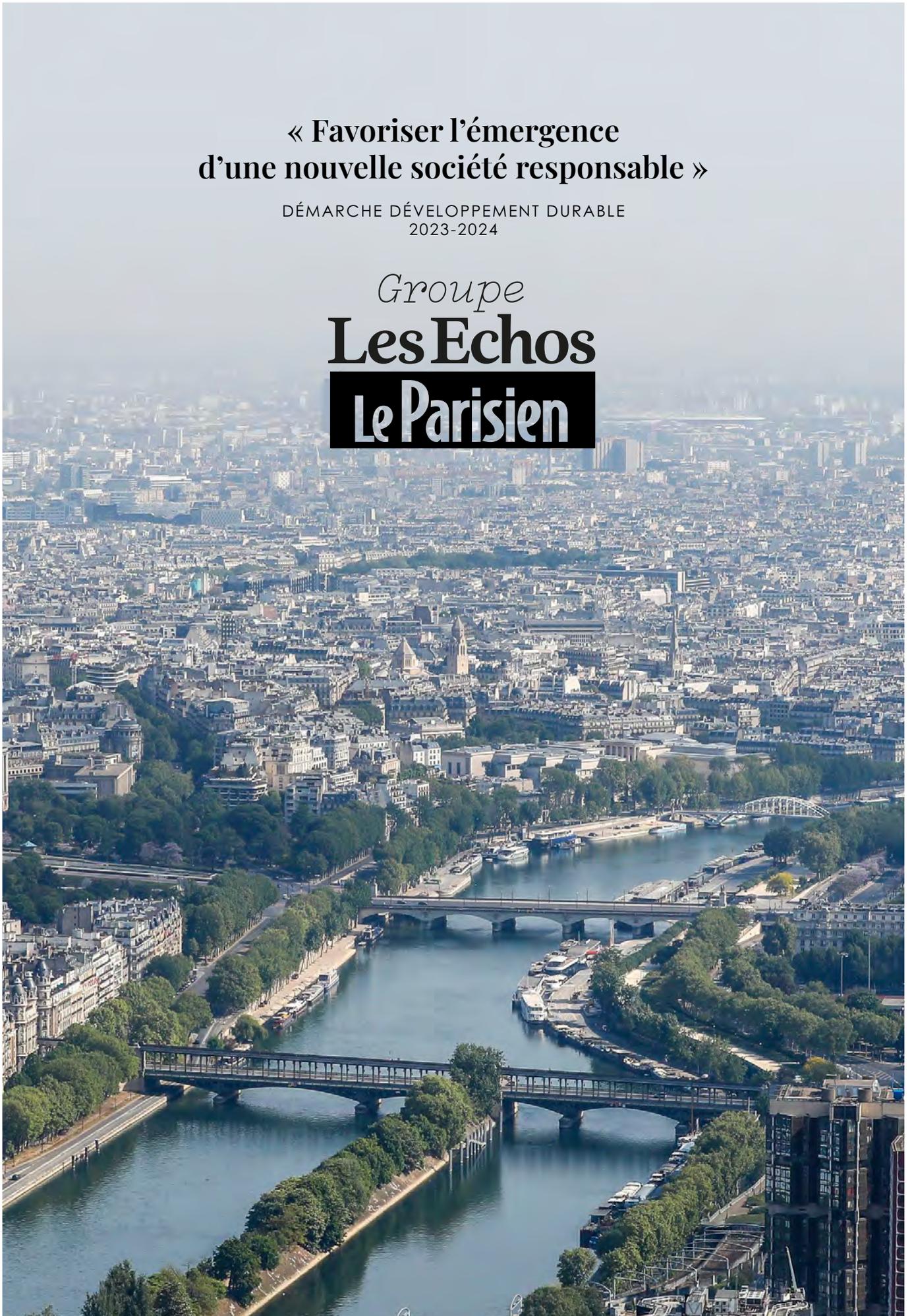
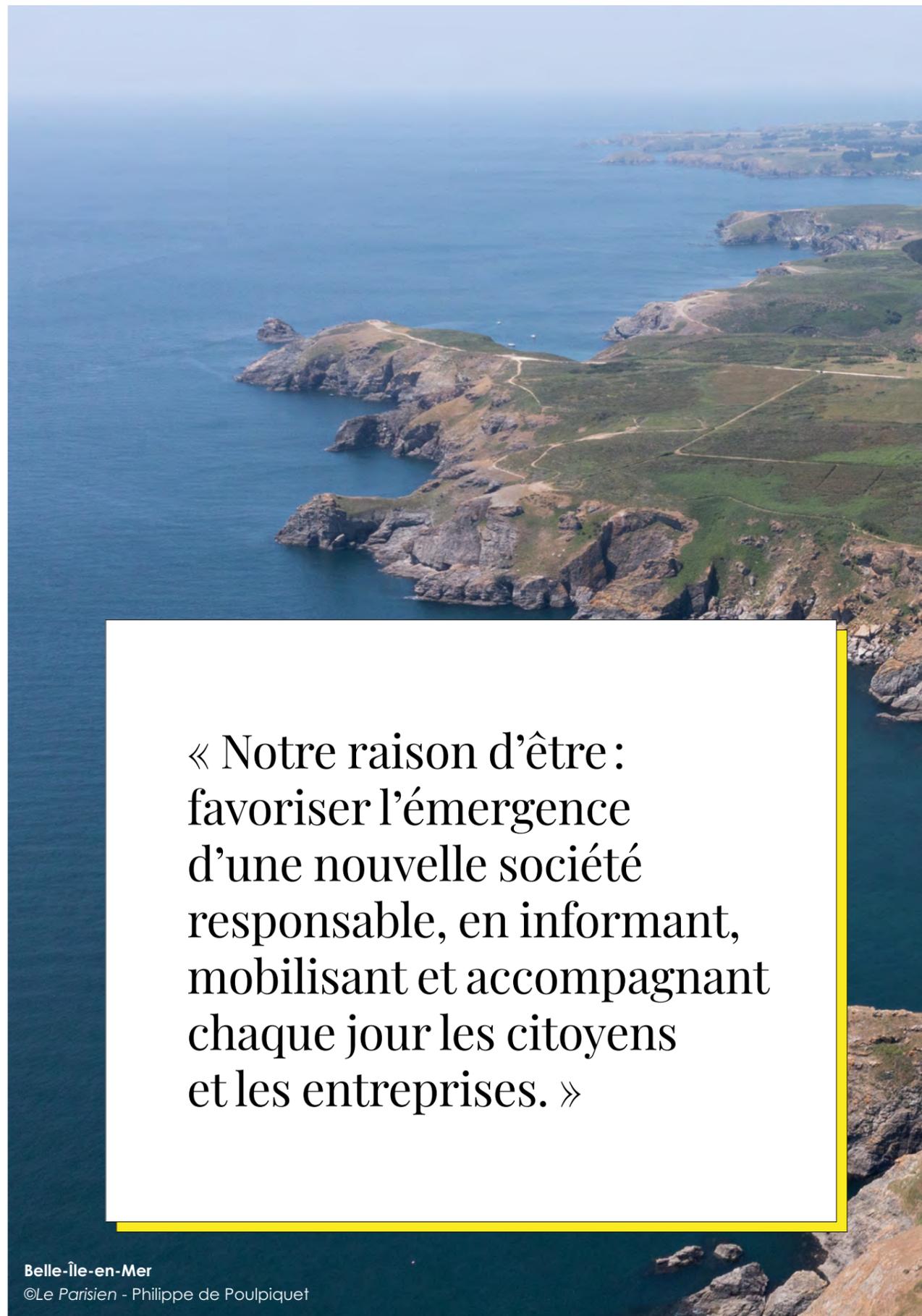


« Favoriser l'émergence  
d'une nouvelle société responsable »

DÉMARCHE DÉVELOPPEMENT DURABLE  
2023-2024

*Groupe*  
**Les Echos**  
**Le Parisien**





« Notre raison d'être : favoriser l'émergence d'une nouvelle société responsable, en informant, mobilisant et accompagnant chaque jour les citoyens et les entreprises. »

Belle-Île-en-Mer

©Le Parisien - Philippe de Poulpiquet

## Un Groupe média engagé pour une société durable



« Je crois à la responsabilité particulière d'une entreprise de médias comme la nôtre. »

« La Terre ne nous appartient pas, nous l'empruntons à nos enfants » : ce magnifique proverbe amérindien nous questionne sur l'héritage que nous léguerons aux générations futures. Je ne vois pas d'autre réponse que de nous engager, fermement, résolument.

En l'occurrence, je crois à la responsabilité particulière d'une entreprise de médias comme la nôtre. En effet, notre métier a toujours été de transmettre une information utile et de qualité pour aider à mieux comprendre le réel, et mieux s'y orienter. Désormais, nous voulons aussi être engagés. Être non plus de simples spectateurs, aussi avertis soient-ils, des événements de la marche du monde. Mais des acteurs à part entière de la transformation de la société pour relever les immenses défis climatiques et environnementaux qui s'imposent à nous.

Nous avons mis en place, dès 2019, une démarche de transformation responsable ambitieuse au service de notre raison d'être : favoriser l'émergence d'une nouvelle société responsable en informant, mobilisant et accompagnant chaque jour les citoyens et les entreprises.

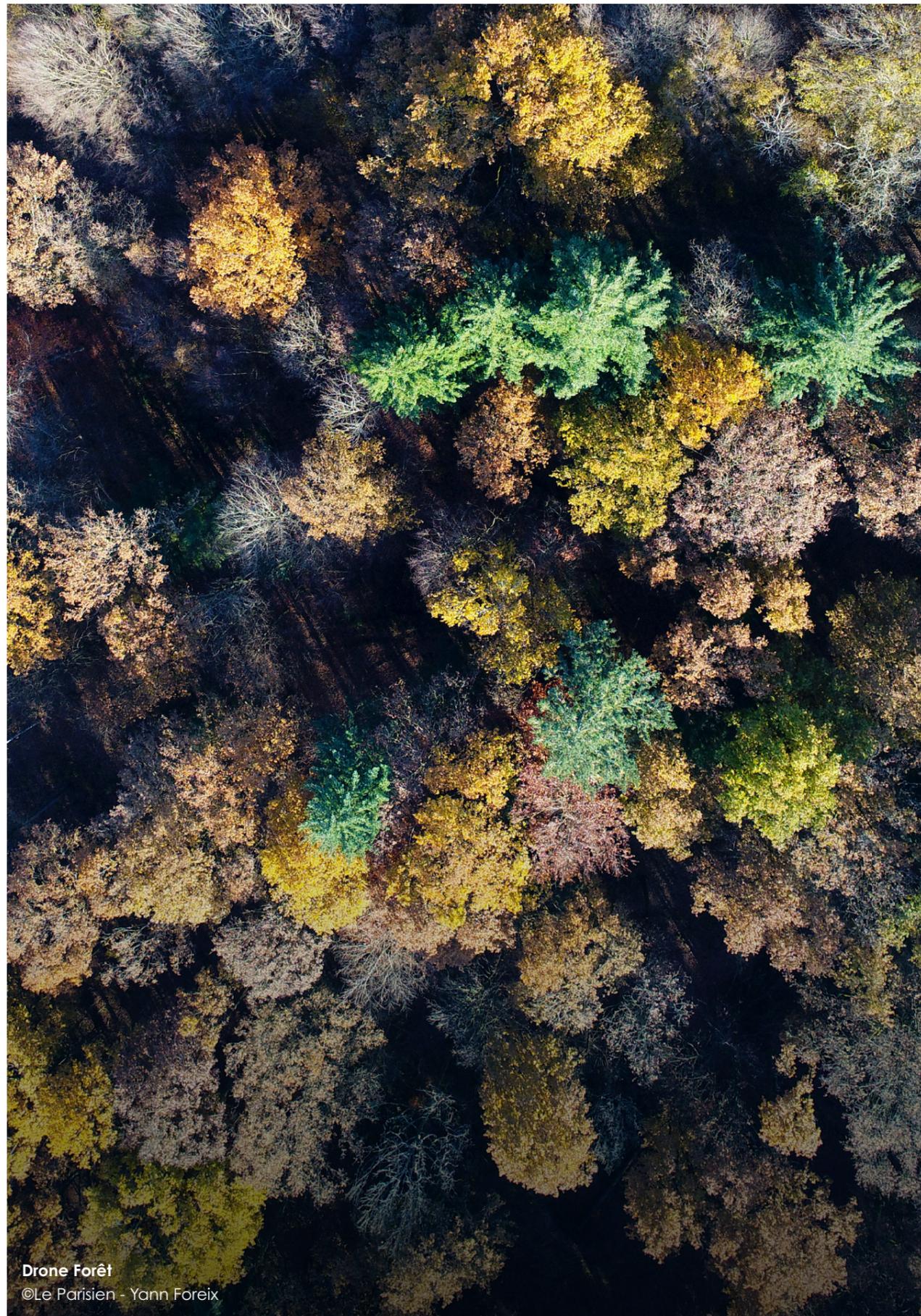
Au-delà de nos publications et événements qui ont embrassé crescendo les enjeux du dérèglement climatique dans l'ensemble de nos contenus, nous avons veillé en parallèle à faire évoluer notre exemplarité à travers le déploiement d'un certain nombre de pratiques internes vertueuses (bilan carbone, tri complet au siège, forfait mobilité, recyclage intégral des invendus, etc.). Nous avons enregistré des progrès significatifs en matière de décarbonation de notre Groupe, en cohérence avec l'Accord de Paris.

Nous avons aussi mis en place des programmes de formation à destination de l'ensemble de nos collaborateurs (journalistes, fonctions transverses, régie publicitaire, etc.) et ce à tous les niveaux hiérarchiques de l'entreprise, afin que chacun puisse pleinement intégrer la problématique climatique dans ses fonctions et responsabilités au quotidien.

Le défi climatique et environnemental est bien trop grand pour se hasarder à l'exercice du bilan. Néanmoins, faire un point d'étape sur ce qui a été entrepris doit nous rendre fiers de ce que nous avons déjà accompli collectivement. Tel est le mérite de ce document précieux conçu par toutes nos équipes. C'est le fruit du travail de nos quelque 1800 collaborateurs mobilisés, 1800 bonnes raisons de donner du corps à cette maxime : « si vous ne changez rien, rien ne changera ! »

**Pierre Louette**

Président-Directeur Général,  
Groupe Les Echos – Le Parisien



# Sommaire

## Introduction

---

Un Groupe média engagé pour une société durable	3
Le Groupe en bref	6
Le développement durable comme axe structurant de notre transformation	7
Une Direction Générale déterminée à faire bouger les lignes	8

## Agir en tant que média : nos marques se mobilisent

---

<i>Le Parisien</i> s'engage au quotidien	12
<i>Les Echos</i> , allié de l'économie de demain	14
Des médias thématiques pour donner l'envie d'agir	16
Des événements pour rendre possible le monde de demain	20

## Agir en tant qu'entreprise

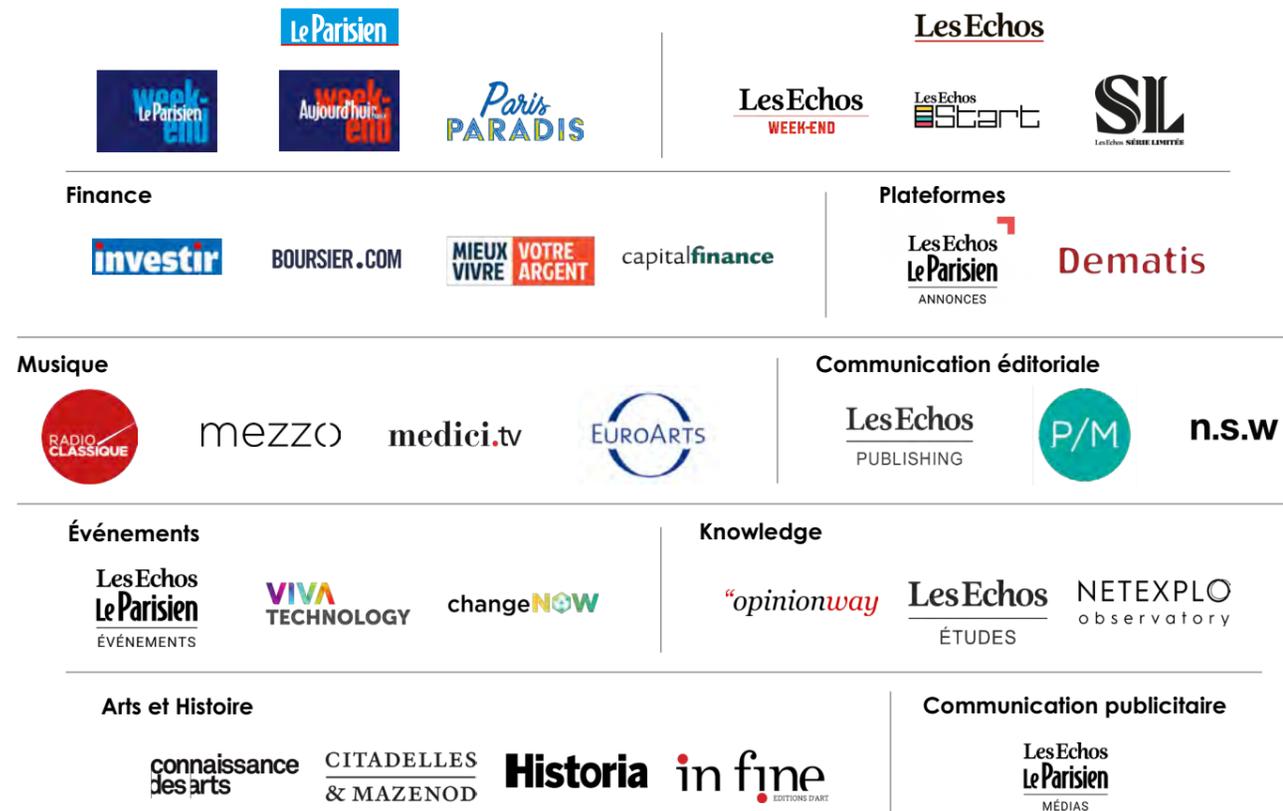
---

Repenser nos pratiques internes en cohérence avec l'Accord de Paris	24
Des actions sur l'ensemble de notre chaîne de valeur	25
Réduire notre impact à tous les niveaux	26
Sensibiliser pour mobiliser nos collaborateurs	27
Encourager le désir d'engagement des équipes internes	28
La diversité et l'inclusion au cœur de nos priorités	29
Porter ensemble un engagement responsable	30
Renforcer notre gouvernance pour mieux se transformer	31
La communication au service de notre raison d'être	32
Agir avec transparence et éthique	34

# Le Groupe en bref

Pôle média du groupe LVMH, Les Echos–Le Parisien s'adresse à 25 millions de Français chaque mois. Dotés d'un portefeuille de marques prestigieuses, nous cultivons deux grandes valeurs : l'exigence de qualité et un esprit résolument tourné vers l'innovation durable. Nous développons une offre unique de médias, d'événements et de services aux entreprises.

34  
marques



1 800

collaborateurs dont  
700 journalistes

1 Français sur 2

en contact avec nos marques  
chaque mois

20 millions

d'abonnés à nos réseaux sociaux

520 000

abonnés à nos médias

330 000

visiteurs à nos événements

# Le développement durable comme axe structurant de notre transformation

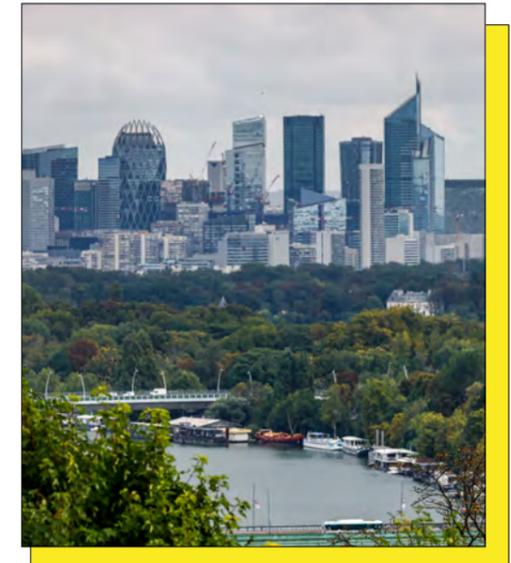
## UNE DOUBLE RESPONSABILITÉ

En tant que grand groupe de médias d'information doté de marques puissantes, nous sommes pleinement conscients de notre rôle tout particulier dans la société.

Notre démarche repose ainsi sur deux piliers aussi essentiels que complémentaires :

- Agir en tant que média, pour mettre chaque jour notre capacité de prescription – contenus éditoriaux, événements, services – au profit d'une société plus durable et inclusive.
- Agir en tant qu'entreprise, pour contribuer à transformer nos propres pratiques, celles de notre filière et évoluer ainsi de manière collective vers davantage d'exemplarité.

## TROIS ENJEUX « ESG » PRIORITAIRES :



## Environnement

Mobiliser l'ensemble de nos parties prenantes externes et internes dans la lutte contre le changement climatique à travers des initiatives concrètes et ambitieuses pour les outiller au mieux face aux défis qui nous attendent. Au-delà du climat, notre Groupe s'engage dès à présent à élargir la réflexion afin d'intégrer les problématiques « eau » et « biodiversité » dans les feuilles de route.



## Social

Œuvrer pour davantage de parité et de diversité dans nos contenus et nos équipes afin d'être plus représentatifs de la société et permettre une transition plus juste et inclusive.



## Gouvernance

Placer nos priorités environnementales et sociales au cœur de la stratégie de notre Groupe pour opérer une transformation profonde et durable de notre modèle.

## Une Direction Générale déterminée à faire bouger les lignes



**Corinne Mrejen**  
Directrice Générale,  
Pôle Les Echos - Le Parisien Partenaires,  
Chief Impact Officer

« Depuis 2019, nos actions s'articulent autour de deux lignes de force : montrer le chemin avec nos médias pour encourager la volonté d'agir ; montrer l'exemple en transformant nos pratiques et nos modèles d'affaires. Cela ne peut se faire qu'avec une politique de développement durable ambitieuse et tangible, autour de nos trois piliers ESG.

Sur le premier pilier « Environnement », notre priorité de lutter contre le dérèglement climatique est déjà bien engagée : plan de sobriété énergétique, éco-conception de nos sites et applications, mise en place de nouveaux systèmes de reporting, d'évaluation et de certification, dont l'automatisation de la mesure du Bilan Carbone Groupe. L'objectif est de réduire de 50% nos émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030.

« La réussite de notre Groupe sera étroitement corrélée à sa capacité à s'inscrire dans une trajectoire vertueuse, soutenable, et au service de l'intérêt général. »

Pour le deuxième pilier « Social », nous avons choisi de promouvoir la diversité avec la volonté de toucher les populations jeunes les plus éloignées des médias. Nous nous mobilisons pour créer un environnement inclusif et égalitaire pour nos collaborateurs, quelles que soient leur identité de genre, leur orientation sexuelle, leur situation de handicap. Nous avons des partenaires solides : Nos Quartiers ont du Talent, La Chance, l'Autre Cercle, Duo Day, etc.

La « Gouvernance », notre troisième pilier, porte les enjeux environnementaux et sociaux au cœur de la stratégie de notre Groupe. Nous nous appuyons sur la mise en place et le suivi de roadmaps et KPIs au niveau du COMEX ainsi que sur un comité de 21 référents développement durable pour déployer nos actions au niveau opérationnel. Le sujet principal est de transversaliser l'enjeu climatique à l'ensemble de nos contenus, événements et services. Dans notre mission de transformer, nous savons que l'acculturation des équipes est essentielle. Nous avons mis en œuvre un plan de formation pour l'ensemble des collaborateurs : Fresque du Climat, formats e-learning, rencontres inspirantes et ateliers.

Nous sommes à la croisée des chemins. La réussite de notre Groupe sera étroitement corrélée à sa capacité à s'inscrire dans une trajectoire vertueuse, soutenable, et au service de l'intérêt général. »

« *Les Echos* accompagnent la transition environnementale des acteurs économiques. »

« Les entreprises représentent les trois quarts de l'effort nécessaire pour atteindre les objectifs de neutralité carbone (étude « Carbone 4 »). Avec sa rigueur et son exigence reconnues, *Les Echos* couvre cette transformation et éclaire la réflexion des acteurs économiques.



**Bérénice Lajouanie**  
Directrice Générale,  
*Les Echos*

En complément de sa couverture de l'actualité, *Les Echos* a lancé une newsletter hebdomadaire *Carbone Zéro*, une sélection d'articles qui apportent des clés de compréhension, du décryptage des nouvelles réglementations jusqu'à la mise en lumière d'initiatives exemplaires.

« L'ambition du *Parisien* : donner l'envie d'agir, chacun à son échelle. »

« *Le Parisien - Aujourd'hui en France* est un média attentif aux évolutions de la société. Il perçoit les signaux faibles et a été précurseur en révélant la crainte du dérèglement climatique et la nécessité de préserver la planète.

Soucieux de nos 20 millions de lecteurs sur tous les supports, nous leur donnons les clés, balises et repères pour comprendre un sujet complexe, le rendre accessible et donner envie d'agir, chacun à son échelle. Optimiste et déterminé, *Le Parisien* guide ses lecteurs, dans son supplément *Ma Terre*, en proposant des gestes du quotidien pour améliorer son empreinte carbone. D'autres initiatives ont été lancées pour développer notre engagement aux côtés de nos concitoyens comme la série vidéo *Biclou*, promouvant la mobilité douce ou le festival *Paris Paradis* entièrement conçu éco-responsable.

Nos médias thématiques développent un regard ciblé et inédit sur la question environnementale. Les investisseurs individuels sont de plus en plus sensibles aux thématiques ESG. Nos marques (*Investir*, *Boursier.com*, *Mieux Vivre Votre Argent*) leur apportent tous les conseils pour « passer au vert » afin de faire en sorte que leurs placements concilient rentabilité financière et impact positif pour la planète. De son côté, *Capital Finance* informe les acteurs du corporate finance et du M&A.

La culture n'est pas en reste, notamment la musique classique. La chaîne de télévision *Mezzo* réalise chaque année une opération exceptionnelle sur la thématique de l'environnement et de l'inclusion : formats courts, interviews, concerts... Quant à la plateforme de SVOD *medici.tv*, elle veille à une meilleure représentation des femmes dans son catalogue. Elle s'assure aussi de son empreinte carbone (taille de polices, couleurs de fonds, serveurs...).

En tant qu'entreprise, nous sommes soucieux de baisser notre empreinte carbone dans toute la chaîne de fabrication et de distribution de nos contenus que ce soit en l'intégrant dans le développement de nos produits numériques que dans la chaîne de fabrication et de distribution du journal papier.

Nous avons aussi mis l'accent sur les enjeux de parité et de diversité à travers une charte de l'égalité, des formations et des règles de parité dans les nominations. C'est un combat permanent auquel nous sommes très attachés.



**Sophie Gourmelen**  
Directrice Générale,  
*Le Parisien*

Pour parvenir aux objectifs que nous nous sommes fixés, nous travaillons en équipe avec les rédactions, les ressources humaines, la tech, les achats, ... tous portés par un élan commun de construire un environnement plus attentif aux améliorations du bien-être de notre planète. »

# Agir en tant que média: nos marques se mobilisent

Vue extérieure des locaux parisiens du Groupe,  
Boulevard Grenelle, Paris  
©K. Ansara

# Le Parisien s'engage au quotidien

Le Parisien accompagne 20 millions de Français dans leur quête d'un mieux vivre au quotidien et d'un futur désirable dans lequel chacun trouvera sa place. Environnement, parité, inclusion, diversité : Le Parisien propose une pluralité de contenus informatifs et inspirants ainsi que des conseils utiles.



« Comprendre mais aussi agir. »

**Laurence Voyer**  
Rédactrice en chef,  
Le Parisien

C'est la vocation du *Parisien - Ma Terre*, lancé en février 2022. Cette verticale print et numérique est incarnée par des rendez-vous récurrents : une pleine page au sein du quotidien chaque mercredi pour relayer les initiatives « vertes » les plus emblématiques, un supplément bimestriel avec de nombreuses rubriques pour consommer, se déplacer, se loger durablement, ainsi qu'un reportage long-format pour décrypter concrètement, à hauteur d'homme, les mécanismes du changement climatique. Enfin, une newsletter hebdomadaire 100% dédiée qui réunit articles, vidéos et diaporamas émanant de tous les services de la rédaction.

En complément, *Le Parisien-Aujourd'hui en France* développe également des séries originales plébiscitées par nos audiences, telles que *Biclou*, des enquêtes vidéo et print pour accompagner le quotidien de ceux qui ont opté pour le mode de déplacement le plus vert, ou encore *Food checking* pour démêler chaque semaine le vrai du faux dans l'optique de mieux manger et de valoriser les solutions anti gaspi. »

« Alors que les manifestations du réchauffement planétaire s'accroissent, *Le Parisien-Aujourd'hui en France* veut donner des clés à ses lecteurs pour appréhender les rouages de ces bouleversements majeurs. Afin de mieux couvrir ce sujet transversal dans nos différentes rubriques, l'ensemble de notre rédaction a bénéficié d'une formation spécifique d'une journée sur les enjeux climatiques.

Comprendre mais aussi agir. Au-delà de la couverture de l'actualité liée à l'environnement, nous voulons proposer des solutions pour s'engager vers un quotidien plus responsable.



**20 MILLIONS DE LECTEURS  
ET PLUS DE 10 MILLIONS  
DE VIDÉONAUTES CONSULTENT  
NOS CONTENUS CHAQUE MOIS.**

**310 JOURNALISTES FORMÉS  
AUX ENJEUX CLIMATIQUES  
(FORMAT UNE JOURNÉE PRÉCÉDÉE  
D'UNE FRESQUE OPTIONNELLE).**



## S'ENGAGER VERS TOUJOURS PLUS D'ÉGALITÉ ET D'INCLUSION

« Depuis la publication de notre charte de l'égalité en 2020, nous œuvrons pour la parité et la diversité en tant que média et entreprise. Dans nos contenus, nous veillons à l'équilibre au sein de nos unes, des interventions d'experts ou des portraits, et refusons tout stéréotype, aussi bien dans les choix iconographiques que dans les mots utilisés. Notre responsabilité de grand média populaire nous engage également à couvrir largement les violences faites aux femmes afin de mieux les combattre. En cohérence, notre engagement se retranscrit dans nos pratiques internes.

Chaque année, nous suivons les indicateurs de parité intégrés dans notre charte et sommes particulièrement vigilants en matière de promotions et de recrutements. À destination de femmes encadrantes, nous avons conçu un programme *Talents au féminin*, développé un réseau de femmes et des ateliers de codéveloppement. Chaque mois, dans le cadre des *Mardis du Parisien*, une journaliste de notre rédaction dialogue avec une femme au parcours inspirant.



« Faire évoluer nos contenus et nos pratiques internes en cohérence. »

**Mélanie Monsaingeon**  
Éditrice,  
Le Parisien

Notre festival *Paris Paradis* prolonge également nos engagements au-delà du média : dans sa conception, avec par exemple une scénographie et une offre de restauration responsables, ou encore dans sa programmation, avec une multitude d'ateliers éco-citoyens animés tout au long du week-end pour sensibiliser le public et lui apporter des solutions concrètes.

Cette démarche volontaire se retrouve enfin dans notre accélérateur 10G. Chaque année, nous accompagnons une start-up engagée sur des problématiques sociales ou environnementales. Parmi les plus récentes : Le Kaba, FACIL'iti et Greenscope. »

# Les Echos, allié de l'économie de demain

Donner aux acteurs économiques un temps d'avance en leur délivrant une information en profondeur et une analyse juste de tous les sujets de transition, éclairer leur réflexion et leurs prises de décision : telle est la mission des Echos. Depuis la loi Pacte qui consacrait la notion de RSE, les entreprises sont de plus en plus nombreuses à intégrer la nécessité d'une transformation durable dans leur modèle d'affaires. Le rôle des Echos est de les accompagner dans cette dynamique, de les informer et de les inspirer.

« Une grande partie des entreprises ont acquis la conscience de leur rôle. »



**Marie Van De Voorde**  
Éditrice,  
Les Echos

« La mission des Echos est d'accompagner les entreprises pour accélérer et sophistiquer leur transition sur le plan écologique et social, que ce soit en couvrant l'actualité sur nos différents supports et chaque semaine dans la newsletter *Carbone Zéro*. La rédaction a également fait le choix de donner à réfléchir avec des initiatives éditoriales comme la rubrique « Planète » des *Echos Week-End* qui met en avant des leviers d'action et des esprits pionniers qui façonnent une économie plus durable.



Le rôle majeur des médias et des journalistes amène aussi la rédaction des Echos à repenser son rôle et ses pratiques. Avec Julie Chauveau, rédactrice en chef, nous avons construit un programme de formation des journalistes, en nous appuyant sur les expertises de Carbone 4 Académie et de l'ESCP. Réunissant des académiques et des dirigeants de premier plan, il permet d'appréhender la manière dont ces enjeux redéfinissent les bases de l'économie, les modèles d'affaires et *in fine* l'évolution du journalisme économique.

Par ailleurs, la féminisation de notre lectorat est essentielle. Les Echos doit jouer de son influence pour faire bouger les lignes et réunir les conditions pour mieux « accueillir » ce lectorat: représentation dans nos médias, partenariats stratégiques avec des initiatives portant la visibilité et l'action des femmes en entreprise.

Nous avons ouvert de nombreux chantiers afin de donner du corps à cette ambition au long cours ! »

**PLUS DE 100 000 ABONNÉS À NOS CONTENUS.**  
**PLUS DE 130 JOURNALISTES FORMÉS AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX (FORMAT DEUX DEMI-JOURNÉES PRÉCÉDÉES D'UNE FRESQUE OPTIONNELLE).**



« Les opportunités et les nouvelles dynamiques sont bien là. »

**Julia Lemarchand**  
Rédactrice en Chef,  
Les Echos START

« En tant que média économique, nous traitons au quotidien les défis auxquels sont confrontées les entreprises et notre économie. Or, le défi environnemental s'annonce probablement comme l'un des plus aigus du siècle.

C'est la raison pour laquelle Les Echos, et en particulier Les Echos START, la verticale s'adressant aux jeunes et futurs décideurs, en a fait un axe de développement structurant de son offre éditoriale. D'abord parce que la transition écologique et sociétale est devenue un sujet incontournable pour la jeune génération, aussi parce que pour ces futurs et jeunes décideurs, l'enjeu est bien de transformer les métiers et les organisations alors que la RSE s'installe au cœur des stratégies de l'entreprise.



**Marie Bellan**  
Journaliste  
Environnement,  
Les Echos

**40 % DE TAUX D'OUVERTURE DE LA NEWSLETTER CARBONE ZÉRO.**

En parallèle, notre rôle en tant que média économique est également de rappeler que l'entreprise est la principale source de solutions sur ces sujets de transition.

L'action ne se réduit pas à une somme d'efforts, de sacrifices et de coûts supplémentaires, mais doit être appréhendée comme un projet dont on pourrait tous collectivement tirer des bénéfices. Les opportunités et les nouvelles dynamiques sont bien là. »



## CARBONE ZÉRO, LA NEWSLETTER AU CŒUR DES DÉFIS ET SOLUTIONS ÉCOLOGIQUES

« Lancée en 2023, Carbone Zéro vise, chaque semaine, à tenir le lecteur informé de l'ensemble de l'actualité ayant trait à l'environnement. Véhicules électriques, énergies renouvelables, relance du nucléaire, climat ou encore agriculture, la newsletter met en valeur les contributions de l'ensemble de notre rédaction, au-delà de celles des journalistes en charge de l'Environnement. Elle présente à nos lecteurs une large palette de solutions mises en œuvre par les acteurs économiques face au changement climatique, mais aussi l'ampleur des enjeux et la distance qui reste à parcourir pour prendre plus résolument encore le virage de la transition écologique au niveau national et surtout mondial. »

# Des médias thématiques pour donner l'envie d'agir

Les médias thématiques de notre Groupe apportent leur contribution à la révolution responsable. L'investissement pour concilier éthique et performance financière ; la musique et les arts pour transmettre de nouveaux imaginaires.

« Chez *Investir*, nous démontrons que les entreprises peuvent augmenter leurs bénéfices tout en protégeant la planète. »

« Depuis 2020, il est proposé chaque mois à nos lecteurs des dossiers *Investir Responsable* consacrés aux thématiques ESG. Des enquêtes sont ainsi réalisées à partir de données en provenance de Moody's ESG Solutions, Carbone 4 et Morningstar. L'objectif est de détecter les entreprises qui améliorent leur note ESG et, bien sûr, leurs résultats financiers. En résumé, celles qui associent performance financière et performance ESG. Des experts et aussi des dirigeants, dans notre numéro annuel *Spécial Patrons*, prennent également la parole pour expliquer leurs initiatives. Nos lecteurs peuvent ainsi donner du sens à leurs placements tout en réalisant des plus-values. »



Laure Joly  
Éditrice,  
*Investir*

6,4  
MILLIONS  
DE VUES  
SUR LES  
21 VIDÉOS  
INVESTIR  
RESPONSABLE.

« Notre ambition avec *Investir Responsable* : favoriser le soutien d'initiatives à impact positif. »

« Nos lecteurs ne cherchent plus uniquement à investir dans des entreprises performantes et rentables : ils souhaitent aussi que l'argent investi soutienne des initiatives responsables, positives pour la planète comme pour la société. Ainsi, pour aider ses lecteurs à orienter leurs investissements vers des produits et des entreprises à impact positif, *Investir* a développé en partenariat avec Carbone 4 et Morning Star une offre *Investir Responsable*. »



François Monnier  
Directeur  
de la Rédaction,  
*Investir*

41 NUMÉROS  
INVESTIR RESPONSABLE  
PARUS DEPUIS  
MARS 2020.



« *Radio Classique* met en lumière les enjeux climatiques. »

« La rédaction de *Radio Classique* porte une attention particulière au dérèglement climatique et à ses conséquences. Des sujets y sont régulièrement consacrés dans nos journaux d'information et la matinale économique réserve une part importante à la transition énergétique. Notre rubrique « La France de demain » accueille en outre des dirigeants d'entreprise porteurs d'innovations françaises ou de projets de relocalisation, acteurs du changement en cours. Pour marquer l'ouverture de la Cop 28 à Dubaï, notre chronique géopolitique « L'écho du monde » s'attache durant une semaine à décrypter les grands enjeux liés à l'environnement. »



Hervé Gattegno  
Directeur  
de la Rédaction,  
*Radio Classique*

« L'art peut changer le monde. »

« C'est pourquoi *Connaissance des Arts* s'engage en faveur de l'écologie en sensibilisant ses lecteurs et en soutenant les artistes qui se saisissent des grands défis environnementaux. En mettant en place des méthodes de production respectueuses de l'environnement, notre marque se veut exemplaire dans ce domaine. »



Claire Lénart  
Directrice  
du développement  
et des acquisitions,  
Directrice du pôle  
Arts & Histoire

« Encourager les initiatives durables des artistes. »

« Cherchons avec eux comment montrer nos liens fondamentaux avec la nature, comment transformer nos habitudes et comment construire un monde pour demain. En images, en textes et en actions, aidons les artistes qui veulent agir au secours de la planète. »



Guy Boyer  
Directeur  
de la Rédaction,  
*Connaissance des Arts*



# Des événements pour rendre possible le monde de demain

Plus que jamais, dans le monde virtuel que nous construisent les technologies de l'information et la propagation des réseaux sociaux, la société a besoin de réinvestir le monde physique à travers des moments de partage, de confrontation d'idées, d'identification, de fédération. Les événements sont un prolongement naturel de nos médias sur tous les sujets de la transition positive.



## CHANGENOW : LE RENDEZ-VOUS DES SOLUTIONS POSITIVES

« *ChangeNOW* est le lieu de convergence de toutes les forces du changement. Pendant trois jours d'exposition de solutions, de conférences et de rencontres, nous connectons porteurs de projets et entrepreneurs avec investisseurs, leaders de la transition, décideurs politiques, médias, citoyens et créons des opportunités pour que leurs initiatives puissent passer à l'échelle. *ChangeNOW* permet d'entrevoir un monde plus responsable, tout en faisant barrière à la polarisation grandissante. »



**Santiago Lefebvre**  
Président et Fondateur,  
*ChangeNOW*

## VIVATECH : QUAND LA TECH S'ENGAGE POUR LA PLANÈTE

*Viva Technology* est l'un des plus grands événements européens consacrés aux startups, à l'innovation et à la tech. Avec 150 000 visiteurs venus de 174 pays, 11 400 startups, 2 800 exposants et plus de 450 speakers, l'édition 2023 a battu tous les records.

Pierre Louette, PDG de notre Groupe, co-organisateur heureux avec Publicis, voit dans cette fréquentation « le fruit d'années de travail, avec de plus en plus de grands orateurs. Ce public qui ne cesse de croître, c'est vraiment une grande joie. On n'a plus besoin d'aller aux États-Unis : pour voir la tech française et européenne, il faut venir à Paris ! ».

Contribuer à une société plus durable fait aussi partie des grandes lignes de *Viva Tech*. Parmi les centaines de start-ups présentées, beaucoup se donnent effectivement pour objectif de faire face aux défis de la planète : économiser l'énergie, améliorer le recyclage, réduire le gaspillage... Pour *VivaTech*, les technologies ont leur place dans ce combat, notamment celles qui contribuent à réduire les gaz à effet de serre, en apportant l'innovation en matière d'électrification, d'AgriTech, d'hydrogène comme nouvelle source d'énergie pour les transports et de décarbonation avec le captage du carbone.

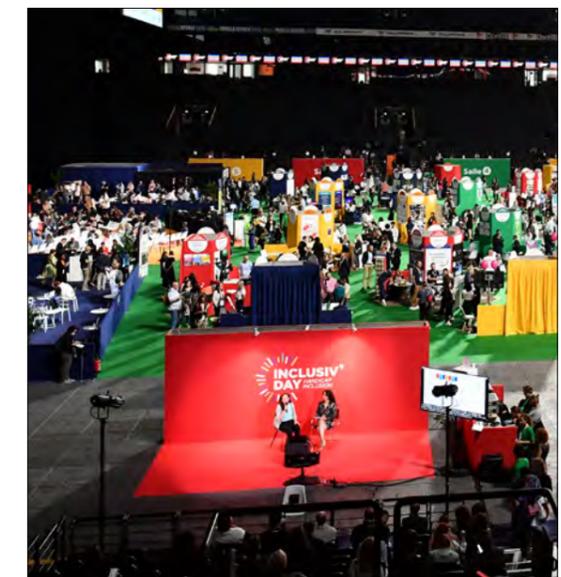


« Le développement durable irrigue la programmation de l'ensemble de nos temps forts. »

« *Les Echos-Le Parisien Evénements* est un média vivant et mobilisateur au service de la raison d'être de notre Groupe. Si chaque événement a sa propre ligne éditoriale et travaille à devenir le plus éco-conçu possible, le développement durable irrigue la programmation de l'ensemble de nos temps forts de manière transverse : l'entrepreneuriat à impact avec *Go Entrepreneurs*, l'inclusion avec *Inclusiv'Day*, l'économie sociale et solidaire (ESS) via le *Forum National des Associations & Fondations*, la finance responsable lors d'*Investir Day* et *Investir Night*, le bien commun avec le *Common Good Summit*, l'avenir des médias via le festival *Médias en Seine* et, enfin, notre rapport à l'océan avec *Grand Océan*. »



**Aziliz de Veyrinas**  
Directrice déléguée,  
*Les Echos-Le Parisien*  
Événements



**122 000 VISITEURS PAR AN  
AUX ÉVÉNEMENTS GROUPE.**

# Agir en tant qu'entreprise

Parvis des locaux parisiens du Groupe,  
Boulevard Grenelle, Paris  
©K. Ansara

# Repenser nos pratiques internes en cohérence avec l'Accord de Paris

Au-delà de ses publications et événements qui embrassent crescendo les problématiques environnementales, notre Groupe veille à faire évoluer sa propre exemplarité à travers la transformation de ses pratiques internes et la mise en place de nouvelles initiatives vertueuses.

## UNE STRATÉGIE DE DÉCARBONATION VOLONTARISTE

En tant que filiale du groupe LVMH, notre Groupe média, s'inscrit dans le cadre de la politique environnementale « Life360 » fixée par la holding, validée par la Science Based Target initiative. Forts de cette ambition, nous avons ainsi défini, à travers la méthode ACT Pas à Pas de l'ADEME, nos propres objectifs de décarbonation ainsi que les plans d'actions associés. Au-delà de la mise en place d'un pilotage quantitatif de ses émissions dès 2018 (premier bilan carbone remis à jour en 2021 et automatisation via la plateforme SAMI), certaines actions ont d'ores et déjà été mises en place (plan de sobriété énergétique, tri, électrification de notre flotte de véhicules, etc.) et d'autres plus structurantes sont actuellement en cours de réflexion ou déploiement.

### NOS OBJECTIFS DE RÉDUCTION

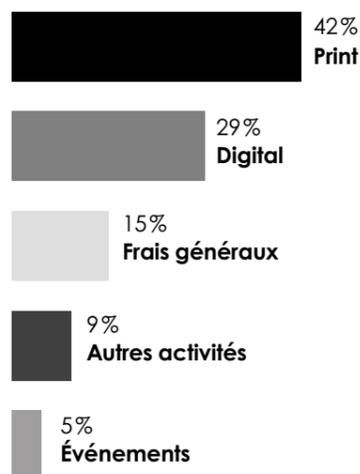
- Scope 1 et 2 :  
-50% des émissions en absolu d'ici 2026.
- Scope 3 :  
-50% des émissions en absolu d'ici 2030.



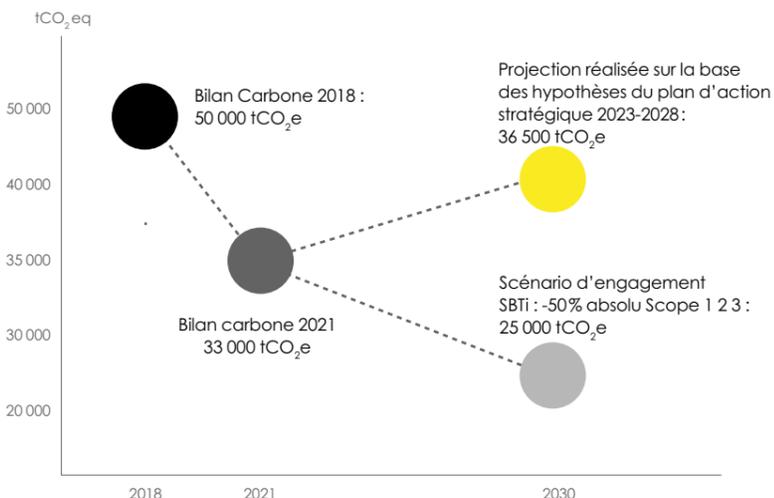
**Amélie Habit**  
Cheffe de projet développement durable, Groupe Les Echos-Le Parisien

« Pour déployer notre stratégie, nous accompagnons les référents dans leur feuille de route, via des projets tactiques ou plus stratégiques. »

## NOS PRINCIPAUX POSTES D'ÉMISSIONS (BILAN CARBONE 2021)



## NOTRE TRAJECTOIRE DE RÉDUCTION



# Des actions sur l'ensemble de notre chaîne de valeur

Stratégie d'éco-conception numérique pour nos médias, investissements de la filière papier... À son échelle, notre Groupe met en place des actions concrètes et ambitieuses au service des objectifs fixés.

## « La filière papier se transforme! »

« Particulièrement cruciale pour nos lecteurs et parties prenantes, la transformation de la filière papier est au cœur de nos préoccupations. Nous sommes pleinement mobilisés avec l'ensemble des acteurs de notre chaîne de valeur pour réduire nos impacts. Cet engagement se concrétise par l'optimisation de nos schémas logistiques. Des indispensables à la décarbonation du transport de la presse. Notre transition vers un print durable prend également en compte l'usage des encres pour lesquelles nous menons des travaux de recherches d'alternatives végétales. En parallèle, nous sommes en bonne voie d'adopter des vernis plus écologiques pour nos couvertures magazines.

Au niveau Groupe, nous développons une stratégie d'achat auprès de partenaires responsables. Notre principal imprimeur est en ce sens en voie de labellisation Positive Company. Nous avons fait le choix d'utiliser pour tous nos journaux un papier issu à 100% de fibres recyclées, sourcé à plus de 70% en France, auprès de l'usine NORSKE SKOG dans les Vosges. En 2024, l'usine mettra en production la plus grosse chaudière biomasse de France qui permettra de recycler les déchets issus de sa production, de chantiers ou de produits d'ameublement, afin de générer de l'électricité et de la vapeur qui seront utilisées pour sa propre production ainsi que celle des usines avoisinantes. »

### NOS KPIs DE SUIVI

- 100% de papier recyclé sur nos quotidiens.
- 100% de nos imprimeurs labellisés « Imprim'Vert ».
- 100% de nos invendus recyclés.



**Emmanuelle Berthet**  
Directrice Administrative et Financière, Groupe Les Echos-Le Parisien



**Catherine Massabuau**  
Directrice Industrielle et Logistique, Groupe Les Echos-Le Parisien



**Violaine Degas**  
CDO (Chief Digital Officer), Les Echos & Thématiques

## VERS UNE ÉCO-CONCEPTION DES SITES ET APPLICATIONS

« Avec l'accélération des usages du numérique d'ici 2050, il est primordial de réduire l'empreinte carbone de nos médias digitaux. Nous nous engageons à optimiser nos infrastructures, alléger nos codes, et garantir une expérience utilisateur inclusive, contribuant ainsi à la préservation de l'environnement pour les générations futures.



**Sophie Cassam Chenai**  
CDO (Chief Digital Officer), Le Parisien

Ainsi nos activités numériques, en croissance, doivent « maîtriser » leur empreinte et mettre en place les actions qui permettront de la réduire. C'est la démarche entamée en 2024, sur nos produits numériques majeurs, avec l'accompagnement d'un partenaire expert : Digital4Better. L'objectif est que nos équipes numériques s'emparent du sujet, gagnent en expertise, pour un impact crucial et durable. »

## Réduire notre impact à tous les niveaux

### ET EN PRIME, C'EST ÉCO-RESPONSABLE !

« Au sein de la diffusion, nous avons à cœur de réduire notre empreinte carbone, dans nos actions marketing (suppression du plastique ou utilisation de papier recyclé), dans nos primes (sourcing le plus éco-responsable possible), et dans l'acheminement des journaux vers nos abonnés ou les kiosques. »



**Lise Benamou**  
Directrice Marketing  
et des Revenus Clients,  
Groupe Les Echos-Le Parisien



### DES PRATIQUES PLUS VERTUEUSES AU SIÈGE DU GROUPE

Parmi les actions les plus emblématiques :

- Plan de sobriété énergétique : diminution du chauffage à 19 degrés, climatisation déclenchée à 26 degrés, extinction des lumières la nuit.
- Plan de sobriété informatique : allongement de la durée de vie de nos appareils, journées du tri numérique (optimisation des serveurs et recyclage des appareils inutilisés).
- Transformation progressive de notre flotte de véhicules de fonction vers des voitures hybrides ou électriques.

### LES ECHOS LE PARISIEN MEDIAS : FAIRE DE LA COMMUNICATION UN LEVIER EFFICACE DES TRANSITIONS

La régie prolonge l'engagement du Groupe. La formation et la montée en compétences sont stratégiques : 100% des collaborateurs ont participé à la Fresque du Climat, à la Fresque de la Publicité et à l'atelier 2tonnes. Nous avons initié de nombreux chantiers autour de l'impact des campagnes publicitaires : lancement de la calculatrice « Pi » (mesure de l'empreinte carbone), cadres de diffusion plus sobres notamment pour la vidéo, stratégie de réduction de l'empreinte du programmatique (travail constant de SPO, partenariat avec l'adtech Greenbids afin d'éliminer les requêtes inutiles). Nous sommes engagés dans le programme « Sustainable Digital Ad Trust » du SRI qui valorise les initiatives responsables des régies, tout en dessinant un chemin de progrès. Enfin, pour façonner un monde plus sobre, il nous faut impulser de nouveaux imaginaires. Nos « Grands Programmes de Communication » portent cette ambition, à l'image de *Planète Action*, en partenariat avec Axa, qui a contribué à faire émerger une nouvelle génération d'acteurs de l'économie responsable.



## Sensibiliser pour mobiliser nos collaborateurs

Comme le dit l'adage, « savoir c'est pouvoir ». C'est la raison pour laquelle notre Groupe a mis en place un programme ambitieux de montée en compétences des collaborateurs sur les enjeux environnementaux, et ce à tous les niveaux hiérarchiques.



### FRESQUE DU CLIMAT : DÉJÀ PLUS DE 550 PARTICIPANTS !

Qu'est-ce que l'effet de serre ? Quelles conséquences sur notre alimentation ? La fonte de la banquise fait-elle monter les eaux ? Autant de questions auxquelles répondent les 42 cartes de la Fresque du Climat. Cet atelier déployé depuis avril 2023 permet à chacun de mieux comprendre l'ampleur et la complexité des enjeux liés au dérèglement climatique. Parce que pour encore mieux agir, il est avant tout essentiel de comprendre !

### ENSEMBLE POUR LE CLIMAT : UNE SEMAINE ANNUELLE À L'OCCASION DE LA COP

À l'occasion de chaque COP, notre Groupe organise durant une semaine des ateliers et conférences pour accompagner la montée en compétences et le passage à l'action des collaborateurs autour des enjeux climatiques. François Gemenne, membre du GIEC, et Gilles Bœuf, ancien Président du Museum d'histoire naturelle, faisaient partie des invités de l'édition 2023 d'« Ensemble pour le Climat ». Une demi-journée de formation ouverte à tous les managers sur le thème de la durabilité en entreprise est venue clore cet événement exceptionnel qui aura réuni au total plus de 300 participants. En complément de cette semaine de mobilisation annuelle, nous proposons plusieurs rendez-vous de sensibilisation tout au long de l'année.



### LE COMEX AUSSI !

Au plus haut niveau de notre Groupe, le COMEX accueille régulièrement de grands experts et acteurs de la transition (Jean-Marc Jancovici, Marie Ekeland, Emmanuel Faber...) pour des rencontres à huis clos. Des moments d'échanges inédits pour permettre aux membres d'approfondir leurs connaissances sur la transition écologique et de questionner ces grands enjeux systémiques de manière collective.

## Encourager le désir d'engagement des équipes internes

Les quelque 1800 collaborateurs de notre Groupe constituent le fer de lance de sa démarche d'engagement responsable. Fresque du Climat, conférences et ateliers, programmes de formation... Chacune de ces actions répond à la mobilisation de toutes les équipes, quels que soient les métiers et les niveaux hiérarchiques au sein de l'entreprise.



« Favoriser l'émergence d'une nouvelle société responsable, c'est encourager et valoriser toutes les expériences, tous les vécus, aussi bien en interne que dans les contenus que nous produisons. »

« En matière de RSE, le premier sujet qui nous occupe est l'ajout d'une nouvelle dimension à la culture d'entreprise : la culture de responsabilité. Pour y parvenir, la formation est une nécessité absolue. Cette démarche constitue aussi une formidable opportunité de décloisonner nos organisations et de nous retrouver sur des objectifs communs, créateurs de sens et de lien, à la confluence de nos aspirations professionnelles et aussi personnelles. Plus que jamais, la RSE nous permet de faire groupe et de cultiver un socle de valeurs qui irriguent l'ensemble de nos activités.

Nous embrassons toutes les thématiques de la RSE : environnement, parité, inclusion des personnes en situation de handicap...

En matière de transition écologique, nous avons mis en place un programme de formation destiné à l'ensemble des collaborateurs (journalistes, fonctions transverses, régie publicitaire, etc.), afin que chacune et chacun puisse pleinement intégrer la problématique climatique dans ses fonctions et responsabilités au quotidien.

Sur tous les sujets, nous recourons à des modalités de formation variées : conférences, ateliers, e-learning, réalité virtuelle... Nous nous appuyons également sur l'animation de réseaux internes : managers, communauté tech, collectifs de femmes...

Par ailleurs, nous ouvrons nos portes et nos métiers aux jeunes en veillant à leur diversité, par exemple dans l'accueil de classes ou le recrutement de stagiaires et d'alternants. »

### Blandine Langlois

Directrice des Ressources Humaines,  
Groupe Les Echos - Le Parisien

## La diversité et l'inclusion au cœur de nos priorités

Notre Groupe ouvre ses portes à la diversité des voix et des expériences. De l'échange mensuel avec des femmes inspirantes, à la transmission de compétences auprès de futurs journalistes ou de jeunes publics issus de réseaux d'éducation prioritaires, chacune de ces initiatives est un pas vers plus d'inclusion.

### FAVORISER LA TRANSMISSION

Notre Groupe est particulièrement sensible à la transmission des compétences. Nous recevons ainsi chaque année des jeunes via l'association ViensVoirMonTaf qui propose des stages aux collégiens et lycéens issus de zones classées REP ou REP+. Nous sommes également partenaires de l'association La Chance qui prépare aux écoles de journalisme des étudiants issus de la diversité et les aide à intégrer le marché du travail.

« Nous sommes très attachés à permettre à des collégiens et à des lycéens de découvrir nos métiers et nos environnements de travail.

Leur raconter nos quotidiens, leur partager nos passions, c'est ouvrir le champ des possibilités pour leur futur. »



### Aymeric Vincent

Directeur de la Transformation  
et de l'Innovation RH,  
Groupe Les Echos - Le Parisien

### LES VOIX FÉMININES DES MARDIS DU PARISIEN

Chaque mois à l'heure du déjeuner, la rédaction du Parisien invite une femme inspirante à venir partager avec les collaborateurs du Groupe son parcours et ses convictions. Parmi les invitées : Lucie Basch, Tara Heuzé-Sarmini, Vanessa Mounzar, Valéria Faure-Muntian, Anne-Charlotte Vuccino...

### LE HANDICAP, UNE QUESTION DE REGARD

Nos collaborateurs ont participé au shooting proposé par le photographe Julien Hézard de l'agence de communication Les Papillons de Jour\* pour changer de regard sur le handicap. Un dispositif de kaléidoscope, jouant sur les lumières et les volumes, permettait de représenter l'individu en affichant plusieurs facettes, symboles de la diversité et la complexité de chacun. Un moyen de sublimer les particularités individuelles qui constituent une richesse au sein de notre Groupe. Les photos ont été exposées durant deux mois en interne puis offertes à nos collaborateurs, visages de ces singularités.



\*Les Papillons de Jour est une agence de communication et une entreprise adaptée : 80 % de ses salariés sont en situation de handicap.

**48 % DE FEMMES MANAGERS  
EN 2023.**

## Porter ensemble un engagement responsable



**Capucine Petre Spassky**  
Directrice  
Développement Durable,  
Groupe  
Les Echos - Le Parisien

### UNE DÉMARCHE AMBITIEUSE CONÇUE ET DÉPLOYÉE DE MANIÈRE COLLECTIVE

« Seul, on va plus vite, ensemble on va plus loin ! C'est dans cet esprit collectif que nous avons eu à cœur, dès le premier jour de notre réflexion en 2019, de construire puis déployer notre démarche « Engagement responsable ».

D'abord, en élaborant avec notre écosystème la toute première analyse de matérialité de notre Groupe, afin de déterminer ensemble nos objectifs prioritaires en termes de transformation sociale et environnementale, à la croisée des chemins entre les enjeux de création de valeur pour notre activité et les attentes formulées par nos parties prenantes internes et externes.

Ensuite, en coconstruisant puis en copilotant avec notre COMEX et nos 21 référents des feuilles de route robustes, à la fois audacieuses et pragmatiques, adaptées à chacune de nos activités, pour avancer en cohérence vers le cap commun formalisé par notre raison d'être, toujours avec patience et détermination !

### UNE FEUILLE DE ROUTE ROBUSTE DOTÉE DE MESURES DE PERFORMANCE

Composée d'une quarantaine d'indicateurs, elle décline de façon concrète la stratégie définie par les binômes COMEX/référent. Dans un souci d'efficacité et de transparence, elle est reportée régulièrement en COMEX et partagée avec les référents et collaborateurs.



Enfin, en travaillant main dans la main avec notre DRH pour placer « l'humain » au cœur de nos réflexions et actions à l'échelle du Groupe, en proposant à chacune et chacun des dispositifs de montée en compétences tels que la Fresque du Climat ou l'Académie Impact pour notre COMEX, mais également en instaurant des rendez-vous fédérateurs tels que notre semaine « Ensemble pour le Climat » à l'occasion de chaque COP. Des moments désormais ancrés dans notre culture d'entreprise qui nous permettent d'avancer chaque jour de manière efficace et coordonnée, tout en nourrissant notre fierté individuelle et collective à agir en faveur d'un changement durable de société.

Même si nous savons la route encore longue et sinueuse, nous nous efforçons au quotidien de faire grandir cette puissante dynamique afin que chaque collaborateur, et ce à tous les niveaux hiérarchiques de l'entreprise, puisse continuer à avoir l'envie de « faire le maximum sur sa zone d'influence » et contribuer ainsi à l'atteinte des objectifs ambitieux que nous nous sommes donnés. »

## Renforcer notre gouvernance pour mieux se transformer

Dès 2021, nous avons repensé en profondeur la gouvernance « ESG » de notre Groupe avec la mise en place d'une organisation matricielle. Au-delà de la nomination d'une Chief Impact Officer, les membres du COMEX ont mandaté au sein de leur équipe un référent dédié, afin de copiloter les feuilles de route associées.

En parallèle d'un dialogue régulier avec chacun d'entre eux, la direction Développement Durable réunit ces alliés stratégiques lors de comités, séminaires et formations afin de veiller au bon déroulement de leurs projets et de faciliter le partage d'informations et de connaissances.



Apparaissent de gauche à droite :

**Amélie Habit**  
Cheffe de projet  
Développement  
Durable

**Prune de La Fage**  
Directrice Adjointe,  
*Radio Classique*

**Estelle Dauve**  
Directrice du contrôle  
de gestion

**Daniel Gonçalves**  
Senior Digital Analyst

**Lise Léger**  
Responsable  
communication,  
Connaissance des Arts

**Nadia Auzanneau**  
Directrice Générale  
Adjointe,  
*Opinion Way*

**Aymeric Vincent**  
Directeur  
de la transformation  
et de l'innovation RH

**Pascale Luca**  
DG adjointe, en charge  
du Business planning et  
de la Stratégie Marketing

**Catherine Massabuau**  
Directrice industrielle  
et logistique

**Laurence Voyer**  
Rédactrice en chef,  
*Le Parisien*

**Mélanie Monsaingeon**  
Editrice,  
*Le Parisien*

**Flore Segalen**  
COO,  
Netexplo

**Sophie Rouxel**  
Directrice Développement  
& Partenariats,  
*Les Echos - Le Parisien*  
Événements

**Frédéric Gondolo**  
Directeur commercial  
& relation clients

**Damien Bersac**  
Directeur  
des Services Généraux,  
Responsable Sécurité

**Martin Laucher**  
Editeur Adjoint  
de *Capital Finance*,  
*Investir*, *Mieux Vivre*  
*Votre Argent et Boursier*

**Marie Bourgeade**  
Chargée de projet  
Développement Durable

**Santiago Lefebvre**  
Président et Fondateur,  
*ChangeNOW*

**Pierre Brémond**  
Directeur  
communication adjoint

**Capucine Petre Spassky**  
Directrice  
Développement Durable

N'apparaissent pas sur la photo :

**Violaine Degas**  
CDO (Chief Digital Officer),  
*Les Echos & Thématiques*

**Sophie Cassam Chenai**  
CDO (Chief Digital Officer),  
*Le Parisien*

**Marie Van De Voorde**  
Éditrice,  
*Les Echos*

**Johanna Labardin**  
Directrice Marketing  
Clients Adjointe,  
*Le Parisien*

**Xavier Genovesi**  
Directeur Juridique-  
Éthique et Conformité

# La communication au service de notre raison d'être



**Fabrice Février**  
Directeur Stratégie & Communication,  
Groupe Les Echos – Le Parisien

## CRÉER UN FUTUR DÉSIRABLE ENSEMBLE

« Toujours la communication a constitué un accélérateur de transformation culturelle. De notre point de vue, la transition sociale et environnementale doit faire appel à de nouveaux imaginaires pour favoriser l'émergence de nouveaux modèles culturels. Ne serait-ce que parce qu'elle porte en elle l'impérieuse nécessité de changer nos modes de vie, pour les citoyens, et de production, pour les entreprises. La communication possède ce pouvoir inné de dessiner les contours d'un futur désirable et de permettre à chacun d'y trouver sa place. »

Comment communiquer ? Avec humilité et sincérité. L'incantation, comme le greenwashing, est notre pire ennemie, la démonstration notre meilleure alliée ! Il s'agit avant tout de donner les preuves de l'utilité de nos contenus éditoriaux ou de nos événements : nouvelle rubrique, newsletter spécialisée, dossier spécial, grande conférence. »

## ACCOMPAGNER NOS ENTREPRISES CLIENTES DANS LEURS NOUVEAUX RÉCITS

« Pelham Media, médaillé d'argent EcoVadis dès 2021, accompagne la communication éditoriale et événementielle des plus grandes entreprises et associations depuis près de 25 ans. Aujourd'hui, 42 % de notre chiffre d'affaires est lié aux thématiques ESG. Parce que ces sujets sont cruciaux, nous travaillons à les rendre accessibles à quiconque souhaite s'en saisir. De la qualité des contenus que nous produisons dépend la qualité du débat et, *in fine*, des solutions que nous choisirons collectivement. »



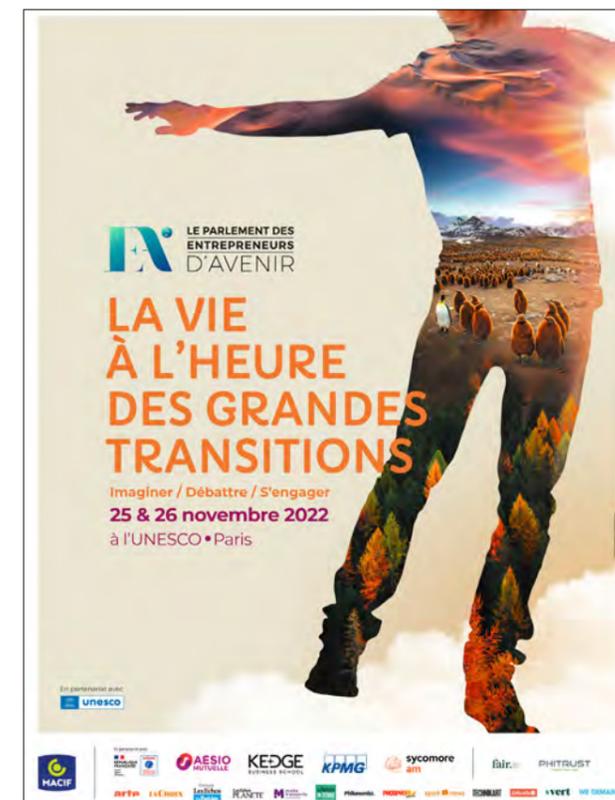
**Lorenzo Ceresa El Hage**  
Président,  
Groupe Pelham Media

## DES PARTENARIATS STRATÉGIQUES POUR SOUTENIR LES GRANDS RENDEZ-VOUS DE LA COMMUNAUTÉ IMPACT

Partenaire incontournable de nombreux événements et conférences majeures, notre Groupe contribue activement à dynamiser les débats et initiatives liés à la durabilité. En unissant notre puissance médias avec des acteurs clés, nous distinguons notre promotion des dialogues constructifs et des actions concrètes en faveur du développement durable.



**Les Universités d'Été de l'Économie de Demain**  
Le 30 août 2023,  
Cité Internationale Universitaire de Paris



**La 10<sup>e</sup> édition du Parlement des Entrepreneurs d'avenir**  
Les 25 et 26 novembre 2022,  
UNESCO Paris



**4<sup>e</sup> édition des Assises de la Parité**  
Le 19 juin 2023,  
Bercy

# Agir avec transparence et éthique

Au centre de la démarche de gouvernance de notre Groupe, ces deux valeurs cardinales guident nos actions au quotidien.

## LA TRANSPARENCE : UN ENJEU CLÉ POUR NOS PARTIES PRENANTES INTERNES ET EXTERNES

Ce qui ne se mesure pas n'existe pas ! Forts de cette conviction, nous mettons tout en œuvre pour apporter à nos parties prenantes un maximum de transparence sur notre performance extra-financière. En interne, cela se traduit par la mise en place d'indicateurs dédiés pilotés en COMEX ainsi que de points de contacts réguliers à destination de nos collaborateurs (réunions d'information, mailings, etc.) et de nos abonnés.

Plus largement, nous avons également souhaité pour la première fois nous engager dans l'évaluation EcoVadis, qui permet aux entreprises de mesurer leur impact environnemental et social selon des critères de durabilité et d'éthique. Cette évaluation, sur le périmètre de notre Groupe, a pour vocation de dresser une feuille de route précise et ambitieuse, dans une perspective d'amélioration continue des actions que nous mettons en place. Enfin, l'entité ChangeNOW ouvre la voie B Corp, avec un process de certification dont la validation est prévue en 2024.



## L'INTÉGRITÉ ET L'ÉTHIQUE AU CŒUR DE NOTRE GOUVERNANCE

« Dans le cadre de nos missions au sein de la direction juridique – éthique et conformité – RGPD, nous accompagnons la transformation digitale du Groupe de façon vertueuse et respectueuse des droits des individus. Nous mettons l'humain au centre de nos réflexions en respectant le droit des personnes.

La transparence dans nos relations avec l'ensemble des parties prenantes guide également nos réflexions.

Elle est essentielle dans le cadre des relations d'affaires et gage de confiance, ce qui est vertueux pour une économie saine et éthique. Au sein de l'entreprise, nous avons également mis en place des politiques et des formations visant à établir des relations plus éthiques, avec notamment des campagnes de conflits d'intérêts, des politiques cadeaux, des sensibilisations sur le sexisme ordinaire.

Nos missions sont également guidées par l'équilibre des relations contractuelles entre les parties prenantes. À ce titre, nous n'avons pas hésité à initier des actions contre les GAFAM afin d'une part d'équilibrer les relations et d'autre part de défendre le revenu des titres de presse, notamment pour leur permettre de financer une presse de qualité visant à informer les citoyens en toute indépendance et impartialité. »

### Xavier Genovesi

Directeur Juridique - Ethique et Conformité,  
Groupe Les Echos - Le Parisien

Groupe  
**Les Echos**  
**Le Parisien**

### Photographies

Couverture : Olivier Corsan – Page 2 : Le Parisien, Philippe de Poulpiquet – Page 3 : Bruno Levy – Page 4 : Le Parisien, Yann Foreix – Page 7 : Olivier Corsan, Philippe de Poulpiquet, Le Parisien, K. Ansara – Pages 8 et 9 : Le Parisien, Olivier Arandel – Pages 10 et 11 : K. Ansara – Pages 12 et 13 : Le Parisien – Pages 14 et 15 : Le Parisien – Page 16 : Patrick Lazic, Agathe Wolff – Page 17 : Le Parisien, Laurent Rouvrais, Olivier Arandel, Bertrand Saint-Genès – Pages 18 et 19 : Le Parisien, Yann Foreix – Page 20 : ChangeNOW, Agathe Wolff – Page 21 : Le Parisien, Loran Dherines, Foucha Muyard – Pages 22 et 23 : K. Ansara – Page 24 : Ysée Pizzini – Page 25 : Le Parisien, Ysée Pizzini – Page 26 : Les Echos Le Parisien Médias, Olivier Arandel, K. Ansara – Page 27 : Le Parisien, Ysée Pizzini, K. Ansara – Page 28 : Le Parisien, Olivier Arandel – Page 29 : Le Parisien, Julien Hézard – Page 30 : Boris Spassky, Le Parisien – Page 31 : Le Parisien, Ysée Pizzini – Page 32 : Le Parisien, Olivier Arandel – Pages 33 et 34 : Le Parisien, Natacha Bigan, Olivier Arandel – 4<sup>e</sup> Couverture : Olivier Boitet.

### Les Echos - Le Parisien

10, Boulevard de Grenelle – 75015 Paris – France  
Tél. : 33 (0)1 70 37 61 36  
www.lesechosleparisien.fr

*Groupe*  
**Les Echos**  
**Le Parisien**

