

POLITIQUE ACHATS
RESPONSABLES
FRANCE TELEVISIONS

SOMMAIRE

AVANT-PROPOS	2
ARTICLE 1. ACTIONS DEPLOYEES AU NIVEAU DES QUATRES GRANDS PILIERS	4
1.1 - Pilier 1 : Achats respectueux de l'environnement et économes.....	4
1.2 - Pilier 2 : Achats inclusifs et équitables	5
1.3 - Pilier 3 : Achats éthiques et conformes aux lois	6
1.4 - Pilier 4 : Achats innovants et stratégiques en termes d'ancrage territorial.....	6
ARTICLE 2.AMBITIONS, INDICATEURS ET PILOTAGE	7
.....	7
2.1 - Ambitions et indicateurs de performance	7
2.2 - Atteinte des indicateurs RSE et alignement stratégique	Erreur ! Signet non défini.
2.3 - Engagements RFAR et amélioration continue.....	8
ARTICLE 3.FORMATION ET ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS ACHATS	8
.....	8
3.1 - Déploiement d'une offre de formation multimodale	8
3.2 - Dispositifs adaptés aux bassins géographiques	9
ARTICLE 4. CONCLUSION	9
.....	9

AVANT-PROPOS

Les achats constituent un levier stratégique majeur de la démarche de responsabilité sociétale (RSE) du Groupe France Télévisions.

La mise en œuvre d'une Politique Achats Responsables contribue à la fois au respect des engagements du Groupe en matière de développement durable, économique et social, et au renforcement des actions et valeurs déjà déployées au sein de l'entreprise.

La Politique Achats Responsables s'articule autour de quatre piliers structurants, qui guident l'action de la Direction des Achats Hors Programmes (DAHP) et traduisent concrètement les engagements du Groupe en matière de responsabilité environnementale, sociale, éthique et économique.



Au travers de ces quatre piliers, la Politique Achats Responsables porte un ensemble de valeurs et d'ambitions, et notamment :

- le développement de pratiques d'achats éthiques, responsables et durables ;
- la recherche de performance et d'innovation, tout en limitant les impacts négatifs et en favorisant les impacts positifs ;
- la sensibilisation et la montée en compétence des parties prenantes internes et externes (acheteurs, prescripteurs, collaborateurs, partenaires, fournisseurs, etc.) ;

- le maintien de relations commerciales équilibrées, loyales et durables avec les fournisseurs, contribuant au renforcement de l'image et de la marque du Groupe et de ses partenaires ;
- le développement d'une stratégie d'ancrage territorial ;
- la contribution à la performance économique, opérationnelle et sociale de France Télévisions.

Alignée sur les orientations nationales impulsées par l'État, elle s'inscrit dans une dynamique d'amélioration continue, reconnue par l'obtention du label Relations Fournisseurs et Achats Responsables (RFAR) le 14 mai 2025.

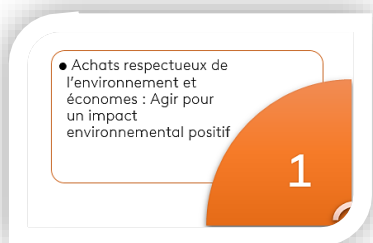
Livia SAURIN

Secrétaire générale adjointe en charge de la RSE et des relations institutionnelles

Jeremy PEGARD

Directeur des Achats Hors Programmes

ARTICLE 1. ACTIONS DEPLOYEES AU NIVEAU DES QUATRES GRANDS PILIERS



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

Afin de réduire les impacts environnementaux des achats et de promouvoir l'économie circulaire, la Direction des Achats Hors Programmes déploie un ensemble d'actions visant à structurer et généraliser les bonnes pratiques,

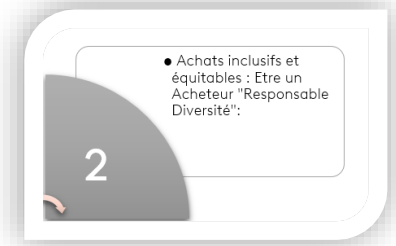
Ces actions reposent notamment sur :

- le déploiement de formations e-learning dédiées aux prescripteurs et aux acheteurs sur les achats écologiquement responsables ;
- le questionnement systématique des prescripteurs sur la définition du juste besoin ;
- la réalisation de phases de sourcing et d'évaluation intégrant des questionnaires relatifs aux dispositifs environnementaux des entreprises ;
- l'intégration, dans les pièces contractuelles, d'exigences relatives à la réduction et à la valorisation des déchets (réemploi, dons, revente, recyclage, tri, gestion des stocks de déchets, lutte contre le gaspillage), au travers de critères de notation, d'exigences techniques et de conditions d'exécution ;
- le recours et la généralisation, lorsque cela est pertinent, à des marchés de réemploi (mobilier de bureau, équipements informatiques, etc.) ;
- la rédaction et la mise à jour régulière de clauses environnementales adaptées aux familles d'achats et à l'objet des marchés (performance énergétique, véhicules propres, réduction des nuisances sonores, etc.) ;
- la structuration des allotissements afin de permettre à des prestataires spécialisés de se positionner sur les activités de collecte et de traitement des déchets ;
- la limitation des achats de plastiques et la promotion de matériaux écologiques et performants ;
- l'accompagnement des fournisseurs dans leur transition écologique sur l'ensemble du cycle de vie des biens et services.

Ces actions font l'objet d'un suivi régulier et s'inscrivent dans une logique d'amélioration continue.

1.2 - Pilier 2 : Achats inclusifs et équitables

La Direction des Achats Hors Programmes déploie une politique visant à favoriser l'inclusion sociale et l'équité dans toutes les étapes du processus achat.



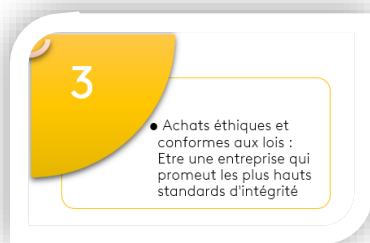
Cette politique s'appuie notamment sur :

- une cartographie des acteurs de l'insertion (ESAT, EA, SIAE, ESS, etc.) ;
- des travaux de benchmark des pratiques externes ;
- la création et la mise à disposition de modèles de clauses et de critères sociaux intégrables dans les documents de consultation et les contrats ;
- des dispositifs de suivi et de pilotage des clauses sociales et des actions mises en œuvre ;
- le déploiement d'un guide opérationnel et de formations e-learning dédiées aux prescripteurs et aux acheteurs, couvrant l'ensemble du processus achat, du sourcing à l'exécution des marchés ;
- la valorisation des offres intégrant des dispositifs sociaux en lien avec l'objet du marché ;
- l'incitation des candidats à proposer des dispositifs inclusifs, notamment via la systématisation des appels à compétences et des questionnaires fournisseurs ;
- la vérification du respect de la réglementation sociale (lutte contre le travail dissimulé, respect de la durée du travail, etc.) ;
- le développement de marchés ou de lots réservés et d'insertion à destination des publics éloignés de l'emploi ;
- le déploiement de ces actions sur l'ensemble du territoire, en lien avec les structures à vocation sociale.

En complément des actions en faveur de l'inclusion, la DAHP intègre les enjeux d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes dans sa politique achats, au travers notamment :

- de la sensibilisation des acheteurs et des prescripteurs, intégrée aux formations existantes ;
- du rappel des obligations légales en matière d'égalité professionnelle dans les documents de consultation et les contrats ;
- de la collecte d'informations relatives aux dispositifs internes des entreprises lors des phases de sourcing ;
- de critères permettant de valoriser les initiatives des entreprises en faveur de l'égalité femmes-hommes, en lien avec l'objet du marché ;
- de l'intégration de clauses d'exécution relatives à la lutte contre les discriminations.

1.3 - Pilier 3 : Achats éthiques et conformes aux lois



France Télévisions promeut les plus hauts standards d'intégrité et de conformité dans ses pratiques d'achats.

À ce titre, la Direction des Achats Hors Programmes déploie les actions suivantes :

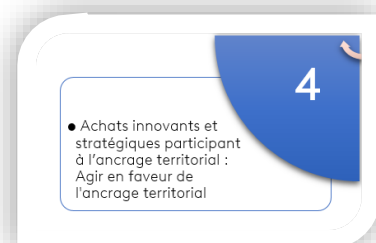
- l'intégration de critères RSE clairs, objectifs et proportionnés, représentant entre 10 % et 30 % de la notation, dans le respect de l'équilibre économique des marchés ;
- l'intégration d'exigences RSE dans les cahiers des charges et de clauses sociales et environnementales dans les conditions d'exécution des marchés ;
- la diffusion et le rappel des règles relatives à la lutte contre la corruption, à la prévention des conflits d'intérêts et à la politique cadeaux ;
- l'organisation de retours d'expérience (RETEX) avec les fournisseurs afin de favoriser le partage de bonnes pratiques et l'élaboration de plans de progrès conjoints.

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

La Direction des Achats Hors Programmes développe des achats favorisant l'innovation, l'accès des PME/TPE et l'ancrage territorial.

À ce titre, elle s'engage notamment à :

- faciliter l'accès des PME/TPE aux consultations, conformément au code de la commande publique, par des allotissements adaptés et des cadres de réponse technique clairs ;
- participer à des événements de rencontre fournisseurs (forums, salons, etc.) ;
- systématiser les appels à compétences et les phases de sourcing en amont des consultations ;
- développer, en lien avec la Direction de l'innovation, des partenariats avec les réseaux d'entreprises innovantes ;
- encourager le sourcing local, notamment au sein des territoires couverts par le réseau France 3 et les Outre-mer ;
- favoriser la transversalité entre les directions opérationnelles afin de répondre à des besoins globaux et de stimuler l'innovation.



ARTICLE 2. AMBITIONS, INDICATEURS ET PILOTAGE

2.1 - Ambitions et indicateurs de performance

La Politique Achats Responsables s'appuie sur des indicateurs de performance permettant de mesurer les progrès réalisés et d'orienter les actions d'amélioration continue.

Les principaux indicateurs suivis sont les suivants :

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

France Télévisions s'engage à maintenir un critère de sélection RSE d'un poids allant de 10% à 30% dans 100% de ces consultations sur les périodes 2026 et 2027.

2- Mesure de l'impact carbone :

Les émissions de gaz à effet de serre (GES) liées aux achats représentent près des deux tiers des émissions associées au fonctionnement interne de l'entreprise. Depuis 2021, France Télévisions mesure le bilan carbone de ses achats (scope 3) et poursuit le renforcement et la fiabilisation de cet indicateur. À terme, certains contrats intégreront leurs propres dispositifs de reporting, directement fournis par les fournisseurs.

L'objectif est d'atteindre une réduction annuelle de 10 % de l'empreinte carbone sur 50 % du périmètre géré par la DAHP. Pour la part restante ; notamment l'énergie, les voyages et déplacements, ainsi que l'immobilier, des actions spécifiques sont mises en place mais elles ne relèvent pas du pilotage de la DAHP. Cette démarche sera menée en priorité en collaboration avec les 20 principaux fournisseurs, qui représentent une part significative des émissions liées aux achats.

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

La part des achats réalisés auprès du secteur adapté, de l'insertion et de l'ESS est suivie annuellement, avec un objectif de 2,2 % en 2026 et de 2,5 % en 2027.

4- Innovation et ancrage territorial :

L'accès aux fournisseurs locaux, ainsi que les entreprises TPE/PME/Travailleurs indépendants est mesuré au travers de deux indicateurs :

- part des achats réalisés auprès des TPE/ PME/ trav indp ;
- part des achats réalisés avec le marché fournisseur au niveau du département et de la région.

5- Factures payées dans les délais réglementaires :

France Télévisions s'engage à réduire progressivement les délais de paiement et le pourcentage de factures

payées en retard. Les actions mises en place incluent l'analyse des causes des retards, la correction des erreurs sur les factures, la mise en place des campagnes de paiement, la mise en place d'un portail fournisseur, le renforcement du processus de relance et le refus des factures sans bon de commande.

Objectifs :

- Pour l'année 2026 : délai moyen 58,5 jours / < 6.5 % de factures payées en retard ;
- Pour l'année 2027 : 58,5 jours / < 5 % de factures payées en retard.

2.2 - Engagements RFAR et amélioration continue

France Télévisions est engagée dans la démarche Relations Fournisseurs et Achats Responsables, matérialisée par la signature de la Charte RFAR, le 13 décembre 2023 et par l'obtention du Label RFAR, le 14 mai 2025, délivré par le Médiateur des entreprises et le Conseil National des Achats.

Cette labellisation engage France Télévisions à maintenir dans la durée les objectifs fixés, à garantir la pérennité des actions déployées et à poursuivre une dynamique d'amélioration continue.

À travers cette démarche, France Télévisions réaffirme notamment :

- son engagement en faveur de relations fournisseurs équilibrées, durables et fondées sur la confiance ;
- le respect des principes de transparence, d'intégrité et d'équité ;
- le respect des délais de paiement conformément à la réglementation ;
- la recherche permanente d'un équilibre entre performance économique et extra-financière.

ARTICLE 3. FORMATION ET ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS ACHATS

3.1 - Déploiement d'une offre de formation multimodale

Afin de garantir l'appropriation des enjeux des achats responsables par l'ensemble des acteurs concernés, France Télévisions a déployé une offre de formation multimodale, accessible à tous les collaborateurs impliqués dans les achats hors programmes.

Cette offre repose sur des formats complémentaires permettant une montée en compétence progressive et opérationnelle. Elle comprend :

- un micro-learning ;
- un e-learning « Achats responsables » complétés par des sessions en présentiel lorsque cela est pertinent ;
- un e-learning « Commande publique » prérequis associé à des ateliers pratiques dédiés à la commande publique.

3.2 - Dispositifs adaptés aux bassins géographiques

Afin de tenir compte des spécificités territoriales, des dispositifs complémentaires sont déployés en fonction des bassins géographiques.

- Pour le bassin du Pacifique, des webinaires dédiés complètent les modules existants. Ils permettent d'intégrer les spécificités législatives et réglementaires propres aux territoires concernés et de favoriser les échanges avec les participants ;
- Pour les bassins Indien et Atlantique, les ateliers peuvent être suivis à distance ou en présentiel, sur demande, après validation des prérequis.

ARTICLE 4. CONCLUSION

Par cette Politique Achats Responsables, France Télévisions affirme sa volonté de faire des achats un levier stratégique de transformation, au service de la performance globale, de la responsabilité sociétale et de la création de valeur durable.

A travers cette politique, France Télévisions fixe plusieurs ambitions structurantes à horizon 2026–2027 :

