

Tuesday september 12, 2023

WE ■
ARE
COM

Best practices workshop

Institutionnal communication :
integrated report recipe

RATP, Orange, French Croix-Rouge

Club

Best practices

Our inspiring guests



Raphaëlle Marcadal

Brand content, campaigns & partnerships manager

RATP



Diana Charbonnier Biyong

Editorial and Shareholder Animation Manager

ORANGE



Laurent Amiand

Director of communications and public affairs

**CROIX-ROUGE
FRANÇAISE**

INTEGRATED REPORT

KÉSAKO ?

BEYOND

Rapport intégré
2022 → 2023



Sommaire

A world Beyond 4

Le groupe Edenred en bref	5
Un modèle de création de valeur profitable, durable et responsable	8
Accompagner les transformations du monde	10
Des leviers en faveur du pouvoir d'achat	13

Seeing Beyond 15

Stratégie Beyond ₂₀₃₅ : Edenred accélère avec un nouveau chapitre de croissance	16
Des engagements réaffirmés et renforcés	18
Technologie et innovation : connecter le futur	20
L'alimentation, et au-delà	23
L'énergie, et au-delà	25
Les paiements, et au-delà	27

Beyond performance 29

10 000 collaborateurs à l'unisson	30
Gouvernance : de la vision à l'action	33
Enjeux et risques : comprendre et anticiper	37
Performances financières et extra-financières	40

Joie Fiabilité.

Rapport
intégré
2022.



- Message de Gonzalve Bich
- La fiabilité, notre priorité
- Une entreprise qui évolue avec son temps
- Bilan 2022
- Modèle économique

Vision et
stratégie

p.16

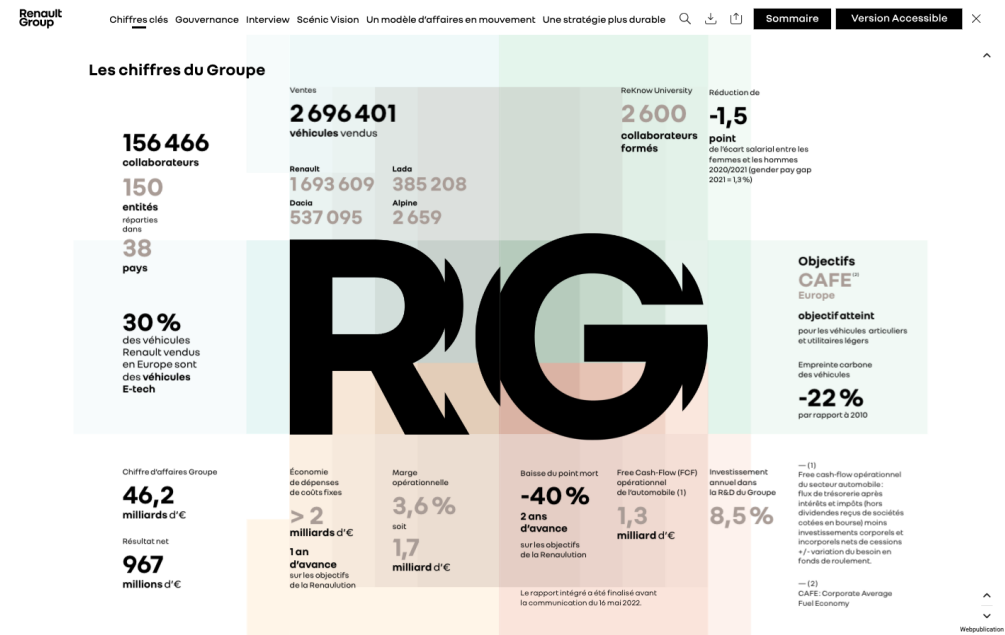
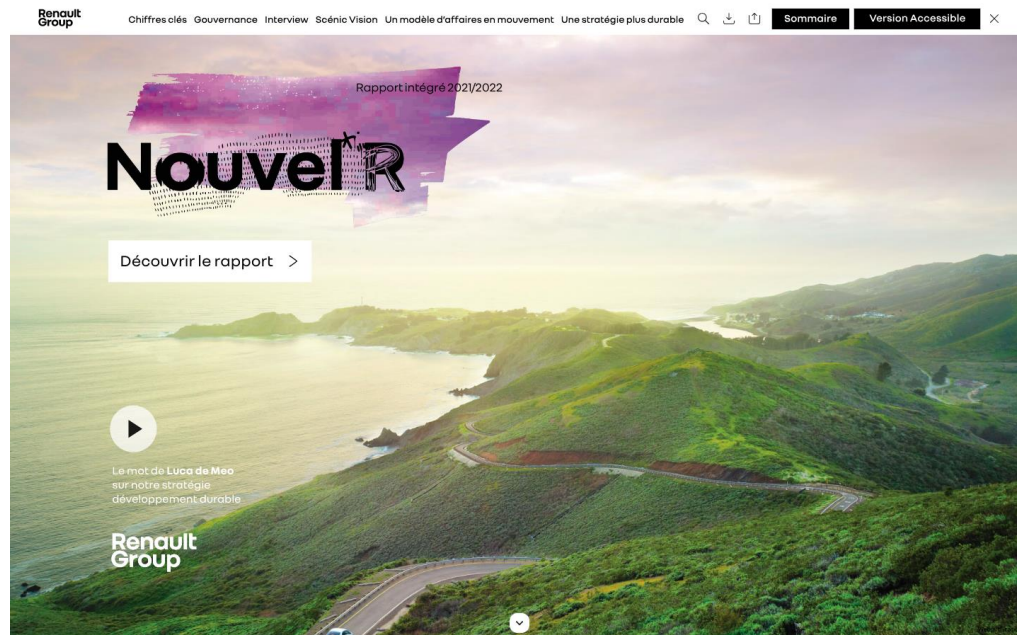
Conviction
et progrès

p.48

Gouvernance
et performance

p.66





Interview croisée

Notre Raison d'Être

« Nous faisons battre le cœur de l'innovation pour que la mobilité nous rapproche les uns des autres. »

Luca de Meo
CEO de Renault Group

Jean-Dominique Senard
Président de Renault Group

- La Raison d'Être de Renault Group a été présentée il y a un an. Comment celle-ci est-elle au service de votre positionnement et vos ambitions ?
- Quel bilan tirez-vous de la Renaulution un an et demi après son lancement ?
- Le Groupe a annoncé son ambition d'atteindre la neutralité carbone en 2040 en Europe et en 2050 dans le monde, comment ces objectifs se concrétisent-ils ?
- Quel rôle joue l'Alliance dans les engagements environnementaux de Renault Group ?
- La chaîne de la valeur de la mobilité se transforme en profondeur. Comment un constructeur automobile comme Renault doit-il aborder cette mutation ?
- La Renaulution a redéfini en profondeur les activités et l'organisation du Groupe, quel en est l'impact sur les salariés ? Qu'avez-vous mis en place pour les accompagner ?

Concept-car Scénario Vision

Véritable incarnation de la Renaulution et illustration de la « nouvelle vague » de la marque Renault, le concept-car Scénario Vision est le résultat d'un exercice de design approfondi et de choix esthétiques assumés. Il concrétise nos perspectives technologiques les plus avancées et incarne les trois piliers de la Stratégie Développement Durable de Renault Group en matière d'environnement, sécurité et d'inclusion.

OBJECTIF RESSOURCES

OBJECTIF CLIMAT

OBJECTIF INCLUSIVITÉ

OBJECTIF SÉCURITÉ PASSAGER

1

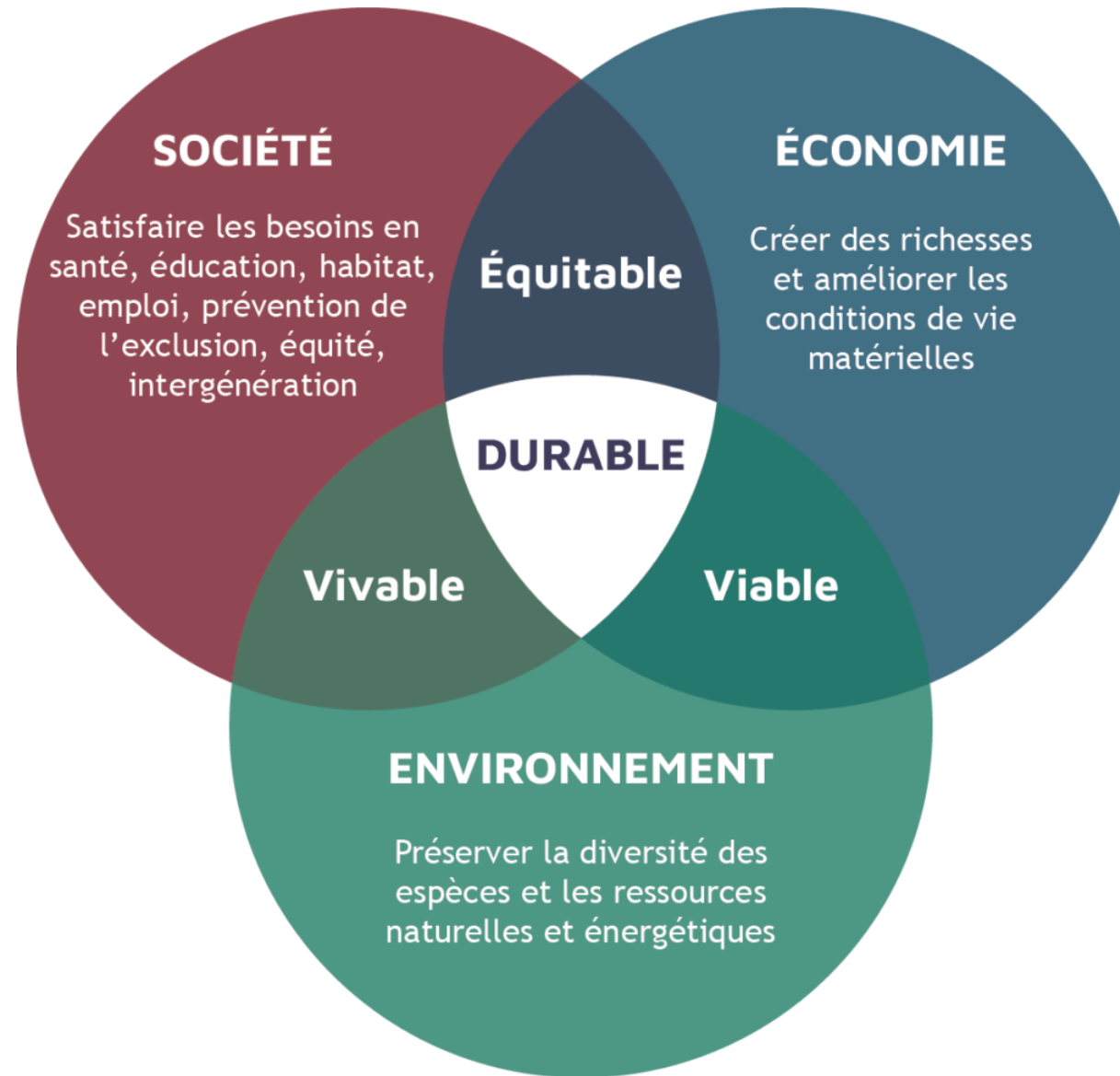
Why should we be interested in the topic of integrated reporting?

How was the integrated report born and how did this practice develop within companies?



Sustainable development

Sustainable development is
“development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs”,
quote from Ms. Gro Harlem Brundtland, Norwegian Prime Minister (1987).



Key dates of the integrated report

- 1992 Rio Summit
-
- 1997: creation of the GRI
-
- 2012: Grenelle 2
-
- 2015: Cop 21 (Paris agreements)
- + creation of the TCFD
-
- 2017: DPEF applied in France
- (from 2014 in EU)
-
- 2019: PACTE law in France
-
- 2024: DPEF replaced by CSRD in the EU

2

How to define the integrated report?

What distinguishes it from the annual report, the activity report, the CSR report?

Who is he talking to ?

What are its objectives ?



3

What is the framework for
the production of this
publication?



Glossaire

- GRI : [Click Here](#)
- TCFD : [Click Here](#)
- IIRC : [Click Here](#)
- DPEF / NFRD : Extra financial performance declaration
- DEU : Universal registration document
- ODD / SDG : [Click Here](#) (Sustainable development goals)
- CSRD : Corporate Sustainability Reporting Directive
- ESRS : European Sustainability Reporting Standards
- Materiality analysis (matrix): the choice of accounting indicators to measure the level of performance and reliability of a company.

4

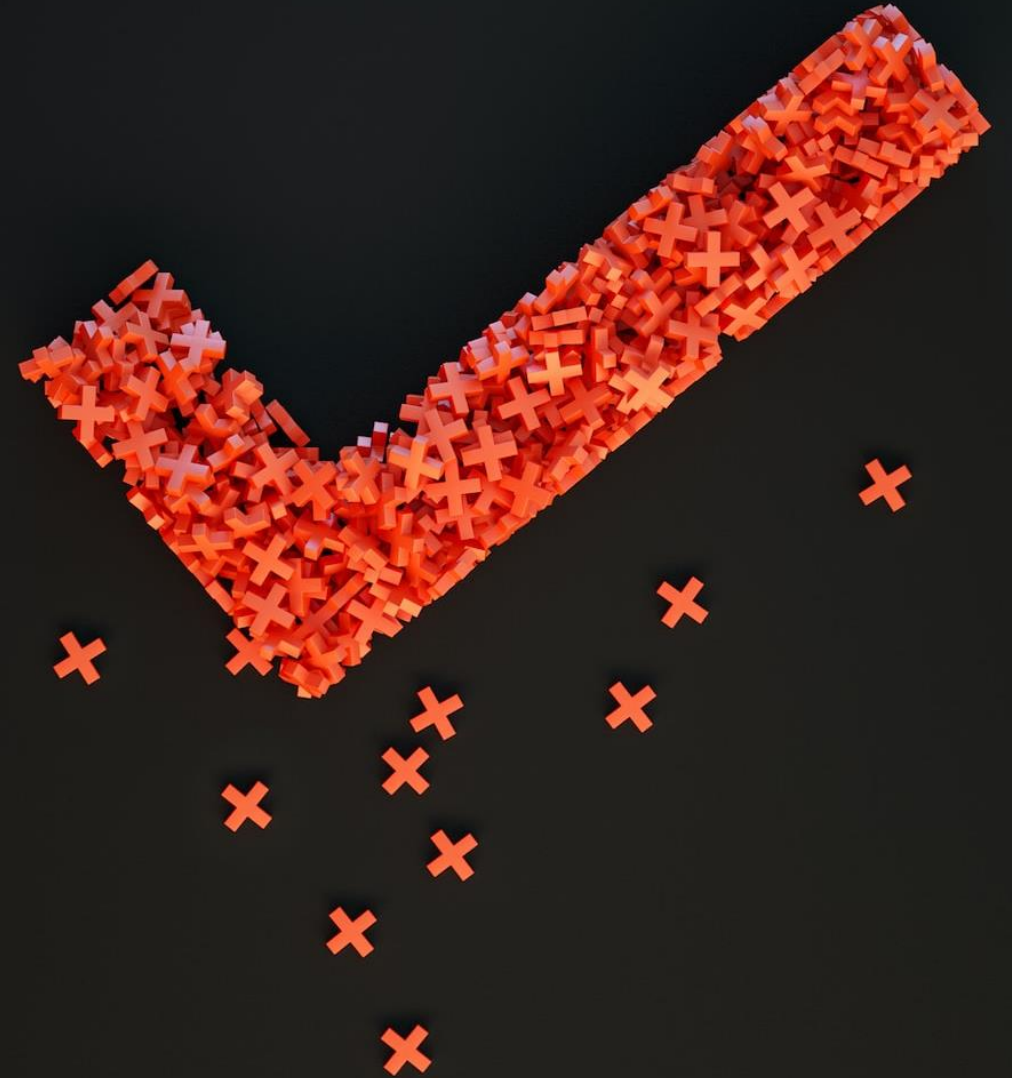
What are the major developments in the integrated report and its future prospects?

Trends in substance and form?



5

What are the do and the don'ts?



Sources complémentaires

- CSRD, NFRD, DPEF : Our explanations !

[Click Here](#)

- Why integrated report should continue to appeal in France ?

[Click Here](#)

- Why will integrated reporting become the new standard in large companies ?

[Click Here](#)

THE ANNUAL REPORT AND THE REPORT OF ACTIVITIES AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

RATP

*Raphaëlle Marcadal - Brand content, campaigns &
partnerships manager - RATP*



P. 4

- **QUI SOMMES-NOUS ?**
- 4 Édito
- 6 Notre raison d'être
- 8 3^e opérateur mondial de transports urbains
- 10 Focus sur notre modèle d'affaires
- 12 Notre modèle de création de valeur
- 14 Organigramme du Groupe

P. 15

- **RAPPORT DE GESTION**
- 16 Résultats financiers
- 30 Contrôle interne et gestion des risques
- 50 Déclaration de performance extra-financière

P. 122

- **RAPPORT DE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE**
- 123 Composition du conseil d'administration, gouvernance et travaux du conseil
- 126 Politique de diversité
- 129 Annexe 1 — Liste des administrateurs et de leurs mandats au 31 décembre 2022
- 131 Annexe 2 — Rémunérations des administrateurs
- 131 Annexe 3 — Conventions conclues par une filiale avec un administrateur

P. 132

- **COMPTES CONSOLIDÉS**
- 133 Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés
- 137 État du résultat global
- 139 Bilan consolidé
- 140 Tableau des flux de trésorerie consolidés
- 141 Tableau de variation des capitaux propres
- 142 Annexe aux comptes consolidés

P. 194

- **COMPTES SOCIAUX**
- 195 Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels
- 198 Bilan Epic RATP
- 199 Compte de résultat Epic RATP
- 200 Annexe aux comptes sociaux



- p. 2 • **ÉDITORIAL DE JEAN CASTEX,
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL**
- p. 4 • **TEMPS FORTS
2022**
- p. 6 • **AGIR POUR MIEUX SERVIR
NOS CLIENTS ET VOYAGEURS**
- p. 10 • **AGIR POUR ACCOMPAGNER
NOS TALENTS**
- p. 14 • **AGIR POUR AMÉLIORER NOTRE
PERFORMANCE OPÉRATIONNELLE**
- p. 18 • **AGIR POUR DYNAMISER
LES VILLES ET TERRITOIRES**
- p. 22 • **AGIR POUR PRÉSERVER
LE CLIMAT**
- p. 26 • **L'ESSENTIEL
DU GROUPE**

**GROUPE
RATP**



Le groupe RATP, acteur majeur de la mobilité urbaine

Raphaëlle Marcadal pour WE ARE COM

12 septembre 2023

Acteur historique du métro parisien

Acteur industriel, expert des transports franciliens depuis plus de soixante-dix ans, le groupe RATP accompagne les villes et territoires en France et à l'international dans leur transition vers **une mobilité décarbonée, innovante et inclusive**.

Chaque jour, ses salariés **se mobilisent pour développer, exploiter, entretenir et moderniser** des systèmes de transport public innovants et répondre ainsi aux besoins de mobilité des populations.

Notre raison d'être : S'engager chaque jour pour une meilleure qualité de ville.

N°1 du métro automatique
dans le monde

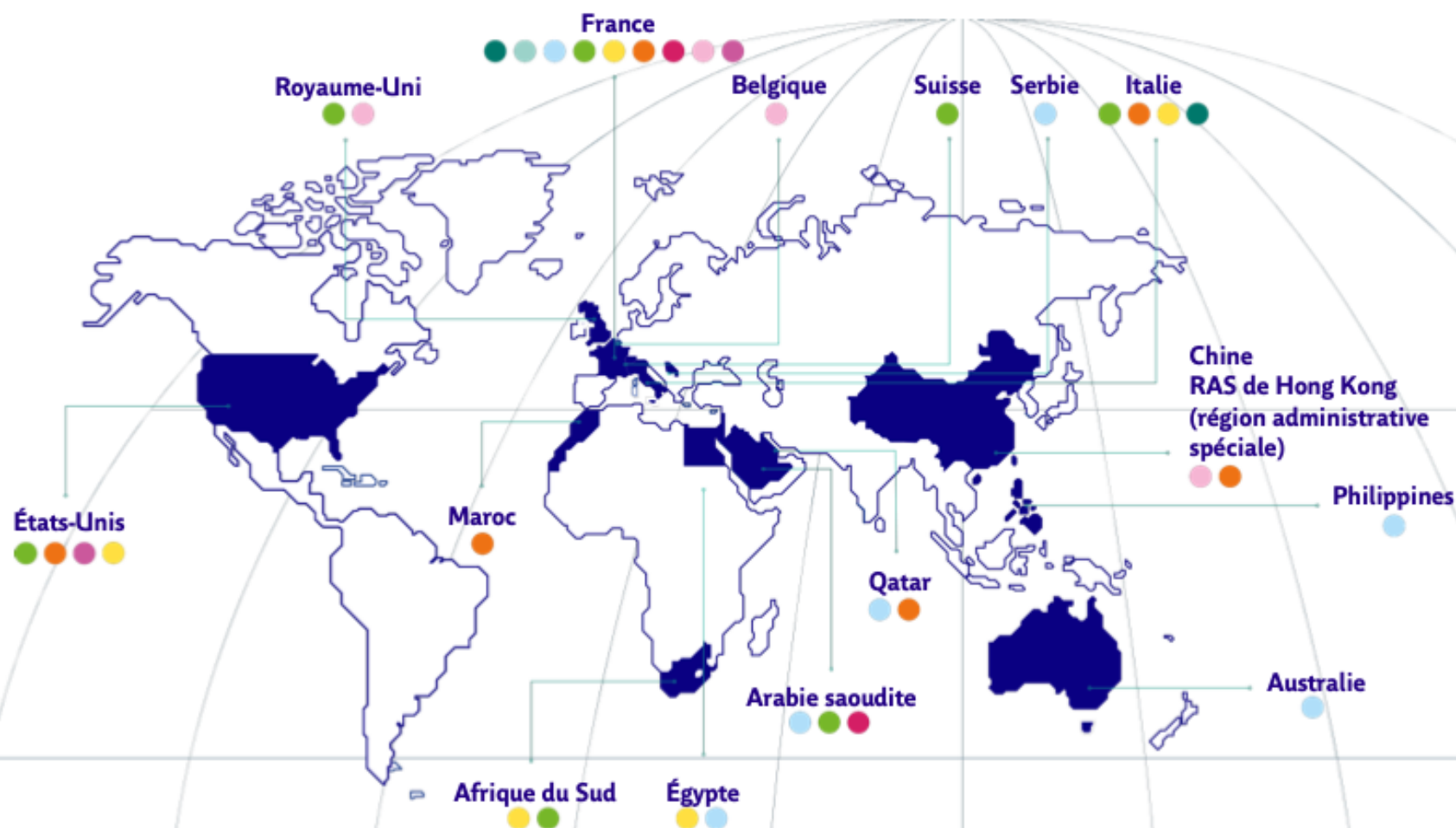
+ 780 villes clientes

+ 71 000 collaborateurs,
dont un quart à l'international

+ 270 métiers



3^{ème} opérateur mondial de transports urbains sur 5 continents, dans 15 pays



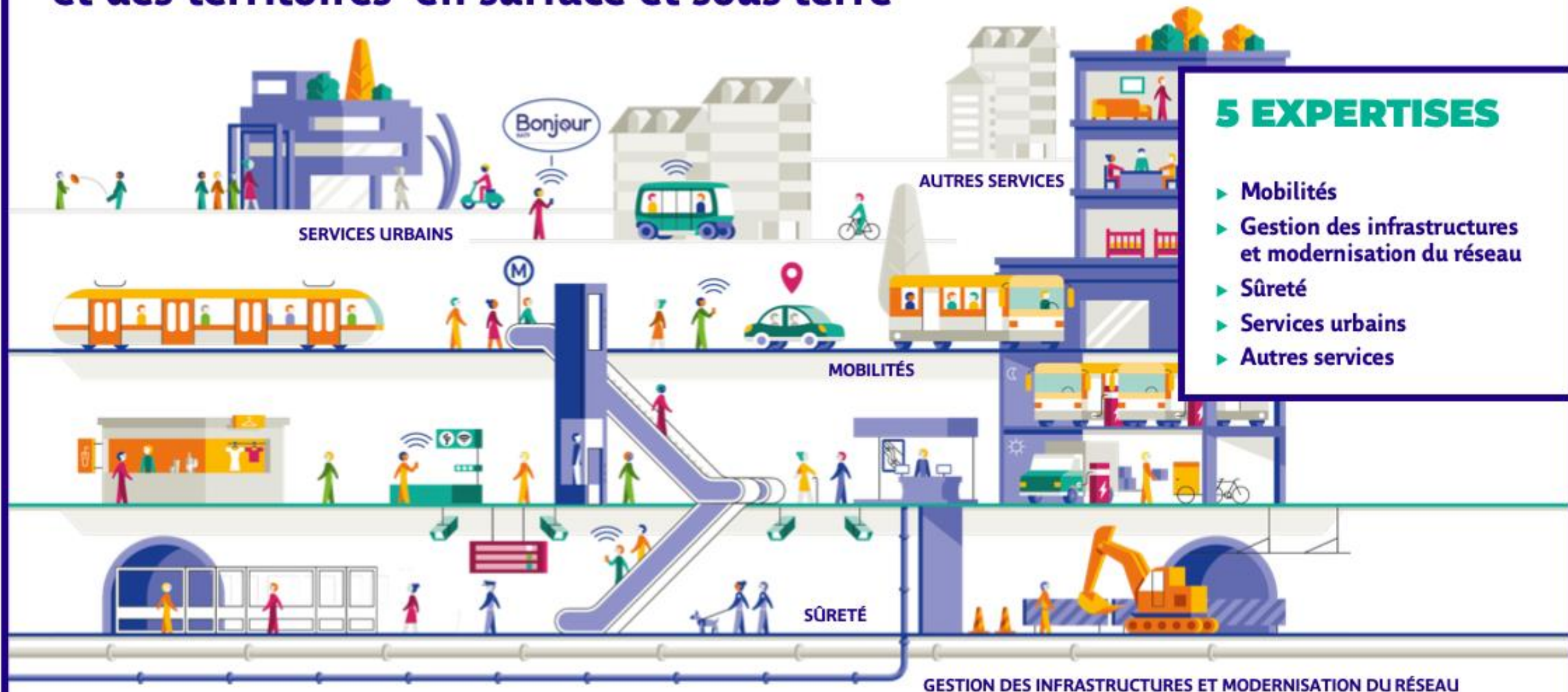
5 MODES OPÉRÉS EN PARTENARIATS



9 MODES DE TRANSPORT



Une pluralité d'expertises au service de la ville et des territoires en surface et sous terre



Pionnier et leader du métro automatique

Le groupe RATP développe aujourd'hui son expertise en France et à l'international.

70 ans
d'expérience

+ 400 km

de lignes de métro
automatiques et semi-
automatiques exploitées
dans le monde

- 22 %

de réduction des
émissions de CO₂ en
combinant efficacité
des transports en
commun et réduction
du trafic automobile

Paris
France

GOA*4: 4 lignes
GOA2: 10 lignes

Le Caire
Égypte

GOA2: 1 ligne

Doha
Qatar

GOA4: 3 lignes

Riyad

Arabie saoudite

GOA4: 2 lignes

Sydney
Australie

GOA4: 1 ligne

**Niveau
d'automatisation
(GOA*)**

GOA1



Conduite manuelle
contrôlée

GOA2



Conduite
semi-automatique

GOA3



Conduite automatique
avec personnel à bord

GOA4



Conduite entièrement
automatique

Des services urbains sur mesure

Filiale dédiée aux services urbains, RATP Solutions Ville, regroupe les expertises de RATP Habitat, RATP Real Estate, RATP Connect et RATP Capital Innovation. Cette filiale s'adresse aux villes, territoires et entreprises sur cinq secteurs-clés.

Immobilier



Transformation du siège de l'AP-HP : le premier immeuble à mission avec BNP Paribas Real Estate et Apsys

Télécommunications



+170 000 km de fibre optique déployés dans les tunnels du réseau RATP

Énergie



Gestion avec Engie du **réseau de froid urbain** de la Ville de Paris (100% d'énergie HQE)

Logistique urbaine



Mise à disposition des centres bus inoccupés en journée pour optimiser la **livraison du dernier kilomètre** (flotte 100 % verte)

Nouvelles mobilités et services urbains



Prises de participations dans des start-up des secteurs des nouvelles mobilités et de la gestion de l'espace public

Une mobilisation à tous les niveaux pour réduire son empreinte environnementale

Transition énergétique, management de l'énergie, éco-conception, végétalisation des espaces, achats responsables...

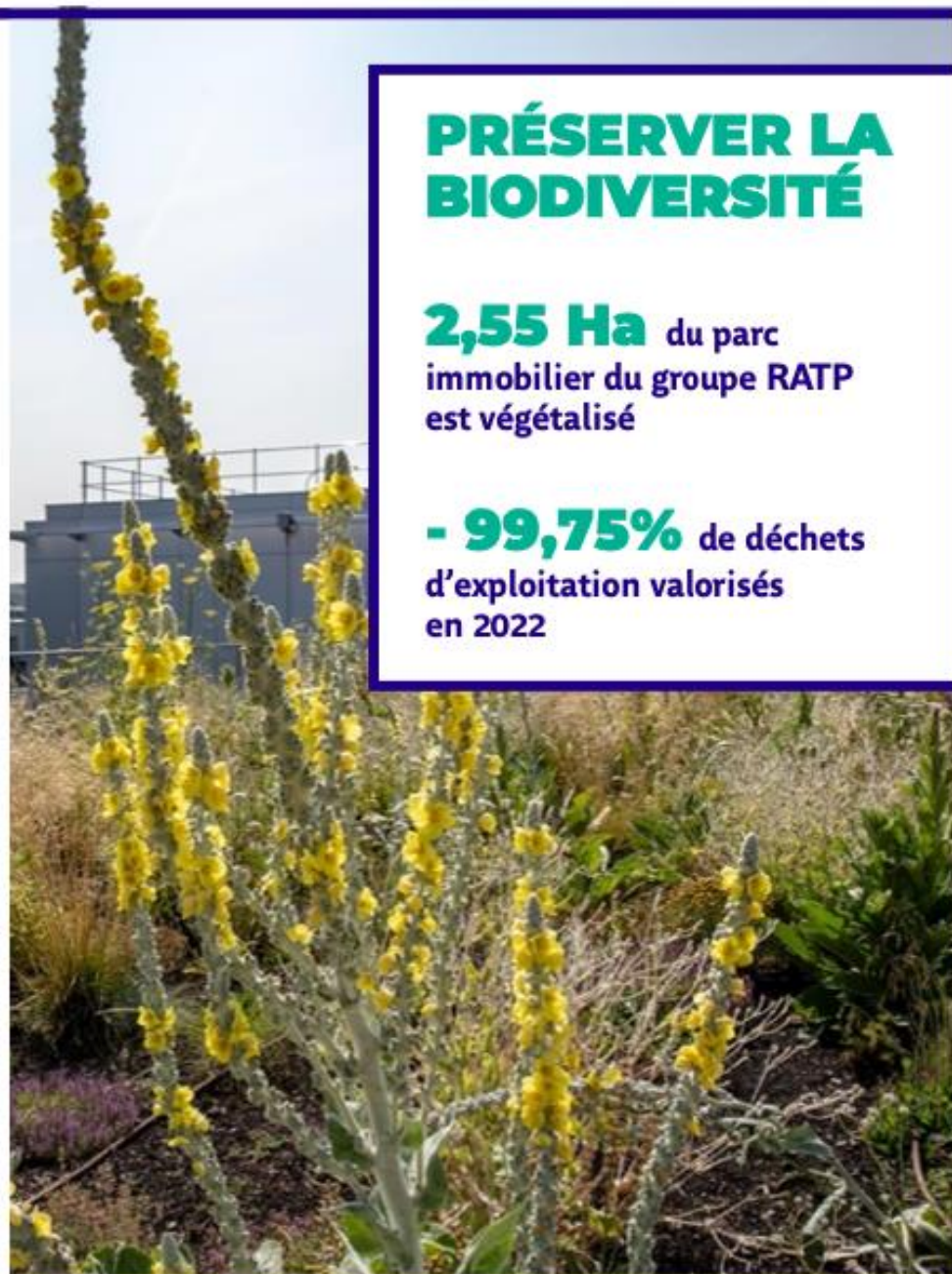


- ▶ - **20 %** de sa consommation d'énergie d'ici fin 2024 (par rapport à 2015)
- ▶ Travail sur des LED nouvelle génération
- ▶ Atteindre **10 %** d'énergies renouvelables dans son mix de fourniture électrique d'ici 2025
- ▶ Objectif de réduction de **35 %** des consommations énergétiques des panneaux publicitaires entre 2022 et 2026

PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ

2,55 Ha du parc immobilier du groupe RATP est végétalisé

- **99,75%** de déchets d'exploitation valorisés en 2022



L'innovation au cœur de l'ADN du Groupe

Marqueur fort de l'histoire du groupe RATP, l'innovation est un puissant levier de développement qui s'articule autour de 4 piliers.

Innover au
quotidien pour
nos voyageurs



Décarboner
& économiser
l'énergie des
mobilités et des villes



Accélérer notre
leadership industriel



Inventer
et construire
les villes du futur



240 projets d'innovations
en cours

+180 partenaires

22 start-up accélérées
depuis 2020

Une campagne de recrutement sans précédent

En 2023, le groupe RATP mène une politique inédite de recrutement en Île-de-France afin d'améliorer l'offre de service. La féminisation des métiers est une priorité.

La RATP recrute autour des métiers en tension

- ▶ conducteurs et conductrices de bus et de métro
- ▶ agents et agentes de gare et de station
- ▶ métiers de la maintenance
- ▶ agents et agentes de sécurité



6 600 postes à pourvoir :

4 900 postes en CDI

1 000 contrats d'alternance

700 contrats d'insertion

Un Groupe structuré autour d'entités expertes



Nos contenus de marque...

Pour mettre en récit les expertises Groupe au service du développement commercial du Groupe

Les cahiers d'expertises

Une collection pour dévoiler vos expertises dans une perspective de développement.



Les fiches expertises

Déclinée des cahiers d'expertises, une valorisation des business cases pour un rayonnement lors des temps forts du Groupe (salon...).



Les vidéos La fabrique de la Qualité de villes

Une série de vidéos en immersion au plus près des projets qui œuvrent pour une meilleure qualité de ville.



Les vidéos Groupe

Une collection de vidéo innovation, à décliner selon les besoins.



Nos contenus de marque...

Pour interpeler, émerger et gagner en notoriété et attractivité

Le 3 min

Une collection de newsletters, qui marque les temps forts du Groupe et s'adresse à une cible privilégiée



La brochure Groupe



RADD / RA



+ enrichissement digital

La présentation PPT Groupe



La campagne marque employeur



+ enrichissement digital
+ vidéos itw
+ opération ambassadariat
+ film de campagne

COMMENT FAIRE GROUPE ?

Les territoires graphiques évoluent pour permettre à toutes les entités de s'exprimer en leur nom, tout en étant affiliées au Groupe.

L'objectif : renforcer une marque groupe RATP nourrie de l'ensemble de ses expertises et développer une culture commune Groupe.

D'UNE LOGIQUE DE MARQUES EN SILO...



À UNE LOGIQUE DE PARTAGE DE CODES D'APPARTENANCE PLUS FORTS



Cette liste n'est pas exhaustive.

LES TROIS PRINCIPES FONDAMENTAUX

1

En interne, toutes les entités s'expriment en appliquant un endossement groupe RATP.

2

À l'externe, les Business Units s'expriment sous la marque RATP et non pas en tant que Business Unit.

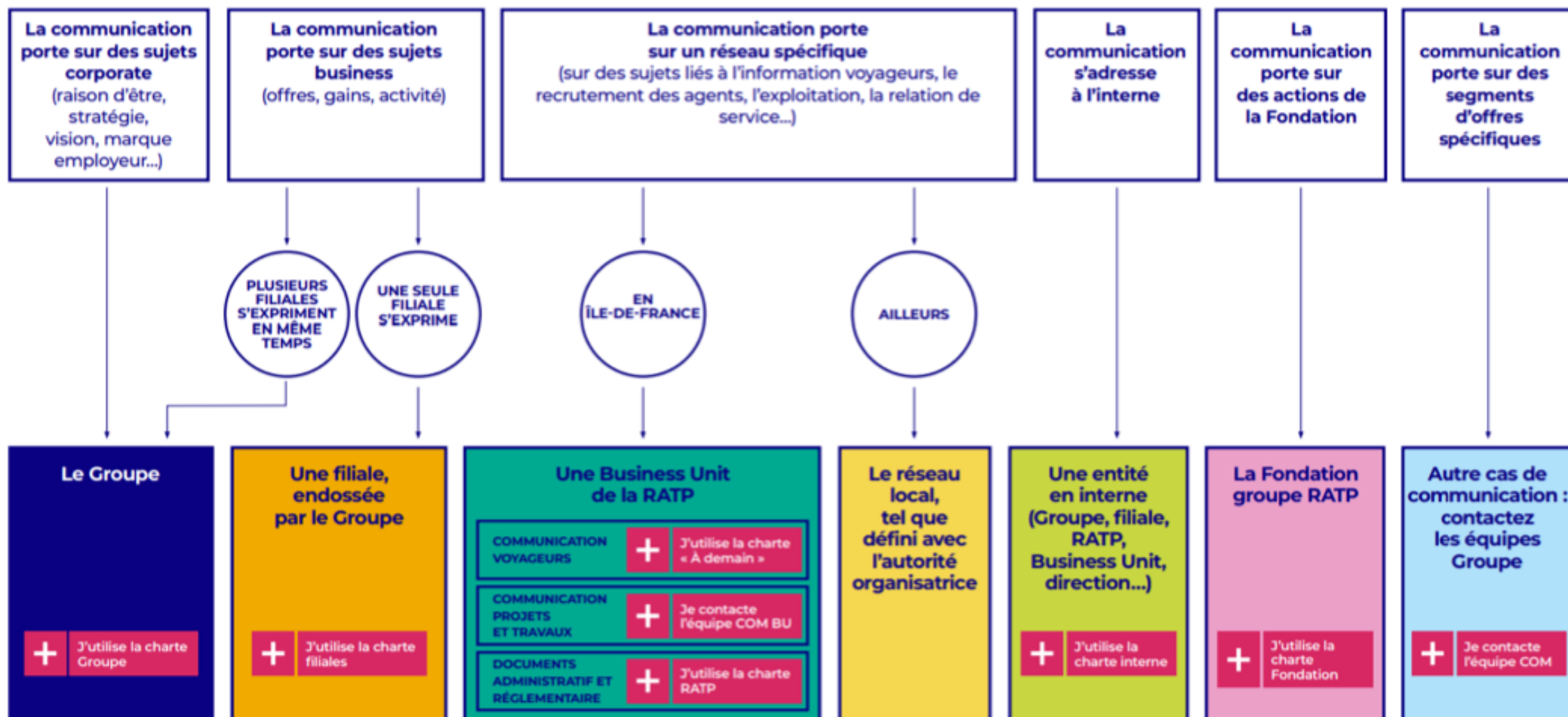
Les filiales de premier rang signent les communications avec un endossement Groupe. Elles signent aussi les communications de leurs filiales de second rang.

3

Le logo Groupe en français doit être utilisé lorsque la communication s'adresse à une cible francophone.

À l'inverse, il faut utiliser le logo en anglais auprès d'une cible internationale.

Je choisis la bonne charte graphique selon les sujets et l'émetteur



MERCI



THE INTEGRATED ANNUAL REPORT ORANGE

Diana Charbonnier Biyong

Editorial and Shareholder Animation Manager - Orange

Rapport
annuel intégré
2022



- 04 — Carte d'identité
- 06 — Message de Jacques Aschenbroich, Président du Conseil d'administration
- 08 — Entretien avec Christel Heydemann, Directrice générale
- 14 — Stratégie : Lead the Future_
- 18 — Indicateurs clés

Nos atouts

- 22 — Une gouvernance conforme aux meilleurs standards
- 26 — Un Comité exécutif au service de la nouvelle stratégie
- 28 — Une politique de rémunération tenant compte des équilibres du Groupe
- 30 — Notre modèle d'affaires
- 34 — Des tendances porteuses d'opportunités
- 38 — Des risques maîtrisés
- 44 — Un dialogue soutenu avec nos parties prenantes
- 46 — Des équipes engagées aux expertises multiples
- 48 — Une stratégie financière en ligne avec nos engagements RSE
- 50 — L'éthique, une exigence au quotidien

Nos leviers de création de valeur

- 56 — Europe
- 66 — Afrique et Moyen-Orient
- 72 — Infrastructures
- 84 — Entreprises
- 92 — Environnement
- 100 — Social

Notre impact

- 112 — Nos résultats et objectifs
- 122 — Notre contribution à l'agenda mondial



Le rapport annuel intégré d'Orange édition 2022

**Publication - 23 mai 2023
Assemblée générale Orange**

**Diana Charbonnier-Biyong – cheffe de projet
Direction Relations Actionnaires**



La Direction des Relations Actionnaires est cheffe de projet sur le rapport annuel intégré



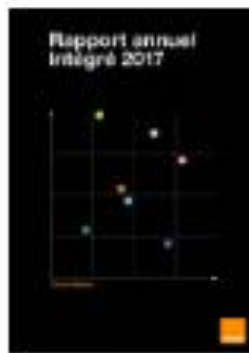
Un rapport annuel intégré ancré dans le temps



2015



2016



2017



2018



2019



2020



2021



2022

➔ retrouvez l'ensemble des rapports
<https://www.orange.com/fr/nos-rapports-annuels-integres>

Un élément majeur de la communication corporate

- Un rapport communicant, une colonne vertébrale pour le Groupe face à la multiplication de reportings techniques :

pédagogique

clair

accessible

- Un rapport pour un large public, interne et externe, publié chaque année pour l'Assemblée générale des actionnaires du groupe Orange.
- Un rapport qui vit tout au long de l'année.

Et pour en savoir plus

- en un coup d'œil, la video du Rapport
- rendez-vous sur le site dédié pour l'essentiel du rapport et téléchargez le pdf
- ou flashez son QR code 
- des questions, un contact : diana.charbonnierbiyong@orange.com

Merci !



THE ANNUAL REPORT OF THE FRENCH CROIX-ROUGE

Laurent Amiand – Director of Communications and public affairs - Croix-Rouge française

Cette année-là 2022

CRISE SOCIALE
Survivre
à la précarité

Rapport annuel
de la Croix-Rouge française

PRENDRE SOIN
Handicap :
élargir le champ
des possibles

UKRAINE
L'éclatement
d'un conflit hors
norme



Sommaire

06 Nos faits marquants

10 Nous avons fait face à des crises aux multiples visages

- 12. Ukraine, l'éclatement d'un conflit hors norme
- 24. 2022, des parcours d'exil toujours plus traumatisants
- 34. 2022, l'explosion de la crise sociale en France
- 44. 2022, un tournant climatique



52 Nous avons fait le pari du collectif

- 54. Éduquer et former les citoyens
- 62. Croix-Rouge : une certaine façon de prendre soin
- 69. Faire ensemble : notre marque de fabrique



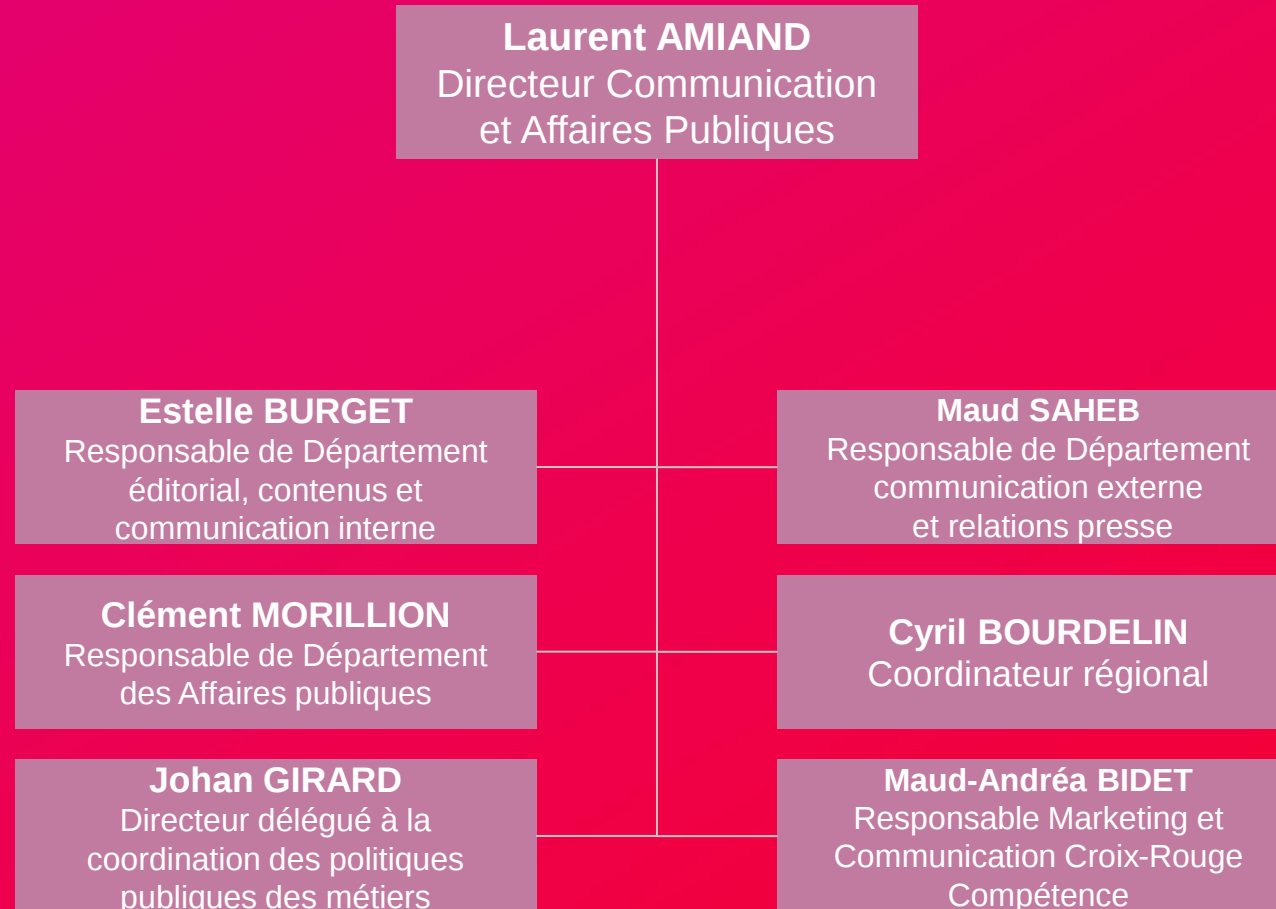
Cette année, 70 vous avez été là

- 72. Quête : la vague rouge a déferlé
- 74. Merci de nous donner les moyens d'agir !
- 77. Nos partenaires financiers institutionnels
- 80. Carte d'identité de la Croix-Rouge française
- 82. Le groupe Croix-Rouge





Direction de la communication et affaires publiques



> Notre enjeu :

générer plus d'engagement

(des volontaires, donateurs et partenaires)



Déclencher

la préférence Croix-Rouge

Clarifier

nos missions

Parler

d'une seule voix

Gagner

en modernité

Accroître notre

influence



le rapport d'activité associatif

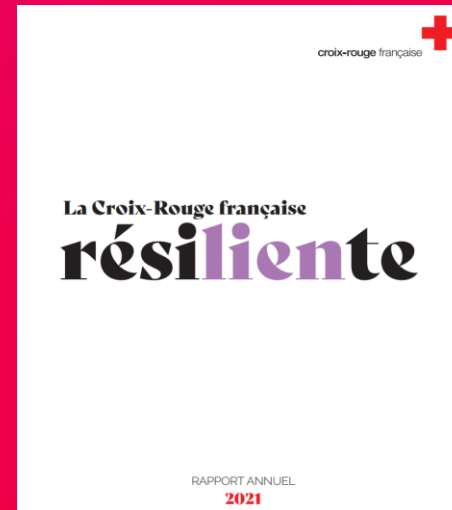
un rapport intégré ?



2020



2021



2022

Merci



**CROIX-ROUGE
FRANÇAISE**



Formations pour monter en compétences

Les experts de la team We Are COM vous accompagnent pour une journée de formation mixant contenus méthodo, benchmark et mise en pratique.

Lieu : Présentiel – Paris.

Disponible aussi en visio-conférence

Niveau : Débutant

Durée : 1 journée (7 heures)

Dates : voir sur le site

Prix : 960 euros HT



Thématiques

1. Plan de communication
2. UX writing & copywriting
3. Communication interne
4. Marque employeur et COM RH
5. Les relations presse & influence
6. La communication de crise
7. Médias sociaux
8. Publicité digitale
9. Communication responsable
10. Intelligence Artificielle & communication

NEW

Tarif préférentiel pour les membres : -15%

Thanks !