gilles CORBINEAU, Directeur Stratégie, Marketing et Développement, et de Xavier ANTOYÉ, Rédacteur en chef

Dans un contexte d'augmentation du risque de désinformation, comment le Groupe EBRA valorise ses contenus et se distingue dans le paysage médiatique ?

Xavier ANTOYÉ : Pour la deuxième année consécutive, le Forum économique mondial estime que la désinformation et la mésinformation sont les principaux risques qui pèsent à court terme sur la cohésion de nos sociétés et leur gouvernance.

La presse a plus que jamais un rôle essentiel dans la vie démocratique. Le Groupe EBRA a la responsabilité d'agir au quotidien pour renforcer la confiance de son audience dans ses contenus et valoriser ceux-ci dans le paysage médiatique français. Dans ce cadre, EBRA est devenu le premier groupe de presse français à obtenir la certification Journalism Trust Initiative (JTI), une certification internationale attestant de ses bonnes pratiques professionnelles et éthiques.

Cette certification, fondée sur plus de 130 critères exigeants, est appliquée à tous les titres du groupe et reflète son engagement en faveur de la transparence et de l'éthique. La désinformation progresse aussi par la puissance exponentielle de l'intelligence artificielle. Nous devons défendre l'information avec les mêmes moyens que ceux qui l'abiment.

Mais nous devons le faire dans un cadre éthique et transparent pour nos équipes et nos audiences. Pour cela, le groupe s'est doté d'une charte de l'utilisation de l'intelligence artificielle qui encadre ses usages à venir. Enfin, le Groupe EBRA met un accent fort sur la formation des journalistes en partenariat avec des écoles de journalisme. Ces dispositifs visent à développer des compétences pour élaborer une offre éditoriale pertinente et de haute qualité, adaptée aux attentes des lecteurs.

Quels mécanismes mettez-vous en place pour mesurer la satisfaction de l'audience et comprendre leurs attentes ? Comment le Groupe EBRA répond-il aux nouvelles façons de consommer l'information ?

Gilles CORBINEAU : Le Groupe EBRA a mis en place une stratégie renforcée pour mieux comprendre les attentes de ses lecteurs et adapter ses contenus en conséquence. Cet engagement repose sur une collaboration étroite entre le marketing éditorial et les rédactions, avec pour objectif de valoriser les contenus les plus attendus par l'audience. Cette démarche s'appuie sur le suivi des habitudes de navigation des abonnés, l'analyse du nombre de vues par article et la prise en compte des centres d'intérêt déclarés par les lecteurs.

EBRA met également un point d'honneur à mesurer la satisfaction de ses lecteurs. Ainsi, le groupe mène régulièrement des études approfondies en partenariat avec des instituts spécialistes en étude de marchés, permettant notamment de calculer et de suivre le Net Promoter Score (NPS). En parallèle, un centre d'appels centralise l'ensemble des retours des lecteurs. Enfin, les abonnés et lecteurs ont la possibilité de remplir des questionnaires de satisfaction spécifiques aux titres, permettant au groupe de recueillir des opinions sur des sujets précis.



SOCIAL

1. Développement de la citoyenneté des individus

Politiques



Actions 2024

Éducation aux médias

Les titres du Groupe EBRA s'investissent activement auprès des jeunes générations afin de contribuer à leur éveil et à leur éducation aux médias. Cet engagement se reflète à travers des actions concrètes, telles que l'organisation de visites pour découvrir le fonctionnement d'un média, l'accès aux coulisses de la production de l'information, la création de journaux scolaires en partenariat avec les établissements, ainsi que des interventions en classe, réalisées par des journalistes. Ces initiatives visent à sensibiliser les jeunes au rôle des médias et à développer leur esprit critique face à l'information.

- Participation à la 30ème édition de Journaliste d'un jour (J1J), organisée par les DNA et L'Alsace pour permettre à des lycéen(e)s de se mettre dans la peau de journalistes : rédaction, illustration, tournage et montage de vidéos
- Participation à la Semaine de la Presse et des Médias à l'École® (SPME) qui permet aux élèves d'apprendre à mieux décrypter l'univers des médias et de comprendre ses enjeux culturels et démocratiques.
- Obtention d'un prix national et international dans le cadre du concours "Jeunes Reporters de l'Environnement" par des adolescents accompagnés durant un an par des journalistes du groupe.

Couverture territoriale

Le Groupe EBRA affirme son engagement de transmission de l'information en veillant à avoir une couverture la plus complète et étendue. Cette démarche repose sur un équilibre économique permettant de soutenir des éditions à forte audience tout en continuant à publier celles générant de faibles revenus, dans le but de préserver l'accès à l'information partout sur le territoire. En outre, le groupe manifeste une volonté claire de couvrir les « zones blanches » afin de garantir une vie citoyenne et démocratique active.

- 23 départements couverts par les titres du Groupe EBRA.
- Le groupe diffuse près de 800 000 exemplaires chaque jour et attire 18,7 millions de visiteurs uniques par mois sur ses plateformes numériques.

2. Accessibilité et diversification des contenus

Politiques



Actions 2024

Diversification des supports pour transmettre l'information

Permettre l'accessibilité et la diversification des contenus est un axe de développement clé pour le Groupe EBRA. Il mise également sur une diversification de ses supports pour transmettre l'information tout en s'adaptant aux nouvelles habitudes de consommation de ses audiences. Cette diversification inclut une montée en puissance de l'audiovisuel et du numérique, permettant de toucher un public plus large et de proposer des formats innovants. En parallèle, le groupe élargit ses thématiques pour répondre aux attentes variées de ses lecteurs, en abordant des sujets diversifiés et plus adaptés aux enjeux de la société. L'évènementiel est par ailleurs un axe clé de développement, et permet au Groupe EBRA de créer des occasions d'échange et de proximité avec son audience, tout en renforçant son ancrage territorial et son rôle de média engagé.

Acquisitions récentes :

- Humanoid, qui rassemble deux médias spécialistes du numérique, « Frandroid » et « Numerama », ciblent un lectorat plus jeune et curieux des dernières avancées techniques et sociétales.
- Le Groupe EBRA lance, avec 5 autres acteurs majeurs de la presse régionale, DIVERTO, le futur de la presse TV, écrans et divertissement.
- En 2022, le Groupe EBRA annonce une prise de participation dans KCIOP, société d'évènementiel spécialisée dans la production de grands évènements sportifs outdoor. En 2023, le Groupe EBRA annonce le rachat de LIVEVENT, société d'évènementiel spécialisée dans la production de challenges multisport interentreprises.
- En 2024, Gens d'Événement, LEO, La Fabrique des Castors et Davai ont également rejoint EBRA Events.

Accessibilité de l'information à toutes les personnes

Enfin, le Groupe EBRA veille à garantir l'accessibilité et la diversification de ses contenus en s'engageant à rendre l'information accessible à toutes les populations et en développant des solutions inclusives adaptées aux besoins spécifiques des abonnés. Pour les personnes en situation de handicap, le groupe propose des outils comme Vocale Presse et le format DAISY, permettant une meilleure accessibilité aux contenus éditoriaux. Le Groupe EBRA déploie en parallèle des initiatives pour capter l'attention des jeunes générations en leur proposant des offres préférentielles. Cet engagement vise à démocratiser l'accès à l'information et à sensibiliser un public plus large à l'importance du rôle des médias dans la société.

- Lancement d'une offre pour les jeunes en partenariat avec la banque Crédit Mutuel. A fin décembre 2024, le nombre d'abonnés était de 16 249, répartis entre les différents titres.
- Opération « Les jeunes, l'Europe et le Président » lancé par les 9 titres permettant à 12 jeunes européens d'échanger avec le Président Emmanuel Macron. Ce projet de 8 mois a été suivi par au total de 12 000 abonnés sur le compte TikTok, créé à cet effet, de 10 000 personnes sur le groupe Whatsapp ainsi que des vidéos pouvant cumuler entre 100 000 et 500 000 vues.

	2022	2023	2024	Objectif 2025
Nombre de lycéens participants à l'opération J1J	600	600	600	600

SOCIAL

S4 - Consommateurs et utilisateurs finaux

Le Groupe EBRA s'engage à transmettre ses expertises et ses valeurs aux publics qui lui sont historiquement proches, notamment ses abonnés et ses partenaires, en développant des contenus et des campagnes publicitaires plus responsables, tout en valorisant le tissu économique local de l'Est de la France.

1. Indépendance journalistique et qualité de l'information

Politiques



Actions 2024

Liberté d'expression et indépendance de la presse

Indépendance financière :

Le Groupe EBRA affirme son indépendance financière grâce à son appartenance exclusive au Crédit Mutuel Alliance Fédérale, qui détient 100 % de ses parts. Cette autonomie permet au groupe de fonctionner sans subir de pression économique extérieure, assurant ainsi la liberté de ses décisions stratégiques et opérationnelles.

Indépendance éditoriale :

Le Groupe EBRA garantit son indépendance éditoriale en s'appuyant sur des pratiques fondées sur l'intégrité et la vérification systématique des informations publiées. Cet engagement vise à prévenir toute influence extérieure susceptible d'altérer la qualité et la véracité des contenus éditoriaux.

La loi de 1881 sur la liberté de la presse constitue le cadre légal principal en France pour protéger les journalistes. Néanmoins, ces derniers peuvent être confrontés à divers défis dans l'exercice de leur profession. Le Groupe EBRA met tout en œuvre pour soutenir ses équipes éditoriales et défendre activement la liberté d'expression. Bien que le directeur de publication soit juridiquement responsable en premier lieu, le journaliste ayant rédigé un contenu peut également être poursuivi. Pour garantir leur protection, le groupe collabore avec des avocats spécialisés en droit de la presse, assurant une défense solide en cas de litige.

En complément des dispositions prévues par la loi de 1881, le Groupe EBRA a obtenu le label Journalism Trust Initiative (JTI). Ce label renforce les standards éthiques et les bonnes pratiques au sein du groupe, tout en offrant une protection juridique supplémentaire. Cette double articulation, entre cadre légal et engagement volontaire, permet au Groupe EBRA de consolider sa position en tant qu'acteur responsable de la presse quotidienne régionale.

En s'engageant dans ces différentes initiatives, EBRA démontre son attachement profond à la liberté d'expression et à l'intégrité de ses contenus, valeurs fondamentales qui guident l'ensemble de ses activités.

- Le Groupe EBRA a obtenu la certification Journalism Trust Initiative (JTI). Ce certificat renforce les standards éthiques et les bonnes pratiques au sein du groupe, tout en offrant une protection juridique supplémentaire. Cette double articulation, entre cadre légal et engagement volontaire, permet au Groupe EBRA de consolider sa position en tant qu'acteur responsable de la presse quotidienne régionale.
- Le groupe relance l'obtention de la certification pour les années à venir.

Politiques



Actions 2024

Certification JTI pour apprécier la transparence et le respect des standards d'éthique et de déontologie de médias d'information

Le Groupe EBRA se distingue en devenant le premier groupe de presse français à obtenir la certification internationale Journalism Trust Initiative (JTI). Cette certification repose sur un mécanisme développé par 130 experts internationaux, visant à valoriser les pratiques journalistiques éthiques et professionnelles. Reconnue dans 70 pays et recommandée par la Commission Européenne, la JTI constitue un gage de crédibilité et de fiabilité. Grâce à cette distinction, le Groupe EBRA renforce son engagement envers la qualité des informations diffusées par ses titres, consolidant ainsi sa position de leader dans le paysage de la presse française.

- 100% des titres du Groupe EBRA ont obtenu la certification JTI après une phase d'audit menée par un organisme indépendant .

Formation des journalistes

La qualité des contenus éditoriaux du Groupe EBRA est soutenue par une politique de formation structurée, reposant sur des partenariats stratégiques avec des écoles de journalisme. Grâce à cette initiative, les journalistes en formation bénéficient d'une immersion directe dans un environnement professionnel, ce qui leur permet de développer des compétences en adéquation avec les spécificités locales et les exigences du métier. Ce dispositif contribue non seulement à la montée en compétence des nouveaux talents, mais également à garantir des contenus de grande qualité, conformes aux standards élevés du Groupe EBRA.

- 14 journalistes formés par l'académie interne EBRA Académie en alternance dans le cadre du partenariat de l'ESJ Lille en 2023.
- 12872 heures de formation pour les journalistes.
- 68 collaborateurs formés à la formation SAMSA .

Utilisation de l'Intelligence Artificielle dans les rédactions

L'Intelligence Artificielle intervient également dans le processus de production afin de permettre une expérience optimale des lecteurs et abonnés. Les journalistes sont ainsi accompagnés par l'IA dans leur recherche documentaire et dans l'analyse des sources. L'IA intervient également en effectuant tout un travail de relecture des articles et autres contenus. Enfin l'IA peut servir à effectuer de la production de contenus et la qualité de l'information est dans ce cas assurée par la relecture et la validation d'un journaliste.

- Mise en place d'une charte sur l'utilisation de l'IA .
- Veille et expérimentations des usages.
- Obtention du Trophée de la meilleure innovation tech contenu et diffusion pour son expérimentation de l'IA dans toutes ses rédactions.

SOCIAL

2. Pratiques de commercialisation responsables

Politiques



Actions 2024

Satisfaction des abonnés

Le Groupe EBRA a mis en place un ensemble de processus rigoureux pour suivre et analyser la satisfaction de ses lecteurs de manière approfondie. Ces initiatives comprennent des enquêtes régulières, la collecte de retours d'expérience via divers canaux et des échanges fréquents avec les lecteurs. Ces interactions permettent au groupe de rester en contact direct avec son audience et de mieux comprendre leurs attentes et préférences.

Pour approfondir cette analyse, des études spécifiques sont menées tous les deux à trois ans en collaboration avec IPSOS, notamment pour cerner les attentes des jeunes lecteurs. En complément, l'outil MyFeedback permet de recueillir régulièrement les avis des lecteurs à travers des questionnaires en ligne et d'évaluer leur satisfaction globale grâce au Net Promoter Score (NPS). Par ailleurs, un centre d'appels, opéré par le Crédit Mutuel Alliance Fédérale, est également mobilisé pour collecter l'ensemble des retours des lecteurs. Ces dispositifs témoignent de l'engagement d'EBRA à répondre aux attentes de son audience tout en renforçant la qualité de ses contenus et services.

Écoute des besoins des annonceurs

Le Groupe EBRA accorde une attention particulière aux besoins de ses annonceurs, car ces derniers jouent un rôle central dans la pérennité économique et le dynamisme de ses activités. Pour comprendre leurs besoins, le groupe mène des enquêtes régulières et organise des rencontres personnalisées avec les annonceurs afin d'échanger sur leurs objectifs et leurs attentes. EBRA innove en proposant des formats publicitaires diversifiés, incluant des contenus natifs, des campagnes digitales et des solutions multimédia, permettant aux annonceurs d'atteindre efficacement leurs audiences.

- Pour renforcer le lien avec le lecteur, le Groupe EBRA organise les "Face aux lecteurs", qui mettent en scène une célébrité avec un lecteur sur un plateau de journal. Le but de ce projet est d'axer aussi bien l'émission sur la célébrité que sur le ressenti du lecteur.
- Un Comité de lecteurs a été mis en place au Dauphiné Libéré afin de prendre en compte l'avis des lecteurs sur certains sujets. La charte graphique du journal a ainsi été refaite en tenant compte de l'avis des abonnés.
- Enquête RSE annuelle auprès des lecteurs.

- Enquête RSE annuelle auprès des annonceurs.
- Diffusion d'une newsletter RSE bimestrielle.

3. Protection des données professionnelles et personnelles

Politiques



Actions 2024

Menaces de cyber attaques, et Digital Operational Resilience Act (DORA)

Afin de garantir la protection des données professionnelles, le Groupe EBRA accorde une attention particulière à la sécurité numérique pour protéger ses activités contre les menaces croissantes de cyberattaques. Dans ce contexte, des mesures rigoureuses ont été mises en place pour garantir la résilience opérationnelle, en conformité avec les exigences du DORA. Les postes de travail bénéficient d'une protection avancée grâce à l'utilisation généralisée de l'authentification à double facteur, au chiffrement des disques et à l'accès sécurisé aux serveurs via une passerelle dédiée. Ces dispositifs permettent de renforcer la sécurité des données sensibles et des infrastructures critiques.

De plus, le groupe applique systématiquement le protocole HTTPS pour sécuriser les échanges en ligne et utilise le Single Sign-On (SSO) sécurisé pour faciliter et protéger l'authentification des utilisateurs.

Gestion des données personnelles (RGPD)

S'agissant des données personnelles, le Groupe EBRA met en œuvre une gestion rigoureuse des données afin d'assurer sa conformité avec le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). Une cellule dédiée au RGPD a été mise en place, avec un système décentralisé pour traiter les demandes liées au droit à l'oubli, et ce dispositif permet de répondre efficacement aux requêtes tout en respectant les obligations légales.

Le Groupe EBRA veille également à garantir un équilibre entre le droit à l'information et le respect de la vie privée en utilisant des tableaux de bord de suivi des demandes, appuyés par des règles validées par la CNIL. La gestion des cookies est centralisée via une plateforme de consentement conforme aux normes IAB TCF V2 et des rapports sont construits de manière hebdomadaire afin de vérifier la conformité des pratiques en matière de protection des données.

Ces actions sont renforcées par la collaboration étroite entre le Délégué à la Protection des Données (DPO) dédié à la presse et le DPO du groupe CM-CIC. La coordination de deux DPO garantit une approche cohérente et alignée sur les exigences réglementaires.

- Le dispositif de résilience opérationnelle numérique déployé par le Groupe EBRA s'accompagne notamment d'une charte Utilisateurs que chaque abonné se doit d'accepter s'il souhaite naviguer sur les sites web du groupe médiatique.

- Depuis 2021, le DPO reçoit en moyenne 3 500 sollicitations par an.
- Tout le personnel est formé au RGPD depuis 2020.
- Le groupe bénéficie de la certification ISO 27001 du Crédit Mutuel Alliance Fédérale, attestant de la sécurité et de la robustesse des systèmes d'information.

Satisfaction globale des abonnés

2022	80,93%
2023	81,28%
2024	82,23%
Objectif 2025	85%

GOVERNANCE



La gouvernance d'entreprise joue un rôle central dans la mise en œuvre et le suivi des engagements en matière de responsabilité sociétale. Pour le Groupe EBRA, acteur majeur de la presse, cette gouvernance s'articule autour de principes solides et d'initiatives concrètes qui répondent aux enjeux éthiques, environnementaux et réglementaires. Loin de se limiter à une simple conformité, le Groupe EBRA adopte une approche proactive pour garantir une conduite éthique et responsable de ses affaires, tout en répondant à ses propres enjeux sectoriels que sont l'indépendance financière et la qualité de contenus.

Interview de Pauline Maitre, Directrice Administrative et Financière

Comment le Groupe EBRA conduit-il l'éthique de ses affaires ?

Pauline MAITRE : Dans le cadre de son engagement en matière de RSE, le Groupe EBRA adopte une démarche ambitieuse pour garantir une gouvernance exemplaire. L'entreprise a intégré les principes fondamentaux de la loi Sapin II en matière d'éthique des affaires et de lutte contre la corruption, notamment par la mise en œuvre d'un code de conduite ainsi que de règles et procédures déontologiques. Ces mesures visent à promouvoir la transparence, l'intégrité et la responsabilité au sein de l'ensemble des activités, tout en assurant un strict respect des normes légales et des attentes sociétales. Elles passent notamment par la prévention des risques de corruption à travers un dispositif bien formalisé, qui a été amélioré en 2024.



Quels ont été les grands chantiers de 2024 pour renforcer les dispositifs du groupe en matière d'éthique des affaires du Groupe EBRA ?

En 2024, trois chantiers majeurs ont marqué l'engagement du groupe en matière d'éthique des affaires et de conformité. Tout d'abord, la charte des achats responsables a été déployée sur l'ensemble des activités. Par ailleurs, le dispositif de signalement a été considérablement renforcé. Le délai d'accusé de réception des signalements a été réduit pour passer de quatorze jours à seulement sept jours, reflétant un souci accru d'efficacité et de réactivité. Une campagne de sensibilisation a également été menée auprès de la communauté des référents déontologiques Sapin II, comprenant six référents locaux qui couvrent désormais l'ensemble du groupe.

Enfin, la mise en place d'une politique structurée sur les cadeaux et invitations a permis d'approfondir les efforts en matière de transparence et de lutte contre les risques de fraude et de conflits d'intérêts. Cette politique, destinée à répondre efficacement aux risques identifiés, a conduit à l'enrichissement du code de conduite et à l'harmonisation des règles applicables à tout le groupe. En collaboration avec le DPO et en impliquant la gouvernance, un formulaire a été créé pour la déclaration systématique des cadeaux et invitations. Cette initiative vise à garantir une transparence totale et à prévenir toute suspicion de pratiques frauduleuses ou conflictuelles.



GOVERNANCE

G1 - Conduite des affaires

Le Groupe EBRA a mis en place des politiques ambitieuses pour encadrer ses relations avec ses partenaires et fournisseurs, en intégrant des critères sociaux, environnementaux et économiques dans ses processus de sélection. Ces initiatives reflètent une volonté d’assurer une transparence accrue dans ses pratiques et de promouvoir des comportements responsables tout au long de sa chaîne de valeur. Ces engagements s’inscrivent pleinement dans un cadre réglementaire renforcé et en constante évolution.

1.Éthique des affaires : protection des lanceurs d’alerte et lutte contre la corruption

Politiques



Actions 2024

Prévention des risques de corruption sur la chaîne de valeur

Pour gérer ses affaires de manière éthique, le Groupe EBRA s’engage à garantir une vigilance de qualité tout au long de sa chaîne de valeur en mettant en œuvre le processus « Know Your Supplier » (KYS). Ce dispositif, encadré par la loi Sapin II et la loi relative au devoir de vigilance, impose une diligence raisonnable continue envers les fournisseurs. L’objectif est d’identifier et de gérer les risques liés à la corruption, aux violations des droits humains et aux atteintes à l’environnement. En adoptant cette approche, EBRA s’assure que ses partenaires respectent des normes éthiques strictes, renforçant ainsi l’intégrité et la responsabilité sociale de l’entreprise.

- Formation de l’ensemble des collaborateurs sur les sujets de corruption.
- Audit par l’actionnaire tous les 4 ans.

Politique éthique et déontologique

Le Groupe EBRA déploie une politique éthique et déontologique à l’échelle de l’ensemble de ses entités. Il s’engage à respecter le cadre législatif et déontologique du journalisme, en assurant le pluralisme, l’indépendance et la confidentialité des informations. Pour guider les pratiques de ses collaborateurs, le groupe a instauré un code de conduite qui met en avant des valeurs essentielles telles que le professionnalisme, la lutte contre les discriminations et la probité. Ce code établit également des procédures claires pour prévenir la corruption et les conflits d’intérêts. De plus, les collaborateurs occupant des postes sensibles bénéficient de directives renforcées afin de promouvoir un journalisme éthique et responsable.

- Nouvelle procédure d’alerte renforcée mise en place en 2024.

2. Gestion des relations avec les fournisseurs

Politiques



Actions 2024

Achats responsables

Le Groupe EBRA s’engage à gérer ses relations fournisseurs dans une démarche d’achats responsables, en cohérence avec ses engagements RSE. Pour garantir la transparence de ses pratiques, le groupe a formalisé une charte des achats responsables, qui établit des règles éthiques, sociales et environnementales. Des critères rigoureux guident la sélection des fournisseurs : pour les achats de papier, les labellisations environnementales PEFC et FSC, assurant une gestion durable des forêts, et le critère carbone, favorisant les partenaires engagés dans la réduction de leur empreinte écologique. La proximité géographique est également un critère clé, permettant de limiter les émissions liées au transport tout en soutenant l’économie locale. En structurant ainsi ses pratiques, le Groupe EBRA réduit son impact environnemental, contribue à une chaîne d’approvisionnement durable et renforce la confiance avec ses parties prenantes, consolidant ainsi sa position d’acteur exemplaire dans le secteur de la presse.

- Mise en place d’un scoring fournisseur sur l’empreinte carbone. 53% des fournisseurs industriels ont ainsi mesuré leur empreinte carbone.
- Déploiement d’un processus de sélection des fournisseurs de l’activité événementielle intégrant des critères de durabilité.

	2022	2023	2024	Objectif 2025
Nombre de collaborateurs déjà formés à l’anti corruption	2 149	2 571	2 680	2 800

MÉTHODOLOGIE DE CONSTRUCTION DU RAPPORT

Pour cette première édition de son rapport de durabilité, le Groupe EBRA présente le bilan de sa stratégie ESG à fin 2024 ainsi que ses perspectives d'avenir, illustrant son engagement et sa performance à long terme au service de ses parties prenantes.

Ce rapport a été construit en intégrant les principes de la directive relative à la publication d'informations en matière de durabilité par les entreprises, ou également appelée directive 2022/2464 CSRD.

Il vise à couvrir l'ensemble des entités, contrôlées par le Groupe EBRA et consolidées selon la méthode de l'intégration globale.

La Direction en charge de l'Industrie, des Achats et de la RSE, qui a piloté la construction de ce rapport, tient à remercier l'ensemble de ses parties prenantes internes et externes pour leurs contributions. Elle remercie notamment les équipes de la Direction Administrative et Financière, la Direction Stratégie, Marketing et Développement, la Direction Communication, la Direction des Ressources Humaines, les Directions des titres, les rédactions, la Direction EBRA Events, la Direction EBRA Services et la Direction informatique Euro-Information.

Le Groupe EBRA remercie également les équipes de l'Institut Mutualiste pour l'Environnement et la Solidarité de son actionnaire, Crédit Mutuel Alliance Fédérale, pour leur précieuse contribution aux travaux.



TABLEAUX DES INDICATEURS

Libellé indicateur	Unité d'expression	Valeur
Ressources entrantes		
Poids total des produits et des matières techniques et biologiques utilisés au cours de la période de référence (papier presse)	Tonnes	29 389
Pourcentage de matières biologiques utilisées (et de biocarburants utilisés à des fins non énergétiques)	Pourcentage	98
Poids total des composants secondaires réutilisés ou recyclés, des produits intermédiaires secondaires et des matériaux secondaires utilisés pour fabriquer les produits et services de l'entreprise (y compris les emballages, encre + plaques)	Tonnes	713
Pourcentage de composants secondaires réutilisés ou recyclés, de produits intermédiaires secondaires et de matériaux secondaires	Pourcentage	94
Ressources sortantes		
Emissions de CO2e par exemplaire	gCO2eq/exemplaire (2023)	243,23
Taux de matériaux recyclés dans les produits finis	Pourcentage	94
Taux de matériaux recyclés dans les emballages		100

Libellé indicateur	Unité d'expression	Valeur
Déchets dangereux		
Déchets dangereux recyclés	Tonnes	0
Déchets dangereux incinérés		118
Déchets dangereux éliminés par un autre moyen		27
Sous-total déchets dangereux (A)	Tonnes	144
Déchets non dangereux		
Déchets non dangereux recyclés	Tonnes	7 330
dont déchets recyclés directement en papeteries		4 500
Déchets non dangereux incinérés avec valorisation énergétique		181
Déchets non dangereux éliminés par un autre moyen		50
Sous-total déchets non dangereux (B)	Tonnes	7 561
Total des déchets dangereux et non dangereux (A+B)		7 706
Déchets non recyclés		376
Pourcentage de déchets non recyclés	Pourcentage	5

TABLEAUX DES INDICATEURS

Libellé indicateur	Unité d'expression	Valeur
Consommations		
Consommation d'eau (m3)	m3	20 298
Consommation d'énergie électrique	Kwh	20 712 882
Consommation d'énergie gaz - gaz en réseau		6 564 662
Consommation d'énergie gaz - gaz en citerne	Litres	900
Consommation d'énergie fioul	Kwh	17 138
Réseaux urbains vapeur d'eau		713 000
Réseaux urbains eau glacée		90 000
Emissions fugitives de gaz frigorigènes	Kg de gaz frigo	141
Consommation totale de papier bureau à usage interne et externe	Tonnes	119
Papier usagé recycle en sortie (déchet)		22
Papier journal labellisé		29 389
Dont papier journal d'origine recyclé		27 321

Libellé indicateur	Unité d'expression	Valeur
Plaques en aluminium	Tonnes	266
Encres journaux et imprimés		447
Emballages		273
Papier économisé - Journal numérique		4 278
Déplacements		
Flotte automobile de l'entité - Véhicules électriques	Kilomètres	112 527
Flotte automobile de l'entité - Véhicules hybrides auto rechargeables		650 804
Flotte automobile de l'entité - Véhicules hybrides rechargeables		714 071
Flotte automobile de l'entité - Véhicules essence		11 849 259
Flotte automobile de l'entité - Véhicules gasoil		8 262 498
Flotte automobile de l'entité - Véhicules de services, fonction et direction - moteur électrique	Numérique entier	12
Flotte automobile de l'entité - Véhicules de services, fonction et direction - moteur essence		418

TABLEAUX DES INDICATEURS

Libellé indicateur	Unité d'expression	Valeur
Flotte automobile de l'entité - Véhicules de services, fonction et direction - moteur gasoil	Numérique entier	361
Flotte automobile de l'entité - Véhicules de services, fonction et direction - moteur hybride auto rechargeables		57
Flotte automobile de l'entité - Véhicules de services, fonction et direction - moteur hybride rechargeable		27
Transport pour la diffusion des journaux	Tonnes	28 295
Transport par La Poste		1 612
Nombre de visioconférences	Numérique entier	233
Durée totale des visios	Heures	339
Déplacement pro - Avion - Hors agences de voyages	Kilomètres	193 970
Déplacement pro - Train - Hors agences de voyages		957 059
Déplacement professionnel – Véhicule personnel thermique		6 917

Libellé indicateur	Unité d'expression	Valeur
Gouvernance		
Nombre de femmes dans le Conseil d'administration de la structure	Numérique entier	14
Nombre d'hommes dans le Conseil d'administration de la structure		40
Nombre de membres dans le Conseil d'administration dont l'âge est < 40 ans		1
Nombre de membres dans le Conseil d'administration dont l'âge est compris entre 40 et 49 ans		2
Nombre de membres dans le Conseil d'administration dont l'âge est compris entre 50 et 59 ans		21
Nombre de membres dans le Conseil d'administration dont l'âge est compris entre 50 et 59 ans		21
Nombre de membres dans le Conseil d'administration l'âge est >= 60 ans		30

TABLEAUX DES INDICATEURS

Libellé indicateur	Unité d'expression	Valeur
Social		
Effectif total inscrit	ETP	3 445
Effectif total inscrit	PPH	5 096
Nombre de salariés permanents inscrits - Homme		2 493
Nombre de salariés permanents inscrits - Femme		2 186
Nombre de salariés temporaires inscrits - Homme		222
Nombre de salariés temporaires inscrits - Femme		195
Nombre de salariés de moins de 25 ans à 60 ans et plus (Hommes et Femmes) :		
<		

Libellé indicateur	Unité d'expression	Valeur
Nombre de salariés cadre - Homme	PPH	1200
Nombre de salariés cadre - Femme		954
Nombre de salariés en situation de handicap		33
Nombre de salariés ayant participé à des évaluations dans l'année de leurs performances et du développement de leur carrière - Homme		1221
Nombre de salariés ayant participé à des évaluations dans l'année de leurs performances et du développement de leur carrière - Femme		1240
Nombre d'évaluations prévues par l'encadrement - Homme		1221
Nombre d'évaluations prévues par l'encadrement - Femme		1240
Nombre d'heures totales de formation - Homme	Heures	10362
Nombre d'heures totales de formation - Femme		12473
Montant investi dans la formation - Homme	Euros	532745
Montant investi dans la formation - Femme		673415
Taux de salariés couverts par une convention collective	Pourcentage	100

TABLEAUX DES INDICATEURS

Libellé indicateur	Unité d'expression	Valeur
Nombre de CSE qui couvrent le périmètre du groupe EBRA	Numérique entier	18
Nombre de salariés couverts par des représentants des salariés	PPH	5 040
Départs volontaires		369
Licenciements		130
Départs à la retraite		128
Départs pour cause de mobilité		49
Taux de salariés couverts par un système de gestion de la santé et de la sécurité fondé sur des exigences légales et (ou) des normes ou des lignes directrices reconnues	Pourcentage	100
Taux d'absentéisme		6,32
Nombre de décès au sein de la propre main-d'œuvre à la suite d'accidents du travail et de problèmes de santé liés au travail	Numérique entier	0
Nombre de décès résultant d'accidents du travail et de maladies professionnelles d'autres salariés travaillant sur les sites de l'entreprise		0
Nombre d'accidents du travail enregistrables pour le propre personnel		71

Libellé indicateur	Unité d'expression	Valeur
Nombre de cas de maladies professionnelles enregistrables chez les employés	Numérique entier	3
Taux de jours perdus pour causes professionnelles		0,5%
Nombre de salariés déjà formés à l'éthique des affaires	ETP	2 680
Effectif stagiaires		16
Effectif alternants		140
Nombre de salariés ayant suivi au moins une formation au cours de l'année	PPH	1 951
dont salariés formés via l'académie interne EBRA Académie		560
dont journalistes formés à la qualité de l'information*		950
Nombre d'abonnés répondants (enquête Positive Company)	Numérique entier	13 090
Pourcentage d'abonnés satisfaits (enquête Positive Company)	Pourcentage	82

**La formation à la qualité de l'information s'entend en complément de la formation initiale dispensée par les écoles de journalismes visant à produire une information de qualité et en conformité avec la déontologie de la profession.*



Conception et réalisation : Direction RSE et Direction Communication du Groupe EBRA.