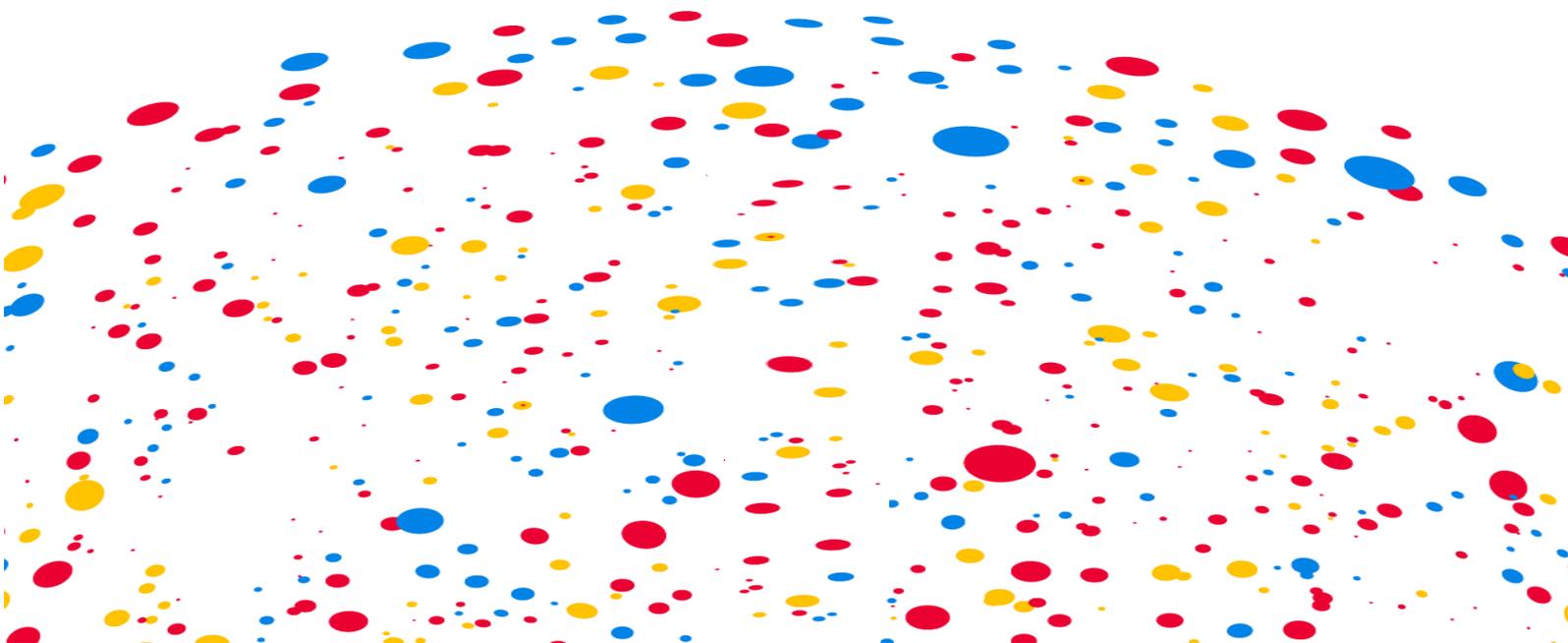


france•tv

POLITIQUE ACHATS RESPONSABLES DE FRANCE TELEVISIONS



SOMMAIRE

| | |
|---|----------|
| AVANT-PROPOS | 2 |
| ARTICLE 1. ACTIONS DEPLOYEES AU NIVEAU DES QUATRES GRANDS PILIERS | 3 |
| 1.1 - Pilier 1 : Achats respectueux de l'environnement et économes | 3 |
| 1.2 - Pilier 2 : Achats inclusifs et équitables | 4 |
| 1.3 - Pilier 3 : Achats éthiques et conformes aux lois | 5 |
| 1.4 - Pilier 4 : Achats innovants et stratégiques en termes d'ancrage territorial | 5 |
| ARTICLE 2. AMBITIONS ET INDICATEURS | 6 |
| ARTICLE 3. CONCLUSION | 8 |

Les achats sont un acteur clé de la stratégie RSE du Groupe France Télévisions.

La conduite d'une Politique Achats Responsables contribue d'une part, au respect, par le Groupe de ses engagements en matière de développement durable, économique et social et, d'autre part, à l'élargissement de l'éventail d'actions et de valeurs déjà mises en œuvre.

En effet, la Politique Achats Responsables s'inscrit dans le plan stratégique du Groupe France Télévisions et, plus spécifiquement, autour de 4 grands piliers majeurs :



Au travers de ces 4 grands piliers, la Politique Achats Responsables porte un certain nombre de valeurs et d'ambitions et notamment :

- celle consistant à développer des pratiques achats toujours plus éthiques et plus durables ;
- celle favorisant la recherche d'innovation et de performance tout en limitant les impacts négatifs pour encourager les impacts positifs ;
- celle consistant à sensibiliser les parties prenantes internes et externes (acheteurs, tutelles, collaborateurs, prescripteurs, partenaires, etc.) aux préoccupations sociales et environnementales dans le processus achat ;
- celle visant à maintenir des relations commerciales bénéfiques et loyales avec les fournisseurs, tout en renforçant l'image de marques des fournisseurs et du Groupe France Télévisions ;
- celle visant à favoriser le développement d'une stratégie d'ancrage territoriale ;
- celle visant à contribuer à la performance économique, opérationnelle et sociale du Groupe France Télévisions.

Cette Politique Achats Responsables vise à améliorer et promouvoir, de façon continue, les attentes sociétales dans toutes les étapes du processus achat. Cela passe d'une part, par différents moyens mis en œuvre, pour promouvoir et respecter nos engagements et, d'autre part, par des actions concrètes au sein des quatre grands piliers.

Marie Anne BERNARD

Directrice RSE France Télévisions

Jeremy PEGARD

Directeur des Achats Hors Programme

ARTICLE 1. ACTIONS DEPLOYEES AU NIVEAU DES QUATRES GRANDS PILIERS



1.1 - Pilier 1: Achats respectueux de l'environnement et économes

Pour réduire la production des déchets et promouvoir l'économie circulaire, la Direction des Achats Hors Programme (DAHP) se veut d'adopter plusieurs actions pour favoriser les bonnes pratiques internes et externes.

Parmi ces actions, l'on peut citer :

- sensibiliser et proposer une formation « e-learning » dédiée aux prescripteurs et aux acheteurs sur les achats écologiquement responsables ;
- challenger les prescripteurs sur leurs justes besoins ;
- systématiser le sourcing ou les évaluations avec un questionnaire sur les dispositifs internes des entreprises ;
- favoriser dans les pièces du contrat la réduction des déchets et leur valorisation (réemploi par des dons, des ventes, des recyclages, la gestion des stocks de déchets, le tri par les opérateurs économiques, ou encore la lutte contre le gaspillage) cela passe par l'intégration de critères de notation, par des exigences et des conditions d'exécution ;
- intégrer et systématiser des marchés de réemploi (mobilier de bureau, matériels informatiques, etc.) ;
- rédiger/ mettre à jour les clauses environnementales en fonction de la famille achats et de l'objet du marché (utilisation d'équipements de haute performance énergétique, de véhicules propres, réduction des nuisances sonores, etc.) ;
- proposer des allotissements dans les contrats pour permettre à des prestataires plus spécialisés de se positionner sur la collecte et le traitement des déchets ;
- limiter voire supprimer les achats « plastiques » et favoriser les matériaux écologiques et performants ;
- challenger et accompagner les fournisseurs dans leur transition écologique sur l'ensemble du cycle de vie de leurs produits et services.

1.2 - Pilier 2 : Achats inclusifs et équitables

La DAHP a la volonté de faciliter et d'encourager la démarche d'insertion sociale dans toutes les étapes du processus achat.



Cette volonté passe par un certain nombre d'étapes et notamment :

- de cartographie des partenaires de l'insertion (ESAT, EA, SIAE, etc.) ;
- de benchmark des pratiques extérieures ;
- de création de modèles de clausiers/critères à insérer dans les documents de la consultation/contrats ;
- de création de dispositifs et de suivi des clauses et des actions mises en œuvre ;
- d'élaboration d'un guide et d'une formation « e-learning » dédiés aux prescripteurs et aux acheteurs pour les accompagner dans la mise en œuvre des procédures allant de l'étape du sourcing, au lancement de la procédure jusqu'à la phase exécution. Cela permet de favoriser les « bons réflexes » ;
- de valorisation des opérateurs économiques avec des critères de valorisation des offres sur les aspects sociaux et en lien avec l'objet du contrat ;
- d'incitation des candidats à proposer des dispositifs inclusifs et cela passe entre autre par la systématisation des appels à compétences avec un questionnaire sur les dispositifs internes des entreprises ;
- de vérification du respect de la législation (lutte contre le travail dissimulé, illégal la durée du temps de travail, etc.) ;
- de multiplication des marchés/lots réservés ou d'insertion à destination des personnes en situation de handicap, des jeunes diplômés ou encore des stagiaires ;
- de déploiement des actions sur le territoire français auprès des différentes structures à but social (STPA, SIAE, secteur ESS, etc.).

Outre les achats inclusifs, la DAHP souhaite œuvrer pour l'engagement des entreprises en faveur de l'égalité H/F.

Pour favoriser cela, il est nécessaire :

- de sensibiliser au travers d'une formation, en complément de la partie « achats inclusifs », les prescripteurs et les acheteurs sur l'égalité de traitement professionnel ;
- de rappeler aux opérateurs économiques les obligations concernant l'égalité H/F dans les documents de la consultation et notamment en annexe des contrats pour ainsi, les inciter à s'engager pour la lutte contre les discriminations et à améliorer leurs pratiques ;
- de systématisation des RFI avec un questionnaire sur les dispositifs internes des entreprises ;
- de mettre en place des critères pour valoriser les initiatives des entreprises en faveur de cette égalité et en lien avec l'objet du marché ;
- d'intégrer dans les contrats, une clause d'exécution relative à la lutte contre les discriminations avec par exemple la mise en place de pénalités ou autres clauses incitatives.



1.3 - Pilier 3 : Achats éthiques et conformes aux lois

France Télévisions se veut d'être une entreprise qui promeut les plus hauts standards d'intégrité.

Pour ce faire, la DAHP instaure plusieurs actions pour consolider les relations, inciter et accompagner les fournisseurs dans les stratégies RSE :

- l'intégration de critères RSE clairs et objectifs, pondérés entre 10% et 30% socialement et économiquement équilibrés et viables pour le fournisseur ;
- l'intégration des exigences RSE dans le cahier des charges et des clauses environnementales et sociales comme conditions d'exécution dans le cahier des clauses administratives ;
- la diffusion au sens large du respect des politiques anti-corruption, de préservation des conflits d'intérêts, de cadeaux pour préserver une indépendance en matière de décision et d'actions ;
- l'organisation de RETEX (retours d'expériences) avec les fournisseurs pour développer des relations de partage de bonnes pratiques, de progrès mutuels (point sur les impacts positifs et négatifs avec accompagnement sur un plan de progrès, des axes d'amélioration, etc.).

1.4 - Pilier 4 : Achats innovants et stratégiques en termes d'ancrage territorial

La DAHP a à cœur d'instaurer des achats au service de l'innovation et des PME/TPE. A ce titre elle s'engage entre autres :

- favoriser et simplifier, conformément au code de la commande publique, l'accès au PME/TPE aux consultations et notamment en proposant des allotissements dimensionnés selon les marchés fournisseurs ou en proposant systématiquement un cadre de réponse technique clair pour structurer les attendus de l'offre ;
- participer à des événements de rencontre (des forums, salons, etc.) pour communiquer avec les nouveaux fournisseurs ;
- systématiser les appels à compétences et les phases de sourcing ;
- développer et stimuler, avec la Direction de l'innovation de France Télévisions, des partenariats avec les réseaux d'entreprises innovantes du territoire ;
- encourager le sourcing local au plus proche de nos territoires (Réseau France 3 et Outre-Mer) ;
- encourager la transversalité au sein des directions opérationnelles afin de répondre à des besoins plus globaux pertinents propices à des propositions innovantes.



ARTICLE 2. AMBITIONS ET INDICATEURS

Pour mesurer les progrès et fixer des objectifs ambitieux, nous avons mis en place des indicateurs de suivi de performance, en lien avec nos quatre piliers :

1- Taux d'intégration de la RSE dans les marchés :

Afin d'intégrer de façon systématique les problématiques de responsabilité environnementales et sociétales dans nos consultations, France Télévisions s'engage à avoir un critère de sélection RSE d'un poids allant de 10% à 30% dans 80% de ces consultations pour 2024 et 100% pour 2025.

2- Mesure de l'impact carbone :

Les émissions de GES des achats représentent quasiment les deux tiers des émissions liées au fonctionnement interne de l'entreprise. France Télévisions évalue, depuis 2021, le bilan carbone de ses achats (scope 3) et s'engage à poursuivre le suivi de cet indicateur dans les prochaines années.

En plus de cela, il sera demandé de façon plus régulière aux fournisseurs, un reporting de leur empreinte carbone.

3- Mesure de la part des achats « inclusifs » :

Notre volonté de développer nos achats auprès du secteur adapté et de favoriser l'insertion, est mesurée au niveau de l'ensemble de nos volumes d'achats annuels.

L'objectif est d'atteindre un pourcentage d'achats inclusifs de 1,5% pour 2024 et 2% pour 2025.

4- Innovation et ancrage territorial :

Notre objectif de favoriser l'accès aux fournisseurs locaux proches de nos territoires, ainsi que les entreprises TPE/PME/Travailleurs indépendants est mesuré au travers de deux indicateurs : part des achats réalisés auprès des TPE/ PME/ trav indep , part des achats réalisés avec le marché fournisseur de nos territoires (au niveau du département et de la région).

Au-delà de ces indicateurs, d'autres engagements sont pris :

- mettre en place un parcours de formation à destination des acheteurs et un programme de sensibilisation/formation pour les prescripteurs ;
- s'engager vers le Label RFAR : la signature de la charte est prévue pour fin 2023 et l'objectif est d'obtenir le label en 2025. Cet objectif s'inscrit dans une démarche commune et en synergie avec les membres de l'audiovisuel public avec la construction et la mise en œuvre d'un plan d'amélioration autour des 10 engagements de la Charte RFAR pour 2024.

En effet, par la signature de la charte RFAR, France Télévisions notamment réaffirme :

- sa volonté de maintenir les relations de confiance avec les fournisseurs ;
- son engagement à agir avec respect et transparence ;
- son intention de respecter les délais de paiement conformément à la réglementation ;

- son engagement de veiller à l'équilibre entre les aspects financiers et extra-financiers.

ARTICLE 3. CONCLUSION

Au travers de sa Politique Achats Responsables, France Télévisions a fixé 4 principales ambitions à horizon 2024-2025 :



Intégrer aux consultations des critères RSE à 80% pour 2024 et 100% pour 2025 (volonté de positionner la RSE comme un axe stratégique de sélection de nos fournisseurs au même niveau que le prix et la technique, avec poids relatif allant entre 10% à 30%)

Atteindre l'objectif de 2% du montant des achats inclusifs pour 2025

Obtenir le Label RFAR en 2025

Former les acheteurs et sensibiliser l'ensemble des prescripteurs de France Télévisions