

# **Rapport RSE**

Responsabilité Sociétale d'Entreprise

2023

ouest  
france

Revue entièrement éco-responsable  
Papier recyclé intérieur et couverture  
Encres végétales



© David Ademas, Ouest-France

## Le mot du Président du Directoire

66

Alors que près de la moitié de la population mondiale est appelée à voter en 2024, on mesure jour après jour la fragilité de notre Démocratie.

Elle est précisément le combat de Ouest-France, média indépendant, détenue par une association loi 1901 à but non lucratif : l'Association pour le Soutien des Principes de la Démocratie Humaniste. Oui, Ouest-France est un média citoyen et engagé au service du Bien Commun, convaincu que la défense de la démocratie passe par une information de qualité, fiable et rigoureuse. Notre devoir est d'informer, de relier et d'éclairer les citoyens.

À Ouest-France, nous défendons un journalisme exigeant, respectueux des personnes et de la vérité des faits, à l'écoute des attentes, conscient des conséquences de ses écrits, capable de dire sans nuire, montrer sans choquer, témoigner sans agresser, dénoncer sans condamner.

2024 est une année d'actualité annoncée exceptionnelle avec notamment des grands événements sportifs (Euro de football, Jeux Olympiques et

Paralympiques, Vendée Globe), les élections européennes et l'élection présidentielle américaine, le 80<sup>e</sup> anniversaire du Débarquement et le 80<sup>e</sup> anniversaire de Ouest-France. La rédaction de Ouest-France est également mobilisée pour suivre au quotidien l'actualité de chacune des communes de Bretagne, des Pays de la Loire et de Normandie, l'actualité des autres régions françaises sans oublier les territoires ultramarins. Nous entendons aller au-devant de nos lecteurs, sur tous les supports d'information et avec les formats les plus innovants. Nous entendons aussi poursuivre la modernisation du Journal qui est aujourd'hui le premier journal francophone au monde par sa diffusion.

Media citoyen et engagé, Ouest-France est particulièrement soucieux de son impact environnemental. Notre charte pour un journalisme au niveau de l'enjeu écologique nous engage devant nos lectrices et nos lecteurs. Nos équipes, de tous les métiers, sont pleinement mobilisées pour faire de Ouest-France une entreprise vertueuse qui identifie tous les leviers lui permettant de réduire son bilan carbone<sup>®</sup> et de s'adapter aux limites planétaires. Comme nous nous y sommes engagés, nous avons rendu compte de nos actions et de nos résultats auprès de nos lecteurs, dans nos colonnes et sur nos supports numériques. Nous leur donnons de nouveau rendez-vous en 2024 pour cet exercice de transparence et de participation indispensable à l'effort collectif pour un monde meilleur.

Exigeant sur la qualité de l'information, Ouest-France souhaite la rendre accessible au plus grand nombre. N'ayant pas d'actionnaire à rémunérer, Ouest-France réinvestit ses bénéfices dans l'amélioration des services aux lecteurs et conduit un développement raisonnable et ambitieux. Notre indépendance est à ce prix. Les nécessaires efforts d'innovations seront conduits. Nous mènerons notre mission en investissant les nouveaux champs de l'information vraie, vérifiée, digne de confiance.

Vous pouvez compter sur nous !

99

François-Xavier Lefranc  
Président du Directoire de Ouest-France et Directeur de la publication

## Note sur la performance extra-financière

Cette déclaration de performance extra-financière se base sur les données 2023 de la société Ouest-France comprenant son siège, l'ensemble de ses rédactions locales et son site d'impression de La Chevrolière. Le restaurant Ouest-France (interentreprises) ne faisant pas partie du périmètre, les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire ne sont pas détaillées ici. Nous pouvons néanmoins noter l'existence du Nutriscore et du Carbone Score depuis le 5 octobre 2020 au restaurant Ouest-France interentreprises. Les thématiques citées à l'article L225-102-1 du code du commerce «Lutte contre la précarité alimentaire, respect du bien-être animal et d'une alimentation responsable, équitable et durable» sont exclues du périmètre de ce rapport, car considérées comme non pertinentes au regard de l'activité de Ouest-France. À ce jour, aucune action spécifique n'a été engagée pour promouvoir le lien Nation-armée et faciliter l'engagement des réservistes.

À long terme, nous sommes convaincus que les performances économiques de l'entreprise qui conditionnent sa pérennité et son indépendance éditoriale, évolueront favorablement si les performances extra-financières sont avérées.



© S. Marchand

## 04 Le Groupe Sipa Ouest-France

- 06 Une gouvernance singulière dans le paysage médiatique français
- 07 Des structures au service de la mission
- 14 L'innovation au cœur de la stratégie
- 16 Les trois piliers de la stratégie développement durable du Groupe
- 17 Le déploiement de la stratégie RSE dans les équipes
- 18 La presse, le média de la transition écologique
- 19 Mieux maîtriser l'impact de notre activité sur l'environnement
- 20 Les chiffres clés du Groupe
- 20 Un Groupe leader de l'information et des médias
- 21 Aux côtés des Français et ancré dans les territoires
- 22 Une couverture nationale de l'information
- 24 Un Groupe au service de l'information

## 26 Les valeurs d'un journal

- 28 Les valeurs d'un journal : cartographie des risques
- 30 Ouest-France, un média national indépendant
- 32 Valeurs et missions de Ouest-France
- 33 Chiffres clés de Ouest-France
- 34 Une équipe de direction et une feuille de route renouvelées en 2023
- 35 Le projet riche en idées pour imaginer le journal Ouest-France de demain



© Franck Dubray, Ouest-France



© S. Marchand

## 36 Activités et vie de l'entreprise

- 38 Modèle économique et enjeux concurrentiels**
- 39 L'entreprise : cartographie des risques
- 40 Le modèle d'affaires
- 44 Une nécessaire augmentation du prix du journal début 2024
- 45 Pour faire face à la hausse de certains postes de charges
- 46 Performance numérique : un triple enjeu pour l'avenir
- 48 Protéger nos actifs de la cybercriminalité
- 49 Protéger nos partenaires et clients contre des pratiques déloyales

### 50 Politique sociale de Ouest-France

- 51 Activité et vie sociale de l'entreprise : cartographie des risques
- 52 Un renforcement de la marque employeur
- 53 Chiffres clés 2023
- 54 Socle social et organisation du travail
- 55 Organisation et dialogue social
- 56 Gestion des emplois et des parcours professionnels (GEPP)
- 57 Accompagnement tout au long de la carrière
- 60 Diversité et inclusion
- 62 La prévention des risques professionnels et la qualité de vie au travail
- 66 Un environnement de travail plus sain

## 68 L'impact de Ouest-France

- 70 L'impact de Ouest-France : cartographie des risques**
- 72 Notre impact sur l'environnement**
- 74 Le bilan carbone® comme outil de pilotage, de suivi et de reporting
- 76 Retour sur les objectifs fixés en 2023
- 77 Retour sur quelques actions clés de l'année
- 78 L'engagement de la rédaction
- 80 Notre impact positif sur la société
- 82 Notre contribution à la vie démocratique**
- 84 Le devoir d'information
- 85 L'exigence éditoriale et la qualité de l'information
- 86 L'accessibilité à tous les publics
- 87 L'animation du dialogue et du débat démocratique
- 88 Notre rôle d'acteur du lien social et de la solidarité**
- 90 Être présent au plus près
- 91 Vie économique et associative locale
- 92 Relations responsables avec nos parties prenantes
- 94 Favoriser l'égalité des chances

# LE GROUPE SIPA OUEST-FRANCE

- Une gouvernance singulière dans le paysage médiatique français
- L'innovation au cœur de la stratégie
- Les chiffres clés du Groupe





# Une gouvernance singulière dans le paysage médiatique français



66

À l'heure où les réseaux sociaux démultiplient la parole et où le risque de désinformation grandit, l'indépendance constitue un enjeu majeur. Une information fiable et vérifiée est plus que jamais une condition fondamentale de la confiance, ciment de nos sociétés.

99

David Guiraud, Président de l'ASPDH

Depuis 1990, le Groupe appartient à une association loi 1901 à but non lucratif : l'Association pour le Soutien des Principes de la Démocratie Humaniste (ASPDH).

Ce montage juridique unique permet de mettre le groupe à l'abri des pressions financières et partisanes.

En tant qu'association, l'ASPDH ne dispose pas d'actions. Elle ne peut être ni vendue, ni achetée, empêchant toute prise de contrôle extérieure. Cette organisation permet à Sipa Ouest-France d'être à ce jour l'un des rares groupes de presse français à ne pas être possédé par une entreprise industrielle ou commerciale.

L'indépendance du Groupe Sipa Ouest-France repose ainsi sur deux piliers :

- ◎ L'indépendance juridique, garantie par l'Association. Au nom de ce principe, la séparation entre fonctions exécutives et de contrôle a été renforcée en 2021.
- ◎ La performance économique des entités, pilotée par la holding SIPA, pour n'être redevable d aucun créancier et se préserver des pressions commerciales.

Ensemble, ils assurent aux médias du groupe une parfaite indépendance éditoriale, essentielle pour produire une information libre.

# Des structures au service de la mission

## L'Association pour le Soutien des Principes de la Démocratie Humaniste (ASPDH)

Nombre de réunions  
du Bureau de  
l'association : 11

Composition du Bureau :

Président  
David Guiraud

Vice-Présidente  
Dominique Quinio

Vice-Président  
Bertrand Badré

Trésorière  
Christine Blanc-Patin

Secrétaire  
Denis Boissard

Secrétaire  
Benoît Le Goaziou

Les travaux du Bureau ont essentiellement porté, en 2023, sur les actions, événements et moyens à mettre en place pour donner davantage de visibilité aux valeurs portées par l'Association, en interne et vis-à-vis de l'extérieur.

En avril, 250 personnes ont réfléchi à la question de l'indépendance des médias, des rédactions et des journalistes, un enjeu majeur pour les lecteurs et internautes. En 2024, la journée a été consacrée à la thématique de la démocratie. Le président et le Bureau de l'ASPDH ont décidé de multiplier ces rencontres avec les salariés du Groupe et des échanges avec les journalistes spécialisés dans les questions des médias. Avec un enjeu permanent : rappeler l'originalité de notre structure juridique associative.



De gauche à droite : Dominique Quinio, David Guiraud, Denis Boissard, Benoit Le Goaziou.



Créé en 2015 par l'Institut Marc Sangnier, ce prix, mis en sommeil en 2020 avec le Covid-19, a été racheté par l'ASPDH et lancé en octobre 2023.

Le Prix de la démocratie s'adresse aux associations, clubs sportifs et élus locaux de toute la France.

Comme l'explique le président de l'ASPDH, David Guiraud : «**Défendre la démocratie, attaquée de toutes parts, c'est aussi la célébrer au travers des multiples initiatives citoyennes qui fleurissent dans les territoires. Des engagements remarquables et qui doivent être remarqués.**»

Pour la première édition, 280 dossiers ont été reçus pour 3 prix :

- le Prix de la démocratie,
- le Prix de la démocratie locale,
- le Prix jeunesse de la démocratie.

Un jury se réunira pour décorer les lauréats au Mémorial de Caen le 26 juin 2024.

## Faire vivre les valeurs et inspirer : le rôle de l'ASPDH

L'ASPDH est garante des valeurs du Groupe et du respect de sa mission. Elle s'appuie sur un collège de 59 membres issus de toute la société : journalistes, femmes et hommes d'entreprise, scientifiques, professeurs,

diplomates, écrivains... Cette diversité de profils représente une richesse importante. L'Association constitue un lieu de réflexion privilégié sur les enjeux contemporains : climat, éducation aux médias, qualité de l'infor-

mation... Ses travaux éclairent la prise de décision et inspirent les stratégies du groupe. Ils participent à dessiner, dans un dialogue permanent avec les collaborateurs, son avenir.

Nombre de Conseils d'Administration : 4	Christine Blanc-Patin Trésorière et administratrice (échéance de mandat : AGO 2024)	Annabel Desgrées Du Loû Administratrice (échéance de mandat : AGO 2026)	Anne-Marie Quéméner Administratrice (échéance de mandat : AGO 2024)
<b>David Guiraud</b> Président et administrateur (échéance de mandat : AGO 2025)	<b>Denis Boissard</b> Secrétaire et administrateur (échéance de mandat : AGO 2025)	<b>Christophe Hutin</b> Administrateur (échéance de mandat : AGO 2026)	<b>Marie-Trinité Touffet</b> Administratrice (échéance de mandat : AGO 2025)
<b>Dominique Quinio</b> Vice-Présidente et administratrice (échéance de mandat : AGO 2026)	<b>Benoît Le Goaziou</b> Secrétaire et administrateur (échéance de mandat : AGO 2025)	<b>François Le Goaziou</b> Administrateur (échéance de mandat : AGO 2024)	Invitée permanente :
<b>Bertrand Badré</b> Vice-Président et administrateur (échéance de mandat : AGO 2024)	<b>Olivier Bonsart</b> Administrateur (échéance de mandat : AGO 2024)	<b>Laurence Méhaignerie</b> Administratrice (échéance de mandat : AGO 2026)	<b>Jeanne-Françoise Hutin</b> Présidente d'honneur



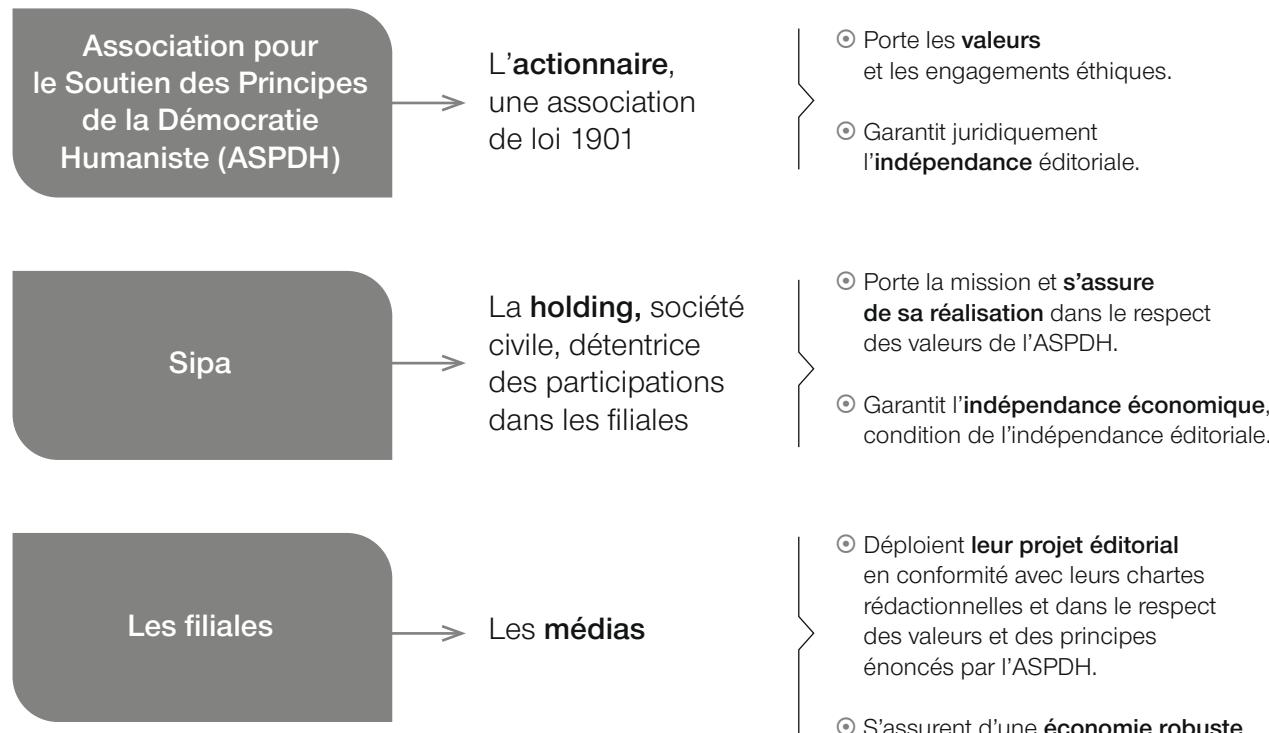
© Nastasya Scribes

## Un groupe structuré pour garantir l'indépendance éditoriale de ses médias

Nos rédactions exercent un journalisme de responsabilité, fondé sur des faits rigoureusement vérifiés, éclairés et mis en perspective. L'information est traitée de manière simple et concrète pour être accessible au plus grand nombre.

Cette volonté de s'adresser à tous passe par le refus de toute forme de vulgarité ou de violence. Ce principe est au cœur de notre déontologie et se décline dans les chartes des différents titres du Groupe. Cette information précise et

respectueuse de la dignité humaine est mise au service de la démocratie. En donnant la parole à ceux qui ne s'expriment pas et en relayant les initiatives inspirantes, nous relions les citoyens et encourageons le dialogue entre communautés.



## Les valeurs du Groupe Sipa Ouest-France



- ◎ Un positionnement populaire
  - Des publications accessibles
- ◎ Une responsabilité revendiquée des contenus publiés
  - Informateur vs hébergeur
- ◎ Le respect des personnes et de leur dignité
  - La pratique d'un journalisme de responsabilité
- ◎ Des faits vérifiés, des écrits rigoureux
  - Un groupe conscient de sa responsabilité sociale et environnementale



© Nastasya Sorribes

Portées par l'Association pour le Soutien des Principes de la Démocratie Humaniste (ASPDH), les valeurs du Groupe Sipa Ouest-France sont réunies dans une charte. Ce texte essentiel engage chacun des collaborateurs à s'y conformer et à les faire vivre chaque jour.

Ces valeurs humanistes, fondées sur l'éthique et sur le respect des personnes, sont au cœur des métiers du Groupe. Elles constituent le pilier à partir duquel nos rédactions élaborent une information exigeante visant à animer le débat démocratique de manière responsable.

**Le respect de ces principes, garanti par l'Association, permet aux citoyens de mieux comprendre le monde pour pouvoir agir.**

**Dans un contexte de défiance à l'égard des élites et des institutions, il fonde le contrat de confiance qui unit chacune de nos marques à leur public.**

## La gouvernance de SIPA

L'ASPDH, à but non lucratif, ne distribue pas de dividendes à des personnes physiques. Toute la richesse créée dans le groupe finance son propre développement.

La holding SIPA, propriété de l'Association, joue un rôle crucial en veillant à la bonne santé financière du groupe. Elle coordonne l'action des filiales opérationnelles et

contrôle leur bonne gestion, dans le respect des valeurs portées par l'Association.

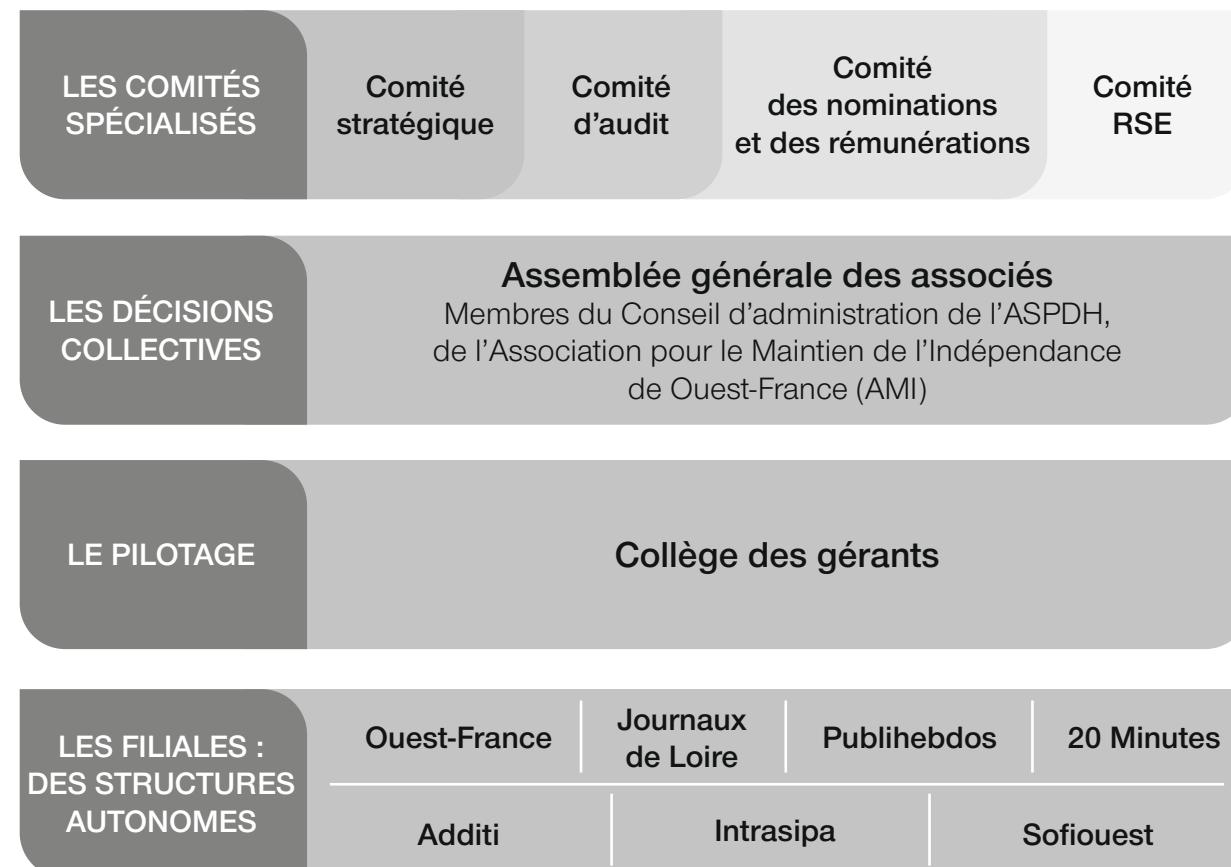
### Association pour le Soutien des Principes de la Démocratie Humaniste (ASPDH)



\* En partenariat avec le Groupe Rossel.

## L'organisation au sein de SIPA

La collectivité des Associés, en concertation avec le Collège des Gérants, composé de trois cogérants – Bertrand Badré, Louis Échelard et Patrice Hutin –, a mis en place quatre comités spécialisés. Leurs missions sont définies dans un règlement intérieur.



## Les membres de SIPA

Ces comités ont installé les modalités de leur fonctionnement courant janvier 2022. Les membres sont nommés pour trois ans. Pour la grande majorité, leur mandat arrivera à échéance lors de l'Assemblée Générale Ordinaire de SIPA de 2024.

### Le Comité stratégique

#### L'essentiel des travaux:

- ◎ Passer en revue l'actualité et l'activité des filiales du Groupe.
- ◎ Examiner les résultats économiques du Groupe.
- ◎ Étudier les projets de développement et d'investissement des filiales.

Réunions en 2023 : 10

Président  
**Georges Coudray**  
Membres  
**Christine Blanc-Patin**  
**Denis Boissard**  
**David Guiraud**  
**Benoît Le Goaziou**  
**Dominique Quinio**

### Le Comité d'audit

#### L'essentiel des travaux:

- ◎ Examiner les comptes de résultats et le budget.
- ◎ Examiner les comptes de bilan.
- ◎ Formuler des avis sur les comptes aux assemblées générales de Sofioust.
- ◎ Veiller à l'application des engagements et des principes du code de conduite anticorruption du Groupe.
- ◎ Assurer le suivi de toutes les questions traitant de l'éthique et de la conformité au sein du Groupe.

Réunions en 2023 : 3

Présidente  
**Christine Blanc-Patin**  
Membres  
**Benoît Le Goaziou**  
**Xavier Gauvain**

### Le Comité des nominations et des rémunérations

#### L'essentiel des travaux:

- ◎ Formuler des recommandations pour la nomination et les rémunérations des dirigeants.
- ◎ Faire un point sur les mandats à échéance.
- ◎ Examiner les évolutions de gouvernance des sociétés filiales. Au premier trimestre 2023, le comité adhoc s'est réuni à plusieurs reprises pour échanger sur l'évolution du directoire de Ouest-France.
- ◎ Passer en revue les dispositifs de remplacement en cas d'indisponibilité des dirigeants des principales filiales.

Réunions en 2023 : 6

Présidente  
**Françoise Malrieu**  
Membres  
**Olivier Bonsart**  
**Franck Noël** (à compter du 22 juin 2023)

### Le Comité responsabilité sociétale et environnementale de l'entreprise

#### L'essentiel des travaux:

- ◎ Définir des axes stratégiques pour construire la vision RSE à 10 ans.

Réunions en 2023 : 6

Présidente  
**Valérie Cottreau**

Membres  
**Laurence Méhaignerie**  
**Aurélien Ollivry**

**Anne Le Goff**

(Invitée à compter du 25 octobre 2023)

# L'innovation au cœur de la stratégie

L'innovation accompagne la transformation de notre modèle d'affaires afin de continuer à répondre aux défis du secteur des médias.

## Imaginer les médias de demain

Face à l'évolution rapide des manières de s'informer, le Groupe Sipa Ouest-France fait de l'innovation un pilier de son développement. Dans un contexte d'érosion des revenus liés à la diffusion papier, il investit continuellement pour assurer sa transformation numérique.

Ces investissements soutenus permettent au Groupe de s'imposer comme un média digital de référence. Nos plateformes éditoriales, qui génèrent plus de 300 millions de visites chaque mois, tirent profit des opportunités offertes par le numérique pour toucher de nouveaux publics.

La demande de contenus personnalisés incite à explorer sans cesse de nouveaux horizons. L'innovation nous permet de concevoir de nouvelles offres de contenus et de services tout en proposant à nos utilisateurs un univers digital toujours plus fluide et intuitif.

## Une culture de l'innovation partagée

Nous adaptons nos méthodes de travail pour favoriser l'émergence d'idées au sein de nos équipes et pour les accompagner en phases de maturation et de prototypage. Cette culture de l'innovation se traduit par la mise en œuvre d'actions collectives.



© S. Marchand

66

Nous mettons à disposition de chaque collaborateur les ressources nécessaires pour innover à son échelle. En tant que facilitateur, le Groupe fait de l'innovation l'affaire de tous, renforçant notre capacité collective à répondre aux défis d'un secteur en perpétuelle évolution.

99

Fabrice Bazard, directeur général de Ouest-France et président d'Additi



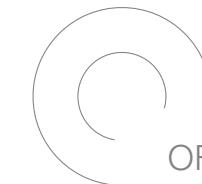
© Nastasya Sorribas

## L'innovation et l'investissement au cœur de la transformation

Le Groupe a acquis des entreprises à la pointe dans ses domaines d'activité : Digiteka (vidéo), Syllabs (réécriture) et Saooti (audio). Ces investissements accélèrent l'acquisition de savoir-faire pour répondre aux défis posés par l'information de demain.

La dynamique d'innovation au sein du Groupe Sipa Ouest-France s'appuie également sur un programme interne d'accélération de startup : OFF7.

Notre engagement en faveur de l'innovation passe par l'investissement dans l'entrepreneuriat et dans l'économie. Organisée autour de trois axes (capital innovation, capital développement et immobilier), la stratégie d'investissement de SofiOuest est orientée pour une large part vers des sociétés à impact social, sociétal ou environnemental.



## OFF7, un accélérateur au service de l'innovation

Cet incubateur, créé en 2017, a déjà accueilli 6 promotions et plus de 45 jeunes pousses innovantes.

Ce dispositif gratuit offre aux startup un accompagnement personnalisé pendant 8 mois : coaching, parrainage et accompagnement d'experts métiers. Il leur permet de tester et d'industrialiser leurs projets. En retour, ce programme permet au groupe d'expérimenter des services innovants et d'explorer de nouveaux leviers de croissance en synergie avec ses activités : réécriture, ventes, services numériques... Il renforce la culture de l'innovation et suscite la créativité des équipes.

- ◎ Deux parrains et/ou marraines par startup (collaborateurs du groupe).
- ◎ Soutien du Startup Palace sur la partie structuration (business model, structure juridique, pacte associés, finances...).

# Les trois piliers de la stratégie développement durable du Groupe

Le Groupe Sipa Ouest-France s'engage à «faire progresser le Bien Commun». Cette contribution, au cœur de sa mission, s'articule autour de deux axes : réduire l'impact de ses activités sur l'environnement et renforcer le lien social.

Les trois piliers de la stratégie impact :

- ◎ Notre **contribution à la vie démocratique**, l'essence même de ce que fait quotidiennement chaque filiale.
- ◎ Notre **rôle d'acteur du lien social et de la solidarité**, notamment par la présence au plus près des territoires.
- ◎ La **réduction de l'impact de nos activités sur l'environnement**, qui passe aussi par notre rôle de média et d'informateur du grand public dans cette crise climatique.

**FAIRE  
PROGRESSER  
LE BIEN  
COMMUN**

Notre contribution  
à la vie démocratique

Notre rôle d'acteur du lien  
social et de la solidarité

Notre impact  
sur l'environnement

Face à l'urgence environnementale, notre action est fondée sur deux leviers d'intervention complémentaires :

- En tant que société, la limitation de l'impact de nos activités sur l'environnement.
- En tant que média, la sensibilisation du grand public sur ces enjeux.

La stratégie d'impact s'appuie sur trois référentiels clés :

- Les objectifs internationaux de lutte contre la crise climatique, notamment ceux de l'Accord de Paris sur le climat de 2015.
- Les objectifs de développement durable (ODD) de l'ONU.
- La mission du groupe : « Éclairer, informer, relier les citoyens pour faire progresser le Bien Commun, dans le respect de la dignité de chacun ».

Ce socle permet au Groupe de définir une stratégie à la fois cohérente avec son développement et à la hauteur des défis environnementaux et sociaux.



Les ODD de l'ONU aident à situer la valeur ajoutée et l'utilité du Groupe.

Six enjeux majeurs issus des ODD de l'ONU sont liés aux trois piliers de la stratégie de développement durable du Groupe.

# Le déploiement de la stratégie RSE dans les équipes

La mise en œuvre de la stratégie RSE s'est appuyée sur une approche concrète d'accompagnement des équipes, orientée vers un horizon simple et partagé : **progresser ensemble en s'inscrivant dans le quotidien opérationnel de tous.**

Les équipes métiers sont au cœur de la démarche. Elles sont les plus aptes à identifier, dans leurs tâches, ce qui est en lien avec la mission du Groupe et à déployer des projets qui contribuent à ses objectifs RSE.

L'équipe RSE, quant à elle, demeure un relai qui pilote, coordonne et soutient les équipes dans leurs actions. Elle oriente prioritairement ses actions vers ce qui n'est pas encore intégré comme un réflexe. Elle concentre ses efforts autour :

- Des plus importants facteurs d'émission de gaz à effet de serre (GES) sur lesquels il existe des leviers de progrès (achats, numérique, distribution...).
- Des enjeux d'égalité des chances et d'inclusion (handicap, égalité femmes-hommes, parentalité...).

La sensibilisation est essentielle pour donner à chaque collaborateur un socle commun de connaissances sur ces différents sujets : climat, biodiversité, mobilité, agissements sexistes, parité, handicaps visibles et invisibles...

**Notre objectif : que chacun s'interroge sur les conséquences environnementales et sociétales de ses projets, comme il le fait sur les impacts sociaux, managériaux, économiques...**



© Nastasya Sorribes, Groupe Sipa Ouest-France.

Douze collaborateurs ont été formés à l'animation de la fresque du climat en octobre 2023.

# La presse, le média de la transition écologique

En tant qu'entreprise, nous avons des obligations en matière d'environnement. Mais nous avons aussi un **devoir en tant que média** : celui de faire connaître et comprendre les enjeux du dérèglement climatique.

Nous avons un impact positif sur la question environnementale : l'information et la sensibilisation des lecteurs, la pédagogie autour de sujets compliqués, souvent scientifiques. *“Les médias ont un rôle crucial dans la perception qu'a le public du changement climatique, sa compréhension et sa volonté d'agir”*, souligne le Giec (le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat).

Les lecteurs, eux aussi, attendent un traitement des médias à la hauteur de ces enjeux. Selon l'Ademe (l'agence de la transition écologique), la question climatique reste dans le top 3 des préoccupations des Françaises et des Français, selon un sondage dévoilé en amont de la COP28 sur le climat qui s'est déroulé à Dubaï en 2023.

C'est là que notre devoir d'information et notre rôle d'animation du débat démocratique prennent tout leur sens.

66 Le Groupe Sipa Ouest-France est responsable au-delà de son territoire, comme en témoigne son engagement «de la commune au monde». Pour être responsable aujourd'hui, il est essentiel de tenir compte de notre impact sur la société au sens large. 99

Maud Lévrier, membre du directoire de Ouest-France en charge du pôle Transformation, Numérique, Distribution et directrice de la politique RSE

66

Les médias ont un rôle clé : rendre accessibles les connaissances scientifiques et factuelles du changement climatique, construire une prise de conscience des risques et des leviers d'action mais aussi assurer un rôle critique face à la désinformation.

99

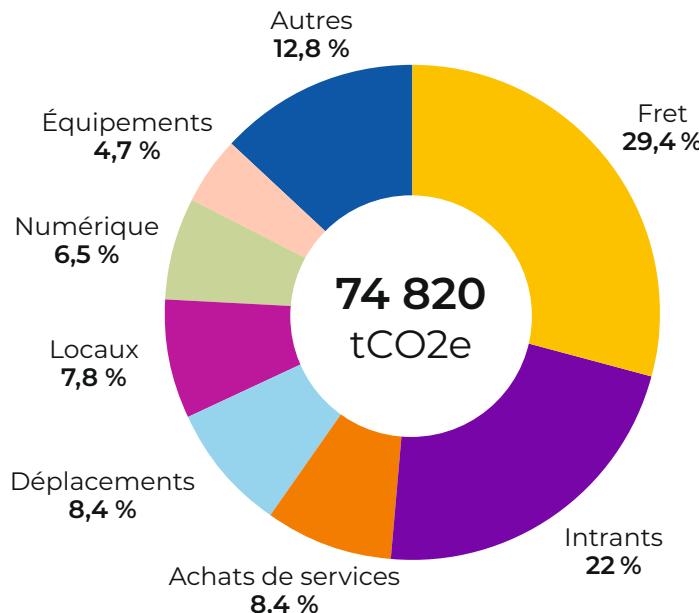
Valérie Masson-Delmotte, paléoclimatologue et coprésidente du groupe n°1 du Giec



© Franck Dubray, Ouest-France.

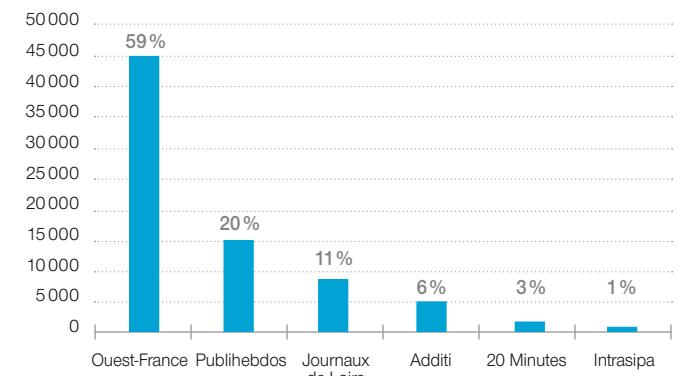
# Mieux maîtriser l'impact de notre activité sur l'environnement

Le bilan carbone® est au centre de notre stratégie environnementale. Cet outil nous permet de mesurer l'ensemble des émissions physiquement nécessaires à l'activité de l'entreprise et de suivre leurs évolutions. Cette année, l'ensemble des filiales du Groupe Sipa Ouest-France s'est prêté à l'exercice, de manière volontaire, permettant de mettre en exergue les principaux postes d'émissions de gaz à effet de serre (GES). Le Groupe émet 74 820 tonnes équivalents CO<sub>2</sub>.



Le résultat du bilan carbone® du Groupe Sipa Ouest-France 2023 est l'équivalent de :

- **7 482** personnes à raison de 10 tCO<sub>2</sub>e / an en moyenne par Français.
- **41 567** allers-retours Paris / New-York en avion
- **9 845** tours du monde en voiture diesel.



Ouest-France porte 59 % des émissions de gaz à effet de serre du Groupe. Ainsi, le service RSE accorde une attention particulière à cette filiale qui opère de façon transverse avec d'autres filiales du Groupe sur des postes importants (distribution des titres jusqu'aux lecteurs, utilisation des matières premières, optimisation des outils industriels, achats groupés...)

Cette approche consolidée des données permet un meilleur suivi pour l'ensemble des filiales du Groupe. La prochaine mesure est prévue en 2025 sur les données de l'année 2024 permettant ainsi de visualiser les résultats des actions mises en place durant les deux années précédentes.

# Les chiffres clés du Groupe

## Un Groupe leader de l'information et des médias...

Construit au fil des années par croissance organique et par acquisitions, le Groupe Sipa Ouest-France est composé de filiales reflétant ses différentes activités. Elles offrent, grâce à

leur diversité et à leur expertise étendue sur l'ensemble des supports, une proposition de valeur unique dans le monde des médias et de l'information.



### Mission

Éclairer, informer,  
relier les citoyens  
pour faire progresser  
le Bien Commun,  
dans le respect  
de la dignité  
de chacun.

3 500  
collaborateurs  
dont 1 200 journalistes

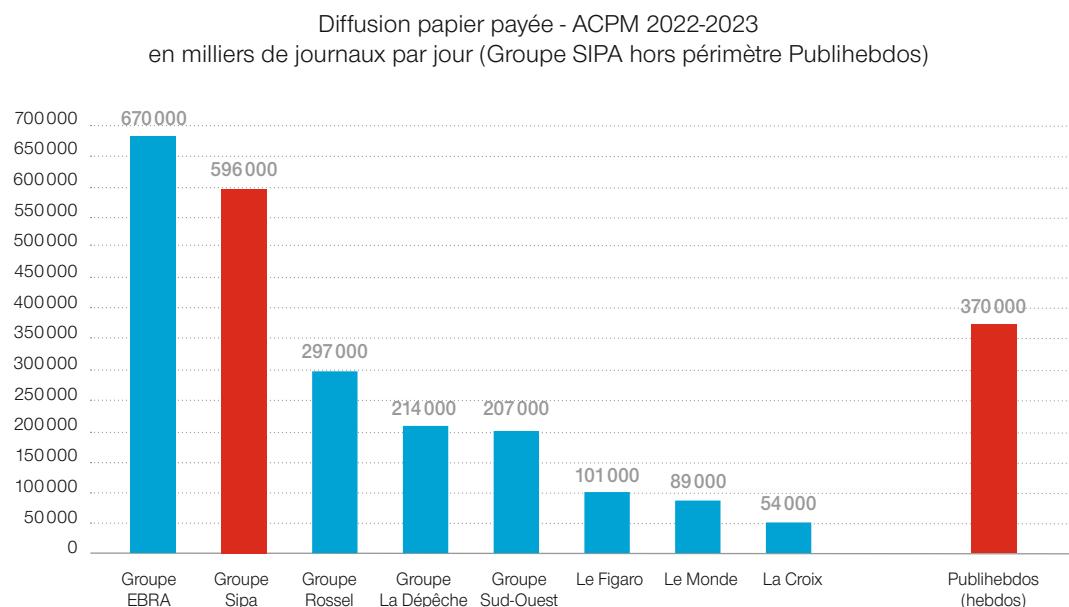
6 quotidiens dont 1 gratuit  
8 magazines

92 hebdos  
d'infos locales

200 fréquences radio

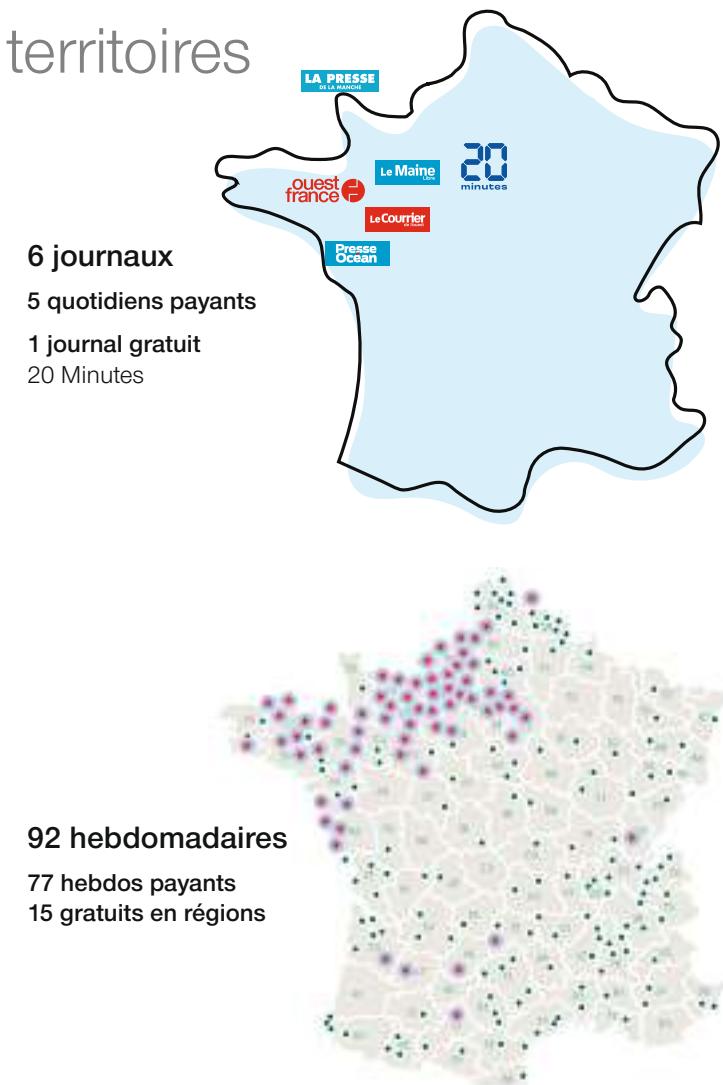
## ... Aux côtés des Français et ancré dans les territoires

Cette histoire commune, écrite pour et avec son audience, constitue un héritage riche. Nous disposons d'une banque de contenus unique en France réunissant plus de 100 millions d'articles, de vidéos, de photos... Elle représente un précieux témoignage du monde depuis 1899. En mettant ces contenus à disposition du plus grand nombre, nous permettons à chacun de s'approprier son histoire. Une histoire qui continue de s'écrire chaque jour en informant et en créant du lien social entre les gens.



Ouest-France : **1<sup>er</sup> journal** de France

Publihebdos : **1<sup>er</sup> groupe d'hebdomadaires** en France



# Une couverture nationale de l'information

Le Groupe Sipa Ouest-France regroupe un ensemble de médias et de services centrés sur un même cœur de métier : **l'information**.

Autour du premier quotidien français Ouest-France, il s'appuie sur un écosystème de marques et de titres à forte notoriété.

5

## Quotidiens payants

Ouest-France, Le Courrier de l'Ouest, Le Maine Libre, Presse Océan, La Presse de la Manche

92

## Hebdomadaires locaux rassemblés au sein de Publihebdos

1

## Journal gratuit

20 Minutes

5

## Sites d'annonces classées

immo, auto, emploi, obsèques, annonces légales

3

## Radios locales

Hitwest, Océane, Sweet FM

3

## Régies publicitaires

Additi média, Hebdos Communication, Régie Radio Régions

8

## Magazines

Voiles et Voiliers, Chasse-Marée, Bretons, Bretons en Cuisine, Spécial Jeux, Terre de Jardins, Voyages à l'Ouest, Marines et forces navales

66

Nous mettons à disposition de nos utilisateurs un univers d'information d'une grande richesse.

Nos titres et nos marques s'efforcent chaque jour de faire vivre les idées afin d'inspirer les citoyens et d'animer le débat démocratique.

99

Louis Échelard, cogérant du Groupe Sipa Ouest-France

L'histoire du journal Ouest-France, et celle de son prédecesseur L'Ouest-Éclair, sont liées à la ville de Rennes, capitale de la Bretagne. Le siège du Groupe, situé au cœur de la métropole rennaise, marque son attachement historique à la région et au Grand Ouest.

Aujourd'hui, l'activité du Groupe dépasse ses frontières historiques. La notoriété de ses titres et la puissance de ses plateformes numériques lui permettent de rayonner partout en France.

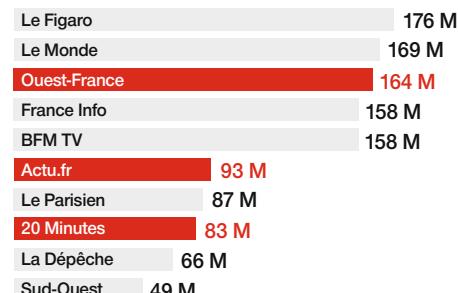
Le Groupe s'appuie sur un réseau de collecte de l'information réunissant 1 200 journalistes et 4 000 correspondants locaux de presse. Ce maillage d'une densité exceptionnelle assure sa présence journalistique dans toutes

les régions françaises et dans tous les territoires ultramarins. Cette forte implantation locale, au plus près des citoyens, en fait un acteur essentiel à l'animation des territoires et à la vie démocratique.

### Découvrir nos médias et nos marques

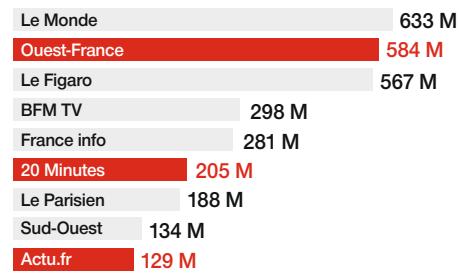
Réunies par une même passion pour l'information, les entités du Groupe Sipa Ouest-France mettent à disposition des utilisateurs et des annonceurs une offre de contenus et de services riche. Nos titres à forte notoriété et nos marques au savoir-faire reconnu fournissent un ensemble complet de solutions répondant aux nouveaux usages et aux nouveaux enjeux de communication.

En 2023, nombre moyen (en millions) de **visites mensuelles** (sites et applis)



(Source : ACPM 2023 – moyenne mensuelle en 2023)

En 2023, nombre moyen (en millions) de **pages vues** (sites et applis)

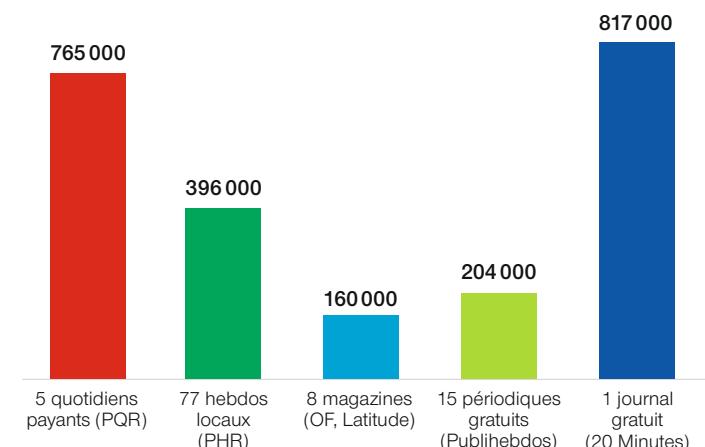


(Source : médiamétrie – moyenne mensuelle en 2023)

**Les trois plateformes du Groupe cumulent 340 millions de visites et 918 millions de pages vues par mois. Le Groupe se positionne à la première place de l'information numérique en France.**

### Diffusion des titres du Groupe Sipa Ouest-France

Diffusion papier et numérique en nombre d'exemplaires par parution (ACPM 2023)



(Source : ACPM 2023 – moyenne annuelle en 2023)

# Un Groupe au service de l'information

## Presse quotidienne régionale et départementale



1<sup>er</sup> quotidien payant national  
628 391 journaux diffusés par jour  
1<sup>er</sup> quotidien francophone au monde



Journaux de Loire : 118 571 journaux diffusés par jour

Plateforme numérique Ouest-France et Journaux de Loire  
3<sup>e</sup> site d'information : 164 millions de visites mensuelles



17 794 journaux diffusés par jour

(Source : ACPM – moyenne par jour en 2023)

## Presse hebdomadaire régionale



1<sup>er</sup> groupe de presse hebdomadaire régionale en France  
92 hebdomadaires  
(77 payants et 15 gratuits)  
600 000 journaux diffusés par parution



6<sup>e</sup> site d'information  
93 millions de visites mensuelles

(Source : ACPM 2023)

## Presse quotidienne gratuite



1<sup>er</sup> journal gratuit d'information  
816 927 journaux par parution  
8<sup>e</sup> site d'information  
83 millions de visites mensuelles en moyenne

(Source : ACPM 2023)

## Régies

---



**Additi Media** : Régie publicitaire de Ouest-France, Le Courrier de l'Ouest, Le Maine Libre et Presse Océan. Éditeur des sites Ouest-France auto, immo ou emploi : **400 000 annonces**.

**Additi filiales** : Medialex (1<sup>re</sup> régie nationale pour les **annonces légales** avec 325 000 annonces par an), Affiouest (entreprise cédée le 5 janvier 2024), Dans nos cœurs.



Régie radio présente dans les régions de France.



Régie publicitaire de Publihebdos  
75 agences.

## Radios

---

**320 000 auditeurs quotidiens** pour les radios du Groupe (Hit West, Sweet FM Normandie, Océane) et **124 000 écoutes par mois** (Clazz\*).

Source : Médiamétrie EAR > Local 2021-2023, Audience Cumulée) et ACPM (janvier 2024)

## Magazines & édition

---

**Magazines** : **160 000 exemplaires** par parution en moyenne par an.  
Voiles et Voiliers, Bretons en Cuisine, Chasse-Marée, Bretons, Terre de jardins, Voyages à l'Ouest, Spécial Jeux, Marines et forces navales.

**12 hors-séries** Ouest-France.

**Éditions Ouest-France** : 152 nouveaux livres imprimés et 253 titres réimprimés.

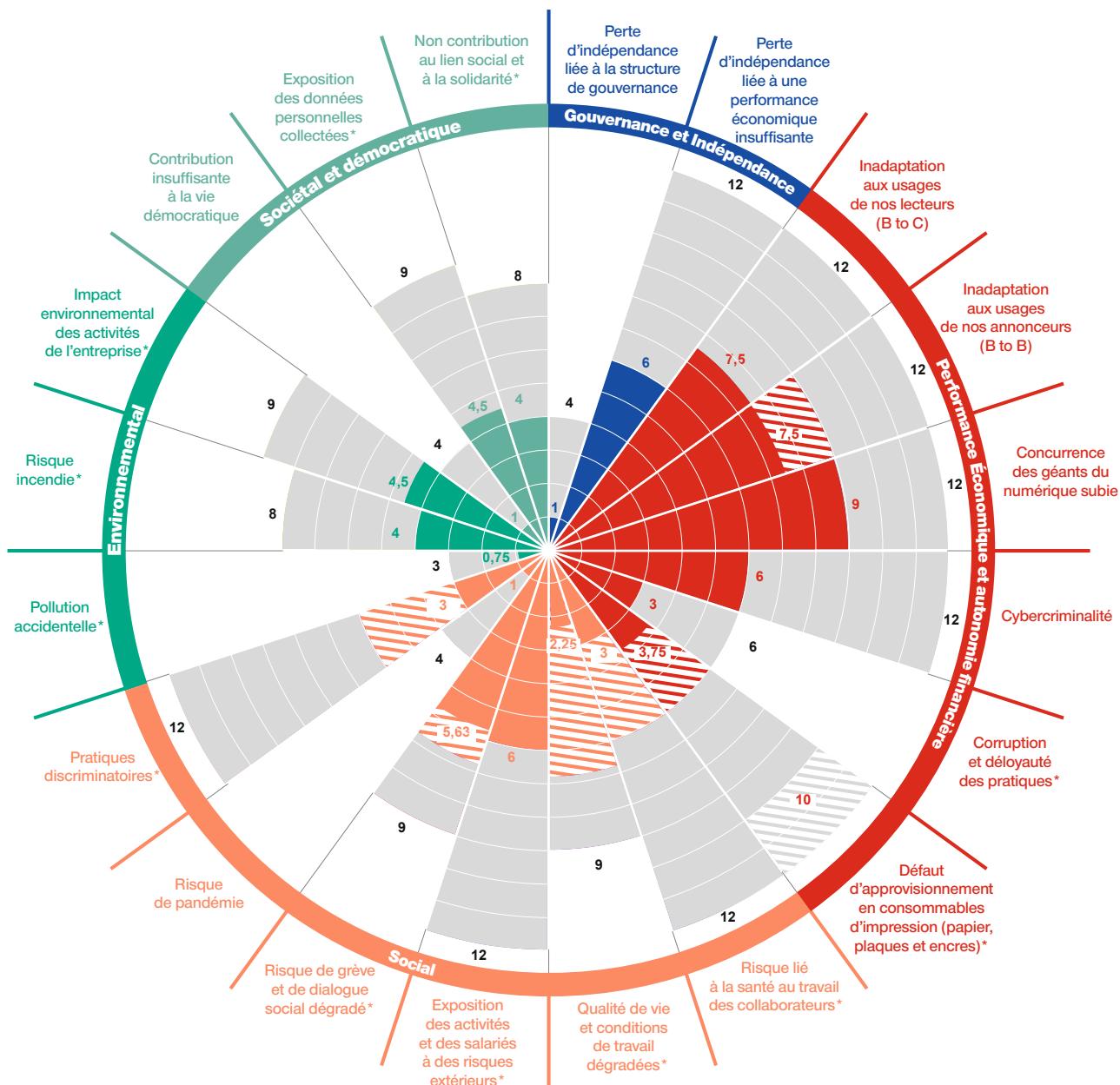
**Presse professionnelle** (Le Marin, Panorapresse, API).

# LES VALEURS D'UN JOURNAL

- Le journalisme au service de la démocratie
- Chiffres clés de Ouest-France
- Une équipe de direction et une feuille de route renouvelées en 2023







## Comment lire la cartographie des risques extra-financiers de Ouest-France ?

1 - À l'intérieur du cercle, en gris clair, le niveau de « criticité » de chacun des risques, c'est-à-dire leur niveau de gravité pour la pérennité de l'entreprise et de la mission, combiné à leur probabilité de survenance.

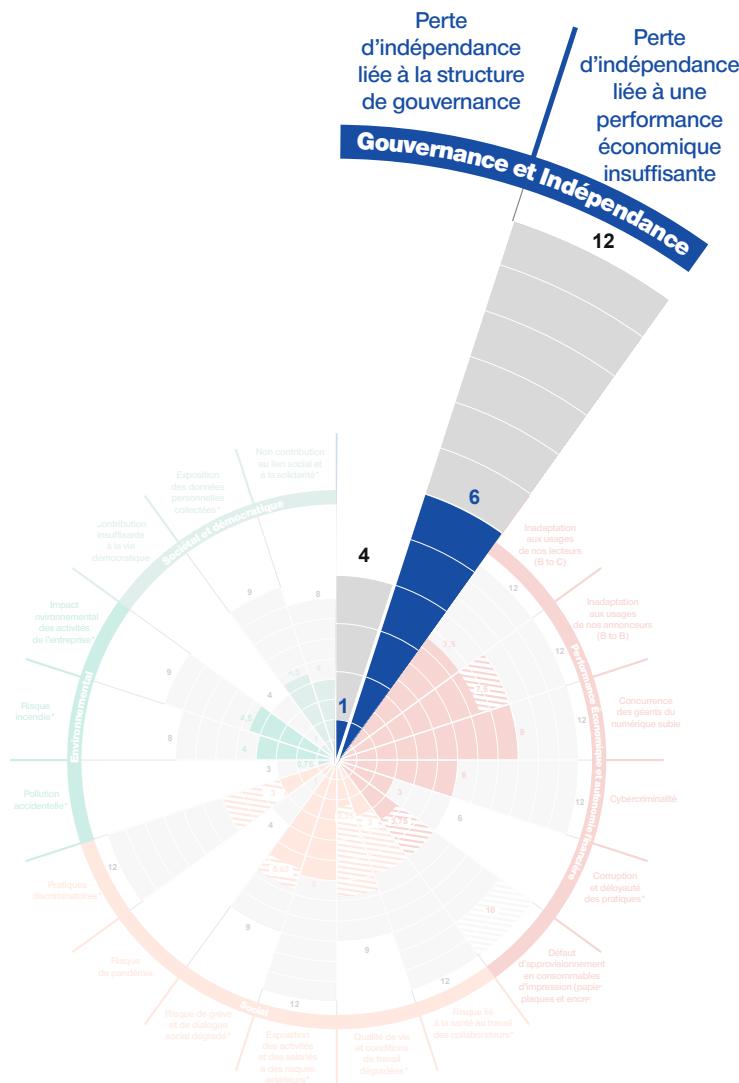
Plus la zone grise est étendue dans chaque rayon (ou quartile), plus le risque est grave et probable.

2 - À l'intérieur du cercle, colorée en bleu, rouge, saumon et vert, la « criticité » pondérée par le niveau de maîtrise de ces risques par l'entreprise. Autrement dit, la façon dont les actions mises en place par l'entreprise pour prévenir ces risques permet de réduire leur criticité.

Plus la zone de couleur est proche du centre, plus le risque et ses conséquences sont maîtrisés.

3 - La zone hachurée désigne la variation 2023 par rapport à 2022.

\* Risques significatifs audités dans le cadre de la DPEF par KPMG.



## Cartographie des risques extra-financiers de Ouest-France

### Gouvernance et indépendance Les risques majeurs

#### Perte d'indépendance liée à la structure de la gouvernance

**Objectif:** S'appuyer sur une structure actionnariale et de gouvernance garantissant l'indépendance actionnariale de Ouest-France.

**Indicateurs:** Structure juridique du Groupe Sipa Ouest-France • Nombre de réunions des instances de gouvernance.

#### Perte d'indépendance liée à une performance économique insuffisante

**Objectif:** Atteindre un niveau de performance économique assurant l'autonomie financière du Groupe.

**Indicateurs:** Résultat d'exploitation • Niveau des coûts d'exploitation.

# Ouest-France, un média national indépendant



Pour conserver son indépendance tout en restant fidèle à ses idéaux, Ouest-France a choisi, en avril 1990, de dépendre d'une association à but non lucratif de type loi de 1901 : **l'Association pour le Soutien des Principes de la Démocratie Humaniste (ASPDH)**.

Les valeurs fondatrices de Ouest-France sont portées par cette association. Elles sont à la fois un système de contraintes qui tempèrent l'écriture et une invitation à aller plus loin pour mieux servir les lecteurs.

- ➊ Ces valeurs font de Ouest-France un Journal exigeant avec lui-même qui veut informer sans nuire aux personnes et être l'animateur du débat démocratique.
- ➋ L'autre condition indispensable à cette indépendance est de parvenir à un modèle économique équilibré pour n'être redevable d'aucun créancier.

Ces deux conditions guident la direction du Groupe.

Le Journal revendique  
son indépendance  
en nommant l'ASPDH  
sur sa une depuis 2024.

**ouest**  
**france**   
Justice et Liberté

Une publication de l'Association pour le Soutien des Principes de la Démocratie Humaniste



Depuis la naissance de Ouest-France en 1944, l'histoire du Groupe Sipa Ouest-France est celle d'un formidable succès.

Le développement du Journal, premier quotidien de France dès 1975, entraîne l'évolution de ses activités : radios, magazines... Objectifs : mieux exploiter les opportunités publicitaires et tirer avantage de médias en pleine croissance.

En 1990, la société des Éditions Ouest-France produit une large variété de contenus sur divers supports : hebdomadaires, journaux d'annonces, édition...

Cette réussite suscite des convoitises. Face aux menaces de prises de contrôle extérieures, les actionnaires de la société des Éditions Ouest-France créent un montage juridique singulier mettant le Journal à l'abri de toute tentative de rachat. C'est la naissance du Groupe Sipa Ouest-France. Fort de cette indépendance, le Groupe poursuit son expansion.

Au tournant des années 2000, l'innovation est placée au cœur de sa stratégie pour répondre à la demande de nouveaux contenus.

Cette transformation radicale permet au Groupe, historiquement associé à la presse papier, de s'imposer aujourd'hui comme un acteur papier et numérique de référence.



Ouest-France atteint en moyenne 21 millions de lecteurs (print et web) et vend près de 630 000 journaux par jour.

En réponse à l'évolution des médias, Ouest-France s'inscrit dans une démarche constante d'innovation tant sur les enjeux de développement numérique que sur l'édition du journal papier.

# Valeurs et missions de Ouest-France

66

Informer les citoyens sur ce qui se passe près de chez eux et à l'autre bout de la planète représente un enjeu éditorial majeur pour les médias.

Avec 780 journalistes au plus près des territoires et à travers le monde, Ouest-France déploie d'importants moyens pour relever quotidiennement ce défi. Un défi essentiel pour maintenir, comme nous l'avons fait avec passion au cours de nos 80 années d'existence, le lien entre toutes les communautés.

99

François-Xavier Lefranc, président du directoire de Ouest-France.

## Notre identité et notre finalité

Ouest-France a été fondé pour contribuer à faire vivre la démocratie. Aussi, en toutes circonstances, l'information est basée sur une éthique professionnelle. Le socle de cette éthique repose sur le respect absolu de la personne humaine.

La réussite économique y est vécue comme un moyen au service de l'éthique et de la garantie de son indépendance.

Le journal et l'ensemble des publications ne sont pas non plus une fin en soi. Le sens du service identifie Ouest-France dans ses écrits et dans ses relations extérieures. Le journalisme y est un engagement.

## Notre responsabilité

Pour Ouest-France, l'homme est digne de respect quelles que soient sa situation et son histoire. C'est un homme libre de ses choix, de ses pensées, de son expression et de ses actes.

C'est aussi un homme responsable devant les autres et devant lui-même. À son service, Ouest-France s'évertue à pratiquer un journalisme de responsabilité, conscient des conséquences de ses écrits.

Cela s'exprime dans la pratique quotidienne :

- ➊ Relation de la vie des institutions, piliers de la vie démocratique.
- ➋ Pluralisme.
- ➌ Refus du sensationnel.
- ➍ Protection des personnes et des groupes, notamment dans le traitement de faits divers et des faits de société.

Autant d'engagements qui ont du sens s'ils se déclinent **dans un Journal indépendant**.

## Fondements

### Valeurs fondatrices

- Démocratie
- Humanisme
- Justice et Liberté
- Liberté de la presse
- Construction de la paix
- Solidarité
- Communauté
- Dialogue pluraliste

### Charte des faits divers, notre déontologie

- Dire sans nuire
- Montrer sans choquer
- Témoigner sans agresser
- Dénoncer sans condamner

### Défi

Nourrir le lien social, faire parler ceux que l'on n'entend pas assez et être accessible à tous

### Promesse éditoriale

De la commune au monde

### Devise

Justice et Liberté

# Chiffres clés de Ouest-France

Ouest-France est le média généraliste indépendant le plus puissant de France qui couvre l'actualité de la commune au monde.

Ouest-France c'est :

**1 654** collaborateurs

**780** journalistes

**90** pigistes et correspondants à l'étranger

**2 100** correspondants locaux de presse

**59** rédactions (dont le siège et la rédaction de Paris)

**2** sites d'impression

Ouest-France est le premier quotidien français payant et premier quotidien francophone au monde :

**628 391** exemplaires\*  
avec **477 772** abonnés  
(print ou numérique)

**2<sup>e</sup>** marque de presse  
d'actualité  
derrière le Figaro\*\*

**1<sup>re</sup>** plateforme d'actualité française  
avec **648 millions**  
de pages vues par mois\*\*\*

Une audience globale de  
**21 millions** de lecteurs  
chaque mois dont 70% est en  
dehors de l'ouest de la France.

\*Source ACMP 2023

\*\* ACPM One Next 2023

\*\*\*Source ACPM/OJD mars 2024 classement site web fixe, mobile, appli



## Notre mission d'information

Dans sa mission d'information, Ouest-France veut être un repère pour les lecteurs, afin :

- D'aider à comprendre les événements et les évolutions économiques et sociales.
- De relier les personnes et les communautés, en informant "de la commune au monde".
- D'aller à la rencontre des communautés qui peuplent les territoires, ce qui reste essentiel pour la vie de la démocratie.

Et ce, en multipliant les contrôles de qualité et de véracité de l'information.

L'éthique de l'information fonde le contrat de confiance qui lie chaque jour le journal et le site internet avec ses lecteurs et internautes.



© Ouest-France

# Une équipe de direction et une feuille de route renouvelées en 2023

Depuis le 22 juin 2023, un nouveau directoire est à la tête de Ouest-France. Il est présidé par le journaliste François-Xavier Lefranc qui assure également la responsabilité de directeur de la publication. Il a pris la suite de Louis Echelard qui est resté co-gérant du Groupe Sipa Ouest-France.

À ses côtés, Fabrice Bazard a été nommé directeur général de Ouest-France. Maud Lévrier a rejoint, elle aussi, le directoire pour prendre en charge les activités numériques, la distribution, la transformation, tout en restant directrice de la politique RSE. Le quatrième membre de ce nouveau directoire est Olivier Porte qui a, quant à lui, la responsabilité du marketing, du commerce et du développement.

Dans le cadre d'une proposition d'information réaffirmée autour de la commune au monde et des préoccupations des lecteurs (environnement, santé, éducation...), la priorité opérationnelle du nouveau directoire est le développement de la diffusion papier et numérique. Cela dans la perspective d'atteindre tous les citoyens, quels que soient leur âge, leur budget et leurs usages, en conformité avec le positionnement populaire que revendique Ouest-France.

Cette priorité, la nouvelle équipe de direction la mettra en œuvre en :

- ➊ Saisissant toutes les opportunités pour conforter le modèle économique de Ouest-France et développer les revenus d'abonnement et de publicité, dans tous les formats possibles : écrit, audio, vidéo.
- ➋ Relevant les nombreux défis qui émergent ou se confirment : l'intelligence artificielle, la place croissante des géants du numérique dans l'économie de l'information ou encore la multiplication des fausses informations.



Les quatre membres du directoire de Ouest-France (de gauche à droite) : Fabrice Bazard, Directeur général, François-Xavier Lefranc, Président du directoire et directeur de la publication, Maud Lévrier et Olivier Porte.

© David Ademas, Ouest-France

# Un projet riche en idées pour imaginer le journal Ouest-France de demain

En février 2023, Louis Échelard (Président du Directoire à l'époque) posait le constat suivant : **“les besoins de nos lecteurs évoluent. Ouest-France doit se projeter pour anticiper, ne pas subir les tendances mais aller de l'avant”**. Le projet Ouest-France Demain est né de cette ambition.

Les citoyens ont été écoutés à travers des forums en 2023 rassemblant plus de 300 lecteurs et non lecteurs dans la zone Ouest-France (une dizaine de villes) et en dehors (Lyon, Toulouse, Paris, Lille, etc.). Puis grâce à un sondage quantitatif mené par l'institut BVA.

Les collaborateurs ont également été interrogés pour faire remonter les idées et les projets innovants. Plus de 2 200 remarques ou propositions ont été émises puis classées par grandes thématiques dans le but de dénicher les pépites et mettre en œuvre sans plus attendre les bonnes idées.

Une dizaine de thématiques a été identifiée (rédaction, marketing, informatique, industriel, publicitaire, maquette, jeunes, personnalisation, offre de week-end, locale, hiérarchisation, communication...) et va donner lieu à des chantiers afin d'étudier leur faisabilité. Le directoire pourra alors se prononcer sur les priorités à donner.

Courant mars 2024, chaque collaborateur ayant participé à un atelier a reçu une réponse personnalisée, condition sine qua non pour que ce moment de réflexion et de partage continue d'être perçu comme une expérience positive. Car l'ambition, au-delà de ces ateliers ponctuels, est de faire entrer Ouest-France dans la culture de l'innovation permanente : associer les managers à cette culture d'entreprise et faire en sorte que l'ensemble des collaborateurs soient toujours en réflexion, en alerte sur les opportunités d'innovation et puissent faire remonter de manière simple leurs idées avec la certitude que la direction les écouterait, les étudierait et leur ferait un retour.



Les chiffres clés du projet



**3** journées forums regroupant  
**300** lecteurs et non lecteurs  
partout en France

**1** étude quantitative

**90** ateliers mobilisant  
**850** collaborateurs

**2 263** idées, projets,  
remarques, suggestions  
et propositions, allant de  
la simple amélioration  
à l'innovation la plus poussée.

# ACTIVITÉS ET VIE DE L'ENTREPRISE

- Modèle économique et enjeux concurrentiels
- Politique sociale de Ouest-France





# Modèle économique et enjeux concurrentiels



Avec 41 éditions, six jours sur sept, soit plus de 417 pages différentes en moyenne par jour, 1 978 articles produits et 1 380 photos imprimées en moyenne par jour, Ouest-France est, sans doute, le journal le plus complexe à fabriquer au monde.

L'ensemble des journaux est imprimé sur les rotatives de Chantepie au sud de Rennes et de La Chevrolière, près de Nantes.

L'information en temps réel est publiée sur la plateforme ouest-france.fr. Chaque édition est également disponible en version numérique.

S'y ajoutent les 10 éditions dominicales, ce qui fait de dimanche Ouest-France, le journal le plus vendu en France le dimanche.

Cette complexité de réalisation, véritable « miracle quotidien », s'accroît chaque année tant l'univers concurrentiel dans lequel Ouest-France évolue se durcit, en particulier dans le domaine numérique.

**41**  
éditions  
six jours  
sur sept

**10**  
éditions  
dominicales

Plus de  
**417**  
pages  
quotidiennes  
différentes

**1 978**  
articles  
quotidiens  
produits

**Un développement multicanal ambitieux pour faire grandir  
le portefeuille d'abonnés sur tous les supports,  
relier nos lecteurs et toujours mieux servir nos annonceurs.**

# Cartographie des risques extra-financiers de Ouest-France

# L'entreprise

## Les risques majeurs

Inadaptation aux usages  
de nos lecteurs (B to C)

**Objectifs:** Adapter nos méthodes pour améliorer la qualité des contenus • Améliorer en continu le journal papier • Proposer de nouveaux services numériques payants, développer le nombre d'abonnés.

**Indicateurs:** Chiffre d'affaires de diffusion • évolution du portefeuille abonnés.

Inadaptation aux usages  
de nos annonceurs (B to B)

**Objectif:** Adapter l'offre publicitaire aux tendances de marché: supports (numérique, vidéo...), produits, services (flexibilité, accompagnement, performance...) et les valeurs.

**Indicateurs:** Chiffre d'affaires publicitaire papier et numérique.

## Concurrence des géants du numérique subie

**Objectifs:** Améliorer le lien direct entre les lecteurs et *Qwest-France*, sans intermédiaire et rééquilibrer la

**Indicateurs :** Part des sources d'audience numérique directe.

## Cybercriminalité

## **Objectif:** Protéger les actifs de Ouest-France contre la cybercriminalité

**Indicateurs :** Nombre d'actions de sensibilisation à la cybersécurité • Nombre et résultats des tests de phishing réalisés dans l'entreprise.

## Corruption et déloyauté des pratiques\*

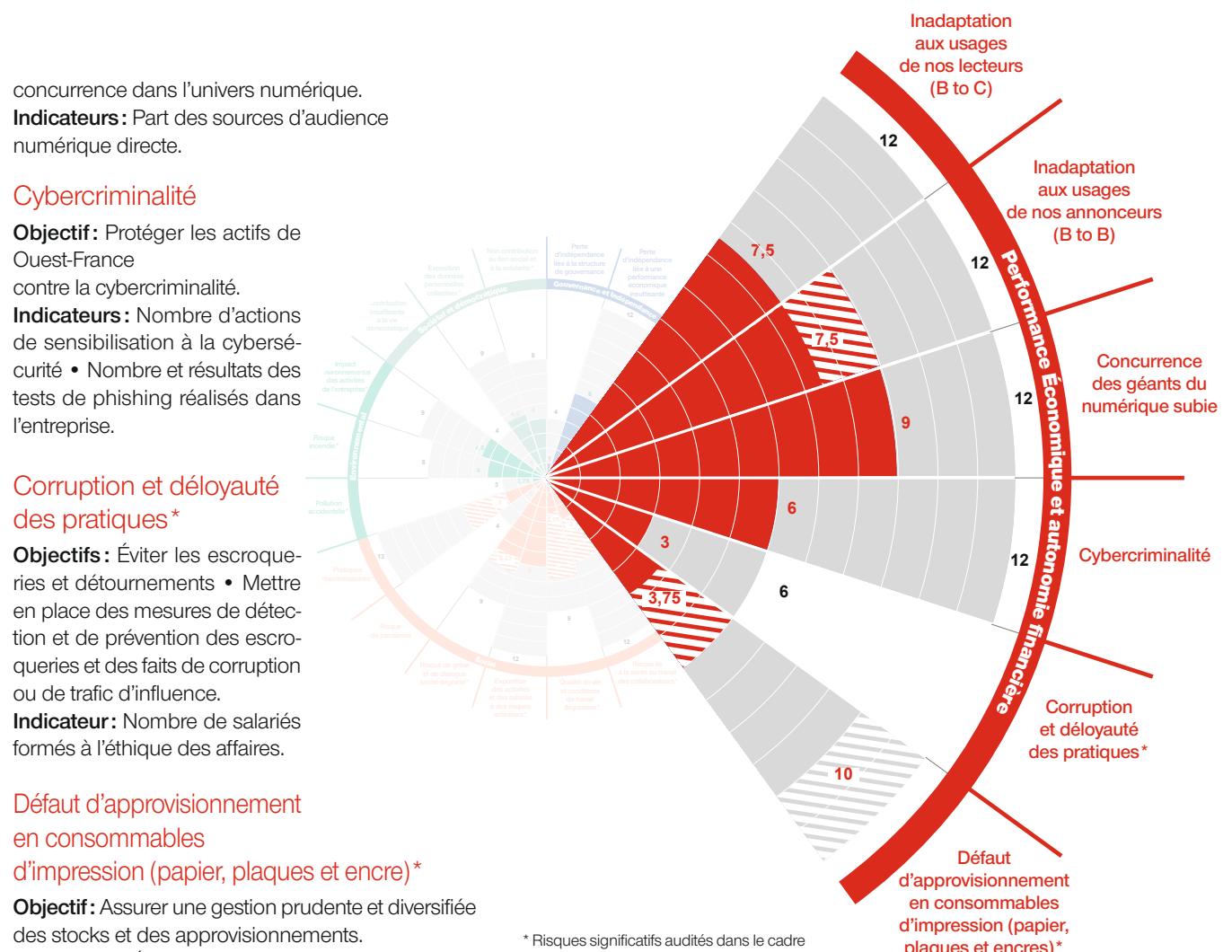
**Objectifs :** Éviter les escroqueries et détournements • Mettre en place des mesures de détection et de prévention des escroqueries et des faits de corruption ou de trafic d'influence

**Indicateur:** Nombre de salariés formés à l'éthique des affaires.

Défaut d'approvisionnement  
en consommables

d'impression (papier, plaques et encre)\*

**Objectif:** Assurer une gestion prudente et diversifiée des stocks et des consommables.



\* Risques significatifs audités dans le cadre de la DPEF par KPMG.

# Notre modèle d'affaires

## Nos engagements

Contribuer à faire vivre la démocratie et informer « de la commune au monde »

Être un acteur du lien social et de la solidarité

### Nos activités

#### Un média national indépendant au service de l'information

- Produire des contenus fiables et de qualité
- Être connecté avec tous les publics et anticiper leurs attentes avec plus de contenus numériques

#### Soutenir l'innovation et accompagner les compétences

- Intégrer les innovations et l'intelligence artificielle au cœur de nos activités et de nos métiers

S'engager et accompagner chacune de nos parties prenantes dans sa transition environnementale

#### Promouvoir les annonceurs

- Collecter la publicité au moyen d'une régie de publicité interne (additi), de la contribution de partenaires nationaux (366) et d'un site d'annonces légales (Medialex)

#### Développer un réseau multicanal sur d'autres supports

- Les Éditions Ouest-France, les hors-séries Ouest-France et les magazines (Voiles et Voiliers, Chasse Marée, Bretons)

## Nos ressources & atouts

### Talents

- 1 654 salariés
- 780 journalistes

### Contenus

- 628 391 journaux imprimés par jour
- 164 millions de visites numériques mensuelles\*
- 41 éditions papier et numérique
- 1 édition France numérique
- 725 000 annonces légales
- Magazines, podcasts et vidéos

### Proximité

- 57 rédactions locales.
- 1 rédaction à Paris et à Rennes (siège)
- 2 100 correspondants locaux de presse
- 21 millions de lecteurs par mois
- Réseau de 46 dépositaires et 4 000 porteurs de presse

### Fabrication

- 2 sites d'impression labellisés Imprim'Vert
- 5 rotatives (impression sur du papier certifié PEFC, jusqu'à 88 % de fibres recyclées)

### Gouvernance

Appartenance à une association  
Loi 1901 : l'Association pour le Soutien des Principes de la Démocratie Humaniste (ASPDH)

### Technologies informatiques

- Archivage de contenus depuis 80 ans
- 41 partenaires de contenus sur la plateforme ouest-france.fr

### Abonnements et diffusion

- 477 772 abonnés papier et numérique
- 5 000 annonceurs
- 1 régie publicitaire
- Revenus abonnements et diffusion = 215 M€
- Revenus publicitaires et d'annonces légales = 55M€

\*source : ACPM - bilan 2023

## Notre contribution à notre écosystème

### Développement des talents et des compétences

- 83,5 M€ (masse salariale brute annuelle)
- 29 448 heures de formation

### Partage de la valeur avec les associations sociales et solidaires locales

- 3,9 M€ versés au titre de : Faire Demain, le don de journaux dans les prisons, les Restos du Coeur, La Croix Rouge, les missions locales, les foyers de jeunes travailleurs
- 900 000€ collectés par Ouest-France Solidarité

### Lutte contre le changement climatique

- Baisse de 20,13% d'émissions de gaz à effet de serre (scopes 1, 2 et 3) entre 2021 et 2023

### Soutien à l'écosystème

- 167 M€ versés aux fournisseurs et prestataires de services en privilégiant les PME locales

### Accès à l'information pour toutes et tous

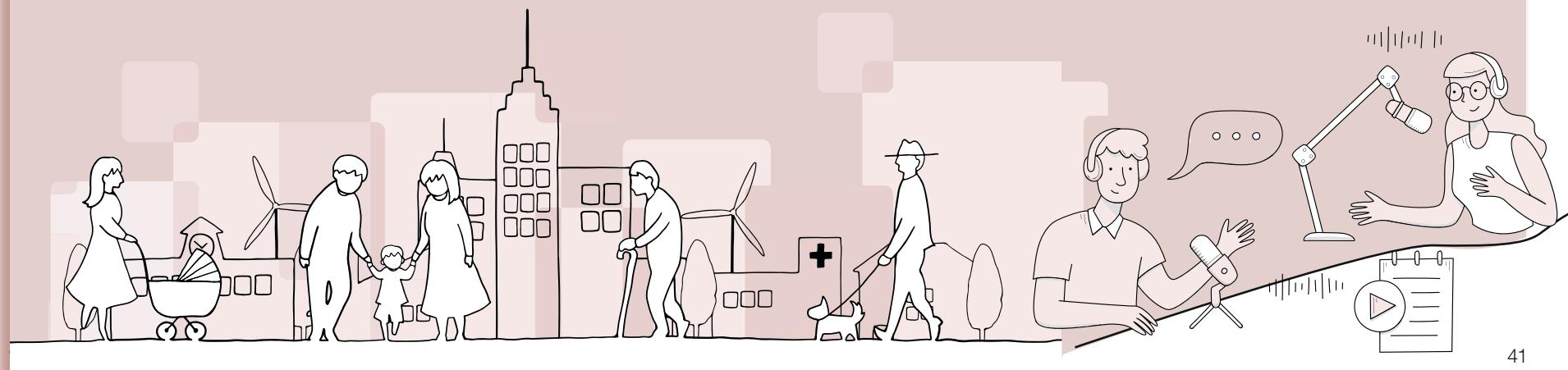
- Contenir le prix du journal
- Diversifier les canaux d'information

### Actions en faveur de l'éducation aux médias

- Éclairer et aider à comprendre les événements et les évolutions économiques et sociales
- Proposer une offre 100 % gratuite de l'ensemble des contenus numériques du journal pour les 15-25 ans

### Animation du dialogue et du débat démocratique

- Relier les acteurs locaux et les citoyens
- Accueillir le public pour visiter le Journal
- Organiser des événements extérieurs et animer des débats





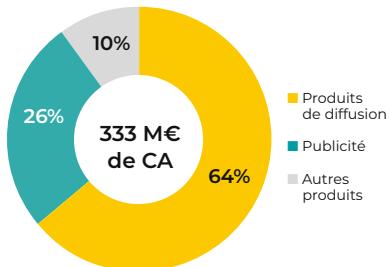
Le modèle économique de Ouest-France est éprouvé par la baisse de sa diffusion papier et de ses recettes publicitaires (en moins de dix ans, les recettes publicitaires papier ont diminué de 42 millions d'euros), cela malgré des efforts commerciaux et financiers soutenus pour maintenir et même développer le réseau de points de vente ainsi que pour maintenir son portefeuille d'abonnements. Malgré cela, Ouest-France active avec le numérique (abonnements et publicité numériques) un **relai de croissance significatif**.



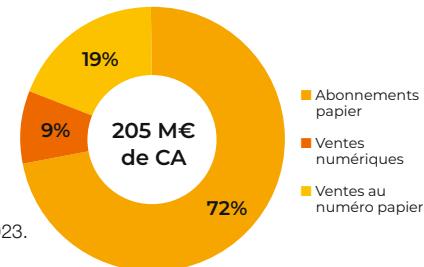
	Moyenne année 2023	Var. n-1	%
Vente fidélisée papier	354 915	- 23 965	- 5,3 %
Versions numériques ind.	122 857	+ 16 419	+ 15 %
Vente au numéro papier	82 220	- 9 175	- 10 %
<b>Diffusion individuelle payée</b>	<b>559 992</b>	<b>- 16 721</b>	<b>- 2,9 %</b>
Ventes diverses	42 838	907	+ 2 %
Gratuits	25 561	- 1 139	- 4 %
<b>Diffusion ACPM totale</b>	<b>628 391</b>	<b>- 16 953</b>	<b>- 2,6 %</b>

(Source : ACPM – moyenne annuelle en 2023).

Les produits de la diffusion et la publicité forment le socle des revenus de Ouest-France

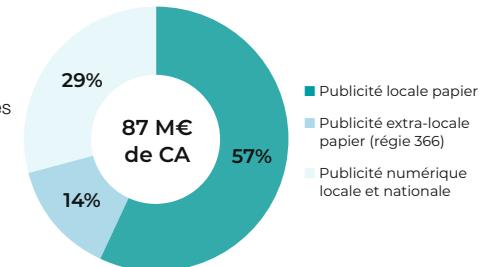


#### Ventilation du chiffre d'affaires des ventes

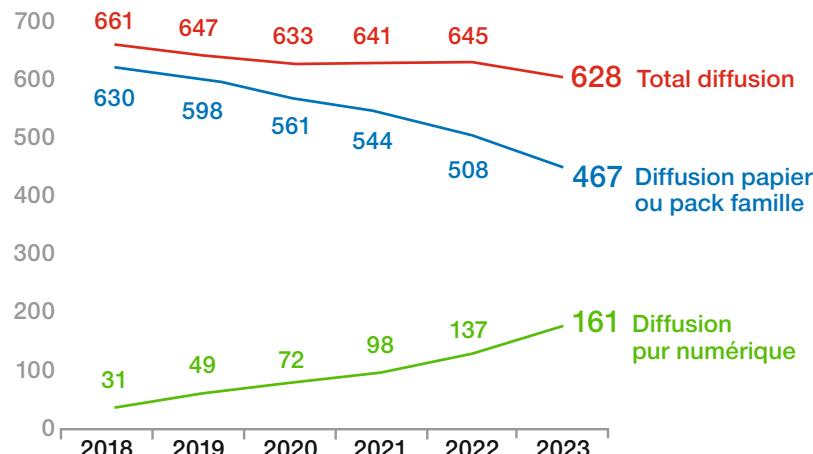


La hausse du prix du journal et la progression du numérique ont permis de développer les revenus de diffusion en 2023.

#### Ventilation du chiffre d'affaires publicitaire



En 2023, les avis d'obsèques et les annonces légales papier ont baissé mais les revenus numériques ont progressé grâce à l'intermédiation.



Diffusion de Ouest-France en milliers d'exemplaires par jour (source : ACPM).

En 2023, la **diffusion totale de Ouest-France a baissé de 2,6 %** ce qui représente près de 17 000 journaux de moins chaque jour.

En revanche, la **diffusion numérique de Ouest-France a progressé de 15 % en 2023.**

Les abonnements « pur numérique » représentent maintenant 26 % de la diffusion totale du journal.

À cela s'ajoutent les abonnés au « pack famille » qui bénéficient du papier et du numérique.



# Une nécessaire augmentation du prix du journal début 2024

## Une détente sur le prix de la tonne de papier depuis mai-juin 2023

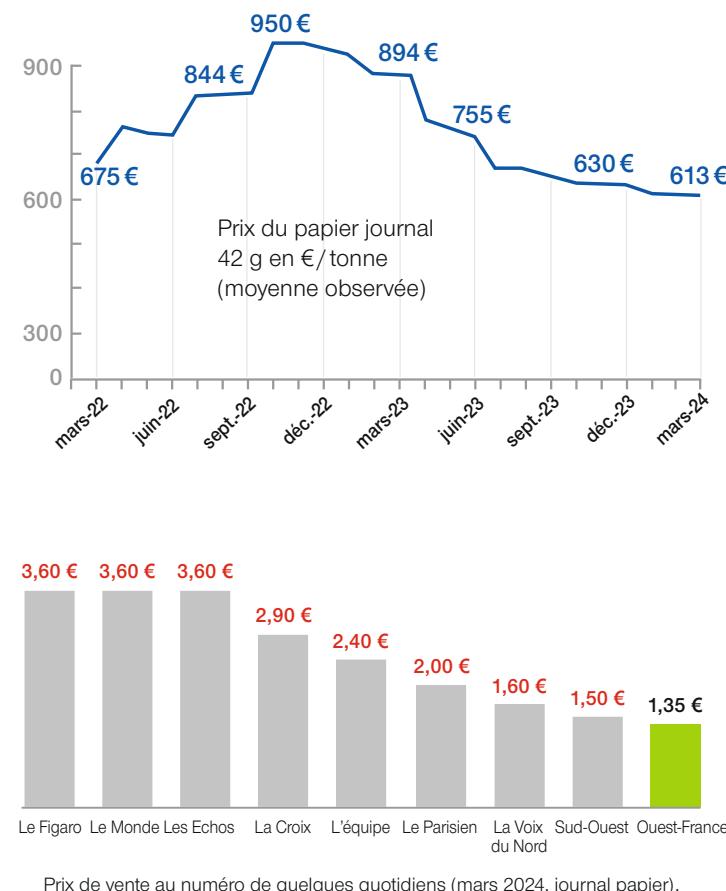
Après une hausse brutale en 2022, le prix du papier a baissé en 2023 pour arriver à un niveau qui reste cependant supérieur au prix de 2021.

Début 2024, le prix du journal Ouest-France a augmenté de 5 centimes d'euros pour absorber des coûts en hausse, en particulier les salaires et les coûts de distribution des journaux.

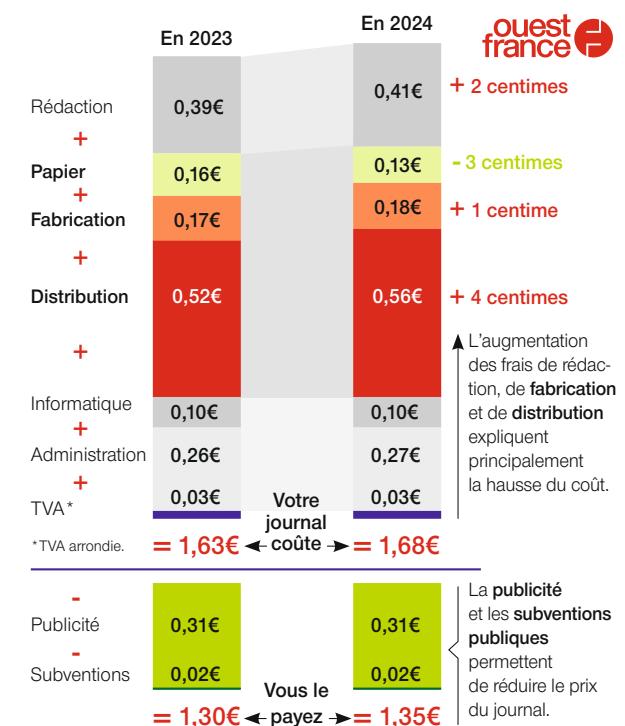
Dans le même temps nos confrères, quotidiens nationaux, ont augmenté de 0,20 €. Certains quotidiens se situent à 3,60 € contre 1,35 € pour le journal Ouest-France !

La volonté de Ouest-France est de rester accessible au plus grand nombre pour maintenir le lien avec tous les citoyens et faire vivre la démocratie.

À l'heure où nos sociétés font face à des défis majeurs, il est plus que jamais essentiel de rendre l'information accessible afin d'aider chacun à mieux comprendre les grands enjeux contemporains : changement climatique, nouvelles technologies...



## Pourquoi le prix du journal augmente ? Ouest-France : les raisons d'une hausse



Depuis le 1<sup>er</sup> février 2024, le prix du journal papier est de 1,35 € en semaine, 1,60 € le vendredi avec Diverto et 1,45 € le dimanche.

## Pour faire face à la hausse de certains postes de charges

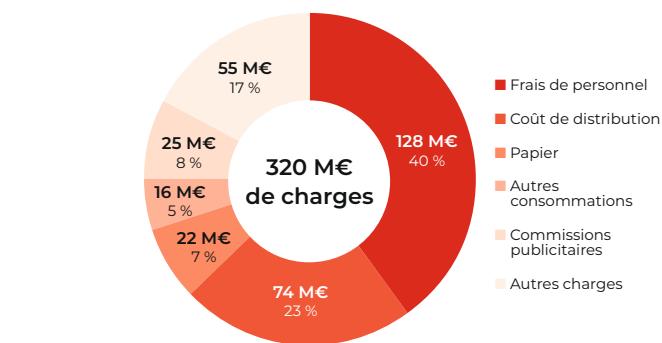
Après un retour brutal de l'inflation en 2022, les charges d'exploitation de Ouest-France sont restées à un niveau élevé en 2023.

Si, après la hausse de 2022, le cours du **papier** a baissé en 2023, son impact sur le compte de résultat de 2023 a été quasi-neutre, ceci résultant du prix moyen constaté et de la baisse des volumes.

Trois postes de dépenses ont été en forte augmentation en 2023 :

- ◉ Le poste « **autres consommations** et sous-traitance » a augmenté de **3,3 M€** soit une hausse de **20 %** avec notamment une hausse des coûts d'énergie (+ 1,8 M€) et davantage d'achat de matières (+ 1,1 M€). Avec un schéma industriel rationalisé autour de deux sites d'impression, les travaux de fabrication pour le compte des journaux de Loire se sont développés en 2023.
- ◉ Les **coûts de distribution** des journaux ou des hors-séries ont progressé de **3 %** soit **2 millions d'euros**.
- ◉ Enfin, la **charge d'amortissement** liée aux investissements industriels, dans les bâtiments ou le numérique a progressé de **3,7 M€** soit une hausse de **20 %** par rapport à 2022.

Ce dernier point manifeste la volonté de Ouest-France de se projeter dans l'avenir et de préparer les transformations nécessaires pour évoluer dans l'univers des médias en profonde mutation.



# Performance numérique : un triple enjeu pour l'avenir

1

## Poursuivre notre dynamique d'audience de 10% par an

pour continuer à aller chercher des abonnés et des revenus publicitaires.

2

## Diversifier nos sources d'audience

pour se désensibiliser des moteurs et privilégier la relation directe avec nos lecteurs.

3

## Engager toujours plus nos lecteurs et abonnés

en leur proposant une expérience de qualité et personnalisée, à la fois dans le journal papier et sur le numérique, et plus particulièrement dans l'application de Ouest-France.

La stratégie de Ouest-France s'appuie sur la conviction que le développement de l'audience permet de recruter de nouveaux abonnés. Diffusion et audience sont complémentaires et une audience importante permet de proposer des performances publicitaires plus compétitives aux annonceurs pour la diffusion de leurs campagnes publicitaires. L'accroissement des revenus numériques et la monétisation des contenus sont des priorités majeures. Ils doivent tendre vers un niveau de 20 % du chiffre d'affaires en 2026. Pour cela, Ouest-France actionne plusieurs leviers :

- ◉ Un aiguillage « article payant-article gratuit » optimisé en fonction du profil, des préférences de l'internaute et du contenu de l'article pour développer l'abonnement et atteindre le meilleur équilibre entre revenus d'abonnements et revenus publicitaires.
- ◉ Le développement de l'usage des lecteurs sur le numérique grâce à :
  - **l'accélération de nos performances sur l'application de Ouest-France** : une déclinaison éditoriale dédiée, une seule application intégrant le journal numérique, une expérience engageante et unique.
  - **Une UX\*** plus fluide, personnalisée, qui met en valeur notre richesse éditoriale et maximise les usages et l'engagement des lecteurs.
- ◉ La navigation des lecteurs dans un univers connecté fluide et intuitif qui permet au Journal de déployer une approche personnalisée de la présentation des contenus, des actions commerciales adaptées au profil de l'internaute et de la publicité ciblée et segmentée. Infoconnect, le « Single Sign On » (SSO) de Ouest-France est la clé de voûte de cet enjeu avec 180 000 connectés/jour actuellement et 250 000 à horizon mi-2024. Dans un contexte de fin des cookies tiers, le développement de notre portefeuille de lecteurs inscrits et connectés sur la plateforme est essentiel.

\* **Expérience utilisateur (User experience)** : désigne la qualité de l'expérience vécue dans toute situation d'interaction avec l'utilisation d'une interface, d'un appareil digital ou tout dispositif ou service.

infoconnect

Bienvenue sur Infoconnect,

Identifiant unique qui vous permet d'accéder à une offre de médias numériques élargie sur tous nos sites et applications



## Les avantages



Simplicité

Un **compte unique** pour profiter des avantages et services des plateformes partenaires.

## Exister à côté des plateformes numériques mondiales

Les internautes sont environ 60 % à arriver sur la plateforme [ouest-france.fr](#) par le biais de Google. Par principe, nous ne pouvons pas être aussi dépendants d'un acteur tiers pour notre audience. Il est donc essentiel de nous désensibiliser de cette source d'orientation de trafic.

C'est la raison pour laquelle Ouest-France travaille à :

- Optimiser son application mobile et développer son audience.
- Poursuivre la montée en puissance de son portefeuille de « newsletters ».
- Optimiser la circulation du trafic entre les trois plateformes du Groupe ([ouest-france.fr](#), [actu.fr](#) et [20minutes.fr](#)).
- Nouer des partenariats avec d'autres diffuseurs.

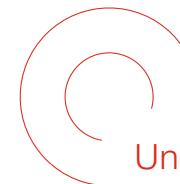
## Être référent sur l'écrit mais aussi sur les formats audio et image

Les médias référents sont désormais présents sur l'écrit, l'audio et l'image. Il s'agit d'un enjeu fondamental pour les années à venir.

Ouest-France a donc engagé un projet audiovisuel ambitieux et transverse. Ce projet d'offre éditoriale enrichie à destination des lecteurs s'intéressera à toutes les dimensions de l'audiovisuel, de la production à la diffusion en passant par la monétisation.

Les formats vidéos et audios sont en effet plébiscités par les plus jeunes, il s'agit donc d'une condition pour qu'ils reviennent vers l'univers des médias d'information autres que ceux proposés par les réseaux sociaux.

Au-delà d'un objectif de performance, l'accès à une information fiable, vérifiée et de qualité est un enjeu majeur pour nos lecteurs qui s'informent aujourd'hui dans tous les formats et via des canaux dont ce n'est ni le métier, ni l'ambition.



## Un plan ambitieux autour de l'image et de l'audio

Ouest-France déploie des nouveaux dispositifs pour répondre aux enjeux du numérique :

- Un studio vidéo vient enrichir l'offre multimédia de Ouest-France avec des émissions, des rendez-vous, une couverture vidéo des grands événements.
- Des lives (sports...) et du streaming sur [ouest-france.fr](#).
- Une présence accrue sur YouTube.
- Des partenariats avec des acteurs majeurs de l'audiovisuel.
- Des synergies avec nos radios.
- Une offre et une stratégie de diffusion de podcasts renforcées.



© S. Marchand

# Protéger nos actifs de la cybercriminalité

## La menace cyber pèse sur la France

Dans un contexte marqué par de nouvelles tensions géopolitiques, le niveau de la menace informatique est en constante augmentation.

Les grands événements (coupe du monde de Rugby ou prochainement les JO) exposent les personnes et les organisations situées en France à des attaques ciblées. Aidés par l'Intelligence Artificielle, les actes de cyber malveillance se multiplient avec des méthodes de plus en plus perfectionnées. Avec l'augmentation des attaques contre tous les outils numériques et électroniques personnels ou professionnels, ou contre des organisations situées en France, il est nécessaire de continuer à éléver le niveau de sécurisation des systèmes d'information.

À partir de son analyse des risques, le Groupe Sipa Ouest-France a défini ses enjeux prioritaires :

- ➊ Protéger les sources des journalistes.
- ➋ Préserver le patrimoine éditorial.
- ➌ Garantir la confidentialité des données.
- ➍ Sécuriser la protection et la diffusion du contenu éditorial et des annonces.

Pour relever ces défis, Ouest-France met en place une structure organisationnelle adaptée et une politique de sécurité engagée dans une démarche d'amélioration continue afin de contrer une menace grandissante. La cybersécurité est désormais un élément crucial de ses activités.

50  
contenus  
pédagogiques

377  
templates phishing  
adressés aux  
collaborateurs

90  
articles  
cyber publiés  
sur l'intranet  
du Groupe

9  
modules  
e-learning



Face aux risques d'attaque informatique, le Groupe agit et les services cybersécurité pilotent

- ➊ Un plan de sécurité des systèmes d'information et des données de nos salariés, de nos abonnés, de nos fournisseurs, etc.
- ➋ Une surveillance en temps réel et une analyse approfondie de tous les incidents.
- ➌ L'information et la sensibilisation des utilisateurs animées par des campagnes régulières de test d'hameçonnage.
- ➍ Des déplacements du RSSI pour avoir un contact direct avec les utilisateurs.
- ➎ Une communauté d'ambassadeurs SSI au sein des équipes pour garantir des solutions «secure by design».



© S. Marchand

# Protéger nos partenaires et clients contre des pratiques déloyales

**La relation de Ouest-France avec ses partenaires, qu'ils soient fournisseurs, clients ou autres, repose sur deux axes fondamentaux :**

## Un dispositif anticorruption:

- ◉ Mis en place conformément à la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016, également connue sous le nom de loi « Sapin II », le dispositif anticorruption se déploie selon trois axes principaux : la prévention, la détection et la remédiation.
- ◉ Il comprend des mesures telles que la formation, des procédures d'évaluation des tiers, un code de conduite anticorruption, un dispositif d'alerte interne et comptable, ainsi que des mesures correctives et disciplinaires en cas de non-respect du code de conduite.
- ◉ Ce dispositif est commun à toutes les filiales du Groupe Sipa Ouest-France, dont Ouest-France, et repose sur une procédure d'engagement financier, de contrôle interne et une cartographie des risques d'exposition aux faits de corruption. Un comité anticorruption placé auprès de la société SIPA veille à la bonne application des engagements et des principes du code de conduite anticorruption ; il traite les alertes professionnelles en la matière. Ce dispositif d'alerte professionnelle permet notamment aux pigistes, actionnaires, membres de la gouvernance et tout cocontractant de prévenir et de révéler les dysfonctionnements. En cas de signalement, ils sont protégés contre les sanctions et discriminations.

## Des clauses contractuelles:

- ◉ Ces clauses garantissent la conformité des valeurs de Ouest-France dans ses partenariats, relations avec les fournisseurs et achats.
- ◉ Elles incluent des dispositions relatives à la protection des données personnelles, avec un encadrement précis de leur utilisation et l'interdiction de leur revente.

- ◉ Des clauses de sécurité sont également prévues pour assurer que les partenaires ne compromettent pas la sécurité des données et des systèmes de Ouest-France.
- ◉ De plus, tout partenaire de contenus est tenu de respecter la charte éditoriale de Ouest-France, interdisant la publication de contenus contraires à ses valeurs.

Dans cette perspective, Ouest-France applique, en pleine conformité avec la réglementation relative à la protection des données personnelles et aux décisions de la commission nationale de l'informatique et des libertés, un encadrement contractuel de l'usage des données personnelles afin de garantir la protection des données de nos abonnés, utilisateurs, clients, prospects, salariés, etc. À cet égard, l'usage des données est précisément défini, la revente des données est proscrite auprès de nos partenaires. De plus, des clauses relatives à la sécurité sont prévues dans nos contrats afin de nous assurer que nos partenaires, prestataires, fournisseurs ne compromettent pas la sécurité de nos données et de nos systèmes. Enfin, tout partenaire de contenus est tenu de respecter notre charte éditoriale et ne peut pas publier de contenus contraires aux valeurs de Ouest-France.



© Nastasya Scribes

# Politique sociale de Ouest-France



Réussir ensemble,  
se réinventer,  
être ambassadeur

À l'écoute des parties prenantes, la politique sociale de Ouest-France se construit dans un environnement économique, social et technologique en constante évolution. La Direction des Ressources Humaines (RH) est organisée pour répondre aux enjeux d'aujourd'hui et anticiper ceux de demain. En adéquation avec la stratégie de l'entreprise, elle accompagne et fait progresser les collaborateurs tout au long de leur parcours au sein de Ouest-France.

Depuis 2021, une nouvelle ambition RH s'est installée tant pour l'équipe des Ressources Humaines que pour l'accompagnement des collaborateurs de Ouest-France. Pour répondre aux enjeux RH actuels, une feuille de route a ainsi été réfléchie autour de trois piliers : marque employeur, management et compétences. Pour conduire cela, la Direction des Ressources Humaines s'est organisée autour de dix pôles d'expertises : RH et recrutement, Développement RH, Juridique social, Prévention et santé au travail, Process et Outils RH, Contrôle de gestion sociale, Service social et Communication RH et marque employeur. Les expertises conduites du changement et prévention des risques professionnels se sont ajoutées en 2023 avec deux référents pour accompagner les transformations de l'entreprise et veiller à la santé et la sécurité des collaborateurs.

# Cartographie des risques extra-financiers de Ouest-France

## Activité et vie sociale de l'entreprise

### Les risques majeurs

#### Risque lié à la santé au travail des collaborateurs\*

**Objectif:** Prévenir les risques professionnels afin d'assurer la sécurité des salariés et protéger leur santé physique et mentale.

**Indicateurs:** Accidentologie • Taux de fréquence et de gravité des accidents du travail • Mise à jour du document unique d'évaluation et de prévention des risques (DUERP) • Nombre de décès de collaborateurs résultant d'accidents du travail et de problèmes de santé liés au travail.

#### Qualité de vie et conditions de travail dégradées\*

**Objectif:** Déployer et faire vivre une politique de qualité de vie au travail tournée vers la prévention, l'amélioration et l'adaptation des conditions de travail.

**Indicateurs:** Embauches et départs CDI au cours de l'année • Nombre d'heures de formation • Pourcentage de turnover.

#### Exposition des activités et des salariés à des risques extérieurs\*

**Objectifs:** Sécuriser les implantations du Journal

- Assurer la sécurité des salariés • Protéger les activités de l'entreprise • Réagir systématiquement en cas de menace sur les individus, les activités ou les biens.

**Indicateurs:** nombre d'interventions d'urgence.

#### Risque de grève et de dialogue social dégradé\*

**Objectif:** Faire vivre le dialogue social.

**Indicateurs:** Nombre d'accords collectifs signés • Nombre de réunions CSE

- Nombre de jours de grève
- Absentéisme en nombre de jours.

#### Risque de pandémie

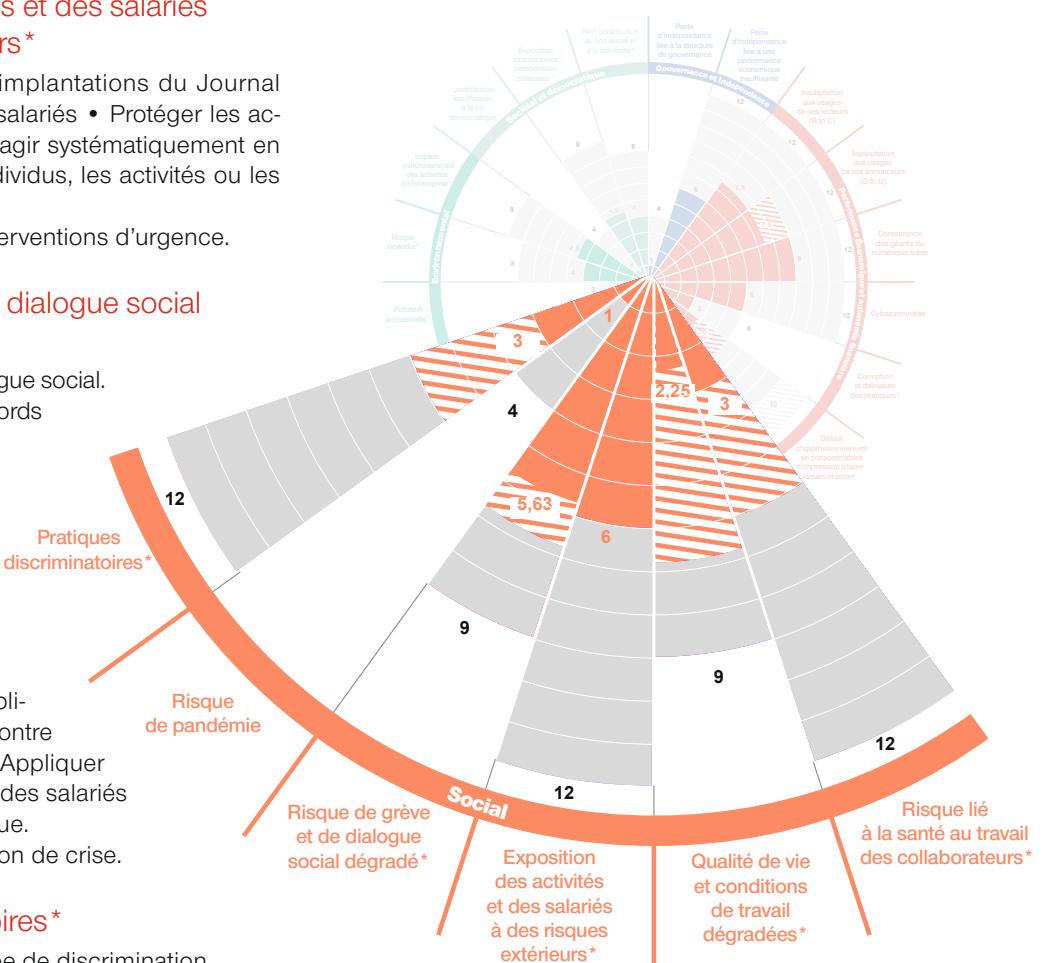
**Objectif:** Appliquer une politique préventive et active contre les risques pour la santé • Appliquer un dispositif de protection des salariés contre le risque pandémique.

**Indicateurs:** Plan de gestion de crise.

#### Pratiques discriminatoires\*

**Objectif:** Proscrire tout type de discrimination, y compris inconsciente.

**Indicateurs:** Index égalité femmes-hommes • Taux de travailleurs en situation de handicap.



\* Risques significatifs audités dans le cadre de la DPEF par KPMG.

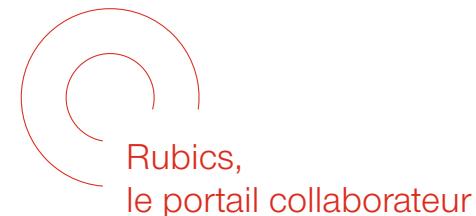
# Un renforcement de la marque employeur

Face au grand bouleversement du marché de l'emploi, Ouest-France a souhaité déployer une stratégie de marque employeur au plus proche des attentes des candidats et des collaborateurs. C'est ainsi qu'en 2022, le pôle d'expertise Communication RH et marque employeur a été créé. La

communication de Ouest-France en tant qu'entreprise et employeur a ainsi été renforcée (LinkedIn, Jobboard, uniformisation des éléments de langage, visuels attractifs et ciblés ...). Des vidéos métiers ont aussi été réalisées pour valoriser nos collaborateurs et ouvrir les coulisses de notre entreprise.



© S. Marchand



Fruit de seize mois de travail collaboratif entre les sociétés du Groupe Sipa Ouest-France regroupant plus de 200 personnes de fonctions différentes (Direction générale, Ressources humaines, Communication, Direction des systèmes d'information, équipes projets...) avec pour objectif de converger vers un même outil et les mêmes valeurs.

Utilisé par les collaborateurs du Groupe, ce portail a été réfléchi et créé dans une logique d'harmonisation des pratiques.

Acronyme de six valeurs : **Réussir ensemble, Unifier, Bâtir, Innover, Collaborer, Se réinventer**, Rubics s'inspire des valeurs de la charte RH du Groupe Sipa Ouest-France.

Lancée en 2023, Rubics est une plateforme pour faciliter le quotidien de travail. Elle permet d'accéder en quelques clics à toutes les informations et les démarches dans l'entreprise.



# Chiffres clés 2023

## Les effectifs \*



**1 654** salariés  
(+ 2 % par rapport à 2022)  
dont 1 438 CDI et 216 CDD



Effectif moyen mensuel  
**1 642** salariés  
(1 629 en 2022)



**780** journalistes  
(+ 2 % par rapport à 2022)  
dont 46 %  
de femmes

**218** ouvriers  
(+ 7 % par rapport à 2022)  
dont 13 %  
de femmes



**55,1 %**  
d'hommes  
(55,1 % en 2022)



**44,9 %**  
de femmes  
(44,9 % en 2022)



**97** alternants présents



L'âge moyen  
**47 ans et 8 mois**  
(48 ans et 2 mois en 2022)

Journalistes : **45,7** ans  
Cadres : **47,6** ans  
Ouvriers : **52,3** ans  
Employés : **51,3** ans

## Les rémunérations

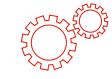


**83,5** millions €  
de masse salariale brute annuelle  
(Soit + 3,4 % entre 2022 et 2023)

**4 609 €** salaire mensuel  
brut moyen permanent  
4 937 € pour les hommes  
4 178 € pour les femmes



**1 509**  
embauchés  
dont 132 CDI et 1 377 CDD



**70** départs  
dont 33 départs en retraite

## La formation



**1 399** salariés  
ayant suivi au moins  
une session de formation



**29 448** heures  
rémunérées de formation  
professionnelle



**98** formations  
différentes  
**3 102** sessions  
de formation

\* Nombre de salariés présents dans les effectifs au 31 décembre.

# Socle social et organisation du travail

## Conventions collectives



© S. Marchand

L'organisation du temps de travail des salariés de Ouest-France est tout d'abord régie par les conventions collectives en vigueur :

- ➊ La convention collective nationale des journalistes.
- ➋ La convention collective nationale de la presse quotidienne et hebdomadaire en régions.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2022, les ouvriers, employés et cadres de la presse quotidienne régionale (PQR) bénéficient de cette nouvelle convention collective. L'élaboration de ce nouveau texte constitue une opportunité d'adapter aux réalités sociales et économiques actuelles, un socle social construit et pensé au 20<sup>e</sup> siècle.

Chez Ouest-France, les règles définies par ces conventions sont susceptibles d'être complétées par les usages et les accords signés entre la direction et les organisations syndicales.

## Le dialogue social

Le dialogue social et le bon fonctionnement des instances représentatives du personnel sont des facteurs d'équilibre des rapports sociaux au sein de l'entreprise et contribuent à son développement.

Différents acteurs y ont contribué en 2023 :

- ➊ Le comité social et économique (CSE).
- ➋ Les commissions du CSE.
- ➌ Les délégués syndicaux dans le cadre des négociations catégorielles ou intercatégorielles.

14  
réunions  
en 2023

12  
réunions  
ordinaires

2  
réunions  
extraordinaires

### Le Comité Social et Économique (CSE)

L'instance de représentation du personnel dans l'entreprise a pour mission d'assurer une expression collective des salariés permettant la prise en compte de leurs intérêts dans les décisions relatives à la gestion et à l'évolution économique et financière de l'entreprise, à l'organisation du travail, à la formation professionnelle et aux techniques de production. Le CSE a aussi des attributions en matière d'activités sociales et culturelles. Le CSE a tenu 14 réunions en 2023, 12 réunions ordinaires et 2 réunions extraordinaires. Les réunions extraordinaires du CSE portaient sur les thématiques suivantes : présentation du nouveau directoire, DUERP (document unique d'évaluation des risques professionnels), PAPRIPACT (programme annuel de prévention des risques professionnels et d'amélioration des conditions de travail).

Cette instance, mise en place en 2019, a été renouvelée en 2023 avec l'organisation de nouvelles élections des représentants du personnel déterminantes et contribuant pleinement à la qualité du dialogue social.

## Les commissions

Plusieurs commissions paritaires ont eu lieu en 2023 :

- La Commission Santé Sécurité Conditions de Travail et ses sous-commissions
- La Commission Formation
- La Commission Égalité
- La Commission Rédaction

Le CSE a également tenu la commission des marchés, la commission dédiée aux activités sociales et culturelles avec la sous-commission voyages, la commission entraides et secours et le comité restauration.

## Les réunions de négociation

En 2023, plusieurs thématiques ont fait l'objet de réunions de négociation avec les délégués syndicaux, sans nécessairement donner lieu à la signature d'un accord :

- Négociation Annuelle Obligatoire 2023
- Télétravail
- Droit voisin
- Fonctionnement du CSE
- Adaptation du numérique à la rédaction
- Protocole Accord Préelectoral

## Le bilan des accords collectifs et décisions unilatérales

Plusieurs thématiques ont fait l'objet d'un accord signé des organisations syndicales en 2023 :

- **9 mars 2023** : accord relatif à la nouvelle organisation industrielle.
- **13 septembre 2023** : protocole d'accord préelectoral.
- **15 novembre 2023** : accord d'entreprise relatif au télétravail.

Un procès-verbal de désaccord a été signé sur la thématique de la NAO (Négociation Annuelle Obligatoire) le 15 novembre 2023. Des mesures unilatérales ont été mises en œuvre par la direction. Un avenant du 21 septembre 2023 au règlement du Plan d'Epargne d'Entreprise a également été signé par la direction.


© S. Marchand.

# Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels (GEPP)

## Les mesures en place

En 2021, les partenaires sociaux se sont réunis afin de rédiger un nouvel accord mais n'ont pas abouti à un consensus. Des négociations en vue d'un accord GEPP sont en cours depuis début 2024. Des réunions ont lieu chaque mois sur le sujet avec les organisations syndicales.

En parallèle, plusieurs démarches restent engagées :

- ◉ La mise en place d'outils d'analyse et de suivi : la cartographie des emplois donne une répartition des emplois par famille professionnelle et par métier. Pour chaque emploi, une fiche identifie la finalité de l'emploi, ses missions principales et les compétences nécessaires pour l'exercer.
- ◉ La mise en œuvre d'un processus itératif de mise à jour et d'évolution des fiches emploi.
- ◉ L'évolution du dispositif d'entretiens professionnels et annuels. À présent, il est dématérialisé. À travers cet entretien, une analyse est réalisée sur la charge de travail, l'équilibre vie professionnelle/personnelle et les demandes de mobilité.
- ◉ Toutes les demandes de formation sont également analysées en lien avec le Responsable RH et le manager. Elles donnent ensuite lieu à une réponse individualisée du manager à chaque salarié.

Le 1<sup>er</sup> février 2024, un accord de branche a été signé à l'unanimité pour l'ensemble des catégories professionnelles. La direction a ainsi ouvert des négociations portant sur la GEPP, avec les organisations syndicales représentatives pour déployer une nouvelle GEPP Ouest-France. Les échanges dans

le cadre de cette négociation porteront autour de la gestion prévisionnelle des emplois, l'accompagnement et la sécurisation des parcours professionnels (mobilité, développement des compétences...) et la gestion des parcours professionnels spécifiques (accompagnement des secondes parties de carrière...).



© S. Marchand

# Accompagnement tout au long de la carrière

## La formation comme réponse aux enjeux de transformation des métiers

Au-delà des accompagnements sur l'évolution des métiers, le pôle formation de Ouest-France développe l'employabilité et favorise la mobilité interne.

Depuis la crise sanitaire, les formats des formations se sont diversifiés : présentiel, e-learning, classes virtuelles, ateliers de codéveloppement, coachings individuels et collectifs.

En 2023, 29 448 heures de formation ont été réalisées. 1 399 salariés ont suivi au moins une session de formation. Ils ont été formés sur 5 thématiques différentes (métiers, sécurité, management, développement des compétences, innovation).

La formation « **les fondamentaux du management** », sur le volet management de proximité, a constitué un pilier de la politique de formation de cette année. Initié depuis 2021, 234 managers ont bénéficié de ce parcours qui se décline en deux formats :

- ◉ Un accompagnement de 6 mois autour des fondamentaux du management pour les managers ayant pris leur fonction récemment ou pour répondre à un besoin exprimé de managers déjà en poste. Cette formation comprend 7 jours de formation, un accompagnement individuel entre les sessions de formation et la réalisation d'un projet autour d'une thématique dédiée.
- ◉ Une formation de deux jours sur les pratiques de management pour les managers en fonction depuis plus longtemps dans l'entreprise.



**29 448**  
heures  
de formation

**1 399**  
salariés  
formés

**3,5**  
jours  
de formation

**234**  
managers  
formés

## La mobilité interne pour enrichir le parcours professionnel

La mobilité interne concerne l'évolution vers un autre poste ou un poste similaire dans l'entreprise ou vers une autre société du Groupe Sipa Ouest-France (associée ou non à une mobilité géographique). Les règles de mobilité en vigueur chez Ouest-France sont également encadrées par celles du Groupe afin de proposer les mêmes perspectives d'évolution de carrière à chaque collaborateur du Groupe.

La mobilité interne doit également apporter des solutions pour :

- ➊ L'adaptation à la transformation de l'entreprise.
- ➋ La prévention liée aux mutations économiques connues et à venir.

En 2023, 97 collaborateurs ont bénéficié d'une mobilité interne. Dans le cadre du projet de modernisation de nos machines d'impression, 52 ouvriers et cadres ont adhéré au plan de mobilité. 23 salariés du Courrier de l'Ouest ont intégré Ouest-France sur les deux sites d'impression : Chantepie et La Chevrolière. Ces salariés ont ainsi suivi un parcours et une intégration dédiés à la mobilité interne.



### Où trouver l'information sur la mobilité interne ?

Tous les salariés bénéficient de plusieurs canaux de communication pour consulter les offres de mobilités :

- L'intranet Groupe Sipa Ouest-France.
- La plateforme collaborateurs Rubics.

La Direction et la rédaction de Ouest-France mettent aussi en œuvre chaque année un vaste plan de mutations destiné à maintenir la dynamique rédactionnelle, tant pour les journalistes eux-mêmes que pour les lecteurs. Les journalistes qui rejoignent la rédaction adhèrent au principe de cette mobilité périodique.

Le plan leur permet de changer de zone géographique au sein des 59 rédactions et agences et des 110 services qui les composent, mais aussi de fonction (localier, secrétaire de rédaction, reporters sportifs), ou encore de statut au sein de la hiérarchie de la rédaction (de localier à chef de rédaction, en passant par chef d'agence, de rédaction, d'édition, de service...).

La mutation géographique ou fonctionnelle est aussi une source de promotion salariale.

Dans notre logique d'accompagnement des jeunes générations dans leur parcours professionnel, nous proposons également ce plan de mutations aux alternants de la rédaction.



## Préparer au mieux les salariés vers leur fin de carrière

Consciente du fait que ce moment dans une carrière peut être complexe, l'entreprise est soucieuse de l'accompagnement de fin de carrière et du départ à la retraite des collaborateurs. Plusieurs dispositifs sont mis en place.

Depuis 2021, Ouest-France propose aux salariés la possibilité d'obtenir des informations, d'être orientés et accompagnés tout au long de leurs parcours de transition vers la retraite. L'objectif étant que les salariés soient le plus informés possible pour être en capacité de réfléchir sur leur stratégie de fin de carrière, anticiper leur décision et réaliser leurs démarches sereinement, au bon moment et en autonomie.

Les modalités :

- ◉ "Point info" auprès de la personne référente Retraite et Handicap qui transmet des informations sur les dispositifs internes de Ouest-France (aménagement fin de carrière senior, compte épargne temps,...) et oriente vers les organismes compétents.
- ◉ 2 conférences retraite par an proposées aux salariés (ciblés en fonction de leurs années de naissance), co-animées par un conseiller retraite de la Carsat Bretagne (la retraite de base) et un conseiller retraite Audiens (la caisse de retraite complémentaire).
- ◉ Des permanences avec le conseiller retraite Audiens et des entretiens individuels.
- ◉ Une formation de préparation à la retraite sur deux jours, proposée aux salariés proches de la retraite soit à leur demande, soit ciblés par les Responsables des ressources humaines. Les objectifs sont d'aborder la retraite avec plus de quiétude, d'élaborer leur projet de vie à la retraite et de découvrir quelques clés pour leur santé.

## Entretiens et aménagement de fin de carrière

Des entretiens de fin de carrière sont proposés aux salariés de 57 ans et plus. Cette campagne permet de collecter un certain nombre d'informations, notamment par rapport aux intentions de départ en retraite du salarié. C'est aussi l'occasion d'informer les salariés sur les dispositifs d'accompagnement. En 2023, 69 entretiens ont été réalisés.

Deux aménagements de fin de carrière senior sont proposés :

- ◉ Un dispositif interne (écrit dans l'ancien « Accord senior » puis en annexe de l'accord Plan d'actions « Contrat de génération » du 22 octobre 2013) resté dans les usages. Ce dispositif permet au salarié de demander à réduire son activité de 20 % dans les 3 ans qui précèdent son départ effectif à la retraite avec une garantie de maintien d'acquisition des droits à la retraite (sur la base d'un 100 % si on réduit le temps à 80 %).
- ◉ Le PERCO (plan d'épargne pour la retraite collective) permet aux salariés de Ouest-France de se constituer une épargne au moyen d'un portefeuille de valeurs mobilières et de bénéficier des avantages fiscaux permis par cette forme d'épargne collective long terme. Les sommes sont bloquées jusqu'à la retraite, sauf cas de déblocage exceptionnel. Au moment de la retraite, les sommes sont disponibles sous forme de rente ou de capital.

**69**  
entretiens  
réalisés  
en 2023

Réduction possible de  
**20 %**  
de son activité  
3 ans avant la retraite

# Diversité et inclusion

## Égalité entre les femmes et les hommes

Un plan d'actions unilatéral sur l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes avait été signé le 4 octobre 2021 pour une durée d'un an.

Ce plan d'actions prévoyait des actions sur les thématiques suivantes :

- ➊ Embauche
- ➋ Rémunération
- ➌ Promotion professionnelle
- ➍ Formation
- ➎ Articulation entre la vie professionnelle et l'exercice de la responsabilité parentale
- ➏ La prévention et la lutte contre les violences sexuelles, le harcèlement et les agissements sexistes

Les réponses au plan d'actions seront menées sur 3 ans. Des négociations sur l'égalité professionnelle femmes-hommes sont actuellement en cours entre la direction et les organisations syndicales représentatives.

Dans une démarche volontariste, des actions Groupe sont également initiées, en 2024, sur des volets de sensibilisation, de formation et d'accompagnement.

## Index égalité femmes-hommes

Créé en 2018, l'index permet de mesurer les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes afin de mettre en lumière les disparités existantes. Chaque année, Ouest-France calcule et publie cet index. En 2023, la note est de 85 points (-1 point par rapport à 2022).

## Attractivité, recrutement et politique jeunes

Les partenariats sont renforcés avec des écoles cibles pour recruter des jeunes : écoles de journalisme, de commerce, de marketing et communication ainsi que les formations dédiées aux métiers de l'informatique.

Au quotidien, les équipes Ouest-France s'attachent à accompagner les jeunes générations dans leur avenir professionnel. Chaque année, environ 300 alternants et stagiaires sont intégrés.



© S. Marchand

## L'emploi et l'insertion des personnes en situation de handicap

L'emploi et l'insertion des personnes en situation de handicap fait partie intégrante de la politique Ressources humaines de Ouest-France. L'entreprise a souhaité lancer une politique handicap afin de :

- ◉ Retrouver un taux d'emploi de salariés en situation de handicap.
- ◉ S'engager en matière de RSE, diversité et inclusion.
- ◉ Maintenir dans l'emploi nos salariés en situation de handicap.
- ◉ Favoriser un environnement inclusif.

Pour ce faire, un diagnostic-actions a été mené en 2023, et a permis de construire un plan d'action et une feuille de route handicap. Une convention avec l'Agefiph sera lancée dès mars 2024 pour 2 ans, dans la continuité du plan d'actions.

Cette convention a pour objectif de :

- ◉ Améliorer la situation de l'entreprise, tant d'un point de vue quantitatif (taux d'emploi, nombre de recrutements, maintien dans l'emploi, etc.) que qualitatif (évolution des représentations sur le handicap, développement des compétences des salariés handicapés, etc.).
- ◉ Gérer de façon autonome l'emploi des personnes handicapées et intégrer durablement cette thématique dans la politique de gestion des ressources humaines de l'entreprise et ainsi préparer les conditions propices à la négociation d'un accord sur le sujet.

Ces objectifs se déclinent sur ces cinq axes : sensibilisation et formation, information et communication, recrutement et intégration, maintien dans l'emploi et accompagnement des parcours professionnels des salariés handicapés, achats de biens et services au secteur protégé et adapté.

En parallèle, une mission handicap Groupe se réunit régulièrement entre référents des filiales et intervient sur des actions transverses comme la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées (SEEPH).



# La prévention des risques professionnels et la qualité de vie au travail

## La Prévention et la Santé au travail

Le Service de Prévention et de Santé au Travail (SPST) est rattaché à la société d'expertises du Groupe, Intrasipa, et est composé de deux infirmiers, deux médecins du travail et une assistante.

Le service travaille en étroite collaboration avec l'équipe du Service Social au Travail et avec le préventeur Santé et Sécurité au Travail de Ouest-France.

Le SPST assure le suivi d'environ 1 600 salariés du Groupe Sipa Ouest-France situés sur le site de Chantepie, ainsi que les salariés de la Mayenne.

### Ses missions :

Le Service Prévention et de Santé au Travail a pour mission « **d'éviter toute altération de la santé des travailleurs du fait de leur travail** » selon l'article L4622-2 du Code du Travail.

Dans ce cadre, les différents acteurs du service :

- ◉ Conduisent des actions de santé au travail dans le but de préserver la santé physique et mentale des travailleurs tout au long de leur parcours professionnel.
- ◉ Conseillent les Responsables Ressources Humaines, les travailleurs et leurs représentants sur les dispositions et mesures nécessaires afin d'éviter ou de diminuer les risques professionnels, d'améliorer les conditions de travail, de prévenir la consommation d'alcool et de drogue sur le lieu de travail, de prévenir le harcèlement sexuel ou moral, de prévenir ou de réduire la pénibilité au travail et la désinsertion professionnelle et de contribuer au maintien dans l'emploi des travailleurs.

- ◉ Assurent la surveillance de l'état de santé des travailleurs en fonction des risques concernant leur santé au travail et leur sécurité et celles des tiers, de la pénibilité au travail et de leur âge.
- ◉ Participant à la veille sanitaire, au suivi et à la traçabilité des expositions professionnelles.

**1 600**  
salariés suivis  
par le service  
Prévention et  
Santé au travail

## Le service social

Réelle expertise de la RH de Ouest-France, le service social de Ouest-France est composé d'une responsable de service, assistante sociale diplômée par l'État et d'une assistante administrative en interne, et d'un service prestataire de mutuelle assistance santé : RMA (Ressources Mutuelles Assistance). Ce service accompagne l'ensemble des salariés pour faciliter l'équilibre entre la vie personnelle et professionnelle des salariés et agit pour l'individuel et le collectif.

Avec l'objectif de proposer un accompagnement global, le service social peut intervenir sur des domaines multiples comme : les questions administratives, l'organisation familiale, la recherche de logement, le suivi des arrêts maladie, le contexte de travail, l'accompagnement au budget...

En 2023, ce service a accompagné 237 salariés sur toutes les thématiques. Il a contribué à l'aménagement de plusieurs postes de travail.

**237**  
salariés  
accompagnés  
par le service  
social

## La qualité de vie et les risques psychosociaux (RPS)

Un plan de modernisation des espaces de travail a été engagé par la Direction. Que ce soit pour les rédactions extérieures ou le siège social, la majorité de nos espaces est pensée ou en cours de rénovation en « open-space ».

En avril 2023, la majorité des fonctions transverses du siège ont emménagé dans des locaux rénovés conçus dans un esprit convivial et chaleureux. Une salle réservée aux femmes allaitantes est également opérationnelle.

La modernisation des outils de travail et des métiers de l'entreprise a entraîné une réelle modification des espaces de travail. Les besoins évoluent et l'entreprise est à l'écoute des demandes. Pour favoriser un environnement de travail sain et la sécurité des collaborateurs, Ouest-France a poursuivi une démarche de qualité de vie au travail, notamment en se dotant de plusieurs expertises dédiées : le recrutement en 2022 d'un préventeur Santé et Sécurité du Travail et une cheffe de projet conduite du changement. Outre l'identification des risques et la mise en œuvre d'actions correctives, l'objectif du préventeur est d'inculquer au sein des services une culture de la prévention afin que cette dernière ne soit pas vécue comme une contrainte mais bien comme un élément contributif à la santé et au bien-être au travail. Les actions du préventeur agissent favorablement en faisant baisser le taux d'absentéisme et le taux de gravité. Son rôle consiste à conseiller et accompagner les équipes dans ce sens. Les projets prioritaires de ce poste, conduits en 2023, sont les suivants :

- ◉ Le suivi du document unique d'évaluation des risques professionnels (DUERP) permettant de répertorier et évaluer les risques générés par toutes les activités de l'entreprise ainsi que de réaliser un plan d'actions pour éliminer ou diminuer les risques.
- ◉ La rédaction du plan annuel de prévention des risques professionnels et d'amélioration des conditions de travail, dit le « PAPRIPACT ».

Facteur essentiel dans l'organisation d'une entreprise, l'expertise conduite du changement intervient pour diagnostiquer une situation et aider à apporter des solutions aux collaborateurs, managers et directoire, pour que la transition voulue se fasse au mieux. En 2023, plus de 30 ateliers, séances et groupes de co-développement ont été réalisés.

**14**  
accidents  
du travail  
avec arrêt  
**34**  
sans arrêt  
dont 17 bénins

**8**  
accidents  
de trajet  
avec arrêt  
**9**  
sans arrêt



© S. Marchand

## Politique de lutte contre le harcèlement et les agissements sexistes

Depuis 2019, Ouest-France a désigné plusieurs référents harcèlement (Entreprise et CSE). Ils travaillent en binôme et en concertation avec le Service de Prévention et de Santé au Travail. Leur rôle est d'orienter, informer et accompagner les salariés en matière de lutte contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes.

En parallèle de l'engagement de Ouest-France, le Groupe Sipa Ouest-France se mobilise contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes au travail. Concrètement, le Groupe a mis en place avec la société EKIWORK des actions de sensibilisation et de formation interne à grande échelle, face aux violences sexistes et sexuelles au travail.

Ces actions se sont déroulées en plusieurs étapes : tout d'abord en formant les équipes des ressources humaines, puis l'ensemble des managers et enfin en sensibilisant l'ensemble des salariés sur cette thématique.

Cet engagement répond à des objectifs communs :

- ➊ Connaitre les obligations de l'employeur en matière de lutte contre les violences sexistes et sexuelles.
- ➋ Comprendre la mécanique sexiste, identifier les formes les plus courantes d'agissements sexistes au travail.
- ➌ Distinguer les agissements sexistes des autres formes de violences sexistes et sexuelles au travail.
- ➍ Connaitre les définitions juridiques associées.
- ➎ Identifier les conséquences sur les personnes victimes, leur entourage professionnel et pour la structure.
- ➏ Identifier les contacts clés internes et externes.
- ➐ Prévenir les violences sexistes et sexuelles autour de soi au travail.
- ➑ Traiter un signalement de violences sexistes et sexuelles lorsqu'il survient.



Une procédure interne, élaborée en septembre 2022, marque la volonté de l'entreprise d'entretenir un environnement de travail respectueux des personnes. L'objectif est que tous les salariés de l'entreprise s'approprient ce texte et agissent pour prévenir et, le cas échéant, signaler des comportements incompatibles avec les valeurs qui animent Ouest-France.



## Journée de prévention routière et d'écomobilité

Le Groupe Sipa Ouest France a organisé, pour la première fois le 6 juin 2023 à Rennes, une journée de sensibilisation et de prévention des risques routiers, en collaboration avec les équipes assurances, services généraux, RSE, bâtiments et sécurité.

Cette initiative, adressée aux 1 200 collaborateurs présents sur le site, avait pour objectif de renforcer les connaissances et les pratiques de conduite des salariés. Le Groupe souhaitait sensibiliser les salariés aux dangers de la route et mettre l'accent sur l'écomobilité et l'écoconduite.

Onze ateliers ludiques et instructifs étaient ouverts aux salariés, aux dépositaires Ouest-France, aux assureurs du Groupe. Tous ont pu tester des voitures de retournement, simulateur de conduite, parcours vélo, essai de véhicule électrique,... Parmi les intervenants extérieurs on peut citer la DDTM (Direction Départementale des Territoires et de la Mer), le club sécurité routière 35, la gendarmerie nationale, le groupe Centaure, Etos Formation, Roahzon mobility... En 2024, des actions de sensibilisation sont prévues sur d'autres sites dans le Groupe.



## Risques extérieurs : sécurité physique des personnes et protection des bâtiments



Ouest-France prend les mesures nécessaires pour prévenir les risques extérieurs susceptibles de perturber son activité et ses organisations. Pour ce faire, la sécurité des deux sites industriels ainsi que des rédactions de Nantes et Rennes est gérée soit grâce à une présence sur site soit par l'intervention d'une société spécialisée. L'équipe des agents intervient en urgence en cas de déclenchement d'une alarme incendie ou en cas d'intrusion.

Par ailleurs, Ouest-France menant depuis 2015 une stratégie de rénovation et d'optimisation du parc immobilier, les services prévention et bâtiment élaborent des plans de prévention (72 plans de prévention en 2022). En 2023, 20 incidents d'urgence ont eu lieu contre 39 en 2022, en lien avec les travaux au siège.

Concernant le risque incendie, des moyens préventifs sont mis en place : le contrôle régulier des installations électriques, le découpage en zone par des séparations coupe-feu, les moyens de détection et d'extinction (détection précoce de fumées dans le tableau général basse tension, réseaux Sprinkler, réserves incendie, RIA, etc.) ainsi que la révision des 312 extincteurs.

En 2023, 2 plans d'évacuation ont été réalisés sur le campus de Chantepie.

# Un environnement de travail plus sain

## Rénovation de bâtiments, coworking : des nouveaux espaces de travail en 2023

Avec un parc d'immeubles de plus de 100 000 m<sup>2</sup>, l'immobilier constitue une richesse à la fois financière et historique pour le Groupe. Le service bâtiment a engagé depuis 2018 une politique de réduction des coûts : optimiser le parc immobilier et la facture énergétique. Certains chantiers se sont achevés en 2023.

### Rénovation et aménagement de la tour Ouest-France à Rennes

Intégré dans le Chantier Chantepie 2025, le réaménagement des espaces de travail (fonctions transverses incluses) au sein de la tour en 2022 et 2023, a marqué une étape clé du projet de rénovation.

Les objectifs sont atteints : harmoniser les espaces de travail individuels et collectifs pour en faire une ressource commune, flexible, et favorable au bien-être des collaborateurs, tout en facilitant la communication et le partage des ressources.

Ainsi, près de 250 collaborateurs ont intégré les 5 étages de la tour entre fin mars et début avril 2023.

### Le coworking, une réponse à l'optimisation des espaces tertiaires

À Fougères, la rédaction de Ouest-France occupe à présent des espaces plus petits, mieux adaptés aux besoins et avec une réduction de loyer. A la Baule, la rédaction s'est installée dans un espace de coworking. Des opérations identiques sont réalisées à Vitré et Avranches.

## Le télétravail : une transformation de l'organisation du travail

L'impact du télétravail au sein de Ouest-France est positif tant pour le collectif qu'à titre individuel. Le travail à distance chez Ouest-France encourage une meilleure concentration des collaborateurs et contribue à des gains d'efficacité et de bien-être au travail. Un nouvel accord télétravail a été signé le 15 novembre 2023 offrant la possibilité de télétravailler jusqu'à deux jours par semaine. L'organisation du télétravail n'étant pas définitive et des évolutions pouvant survenir en fonction de l'appréhension et du vécu du télétravail, ce nouvel accord a été signé pour une durée déterminée de trois ans jusqu'au 31 décembre 2026.



© S. Marchand

## Des vélos à assistance électrique mis à disposition dans les rédactions

Dans le cadre de la démarche RSE, un plan de mobilité a été déployé. Les rédactions s'équipent de vélos à assistance électrique (VAE) destinés aux déplacements professionnels.

La livraison de 56 vélos dont 40 vélos à assistance électrique a été réalisée dans les rédactions qui en ont fait la demande.

L'utilisation du vélo est conditionnée à la signature d'une charte dédiée. Un bilan est réalisé chaque année pour connaître l'utilité du dispositif et savoir s'il répond aux nouveaux usages de cette mobilité douce qui répond aux enjeux de décarbonation des déplacements professionnels.



**16**  
vélos  
classiques

**40**  
vélos  
à assistance  
électrique

## Promotion de la pratique d'activités physiques et sportives



Depuis 77 ans, l'Union Amicale Sportive de Ouest-France (UASOF), association régie par la loi 1901, a pour but de promouvoir et organiser la pratique d'activités sportives, culturelles et de loisirs pour les salariés de Ouest-France. Dix huit sections regroupent 1 200 adhérents. Le CSE accorde chaque année une subvention au bureau de l'association qui la redistribue aux différentes sections.

Sports : badminton, fitness, cross, golf, équitation, moto, football, natation, karting, ski, soccer, VTT, voile.

Culture et loisirs : bibliothèque, bricolage, musique, vidéo, club des retraités.

# L'IMPACT DE OUEST-FRANCE

- Notre impact sur l'environnement
- Notre contribution à la vie démocratique
- Notre rôle d'acteur du lien social et de la solidarité

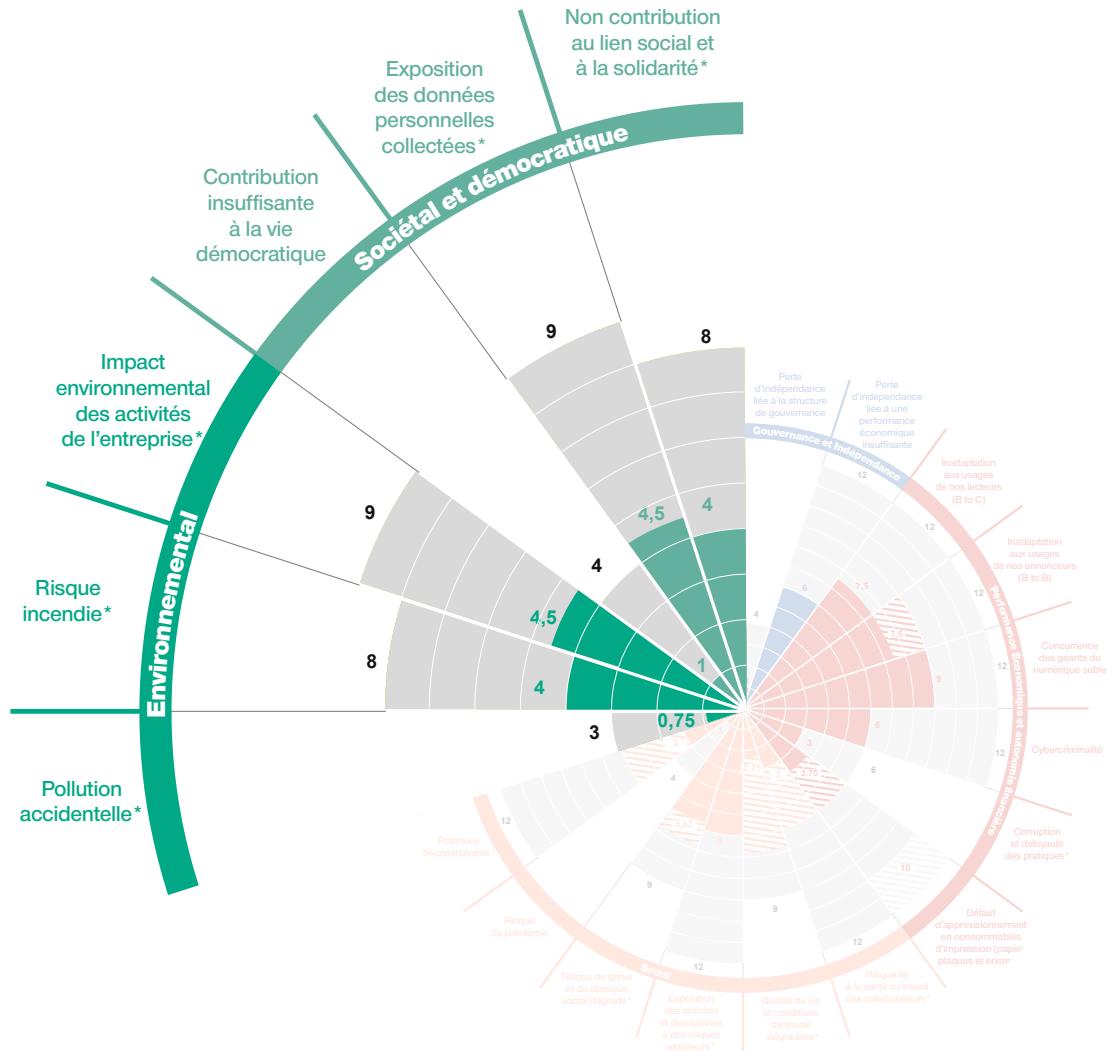




# Comment lire la cartographie des risques extra-financiers de Ouest-France ?

**1 - À l'intérieur du cercle, en gris clair, le niveau de «criticité» de chacun des risques,** c'est-à-dire leur niveau de gravité pour la pérennité de l'entreprise et de la mission, combiné à leur probabilité de survenance.  
Plus la zone grise est étendue dans chaque rayon (ou quartile), plus le risque est grave et probable.

**2 - À l'intérieur du cercle, colorée en bleu, rouge, saumon et vert,** la «criticité» pondérée par le niveau de maîtrise de ces risques par l'entreprise. Autrement dit, la façon dont les actions mises en place par l'entreprise pour prévenir ces risques permet de réduire leur criticité.  
Plus la zone de couleur est proche du centre, plus le risque et ses conséquences sont maîtrisés.



## Impact environnemental

### Les risques majeurs

#### Pollution accidentelle\*

**Objectif :** Veiller à la conformité environnementale des installations industrielles pour prévenir tout risque de pollution accidentelle.

**Indicateurs :** Tonnage de déchets dangereux • Nombre d'incidents provoquant une pollution accidentelle.

#### Risque incendie\*

**Objectif :** Mettre en place un corpus de mesures préventives et d'équipements de lutte contre les incendies.

**Indicateurs :** Nombre d'extincteurs révisés • Nombre d'exercices d'évacuation incendie.

#### Impact environnemental des activités de l'entreprise

**Objectifs :** Informer les lecteurs sur les enjeux du changement climatique et réduire autant que possible l'impact des activités de l'entreprise.

**Indicateurs :** Nombre d'articles consacrés à l'environnement • Bilan carbone® de l'entreprise : émissions de CO2 des scopes 1, 2 et 3 • Part des déchets valorisés • Consommation d'eau • Consommation d'électricité • Consommation de gaz • Consommation de carburant • Consommation de papier journal • Évolution du taux de gâche • Consommation d'encre noire et couleur par tonne de papier consommé • Kilomètres parcourus pour les déplacements professionnels.

## Impact sociétal et démocratique

### Les risques majeurs

#### Contribution à la vie démocratique

#### Contribution insuffisante à la vie démocratique

**Objectif :** Produire une information de qualité et accessible • Être un animateur du dialogue et du débat démocratique.

**Indicateurs :** Nombre d'interactions recensées par *Ouest-France & vous* • Nombre de courriers reçus pour la rubrique *Courriers des lecteurs* • Évolution du prix du journal.

#### Lien social et solidarité

#### Exposition des données personnelles collectées\*

**Objectif :** Préserver la confiance des partenaires, salariés et lecteurs en étant transparent et conforme à la réglementation dans le traitement des données personnelles • Instruire toutes les demandes de droits.

**Indicateurs :** Nombre de demandes de droit à l'oubli • Nombre de réponses à ces demandes • Évolution du nombre de vendors.

#### Non contribution au lien social et à la solidarité\*

**Objectif :** Être un Journal citoyen de proximité, solidaire et attentif à tous • Maintenir et développer des relations responsables avec nos partenaires.

**Indicateurs :** Fonds collectés par *Ouest-France Solidarité* • Actions d'éducation aux médias auprès des jeunes • Nombre de journaux distribués dans les prisons • Nombre de parutions du *Journal des lycées* • Nombre de projets soutenus par *Faire Demain*.

\* Risques significatifs audités dans le cadre de la DPEF par KPMG.



© Nastasya Sorribes

# Notre impact sur l'environnement

En matière environnementale, ce qui fait notre spécificité par rapport à une autre entreprise est notre double rôle :

- ◉ Celui de mieux maîtriser et de réduire notre impact sur l'environnement.
- ◉ Celui de relayer, décrypter, traduire l'information et notamment la parole scientifique sur les sujets environnementaux.

Les médias jouent un rôle majeur face à la désinformation environnementale et à la montée de l'intelligence artificielle qui va accentuer le phénomène.

L'objectif principal est la sensibilisation, la prise de conscience des lecteurs des enjeux du dérèglement climatique et de ses conséquences. Leur permettre de percevoir que le changement climatique ne se déroule pas qu'à l'autre bout du monde, mais également partout sur le territoire et au plus proche de chacun.

Le rôle est primordial pour imaginer la transition nécessaire de nos sociétés par la puissance des récits, par les imaginaires diffusés, par les belles histoires racontées, les idées partagées...



19 589

articles dédiés à la seule thématique environnementale ont été publiés sur l'ensemble des supports Ouest-France au cours de l'année 2023.

- Plus de quatre fois plus qu'en 2020 (4 519 articles).
- Plus de dix-sept fois plus qu'il y a six ans (1 141 articles en 2017).

34 403

abonnés à la newsletter Notre Planète (thématisques autour de l'environnement, du climat et de la transition).

# Le bilan carbone® comme outil de pilotage, de suivi et de reporting

Pour mieux maîtriser l'impact de notre activité sur l'environnement, Ouest-France calcule ses émissions de gaz à effet de serre tous les ans depuis 2014. Une démarche vertueuse et en amélioration continue. Une fois le bilan carbone® réalisé, cet état des lieux ne suffit pas, il faut définir les axes de progression et mener des actions sur le terrain.



En 2023, le bilan carbone® de Ouest-France s'élève à 44 110 tonnes équivalent CO2 (tCO2e)

- 4 %  
par rapport à 2022

C'est l'équivalent de :

4 411 français à raison de 10 tCO2e / an en moyenne

24 506 allers-retours Paris / New-York en avion

5 804 tours du monde en voiture diesel

CO2e : dioxyde de carbone équivalent, l'unité de mesure des gaz à effet de serre (on s'intéresse ici uniquement aux gaz à l'origine du changement climatique)



Les indicateurs clés suivis chaque année

**Intensité carbone économique**  
132 kgCO2e / k€ de C.A.  
(-6,4 % par rapport à 2022)

**Intensité collaborateur**  
3,5 tCO2e / collaborateur  
(+3 % par rapport à 2022)

**Empreinte environnementale d'un exemplaire Ouest-France**  
205 gCO2e  
(contre 203 gCO2e en 2022)

**On ne peut transformer que ce que l'on mesure.**

Le bilan carbone® a été expliqué et décortiqué auprès de chaque service afin que chacun puisse comprendre et percevoir l'impact de son travail quotidien. Et ainsi mettre en place les actions d'atténuations et/ou d'adaptations pour définir la feuille de route.

## Numérique

(67 % services numériques, 29 % consultations des pages, 4 % matériel informatique)

### Actions clés

- Déroulement du plan d'actions numérique responsable (mise en place d'un outil de mesure des pages du site, développement de l'accessibilité de notre site, achat de matériel reconditionné, optimisation de nos serveurs...)
- Nomination d'un référent numérique responsable

## Locaux et énergies

### Actions clés

- Mise en place d'un outil de pilotage des consommations énergétiques
- Optimisation de l'utilisation de la pompe à chaleur
- Travaux de rénovation du siège depuis 2015
- Nomination d'un référent développement durable immobilier

### Chiffres clés

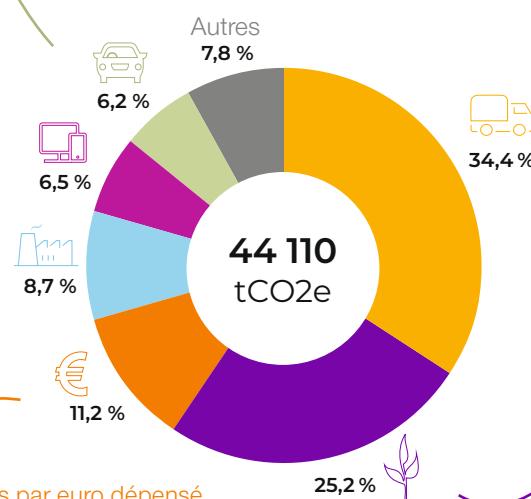
- Gaz consommé : 4 707 MWh (+ 10,6 % en 1 an)
- Électricité consommée : 9 826 MWh (- 1,5 % en 1 an)
- Eau consommée : 9 558 m<sup>3</sup> (+ 5,3 % en 1 an)
- Part des déchets valorisés : 98,5 %

## Déplacements

(44 % liés aux trajets domicile-travail dont 91% en voiture / 55 % liés aux déplacements professionnels dont 95,5 % voiture, 4,2 % avion et 0,3 % train)

### Actions clés

- Décarbonation du parc automobile
- Mise en place d'une politique sur les déplacements professionnels
- Déploiement des vélos à assistance électrique dans les rédactions



## Achats

(ratios monétaires par euro dépensé pour chaque catégorie d'achat)

### Actions clés

- Création d'un groupe de travail Achats RSE
- Rédaction d'une charte des achats responsables et mise en application

## Fret

(acheminement du papier 17 % et des journaux 83 %)

### Actions clés

- Acheminement en multimodal (rail-route)
- Recyclage des journaux lus des abonnés
- Portage d'autres journaux au sein et hors du Groupe Sipa Ouest-France (hebdomadaires de Publihebdos, Le Télégramme, Le Monde...)
- Transition vers des véhicules électriques pour la distribution des journaux

### Chiffres clés

- Des fournisseurs de papier européens situés entre 580 et 950 km des deux sites d'impression Ouest-France
- 168 000 km parcourus chaque jour pour la distribution des journaux

## Matières premières

(81 % papier / 10 % encres / 9 % plaques)

### Actions clés

- Baisse du grammage à 40 g sur les machines modernes
- Choix de fournisseurs à plus faible impact carbone
- Amélioration continue de la consommation de papier pour les réglages des machines, aussi appelée taux de gâche (-55 % en 8 ans).

### Chiffres clés

- Papier consommé : 28 018 tonnes (+ 2,3 % en 1 an)
- Encre noire consommée : 212 tonnes (+ 8,2 % en 1 an)
- Encre couleur consommée : 235 tonnes (+ 26,1 % en 1 an)

# Retour sur les objectifs fixés en 2023

En 2023, pour la première fois, des objectifs annuels chiffrés de réduction de gaz à effet de serre ont été définis. Les actions prioritaires sont identifiées selon plu-

sieurs critères : la faisabilité, le poids du sujet dans le bilan carbone®, le rayonnement interne et externe, l'état d'avancement du sujet...

	<u>Objectifs :</u>	<u>Mesures :</u>	<u>Résultats :</u>
Décarbonation des achats	<b>-5 %</b>	▶ <b>-6,6 %</b>	✓
Numérique responsable	<b>7 %</b> du bilan carbone®	▶ <b>6,5 %</b> du bilan carbone®	✓
Performance énergétique des bâtiments	<b>-6 %</b>	▶ <b>+3,9 %</b>	✗
Décarbonation de la distribution	<b>-4 %</b>	▶ <b>-6,4 %</b>	✓

## Les enjeux environnementaux 2024

Développement du fret amont ferroviaire

Objectifs :

**-4 %**

Mise en place de la politique achats responsables

**-5 %**

Vers un numérique plus responsable

Maintien des émissions de gaz à effet de serre (GES)



## Obtention du niveau argent du label Employeur Pro-Vélos

Le Groupe Sipa Ouest-France a développé la pratique du vélo auprès de tous les collaborateurs : installation de stationnements vélo, casiers, mise en place du forfait mobilités durables, ateliers de révision et de réparation de vélos... de nombreuses actions menées pour favoriser l'usage du vélo par les salariés et réduire leur impact sur l'environnement.

En parallèle, 56 vélos dont 40 vélos à assistance électrique ont été installés dans les rédactions Ouest-France favorisant l'utilisation de cette mobilité douce pour les trajets professionnels de proximité.



© Nastasya Sorribas.

# Retour sur quelques actions clés de l'année

## Recycler et valoriser les journaux lus

Le porteur lorsqu'il dépose le journal du jour dans la boîte aux lettres de l'abonné récupère les journaux lus de la semaine précédente. Une fois récupérés, les journaux sont acheminés, vers des usines de ouate de cellulose (88 %) pour devenir de l'isolant écologique pour les maisons. Ce système de logistique inversée permet de réutiliser les 168 000 kilomètres réalisés chaque jour dans le cadre du portage.

Ce projet permet :

- ➊ Une traçabilité assurée. C'est un recyclage en circuit court dans l'ouest de la France, à moins de 200 km des sites d'impression.
- ➋ Une façon simple de faire un geste pour la planète et un service rendu aux lecteurs qui n'ont pas à se déplacer pour recycler les journaux.
- ➌ Une rémunération complémentaire pour les porteurs de presse.

Avec un taux de récupération constant de 39 %, le potentiel de récupération des journaux s'élève à 3 600 tonnes de journaux, soit 27 millions de journaux recyclés par an. Le projet permet d'éviter 2,4 tonnes équivalent CO2 d'émissions de gaz à effet de serre par an.



Financé par  
l'Union européenne  
NextGenerationEU

*Ce projet, lancé en 2023, est soutenu par l'Ademe dans le cadre de France Relance 2030. Le déploiement se poursuivra jusqu'en 2026.*

## Une démarche sur le numérique responsable

Depuis des années, l'allongement de la durée de vie des équipements reste une priorité. Le numérique responsable couvre également l'aspect social avec l'accessibilité et la protection des données personnelles. Sur les thématiques environnement, social et sobriété, un logiciel a été choisi pour permettre de mesurer automatiquement et régulièrement l'efficacité de nos actions sur une cinquantaine d'applications grand public du domaine ouest-france.fr. À travers le prisme de la performance web pour l'optimisation SEO, des efforts sont menés continuellement par les équipes techniques. Grâce à cela, des améliorations sensibles sont constatées sur la consommation énergétique.



Par ailleurs, l'évolution des contenus éditoriaux vers plus de contenus multimédia, gros consommateurs d'énergie (vidéos, podcasts), sera un défi majeur pour contenir la part du numérique dans le bilan carbone® de Ouest-France, tout en garantissant le modèle économique.

L'arrivée de l'intelligence artificielle (IA) interroge également, l'IA ayant besoin de beaucoup de ressources pour fournir des résultats pertinents. Comment poursuivre ces développements avec un impact carbone mesuré ? C'est le défi du plan d'actions 2024.

# L'engagement de la rédaction

Le climat se réchauffe du fait de l'activité humaine et les scientifiques sont clairs : il faut agir sans attendre.

## L'environnement ne peut plus être traité comme une simple thématique : il est au carrefour de la politique éditoriale.

En se dotant d'une charte pour un journalisme au niveau de l'enjeu écologique et en donnant aux lecteurs une boîte à outils de contenus sur le sujet, Ouest-France s'engage à faire du défi climatique et de la biodiversité, un pilier de son projet éditorial.

Cette charte a été lancée officiellement en février 2023 en présence de plusieurs membres du Giec et du Haut Conseil pour le Climat. La charte s'applique depuis lors aux 780 journalistes de la rédaction.

Conscient de l'enjeu et afin de permettre à sa rédaction de s'approprier au mieux ces sujets, Ouest-France a mis en place un ambitieux cycle de formation. En 2023, plus de 100 journalistes de la rédaction ont déjà suivi une formation de trois jours aux enjeux climatiques. Un cycle de conférences a également été mis en place sur le sujet.

**En conséquence, Ouest-France, média indépendant propriété d'une association à but non lucratif, l'Association pour le soutien des principes de la démocratie humaniste, s'engage à :**

- 1 se placer du côté du consensus scientifique :**  
les activités humaines sont responsables du dérèglement climatique et de l'effondrement de la biodiversité ;
- 2 aborder dans ses publications les questions de climat, de biodiversité ainsi que leur impact social et économique, dans toutes les thématiques**  
plutôt que de les cantonner à une rubrique ;
- 3 continuer de traiter tout événement et information**  
y compris ceux qui ont un impact négatif sur l'environnement, à la dimension qu'ils méritent et avec discernement, sans faire l'impassé sur leurs conséquences environnementales ;
- 4 se questionner en permanence**  
sur les incidences environnementales, des sujets du quotidien jusqu'aux grands projets et événements ;
- 5 multiplier les sujets environnementaux sur tous les supports**  
avec une approche pédagogique adaptée à tous les publics et à toutes les générations ;
- 6 donner les clés aux lecteurs**  
pour comprendre, débattre, agir, en axant les contenus sur l'explication, l'enquête et le reportage ;
- 7 faire preuve de vigilance face aux promesses,**  
postures et discours affichés comme vertueux par les entreprises, les politiques, les institutions, les collectivités, les associations, les médias, etc. ;
- 8 partager les solutions individuelles et collectives,**  
car tout ne doit pas peser sur l'individu, les solutions sont également une affaire d'impulsion politique et économique, qui doit être questionnée ;
- 9 choisir un vocabulaire et une iconographie pertinents,**  
qui n'induisent pas en erreur ni ne minorent la réalité ;
- 10 former de façon continue sa rédaction**  
aux problématiques environnementales et mettre à disposition une boîte à outils ;
- 11 réduire l'impact environnemental de sa rédaction**  
et favoriser les modes de déplacement les moins polluants ;
- 12 publier les objectifs chiffrés**  
de réduction des émissions carbone de l'entreprise Ouest-France et continuer de refuser des contenus d'annonciateurs dont les messages ne seraient pas conformes à ses engagements, quel que soit le budget associé ;
- 13 rendre régulièrement compte de son action**  
en faveur de l'environnement auprès de ses lecteurs.

Après un grand travail de pédagogie avec la publication d'une boîte à outils composée de dizaines d'articles autour du changement climatique (Pourquoi la planète se réchauffe ? Pourquoi la mer monte ? Quels sont les gaz à effet de serre ?...), Ouest-France a voulu franchir une nouvelle étape en créant un outil interactif mettant le changement climatique au plus proche du quotidien des lecteurs. Ainsi est né le projet Climate Stripes.

Alors que les phénomènes climatiques extrêmes se multiplient, cet outil permet aux millions de Français de visualiser concrètement l'évolution de la température dans leur commune depuis leur naissance jusqu'à aujourd'hui, mais également les scénarios climatiques d'ici à la fin du XXI<sup>e</sup> siècle pour l'ensemble des territoires.



Publiée fin octobre 2023, la page a fait 100 000 vues.

Une audience qui provient principalement de smartphones (64,5%). Le projet Climate Stripes s'est vu décerner le prix de la meilleure innovation dans le traitement de l'information 2023, lors du Grand Prix Stratégies de l'innovation médias (mai 2024).



## Impact du changement climatique

En parallèle de la mise en ligne de cet outil, la rédaction s'est lancée dans un grand tour de France à la rencontre de personnes dont la vie est déjà impactée par le changement climatique.

**Edition France**

+ Sports Ouest  
1,30 € - Lundi 30 octobre 2023

Service Client : 01 30 30 00 00  
serviceclient.ouestfrance@orange.fr  
Fondateur du Comité éditorial : François Hélie Huin  
N° 24161 - www.ouestfrance.fr

**ouest  
france**  
Justice & Liberté

### Ces Français ont vu leur vie changer avec le climat



Sécheresse, inondation, forte des glaces... Le réchauffement climatique n'épargne pas les Français. Neuf d'entre eux ont accepté de témoigner ici. Photos : Thomas Bresson / 20 Minutes

# Notre impact positif sur la société

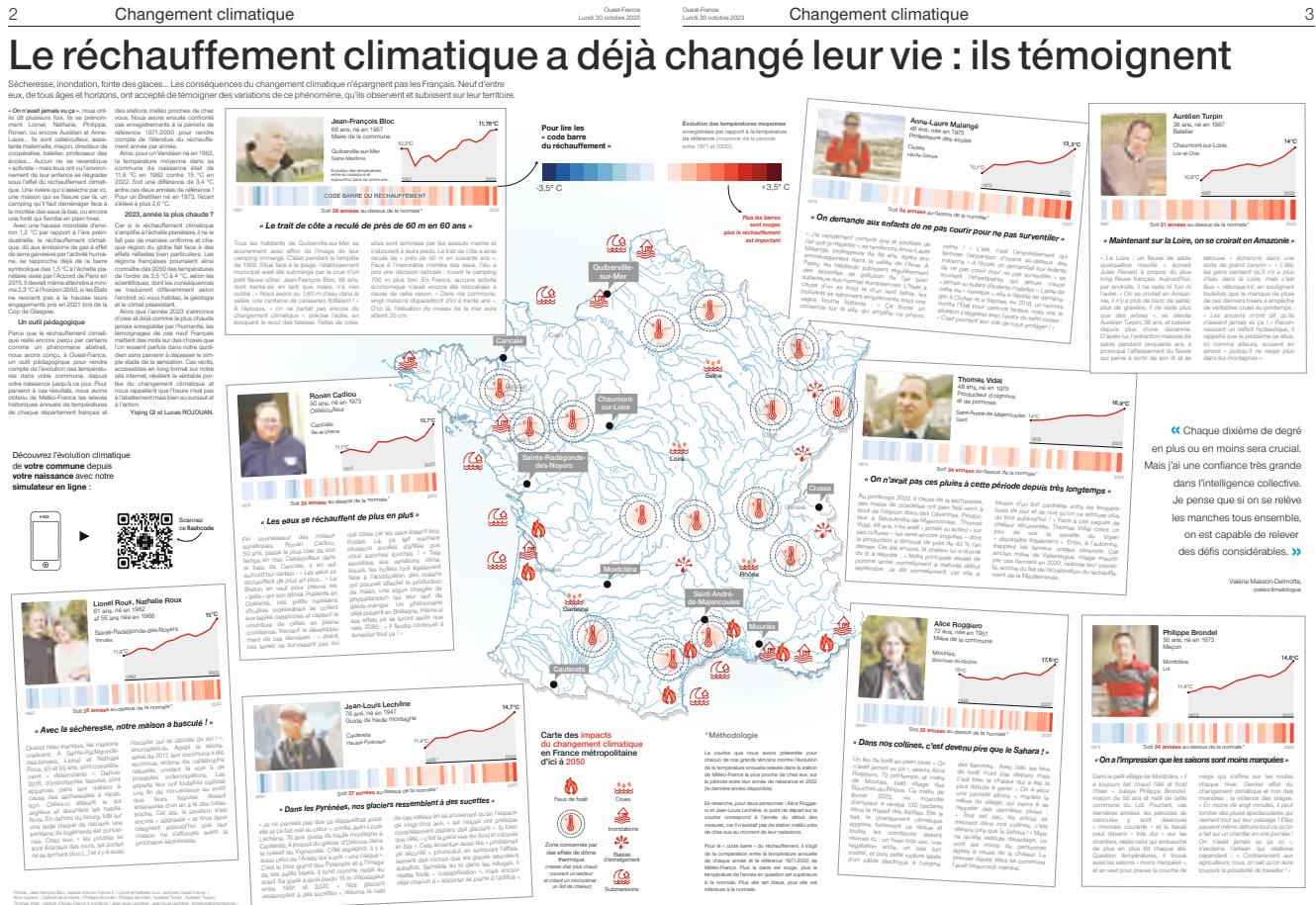
Face au risque de désinformation, la compréhension des enjeux environnementaux demeure essentielle pour favoriser la prise de conscience et l'action.

La rédaction s'attèle également à relayer les initiatives positives déployées.

La rédaction de Ouest-France défend un traitement éditorial responsable des questions écologiques. Elle fournit une information rigoureuse et étayée par des faits scientifiques. Elle vise à sensibiliser le plus grand nombre à travers une approche pédagogique adaptée à tous les publics et à toutes les générations. C'est la raison d'être de ces contenus pédagogiques et accessibles à tous.

**66** Il ne s'agit pas tant de convaincre les gens de changer, que de les amener à d'abord réfléchir différemment.

Jane Goodall, anthropologue.





**Des Unes et des suppléments qui se multiplient pour décrypter, analyser et informer sur les enjeux actuels.**

#NousEcocitoyens,  
un espace pour partager les idées



Parce que **vivre harmonieusement avec notre planète** est aussi l'affaire de tous, Ouest-France propose à ses lecteurs de partager leurs idées pour lutter contre le dérèglement climatique et ses conséquences.

Afin de poursuivre l'engagement de Ouest-France pour un traitement des questions environnementales à la hauteur de l'enjeu climatique, un espace de contributions a été ouvert, appelant les lecteurs et les internautes à partager leurs petits gestes du quotidien pour une planète plus verte. Transports, énergie, alimentation... les idées et les points de vue peuvent être sources d'inspiration pour d'autres. En un simple clic, les lecteurs peuvent aussi soutenir une idée ou un avis déjà partagé sur la plateforme. Cette année, 460 contributions ont été reçues, proposant des solutions concrètes aux enjeux environnementaux en régions.



© S. Marchand

# Notre contribution à la vie démocratique

Depuis ses débuts, Ouest-France s'est engagé à contribuer de manière durable et éthique à la vie démocratique.

La mission principale est de collecter, vérifier, analyser et diffuser l'information pour le bénéfice des citoyens, c'est le devoir d'information du Journal. Cet engagement se traduit par diverses initiatives qui évoluent en fonction des pratiques démocratiques en constante évolution.

Ce devoir d'information repose sur trois valeurs fondamentales : **l'exigence, la qualité éditoriale et l'accessibilité sous toutes ses formes.**

En tant qu'acteur de la vie démocratique, Ouest-France se positionne comme un Journal citoyen et engagé, donnant la parole à chacun et encourageant le dialogue entre les différents acteurs de la société.

L'engagement de Ouest-France se manifeste non seulement à travers ses publications, mais aussi par ses actions de solidarité et l'organisation d'événements qui placent les échanges d'idées au cœur des débats.

**En tant qu'acteur au cœur de la vie démocratique, Ouest-France se positionne comme un média engagé et citoyen. Cette implication se reflète dans ses reportages et se concrétise aussi au travers de ses actions solidaires.**

# Le devoir d'information

La liberté de la presse, consacrée par la loi du 29 juillet 1881, représente une pierre angulaire essentielle pour nos activités, mais aussi un moyen dédié à un objectif fondamental : l'éclairage démocratique des citoyens. Chez Ouest-France, l'information est un devoir primordial, transcendant même le simple exercice d'un droit.

Ce devoir s'articule autour de deux piliers essentiels :

- ➊ Une exigence éditoriale constante.
- ➋ Un accès universel à l'information.

Guidée par ces principes, la rédaction de Ouest-France s'engage à concevoir des projets éditoriaux qui reflètent les évolutions sociétales, dans le but affirmé de donner la voix aux citoyens français à travers des reportages, des entrevues et des entretiens.



© S. Marchand

66 La raison d'être de Ouest-France depuis sa création, c'est d'informer mais aussi de relier les citoyens. Informer, c'est ce que nous faisons à travers toutes nos publications. Nous le faisons dans le but de mettre à disposition des éléments que nous avons recueillis et analysés grâce à nos rédactions. Nous les mettons à disposition de nos lecteurs pour qu'ils se forgent leur propre opinion. 99

Louis Échelard, cogérant de SIPA

# L'exigence éditoriale et la qualité de l'information

Dans sa communication avec son lectorat, Ouest-France exclut certaines méthodes et priviliege une charte spécifique qui renforce le lien de confiance avec ses lecteurs :

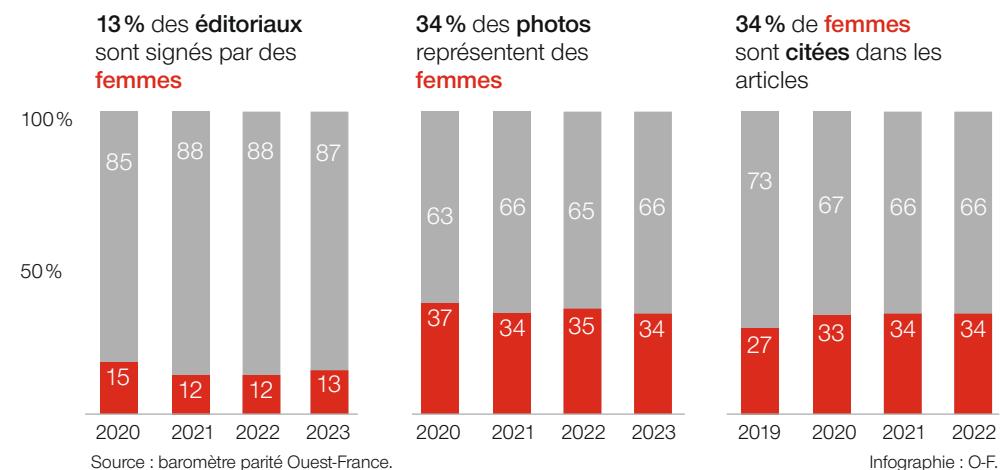
**66** Dire sans nuire, montrer sans choquer, témoigner sans agresser, dénoncer sans condamner. **99**

Pour assurer l'alignement de ses contenus sur ses valeurs fondamentales, Ouest-France a établi un ensemble de directives éthiques, formant ainsi un corpus déontologique. Ces directives, élaborées pour guider son approche de l'information, se manifestent à travers plusieurs chartes clés.

- ➊ **Une charte des faits divers et faits de justice**, instaurée dès 1990. Cette charte repose sur un ensemble de principes fondamentaux, notamment le respect des faits, des individus et de leurs sensibilités, la pratique d'un journalisme responsable, la protection des personnes, ainsi que le rejet du sensationnel, de la vulgarité et de la violence.
- ➋ **Une charte de la traçabilité de l'information** signée en 2019 par les journaux membres de l'Alliance de la presse d'information générale, dont Ouest-France. Cette charte engage les médias à attribuer clairement l'origine des informations divulguées, assurant ainsi une transparence totale et permettant aux lecteurs de suivre le cheminement de l'information.
- ➌ **Une charte spécifique « Écrire dans Ouest-France ».**
- ➍ **Une charte pour un journalisme au niveau de l'enjeu écologique** (cf p. 78).

➎ **Une charte « Pour une juste place des femmes »** adoptée en 2019, qui oblige Ouest-France à traiter les questions de manière responsable, en accordant une attention particulière à la parité, aux violences faites aux femmes, à une représentation équilibrée des femmes dans ses publications, à la féminisation des noms de professions, à la mise en place d'un annuaire d'expertes\*, ainsi qu'à rendre compte annuellement de ses progrès et de ses défis aux lectrices et lecteurs, notamment à travers son **baromètre de la place des femmes**. Des efforts sont déployés pour améliorer ces chiffres.

\* Cet annuaire des expertes a vocation à nous aider à dépasser ce plafond de verre de 34 % de femmes citées dans les articles.



# L'accessibilité à tous les publics

Ouest-France aspire à rendre une information de qualité accessible au plus grand nombre. En tant que journal indépendant et populaire, Ouest-France s'efforce de maintenir un prix abordable malgré les contraintes nationales et internationales de ces deux dernières années.

Cette accessibilité se manifeste de plusieurs manières :

- ➊ En offrant gratuitement l'accès aux articles couvrant les événements clés de la démocratie, telles que les élections présidentielles, qui concernent l'ensemble des citoyens.
- ➋ En proposant des offres permettant aux jeunes de s'informer gratuitement grâce à un contenu journalistique fiable et vérifié. Un projet éditorial spécifique pour les réseaux sociaux a été mis en place, combinant pédagogie et réflexion à travers des stories, des vidéos et des interviews, afin d'atteindre un public plus jeune en lui fournissant des outils de compréhension et d'analyse.
- ➌ En s'efforçant constamment d'adopter une écriture plus simple et concrète, tout en refusant toute forme de vulgarité ou de violence. Ouest-France s'engage à éviter les discours tranchés ou agressifs qui nourrissent les préjugés et empêchent la compréhension mutuelle.

**L'objectif pour l'année 2024 est d'atteindre 40 000 abonnés âgés de 15 à 25 ans.**



Une offre 100 % gratuite de l'ensemble des contenus numériques pour les 15-25 ans

Ouest-France veut permettre et faciliter l'accès à une information de qualité au plus grand nombre. En tant que Journal populaire, Ouest-France consacre ses efforts au maintien d'un prix de vente le plus bas possible, dans un contexte national et international.



Les jeunes de 15 à 25 ans peuvent souscrire gratuitement au Pack numérique qui comprend : le journal numérique dès 5 h, deux éditions locales au choix, les articles du site et de l'application, l'édition du soir, le e-magazine de 18 h, les archives Ouest-France depuis 1899. Ils peuvent aussi accéder à la richesse des contenus numériques : enquêtes de la rédaction, suppléments, podcasts, vidéo, etc. Ils peuvent consulter LaPlace : un espace réservé pour découvrir les coulisses de la rédaction et profiter d'événements exclusifs.

# L'animation du dialogue et du débat démocratique

Alors que les avancées technologiques et les plateformes numériques censées favoriser la connectivité et le réseautage se multiplient, Ouest-France observe une polarisation croissante du débat démocratique et une difficulté croissante à maintenir un dialogue essentiel entre les différents acteurs de la société : citoyens, entreprises, politiciens, associations, et autres groupes intermédiaires.

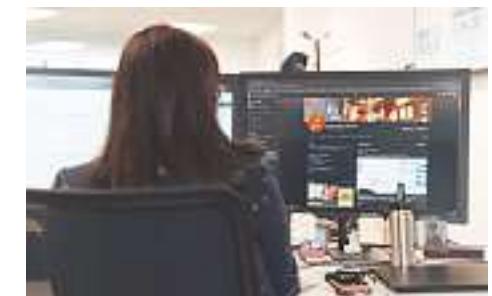
Dans cette optique de favoriser un débat inclusif, Ouest-France s'engage pleinement dans son rôle d'animateur et de média. Cela se traduit par plusieurs initiatives :

- ➊ Une attention particulière à **représenter la diversité des opinions et des informations** dans ses contenus, en donnant voix aux invisibles et en assurant une couverture régulière et attentive des quartiers urbains et des communautés rurales.
- ➋ L'organisation régulière d'**événements majeurs**, dirigés par la rédaction et guidés par une vision éditoriale solide, qui rassemblent chaque année près de 3 000 participants. Ces événements incluent les Assises de l'Économie de la Mer, de la Pêche et des Produits de la Mer, de l'Agriculture, de l'Alimentation et de la Santé, de l'Outre-mer, ainsi que des événements axés sur le changement social.
- ➌ Une **interaction continue avec les lecteurs**, grâce à une variété croissante d'initiatives telles que Ouest-France & Vous, Ouest-France vous répond, Le Courrier des Lecteurs, les coulisses de l'information, les débats, les appels à témoignages, et LaPlace.



## Ouest-France et Vous : entretenir une relation directe avec les lecteurs

Cette interactivité permanente permet au Journal d'être au plus près des interrogations et préoccupations de celles et ceux qui le lisent, afin de leur offrir une information toujours plus claire et concrète.



© S. Marchand

**830 000**  
interactions recensées

**60 000**  
votes  
et 15 000 arguments  
dans l'espace débats

**20**  
directs thématiques au cours  
desquels Ouest-France a  
répondu à 1 200 questions  
de lecteurs

**4 000**  
courriers des lecteurs  
reçus

**5 800**  
questions reçues via  
les différents canaux

**3,5 millions**  
de pages vues sur l'ensemble  
des articles tagués  
*Ouest-France vous répond*  
*et Ouest-France et Vous*



© S. Marchand

# Notre rôle d'acteur du lien social et de la solidarité

Acteur essentiel au dynamisme des territoires grâce à sa présence au plus près des citoyens, le Groupe Sipa Ouest-France contribue activement à la cohésion sociale.

Dans une société marquée par la propagation de fake news, le Groupe s'engage en faveur de l'éducation aux médias : intervention de journalistes dans les établissements scolaires, distribution de journaux dans les écoles, rédaction d'un Journal des Lycées... Ces initiatives visent à aider les plus jeunes à se forger leur opinion en toute liberté.

Fidèle à ses valeurs humanistes, le Groupe mène également un certain nombre d'actions solidaires en faveur des personnes les plus vulnérables :

- Ouest-France Solidarité, association à but non lucratif créée en 1980, porte assistance aux pays frappés par des catastrophes naturelles ou par des conflits. Grâce à la générosité des lecteurs, elle a collecté 17,5 millions d'euros depuis sa création pour mener des projets en France et à travers le monde : Haïti, Moyen-Orient, Ukraine...
- L'association Europe Presse Solidarité soutient l'indépendance des médias en Europe et s'investit pour informer les publics défavorisés. Chaque jour, elle assure la distribution de 3 700 exemplaires des journaux du Groupe dans vingt-deux établissements pénitentiaires de l'ouest de la France.

**Chaque jour, Ouest-France met en œuvre son engagement à travers ses écrits et le prolonge par des actions concrètes pour venir en aide et soutenir des personnes en détresse.**

# Être présent au plus près des citoyens

Dans un paysage marqué par une désertification croissante des régions, notamment rurales - où les services publics, semi-publics et les professionnels de la santé se raréfient - Ouest-France se positionne en tant qu'acteur local de premier plan, solidement enraciné dans la vie quotidienne des citoyens.

## Notre réseau d'information constitue une singularité en France

780 journalistes répartis dans 57 rédactions locales couvrant les régions de Bretagne, de Normandie et des Pays de la Loire, épaulés par 2 100 correspondants locaux. À cela s'ajoute une équipe basée à Paris et une centaine de pigistes et de correspondants internationaux, disséminés dans les grandes capitales mondiales.

## Notre défi quotidien : livrer avant 7h30, plus de 600 000 journaux dans le Grand Ouest

Un véritable petit miracle chaque jour, bien orchestré par notre réseau de distribution. Il joue un rôle essentiel, notamment en assurant la livraison du journal au domicile des abonnés, un enjeu majeur en termes de proximité et de confiance durable avec nos lecteurs.

Chaque jour, la présence de Ouest-France au plus près des citoyens et des acteurs économiques et associatifs est l'expression concrète de nos engagements en faveur de la cohésion sociale, du dynamisme des territoires et des relations que nous voulons responsables et éthiques avec nos partenaires.



L'offre **Pack Maximum** avec tablette



780  
journalistes

57  
rédactions  
locales

2 100  
correspondants  
locaux

Tous les matins  
avant

7h30

En raison des défis rencontrés pour assurer la livraison à domicile, des limites de la distribution postale dans certaines régions et de l'importance de maintenir un lien fort avec ses abonnés, Ouest-France explore une solution alternative. Jusqu'au mois de novembre 2023, l'entreprise proposait à ses abonnés de consulter leur édition locale en version numérique via une tablette incluse dans leur abonnement. Afin d'accompagner les abonnés dans l'utilisation de cette technologie, des rendez-vous à domicile étaient proposés pour expliquer le fonctionnement de la tablette et de l'application. Cette offre s'est arrêtée en novembre 2023 grâce à l'amélioration du service de portage à domicile.

## Vie économique et associative locale

Au-delà de l'information, Ouest-France doit participer à la vitalité du tissu économique et social. Grâce à l'information, le Journal peut relier les personnes, les communautés et propager les bonnes idées. Être un acteur du lien social et de la solidarité pour Ouest-France c'est donc aussi être partie prenante de la vie locale, travailler avec ceux qui font le dynamisme des territoires et soutenir les initiatives compatibles avec nos valeurs.

C'est pourquoi Ouest-France fait le choix de travailler avec le service client de Comdata à Saint-Marcel (56) pour assurer une partie de la relation avec ses abonnés. C'est aussi pour ces raisons que Ouest-France, fort de son ancrage sur le terrain, s'associe à de nombreux partenaires et organise des événements en lien avec son territoire et ses valeurs : 24 h du Mans, Les Vieilles Charrues, le Marathon Vert, le Festival Transmusicales, le Triathlon de la Baule, le Festival Interceltique de Lorient...

C'est enfin la raison pour laquelle la rédaction de Ouest-France conduit l'opération « *Faire Demain* » qui soutient les bonnes initiatives dans les domaines de l'environnement et de la solidarité.



### Le projet **Faire Demain**

**Faire Demain** est un dispositif qui vise à repérer des articles relatant des initiatives positives dans le domaine de l'environnement et de la solidarité et de mettre en avant ces histoires et récits porteurs d'espoir.

**36** initiatives  
sélectionnées

**3 849**  
votes

**18** dossiers  
de candidatures  
reçus

**100** personnes  
présentes à la soirée  
de remise des prix

**9** initiatives sélectionnées  
par le jury Ouest-France  
et La Fondation de France  
Grand Ouest

**4** projets récompensés :  

- Prix Ouest-France
- Prix Fondation de France Grand Ouest
- Prix Coup de cœur du jury
- Prix des lectrices et lecteurs

**6**  
finalistes soumis  
aux lectrices et aux lecteurs

**20 000 €**  
décernés aux quatre lauréats

# Relations responsables avec nos parties prenantes

En tant qu'acteur majeur des médias, le Groupe Sipa Ouest-France a une responsabilité importante envers ses parties prenantes. Elle repose notamment sur la protection et sur la sécurité de leurs données, garanties par une culture de la conformité partagée par tous.

La conformité au règlement général sur la protection des données (RGPD), entrée en application en mai 2018, constitue un engagement fort envers nos parties prenantes : lecteurs, internautes, collaborateurs... Elle garantit le respect de leur vie privée ainsi que la confidentialité, la sécurité et l'intégrité de leurs données personnelles. Notre système de protection des données repose sur une gouvernance solide, pilotée par le responsable de la protection des données personnelles (DPO). Désigné auprès de la CNIL, il veille en toute indépendance au respect du RGPD pour toutes les entités du groupe.

Le DPO pilote un dispositif opérationnel s'appuyant sur des acteurs-clés : référents DPO dans les filiales, responsable de la sécurité des systèmes d'information (sécurité des traitements de données), Direction juridique du groupe (conformité juridique).

Cette implication à tous les niveaux favorise la mobilisation constante des équipes et assure un haut niveau de conformité.

L'objectif d'une relation renforcée avec et entre les citoyens ne peut s'opérer sans la construction d'un rapport de confiance et de transparence.

Ce contrat de confiance se fonde sur des garanties apportées aux lecteurs de Ouest-France ainsi qu'à tous les partenaires dans leurs relations avec le journal.

Il s'appuie sur deux piliers :

## **La possibilité d'interpeler la rédaction à tout moment dans le cadre d'un droit de réponse ou d'une demande de droit à l'oubli.**

La rédaction de Ouest-France a répondu à 598 demandes sur l'année dans le délai légal d'un mois. 136 demandes ont été refusées au titre du droit à l'information, soit 23%. Toutes les demandes font l'objet d'une instruction et d'une réponse motivée vers les demandeurs dans un délai d'un mois. Dans l'instruction de ces demandes, Ouest-France s'attache systématiquement à trouver le juste équilibre entre l'exercice légitime du droit à l'oubli et le droit à l'information, au cœur de sa mission. Chaque refus fait l'objet d'un courrier de réponse motivé et personnalisé envoyé au demandeur.

## **La mise en place de garanties robustes en matière de protection des données personnelles des internautes et des abonnés.**

Deux sujets clés cette année :

- Le Groupe reste très attentif aux cookies et aux traceurs déposés sur ses sites, ainsi que sur les identifiants publicitaires utilisés pour remplacer les cookies tiers (fin 2024 pour Google) afin d'apporter le plus de garanties possibles lors de la navigation des internautes. Le nombre de partenaires publicitaires a de nouveau été fortement réduit (287 contre 370 partenaires publicitaires pour Ouest-France en 2022).

La rédaction de Ouest-France à répondu à

**598**  
demandes  
sur l'année

**287**  
partenaires  
en 2023  
contre 370  
en 2022

- L'émergence des technologies d'intelligence artificielle (IA) peut avoir une incidence sur les données personnelles traitées par Ouest-France, à la fois pour la constitution des bases de données utilisées pour l'apprentissage des IA, mais aussi pour les contenus restitués. Le DPO de Ouest-France est directement associé à la mise en place de ces nouvelles technologies pour vérifier qu'elles n'entraînent aucun risque pour les personnes dont les données sont concernées par ces traitements d'IA.



## Quelle réponse face à une demande de droit à l'oubli ?

- **Un retrait**

L'article ou la photographie sont retirés du site internet, mais ils restent dans les archives.

- **Une anonymisation de l'article**

L'article est modifié de sorte qu'il ne mentionne plus le nom du demandeur et ne permet plus de l'identifier directement. L'article reste en ligne sur le site internet.

- **Une désindexation**

Une demande pour déréférencer l'article et/ou la photographie concernés est formulée à Google et Bing. L'article reste en ligne sur le site internet.

- **Un refus**

La demande du lecteur est refusée de manière argumentée et personnalisée.

66

Dans le numérique, rien n'est jamais anonyme. Quelqu'un collecte toujours des données. C'est pourquoi Ouest-France est particulièrement attaché à apporter toutes les protections possibles à ses lecteurs lors de leur navigation.

99

Didier KURZ, DPO Ouest-France

# Favoriser l'égalité des chances

## Des actions solidaires

Ouest-France se positionne fermement sur des valeurs humanistes, incarnées à travers des actions concrètes telles que l'assistance matérielle aux plus défavorisés, rendue possible par la générosité de ses lecteurs, le soutien aux personnes âgées à travers divers programmes d'accompagnement, ainsi que son engagement soutenu dans le milieu carcéral.



Cette initiative numérique, conçue pour les ainés, sert de support d'animation aux professionnels travaillant dans le domaine de la gérontologie au sein des établissements accueillant des personnes âgées en perte d'autonomie. Composée d'albums numériques, cette plateforme met en lumière des photographies issues des archives de Ouest-France offrant une rétrospective des années 50 à 80 et aussi des sujets d'actualité à travers des lieux, des événements et des objets emblématiques. Une variété de jeux adaptés est disponible pour enrichir l'expérience. Destinée principalement aux Établissements d'Hébergement pour Personnes Âgées Dépendantes (EHPAD) et autres résidences seniors, cette initiative est soutenue financièrement par neuf conseils départementaux (Loire-Atlantique, Morbihan, Ille-et-Vilaine, Mayenne, Côtes-d'Armor, Vendée, Sarthe, La Manche et Le Maine et Loire) couvrant douze départements dans la zone de diffusion de Ouest-France, ce qui représente 1 400 résidences. L'accès à la plateforme est aussi ouvert via un abonnement individuel pour les établissements situés dans des zones non couvertes par le soutien départemental. Plus de deux cents établissements abonnés en dehors de la zone géographique de Ouest-France se sont joints aux résidences déjà inscrites. Sous la direction des animateurs, les albums, regroupant une trentaine de photographies chacun et organisés par thème, deviennent un outil précieux pour stimuler la mémoire et favoriser les échanges entre les résidents.

1 400  
établissements  
utilisateurs

105  
albums  
120  
quiz

200  
jeux  
numériques



## La bibliothèque numérique



© Archives Ouest-France.

La bibliothèque numérique compte désormais 105 albums, 120 quiz et 200 jeux. L'objectif pour 2024 est de proposer une version premium des albums avec encore plus de contenus, et de convaincre de nouveaux départements en dehors de la zone Ouest-France. L'enrichissement de la plateforme doit également se poursuivre avec une vingtaine de nouveaux albums par an ainsi qu'une trentaine de nouveaux quiz afin d'être en mesure de proposer aux utilisateurs, chaque semaine, une nouveauté.

## La solidarité de Ouest-France

Cette solidarité s'exprime aussi au-delà du Grand Ouest et de nos frontières grâce à Ouest-France Solidarité et Europe Presse Solidarité.

## Solidaire de la commune au monde : Ouest-France Solidarité

Association à but non lucratif fondée en 1980 par François Régis Hutin. Son objectif est de porter assistance aux personnes en difficulté, tout particulièrement à la suite de catastrophes ou de conflits (tsunamis, séismes, famines...). Ouest-France Solidarité fait appel à la générosité des lecteurs de Ouest-France. Les sommes données par les lecteurs sont intégralement affectées à l'aide aux victimes de catastrophes et de conflits.

En 2023, leur générosité a permis de continuer à soutenir le peuple ukrainien. Elle a également œuvré auprès des victimes des tremblements de terre en Syrie, Turquie, Maroc et est venue en aide aux personnes déplacées en Arménie. Depuis son origine, l'association a mené des dizaines d'opérations soutenues par des centaines de milliers de lecteurs qui ont permis de réaliser de nombreux projets en Haïti, en Centrafrique, au Moyen-Orient, au Proche-Orient, en Europe de l'Est et en France.

## Liberté de la Presse, conditions carcérales, publics défavorisés : Europe Presse Solidarité

Fondée en 1991 par François Régis Hutin, l'association a pour objet de soutenir le développement des médias indépendants en Europe centrale et orientale. Europe Presse Solidarité est aujourd'hui le bras séculier du Groupe pour favoriser la mise en main du journal auprès de publics défavorisés. En 2023, elle a distribué 828 000 exemplaires par l'intermédiaire d'organismes caritatifs.

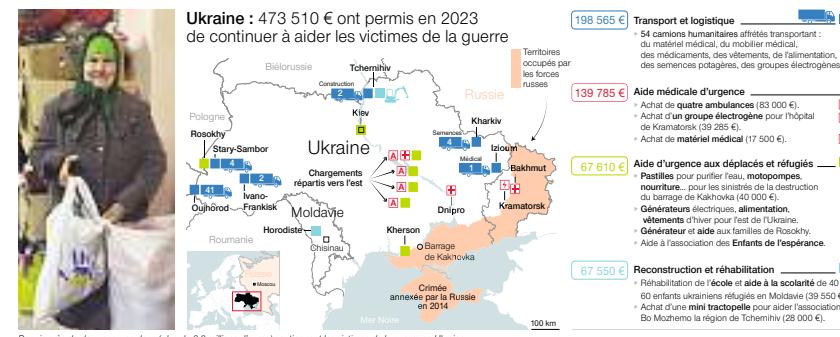
L'association a la volonté d'améliorer les conditions de vie dans les prisons. Elle assure chaque année la distribution de 1,242 million d'exemplaires de *Ouest-France* et du *Dimanche Ouest-France* dans 22 établissements pénitentiaires de l'Ouest. Pour certains détenus, *Ouest-France* est le seul lien avec la société.

23-24 décembre - 25 décembre 2023

QUEST-FRANCE SOLIDARITÉ

## **La grande solidarité des lecteurs d'Ouest-France**

Alors que tant de drames ont endeuillé la planète cette année encore, la générosité des lecteurs d'*Ouest-France* a permis de réconforter et de soutenir de nombreuses personnes à travers le monde.



Chères lectrices, chers lecteurs,  
Soyez chaleureusement remerciés pour votre générosité. Elle a permis de soulager les souffrances de brouillon personnel dont la vie

breuses personnes dont la vie bouleversée, brisée même par la fureur de la guerre ou les colères de la terre.

plus grand encore.  
Ils s'organisent. Ils s'entraident, préparent l'avenir des jeunes générations. Des associations, des m

palités, des comités de jumelage, des entreprises, des professionnels de santé en Ukraine, en Pologne et en France coordonnent leurs actions pour l'aide soit efficace.

---

des entreprises, des hôpitaux, semenciers...

---

De grands bassins sont

Le grands besoins ce sont les denrées alimentaires. La cargaison des camions destinée à l'est de l'Ukraine aidera les Ukrainiens proches de la frontière à se procurer du pain et de la semence douce pour les cultures qui a

des 3 000 lits, plus de 2 000 fauteuils roulants, des cannes et des déambulateurs, des tables d'opération... Ils ont permis de soutenir 650 structures dont 370 hôpitaux, centres de santé, enfants ukrainiens réfugiés grâce à l'Association Vent d'Est.

Mais de grands besoins demeurent en cet hiver rigoureux avec la guerre qui frappe chaque jour l'Ukraine.

surveiller les déplacements de l'opposition, d'acheminer un container hôpital de campagne de nombreux généralement dont pour le jardin d'enfants de Bouthaïa. Voire aide aussi permet de financer un important déploiement pour l'heure au sud de Kharkiv, proche des combats. Grâce à vous encore, l'aide d'urgence a pu être accueillie en Ukraine pour les sinistres de l'explosion du barrage de Kakhovka le 6 juin : au moins dix-sept communautés évacuées. Une partie d'entre elles a été réhabilitée. Mais dans l'ensemble, l'assistance

**Education et jeunesse**

**Haiti :** aide à la construction d'un pôle jeunesse culture pour les jeunes de Baradères (2 000 €) avec Renaissance Baradère. À la suite du tremblement de terre, renforcement des poteaux porteurs de l'école de la paroisse Saint-Roch (5 000 €), avec le père Briand.

**Marcos :** 5 000 € pour nourrir et soigner des jeunes migrants en soutien à l'action du père Elmexians.

**République démocratique du Congo :**

Turquie, Syrie, Maroc... Les aides aux victimes des tremblements de terre

Les tremblements de terre ont fait de nombreuses victimes et laissé de nombreux survivants dans la peine et le dément. Vos dons généreux contribueront à les aider.

**En Turquie et en Syrie**  
220 660 € pour l'aide médicale humanitaire d'urgence. Cela en tient de l'action de Médecins frontières en Turquie et en Syrie, l'action de Médecins du Monde finançant l'équivalent de deux de la clinique mobile d'Alep.  
**183 834 € pour l'aide d'urgence**  
couvertures, tentes, vêtements,

riture, lait infantile, des milliers de repas, soutien psychologique... en Turquie (Antioche) et en Syrie avec la Fraternité Chrétienne Sarthe-Orient et avec L'Œuvre d'Orient : en mars, grâce à vos dons, six tonnes de lait infantile, permettant de secourir 2 500 enfants narrant trois mois, ainsi que les réparations effectuées dans la paroisse orthodoxe. Enfin, à Homs, pour la réhabilitation des églises endommagées par les combats, avec les Sœurs des Saints Cœurs de Jésus et Marie, et les jeunes architectes.

**67 500 € pour le logement.** En Turquie : à Antioche, l'acquisition de cinq containers aménagés grâce à la paroisse arménienne à Mersin, pour le financement de logements avec la



potable pour l'école des saphirs (2 000 €) avec Eau de Coco Bretagne.

**Cameroun :** soutien à la scolarité des enfants du village de N'Lohé (1 217 €) avec le père État.

**Appel aux dons**

Vous pouvez adresser vos dons à : Ouest-France Solidarité, Aide aux Ukrainiens, 10 rue du Breil, 35000 Rennes Cedex 9 ou via internet sur le site [ouestfrance-solidarite.org](http://ouestfrance-solidarite.org). Un euro versé, un donné. Un recu fiscal vous sera envoyé en début d'année prochaine.

site [obesitance-solidarite.org](http://obesitance-solidarite.org). Chaque euro versé, un donné. Un reçu fiscal vous sera envoyé en début d'année prochaine.

## L'éducation aux médias pour se forger l'opinion la plus libre et éclairée possible

Si l'information et le lien sont au cœur des missions de Ouest-France, ces deux objectifs revêtent une importance toute particulière chez les plus jeunes. Confrontés à un univers informatif complexe, rapide et trop souvent trompeur, les jeunes citoyens doivent être accompagnés pour apprendre à s'informer et à disposer de toutes les clés leur permettant de se forger leur opinion en toute liberté.

Un engagement fort pour :

- ➊ Aider les élèves, et plus largement les lecteurs de tous âges, à savoir où et comment puiser l'info à la bonne source et cultiver leur esprit critique
- ➋ Les sensibiliser aux richesses et aux dangers des réseaux sociaux, les alerter sur les fake news et l'intelligence artificielle avec ses risques et ses richesses.

Se glisser dans la peau d'un journaliste, lire le quotidien à l'école, rencontrer des professionnels de l'info, réaliser son propre journal, savoir reconnaître les fausses informations : Ouest-France propose un panel varié d'actions d'éducation aux médias et ce, depuis de longues années.

Un réseau de journalistes de Ouest-France et des journalistes retraités assurent de nombreuses interventions dans les écoles, collèges, lycées.

Accompagner cette démarche est essentiel pour la rédaction qui est par ailleurs très active tout au long de la Semaine de la Presse et des Médias dans l'École.

Depuis 2022, près de 40 conférences par an sont organisées pour mieux comprendre les fake news dans plus de 80 classes de 4<sup>e</sup> et de lycées.



Une Zone d'Expression Prioritaire  
pour faire parler les jeunes



© Vincent Michel/Ouest-France.

Depuis le début de l'année 2020, chaque mois, une page du journal est consacrée à différents témoignages de jeunes. Il s'agit d'un formidable levier pour aider à la prise de parole et de confiance des jeunes, notamment les plus fragiles.

La Zone d'Expression Prioritaire (ZEP) est un dispositif média innovant d'accompagnement des jeunes de 14 à 28 ans à l'expression par des journalistes professionnels.

La force de la ZEP est d'associer des journalistes avec des jeunes issus de tous les territoires, notamment des quartiers populaires, pour qu'ils se racontent, qu'ils partagent leurs expériences sur des sujets dont ils sont acteurs ou témoins, qu'ils partagent leurs regards sur la société et qu'ils renforcent leurs pratiques médiatiques et leur esprit critique.

## Le Journal des Lycées pour entrer en relation avec plusieurs centaines de jeunes

Crée en 2007, l'association pour le développement du **Journal des Lycées** propose aux lycées, maisons familiales rurales (MFR), foyers de jeunes et maisons de quartier de publier un journal avec la participation de journalistes retraités ou encore en activité, engagés bénévolement. Pour le développement, l'association du Journal des Lycées cherche avant tout à **favoriser l'expression des jeunes, pour faire comprendre le monde des médias et découvrir l'écriture journalistique.**



Les faits marquants  
2023

Accompagnement de  
**52** établissements

Engagement de  
**32** journalistes

**123 270**  
exemplaires imprimés



Et demain ?

Les échanges constructifs se poursuivent avec l'administration pénitentiaire pour réussir un projet engagé : **réaliser des journaux rédigés par des détenu(e)s.**



**Bonne et heureuse année 2024 !**



L'année 2023 a été marquée par la publication des deux premiers numéros réalisés par la Maison de quartier du Breil-Malville à Nantes.

**Une première pour l'Association !**

## Données gouvernance de Ouest-France

Partie DPEF	Page DPEF	Risque associé	KPI	Unité de valeur	Année 2022	Année 2023
Gouvernance	6	Perte d'indépendance liée à la structure de Gouvernance	Structure juridique du Groupe Sipa Ouest-France	Statut	Appartenance à une association Loi 1901 (ASPDH)	Appartenance à une association Loi 1901 (ASPDH)
	7		Nombre de réunions des instances de gouvernance	Nombre	4 Conseils d'administration 11 réunions de Bureau 10 réunions du comité stratégique 3 réunions du comité d'audit 6 réunions du comité des nominations et des rémunérations 6 réunions du comité RSE	4 Conseils d'administration 11 réunions de Bureau 10 réunions du comité stratégique 3 réunions du comité d'audit 6 réunions du comité des nominations et des rémunérations 6 réunions du comité RSE
	98	Perte d'indépendance liée à une performance économique insuffisante	Résultat d'exploitation consolidé	€	- 14 082 K€	- 9 233 K€
	98		Niveau des coûts d'exploitation consolidés (charges d'exploitation)	€	416 096 K€	420 404 K€

## Données économiques

Partie DPEF	Page DPEF	Risque associé	KPI	Unité de valeur	Année 2022	Année 2023
Activité et vie sociale de l'entreprise	42	Inadaptation aux usages de nos lecteurs (B to C)	Chiffre d'affaires de diffusion	Millions d'euros	198,4	213,1
			Évolution du portefeuille abonnés	Pourcentage	- 2 %	- 2,90 %
		Inadaptation aux usages de nos lecteurs (B to B)	Chiffre d'affaires publicitaire papier et numérique	Millions d'euros	85	87
	43	Concurrence des géants du numérique subie	Part des sources d'audience numérique directe	Pourcentage	21 %	26 %
	48	Cybercriminalité	Nombre d'actions de sensibilisation à la cybersécurité	Nombre	50 contenus pédagogiques 27 articles cyber publiés sur l'intranet Groupe 9 modules e-learning	51 contenus pédagogiques 90 articles cyber publiés sur l'intranet Groupe 9 modules e-learning
			Nombre et résultats des tests de phishing réalisés dans l'entreprise	Nombre	214	377
	49	Corruption et déloyauté des pratiques	Nombre de salariés formés à l'éthique des affaires	Nombre	0	0
	45	Défaut d'approvisionnement en consommables d'impression (papier, plaques et encre)	Évolution des prix des consommables	Pourcentage	En prix annuel moyen : hausse de 90 %	En prix annuel moyen : baisse de 15 %

## Données sociales

Partie DPEF	Page DPEF	Risque associé	Indicateurs	Unité de valeur	Année 2022	Année 2023
Activité et vie sociale de l'entreprise	53	Qualité de vie et conditions de travail dégradés	Effectif total inscrit en CDI et CDD	Nombre	1 626	1 654
			Effectif moyen mensuel	Nombre	1 629	1 642
			Effectif total par type de contrat	Nombre	1 405 CDI et 221 CDD	1 438 CDI et 216 CDD
			Répartition de l'effectif total par catégories professionnelles	Nombre	768 journalistes - 462 cadres - 204 ouvriers - 192 employés	780 journalistes - 457 cadres - 218 ouvriers - 199 employés
			Âge moyen par catégories professionnelles	Année	Journalistes : 45,8 ans - Cadres : 48,3 ans Ouvriers : 53,4 ans - Employés : 52,5 ans	Journalistes : 45,7 ans - Cadres : 47,6 ans Ouvriers : 52,3 ans - Employés : 51,3 ans
			Âge moyen de l'effectif total CDD / CDI	Année	48 ans et 2 mois	47 ans et 8 mois
			Embauches au cours de l'année	Nombre	2 006 embauchés (dont 93 CDI et 1 913 CDD)	1 509 embauchés (dont 132 CDI et 1 377 CDD)
			Départs CDI au cours de l'année	Nombre	65 départs (dont 39 départs en retraite)	70 départs (dont 33 départs en retraite)
			Embauches d'alternants	Nombre	95 alternants présents	97 alternants présents
			Masse salariale brute annuelle Hommes / femmes	Euros	80,7 millions d'euros	83,5 millions d'euros
			Salaire mensuel brut moyen permanent de l'effectif CDI équivalent temps complet	Euros	4 568 euros	4 609 euros
			Salaire mensuel brut moyen permanent de l'effectif CDI équivalent temps complet hommes/femmes	Euros	4 123 € pour les femmes 4 903 € pour les hommes	4 178 € pour les femmes 4 937 € pour les hommes
	53-57		Heures de formation par salarié	Nombre	25 064 heures (135 formations différentes et 2 079 sessions de formation)	29 448* heures (98 formations différentes et 3 102 sessions de formation)
	99		Pourcentage de turnover	%	NC en 2022	7,21 %
Pratiques discriminatoires	53	Pratiques discriminatoires	Répartition par sexe de l'effectif total CDI	Pourcentage	44,2 % femmes - 55,8 % hommes	44,9 % femmes - 55,1 % hommes
			Répartition par sexe de l'effectif total CDI (cadres-journalistes-employés-ouvriers)	Pourcentage	Journalistes : 45,7 % femmes - Cadres : 42,4 % femmes Ouvriers : 13 % femmes - Employés : 91,8 % femmes	Journalistes : 46 % femmes - Cadres : 43 % femmes Ouvriers : 13 % femmes - Employés : 80 % femmes
			Index égalité femmes-hommes	Nombre	86/100	85/100
Organisation et dialogue social	54	Risque de grève et de dialogue social dégradé	Nombre de réunions CSE	Nombre de réunions	13 réunions ordinaires et 4 réunions extraordinaires	12 réunions ordinaires et 2 réunions extraordinaires
	55		Nombre d'accords collectifs signés	Nombre	4 accords et 3 avenants	3 accords
	99		Absentéisme en nombre de jours	Jours d'absences	22 012 jours d'absence	21 146 jours d'absence
			Nombre de jours d'absence pour grève	Nombre	11	271 (Le nombre de jours de grève est associé à une mobilisation des salariés en rapport avec la réforme des retraites)
Santé et sécurité au travail	62	Risque lié à la santé au travail des collaborateurs	Nombre de salariés suivis par le SPST	Nombre	1 260 salariés	1 600 salariés
	63		Accidents annuels du travail	Nombre	51 accidents dont 23 avec arrêt de travail	48 accidents dont 14 avec arrêt de travail
			Taux de fréquence des accidents du travail	Taux de fréquence	9,52 %	7,35 %
			Taux de gravité des accidents du travail	Taux de gravité	0,33 %	0,20 %
	99		Nombre de décès de collaborateurs résultant d'accident du travail et de problème de santé liés au travail	Nombre	0	0
	65	Exposition des activités et des salariés à des risques extérieurs	Nombre d'intervention d'urgence	Nombre	39 incidents d'urgence	20 incidents d'urgence
	99	Risque de pandémie	Plan de gestion de crise	Plan structuré et mis à jour	Absence de pandémie	Absence de pandémie

\* Le nombre d'heures de formation est en hausse en 2023 car tous les salariés ont été formés à la sensibilisation et la prévention contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes au travail.

## Données sociétales et démocratiques

Partie DPEF	Page DPEF	Risque associé	KPI	Unité de valeur	Année 2022	Année 2023
Activité et vie de l'entreprise	44		Évolution du prix du journal	Augmentation du prix du journal	0,10 €	0,10 €
Impact de Ouest-France	87	Contribution insuffisante à la vie démocratique	Nombre d'interactions recensées par Ouest-France et vous	Nombre	800 000	830 000
			Nombre de courriers reçus pour la rubrique Courriers des lecteurs	Nombre	5 100	4 000
92	Exposition des données personnelles collectées		Nombre de demandes de réponse ou demande de droit à l'oubli	Nombre	508	492
			Moyenne / mois	Nombre	42	41
			Pourcentage de demandes refusées	Pourcentage	21 %	23 %
			Évolution du nombre de vendors	Nombre	370	287
	91	Non contribution au lien social et à la solidarité	Nombre de projets soutenus par Faire Demain	Nombre	20	4
			Montant des fonds distribués aux projets soutenus par Faire Demain	Euros	20 000 €	20 000 € *
	95		Fonds collectés par Ouest-France Solidarité	Euros	N / A	900 000 €
			Actions d'éducation aux médias auprès des jeunes	Abonnements gratuits pour les 15-25 ans	2,2M€	2,5M€
			Nombre de journaux Ouest-France et Dimanche Ouest-France distribués dans les prisons	Millions	1,3	1,24
96			Nombre de conférences « mieux comprendre les fake news »	Nombre	40	40
97			Nombre d'établissements accompagnés par le Journal des Lycées	Nombre	48	52
			Nombre de parutions du Journal des Lycées	Nombre	117 755	123 270

\* Un virage a été pris pour l'opération Faire Demain. Ainsi, quatre initiatives ont été mises à l'honneur au lieu de vingt l'année dernière. Néanmoins, la somme allouée reste identique (20 000 € répartis en 4 projets au lieu de 20 projets).

## Données environnementales

Partie DPEF	Page DPEF	Risque associé	KPI	Unité de valeur	Année 2022	Année 2023	
Impact de Ouest-France	65	Risque incendie	Nombre d'extincteurs révisés	Nombre	312	312	
			Nombre d'exercices d'évacuation incendie	Nombre	0	2	
	73	Impact environnemental des activités de l'entreprise	Nombres d'articles consacrés à l'environnement	Nombre	10 859	19 589	
	74-75		Bilan carbone de l'entreprise : émissions de CO2 des scopes 1, 2 et 3	Tonne CO2 équivalent	45 007	44 110	
	75		Consommation de papier journal	Tonne	27 390	28 018	
			Consommation d'encre noire par tonne de papier consommée	Tonne	196	212*	
			Consommation d'encre couleur par tonne de papier consommée	Tonne	186	235*	
			Kilomètres parcourus pour les déplacements professionnels	Millions de km	8,6	8,1	
			Évolution du taux de gâche	Pourcentage	-47 % en 7 ans	-55 % en 8 ans	
	102		Part des déchets valorisés	Pourcentage	98,74 %	98,50 %	
			Consommation d'eau	m3	9 075	9 558	
			Consommation d'électricité	MWh	9 977	9 826	
			Consommation de gaz	MWh	4 254	4 707**	
			Consommation de carburant	Litres	321 567	323 014	
			Tonnage de déchets dangereux	Tonne	208	223	
	102	Pollution accidentelle	Nombre d'accidents provoquant une pollution accidentelle	Nombre	0	0	

\* L'écart important entre 2023 et 2022 provient du site de Rennes dû à un test sur une nouvelle qualité d'encre (encre noire + 6 % et encre couleur + 43 %).

\*\* La forte augmentation de la consommation de gaz (+ 10,6 %) est due à l'extension du bâtiment de La Chevrolière et à la nécessité de chauffer plus durant la période hivernale malgré un bâtiment ouvert sur l'extérieur.

# Note méthodologique synthétique

## Évaluation des émissions des scopes 1, 2 et 3 - Ouest-France

### Principes généraux

Ouest-France réalise son Bilan Carbone avec Sami selon la méthodologie Bilan Carbone®, développée par l'ADEME. L'objectif de ce Bilan Carbone® est de mesurer l'ensemble des émissions physiquement nécessaires à l'activité de Ouest-France (dépendance physique au carbone), incluant ses activités amont (approvisionnement, fret, etc.), de production et aval (distribution, utilisation des produits vendus, etc.). Les émissions sont calculées en faisant le produit d'une donnée d'activité (physique ou monétaire) par un Facteur d'Émission issu d'une base de données de référence.

Ce Bilan Carbone couvre les 3 scopes d'émissions et nous permet d'obtenir un résultat exhaustif compte tenu de l'activité de Ouest-France. Les données d'activité sont collectées via l'application en ligne SAMI, des fichiers fournis par nos outils de collecte interne (fichiers comptables, logiciels métiers et classeurs excel) et des documents bruts transmis par Ouest-France.

### Périodicité

Ouest-France réalise son Bilan Carbone tous les ans.

### Sources des facteurs d'émission

Les facteurs d'émissions proviennent de différentes bases carbonées et de données spécifiques à certains fournisseurs. Sami utilise des données de la Base Carbone de l'ADEME, d'Ecoinvent, d'Exiobase, d'Inies, d'Agribalyse, de la base Impacts, etc. Des bases de données comme celle du CDP nous permettent d'utiliser des valeurs spécifiques à certains fournisseurs. Pour le papier, nous utilisons également les paper profiles, produits par les différents acteurs du secteur.

### Type de données d'activité

Des données physiques ont été utilisées dès qu'il en a été possible (matières premières, fret, énergie consommée, déplacements professionnels ou domicile travail, déchets...). Des données

monétaires ont été utilisées pour mesurer l'impact des achats de services et des immobilisations de Ouest-France (dotations aux amortissements). Ont été utilisées ici les données de la Base Carbone de l'ADEME, les données spécifiques à certains fournisseurs via le CDP ou via le questionnaire fournisseurs Sami.

### Périmètre organisationnel

« La norme ISO 14064-1 décrit deux approches pour déterminer le périmètre organisationnel. Elles peuvent être présentées de la façon suivante :

- **L'approche « part du capital » :** les installations et équipements sont inclus dans le périmètre organisationnel à hauteur de sa prise de participation dans ces derniers.
- **L'approche « contrôle » :**
  - **contrôle financier** : 100 % des équipements et installations sur lesquels elle exerce un contrôle financier sont inclus dans le périmètre organisationnel.
  - **contrôle opérationnel** : 100 % des équipements et installations sur lesquels elle exerce un contrôle opérationnel, c'est-à-dire qu'elle exploite, sont inclus dans le périmètre organisationnel. »

Ce Bilan Carbone couvre les activités de la société Ouest-France (siège social de Ouest-France à Rennes, le site d'impression de la Chevrolière et les rédactions extérieures en régions) et ses 1538 collaborateurs.

« L'évaluation des émissions de Ouest-France en 2023 s'appuient sur l'ensemble des catégories de l'ADEME, à l'exception de certains postes non-revélant compte tenu de l'activité de Ouest-France ou considérés comme non significatives. »

### Périmètre opérationnel

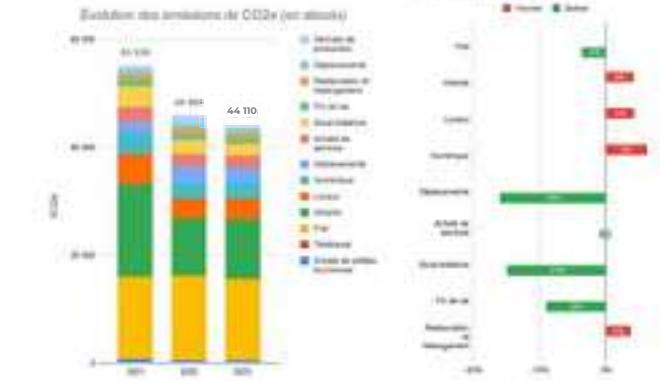
Le périmètre opérationnel de ce Bilan Carbone reprend l'ensemble des émissions directes et indirectes qui découlent des opérations de Ouest-France.

SCOPES	Catégories d'émission	N°	Postes d'émission	Prise en compte des catégories
Scope 1	1 - Émissions directes de GES	1.1	Émissions directes des sources fixes de combustion	prise en compte
		1.2	Émissions directes des sources mobiles à moteur thermique	prise en compte
		1.3	Émissions directes des procédés hors énergie	non prise en compte
		1.4	Émissions directes fugitives	prise en compte
		1.5	Émissions issues de la biomasse (sols et forêts)	non prise en compte
Scope 2	2 - Émissions indirectes associées à l'énergie	2.1	Émissions indirectes liées à la consommation d'électricité	prise en compte
		2.2	Émissions indirectes liées à la consommation autre que l'électricité (consommation de vapeur, chaleur ou froid)	non prise en compte
Scope 3	3 - Émissions indirectes associées au transport	3.1	Transport de marchandises amont	prise en compte
		3.2	Transport de marchandises aval	prise en compte
		3.3	Déplacement domicile / travail	prise en compte
		3.4	Déplacements des visiteurs et des clients	prise en compte (visiteurs)
		3.5	Déplacements professionnels	prise en compte
	4 - Émissions indirectes associées aux produits achetés	4.1	Achats de biens (inclus l'ex-poste 8 et une partie de l'ex-poste 9)	prise en compte
		4.2	Immobilisations de biens	prise en compte
		4.3	Gestion des déchets	prise en compte
		4.4	Actifs en leasing amont	prise en compte
		4.5	Achats de services (inclus une partie de l'ex-poste 9)	prise en compte
Scope 3	5 - Émissions indirectes associées aux produits vendus	5.1	Utilisation des produits vendus	non applicable à date
		5.2	Actifs en leasing aval	non applicable à date
		5.3	Fin de vie des produits vendus	prise en compte
		5.4	Investissements	non prise en compte
		5.5	Franchises	non applicable à date
	6 - Autres émissions indirectes	6.1	Autres émissions indirectes	prise en compte (ex.: restauration)

# Bilan Carbone



## Bilan carbone 2023 Ouest France



### ENCART D'INTERPRÉTATION

Quelques précisions sur les évolutions des principaux postes :

1) Les émissions liées au fret ont diminué de 4% entre 2022 et 2023, car les émissions liées au fret aval ont diminuées de 6% entre 2022 et 2023, passant de 13 441 à 12 576 (baisse des distances parcourues).

2) Les émissions liées aux intrants sont en légère augmentation (+4%, passant de 10 664 à 11 097). Cette hausse est limitée en revanche par la réduction des achats d'intrants papier et la mise à jour de certains paper profiles en 2023.

3) Les émissions liées aux locaux ont aussi augmenté de 4%, les émissions associées à l'énergie étaient de 1 529 t CO2e en 2022 contre 1 621 t CO2e en 2023. Les consommations de gaz ont augmenté entre ces deux dernières années.

4) Les émissions des déplacements ont diminuées de 16% entre 2022 et 2023, du fait d'une diminution des km parcourus, qui passe de 17 870 196 km à 16 260 888 km en 2023.



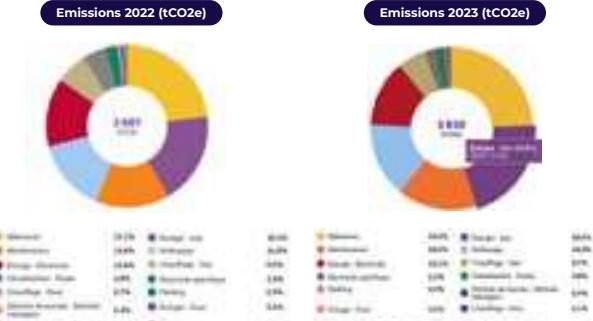
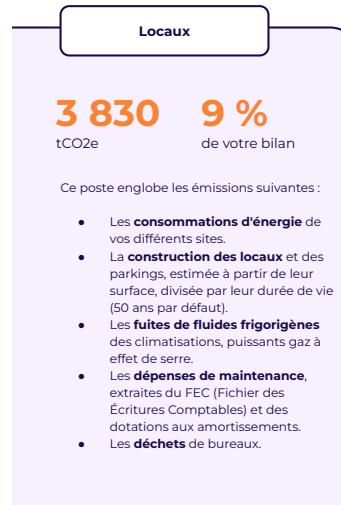
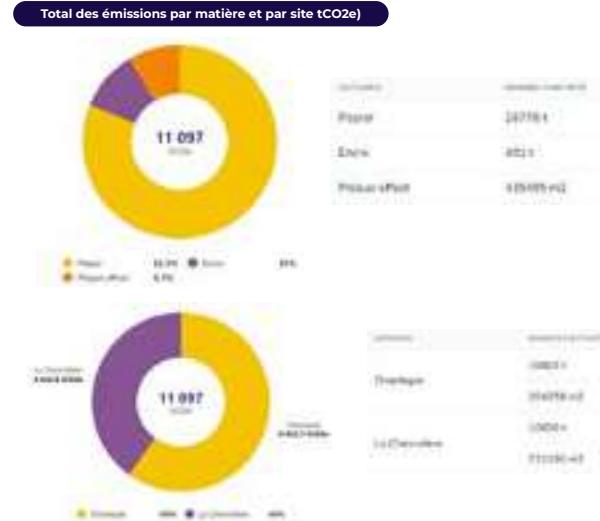
	Poids transporté (t)	Distance moyenne (km)	Emissions (t CO2e)
France	13 327	PL : 412	1 290
Royaume-Uni	5 251	PL + cargo : 912	PL : 73 Cargo : 41
Norvège	1 500	PL + cargo : 2 664	PL : 193 Cargo : 33
Canada	327	PL + cargo : 6 318	PL : 29 Cargo : 21
Belgique	2 335	PL : 661	PL : 235
Allemagne	1 293	PL : 1 062	PL : 198
Autres	3 552	PL + cargo : 6 815	PL : 442 Cargo : 28



- 47% des émissions de CO2e liées au fret aval dépendent de 2 flux :
- Imprimeries → dépositaires de presse : 2 064 tCO2e liées à l'usage de véhicules utilitaires léger
  - Dépositaires de presse → points de vente / diffuseurs : 2 669 tCO2e liées à l'usage de véhicules utilitaires léger thermiques et 204 tCO2e liées à l'usage de véhicules utilitaires électriques

Les émissions liées au fret aval ont diminuées de 6% entre 2022 et 2023, passant de 13 441 à 12 576.

# Bilan Carbone



On constate une légère hausse des émissions entre 2022 et 2023 : les émissions associées à l'énergie (gaz, électricité, fioul) étaient de 1529 t CO<sub>2</sub>e en 2022 contre 1621 t CO<sub>2</sub>e en 2023. Les consommations de gaz, large contributeur aux émissions de ce poste ont augmenté entre ces deux dernières années.



**Mise en page :** Studio graphique Ouest-France.

**Impression :** Offset 5, 85150 Les Achards, France.

Imprimé sur du papier FSC, fabriqué en France avec 100 % de fibres recyclées. Eutrophisation : 0,02 kg/t.



## **NOTRE DEVISE**

Justice et Liberté.

## **NOTRE MISSION**

Éclairer, informer,  
relier les citoyens  
pour faire progresser  
le bien commun,  
dans le respect  
de la dignité de chacun.

## **NOTRE CHARTE**

Dire sans nuire,  
Montrer sans choquer,  
Témoigner sans agresser,  
Dénoncer sans condamner.

