

Mardi 12 septembre 2023

W E ■
A R E
C O M

Atelier bonnes pratiques

Communication institutionnelle :
les recettes du rapport intégré

Engie, RATP, Orange, Croix-Rouge française

Club

Bonnes pratiques

Nos invités inspirants



Raphaëlle Marcadal

Responsable brand content,
campagnes & partenariats

RATP



Diana Charbonnier Biyong

Responsable Edition et
Animation Actionnaires

ORANGE



Laurent Amiand

Directeur de la Communication
et des Affaires Publiques

**CROIX-ROUGE
FRANÇAISE**

**LE RAPPORT
INTÉGRÉ**

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 ₂₀₂₅ : 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

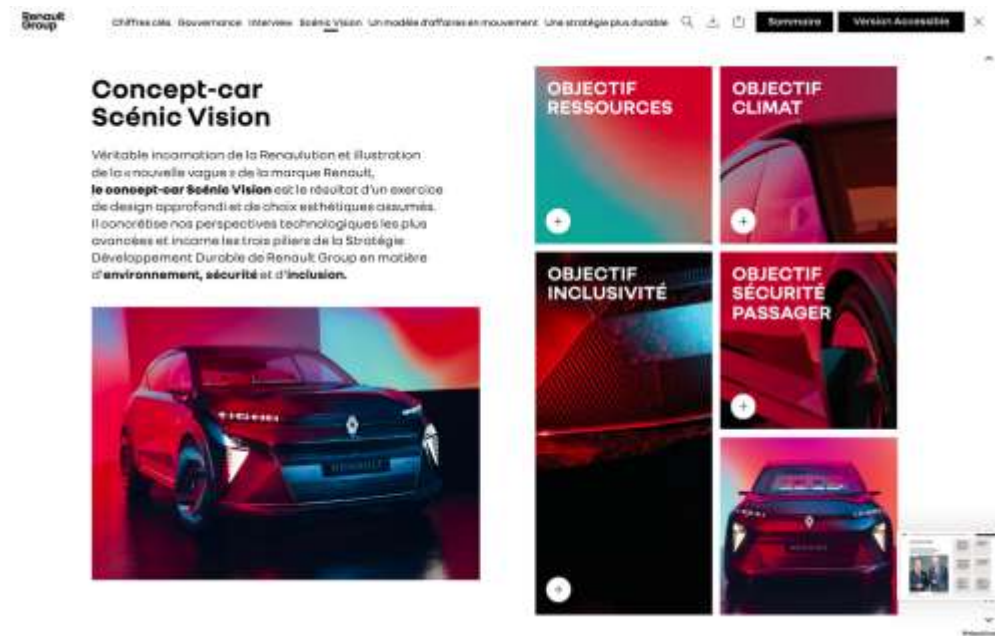
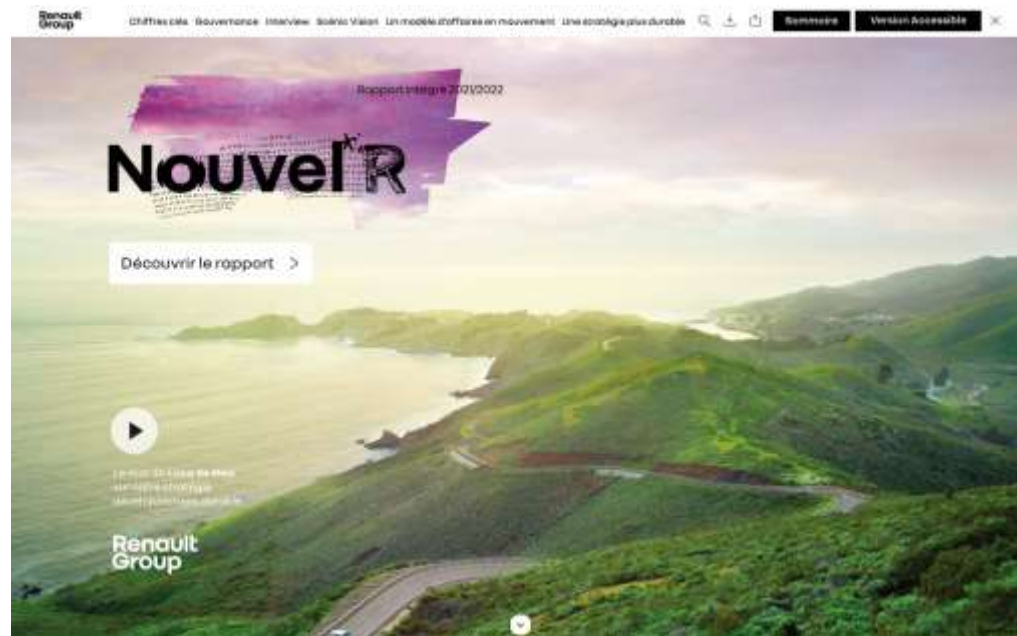
Conviction
et progrès

p.48

Gouvernance
et performance

p.66





1

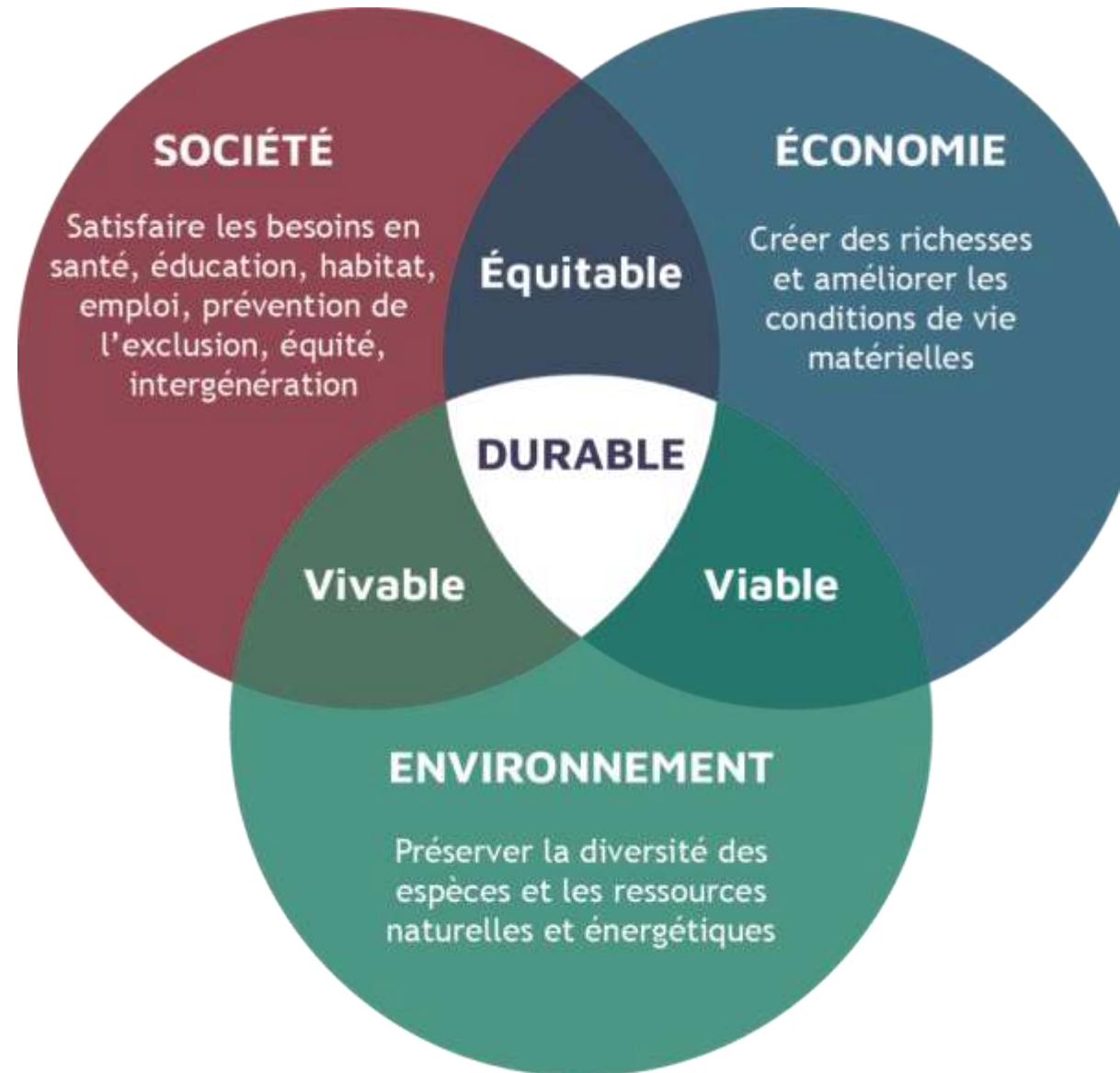
Pourquoi faut-il s'intéresser
au sujet du rapport intégré ?

Comment est né le rapport
intégré et **comment cette
pratique s'est développée**
au sein des entreprises ?



Le développement durable

Le développement durable est « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs », citation de Mme Gro Harlem Brundtland, Premier Ministre norvégien (1987).



Dates-clefs du rapport intégré

- 1992 Sommet de Rio
- 1997 : création du GRI
- 2012 : Grenelle 2
- 2015 : Cop 21 (accords de Paris)
+ création de la TCFD
- 2017 : DPEF appliqu e en France
(dès 2014 en UE)
- 2019 : loi PACTE en France
- 2024 : DPEF remplac e par la CSRD en UE

2

Comment définir le rapport intégré ?

Qu'est-ce qui le distingue du rapport annuel, du rapport d'activité, du rapport RSE ?

A qui s'adresse-t-il ?

Quels sont ses objectifs ?



3

**Dans quel cadre s'inscrit
la production de cette
publication ?**



Glossaire

- GRI : [Click Here](#)
- TCFD : [Click Here](#)
- IIRC : [Click Here](#)
- DPEF / NFRD : Déclaration de performance extra-financière
- DEU : Document d'enregistrement universel
- ODD / SDG : [Click Here](#) (Sustainable development goals)
- CSRD : Corporate Sustainability Reporting Directive
- ESRS : European Sustainability Reporting Standards
- Analyse (matrice) de matérialité : le choix d'indicateurs comptables permettant de mesurer le niveau de performance et de fiabilité d'une entreprise.

4

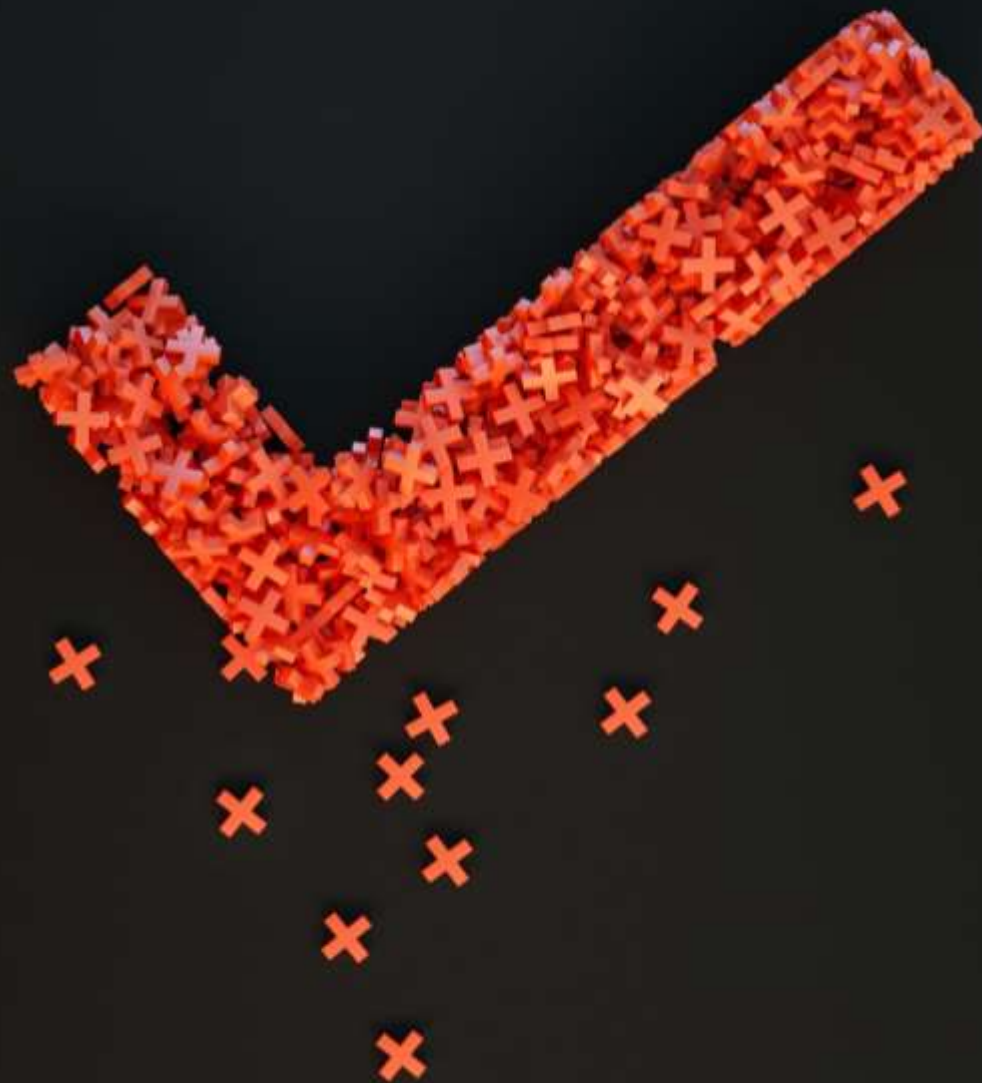
Quelles sont les grandes évolutions du rapport intégré, ses perspectives d'avenir ?

Les tendances dans le fond et dans la forme ?



5

Quels sont les do
et les don't ?



Sources complémentaires

- CSRD, NFRD, DPEF : Nos explications! 
[Click Here](#)
- Pourquoi le "rapport intégré" devrait continuer de séduire en France
[Click Here](#)
- Pourquoi le reporting intégré va-t-il devenir la nouvelle norme dans les grandes entreprises ?
[Click Here](#)

LE RAPPORT ANNUEL ET LE RAPPORT D'ACTIVITÉS ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE RATP

*Intervention de Raphaëlle Marcadal - Responsable
brand content, campagnes & partenariats - 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

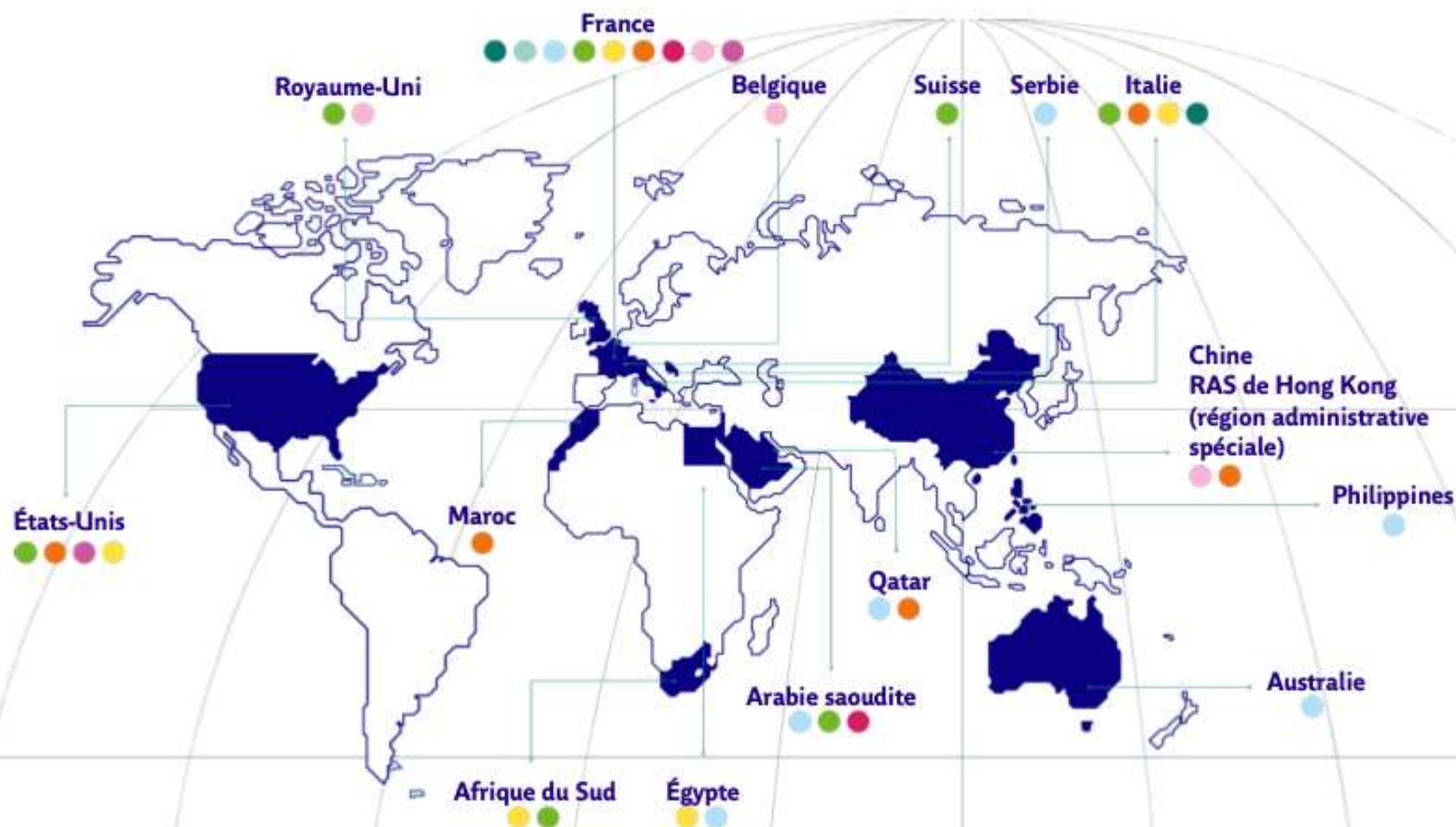
+ 780 villes clientes

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

+ 270 métiers



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



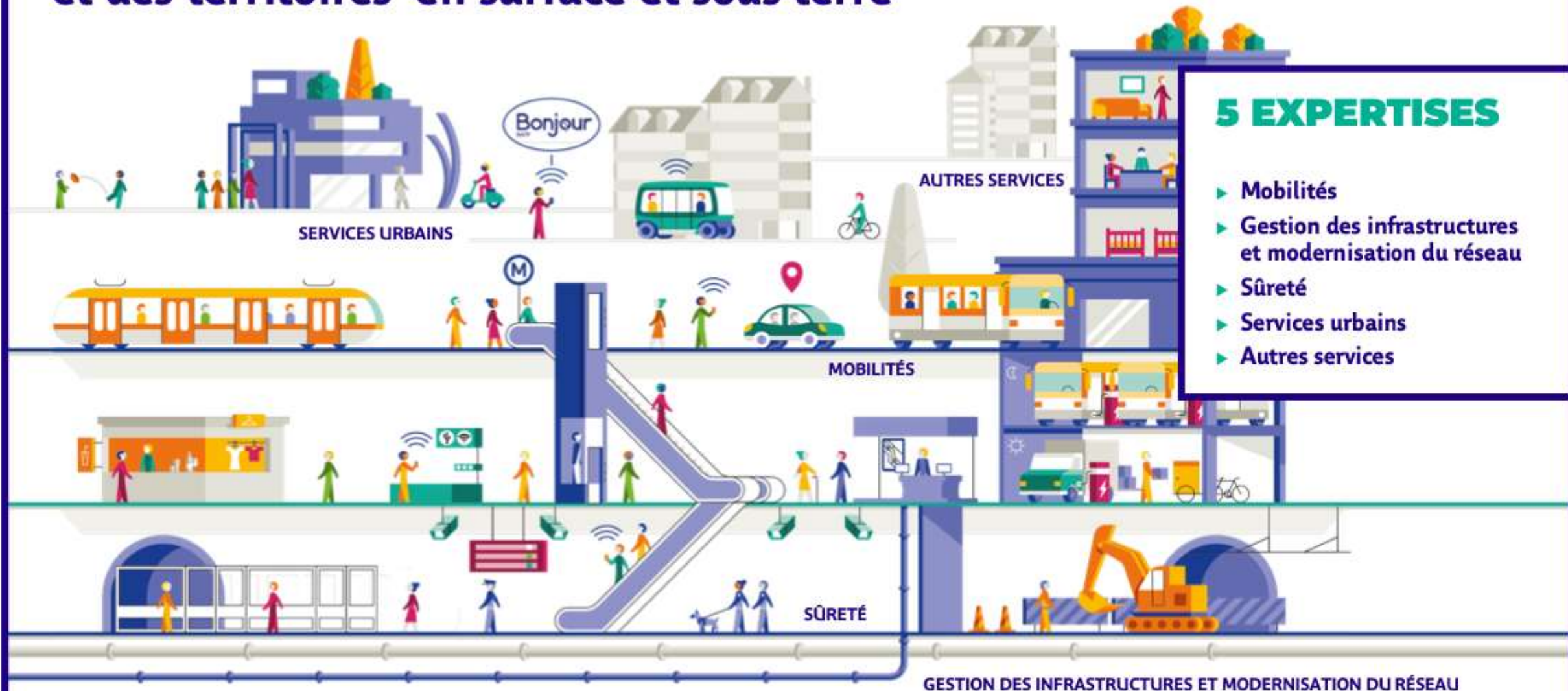
5 MODES OPÉRÉS EN PARTENARIATS



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...

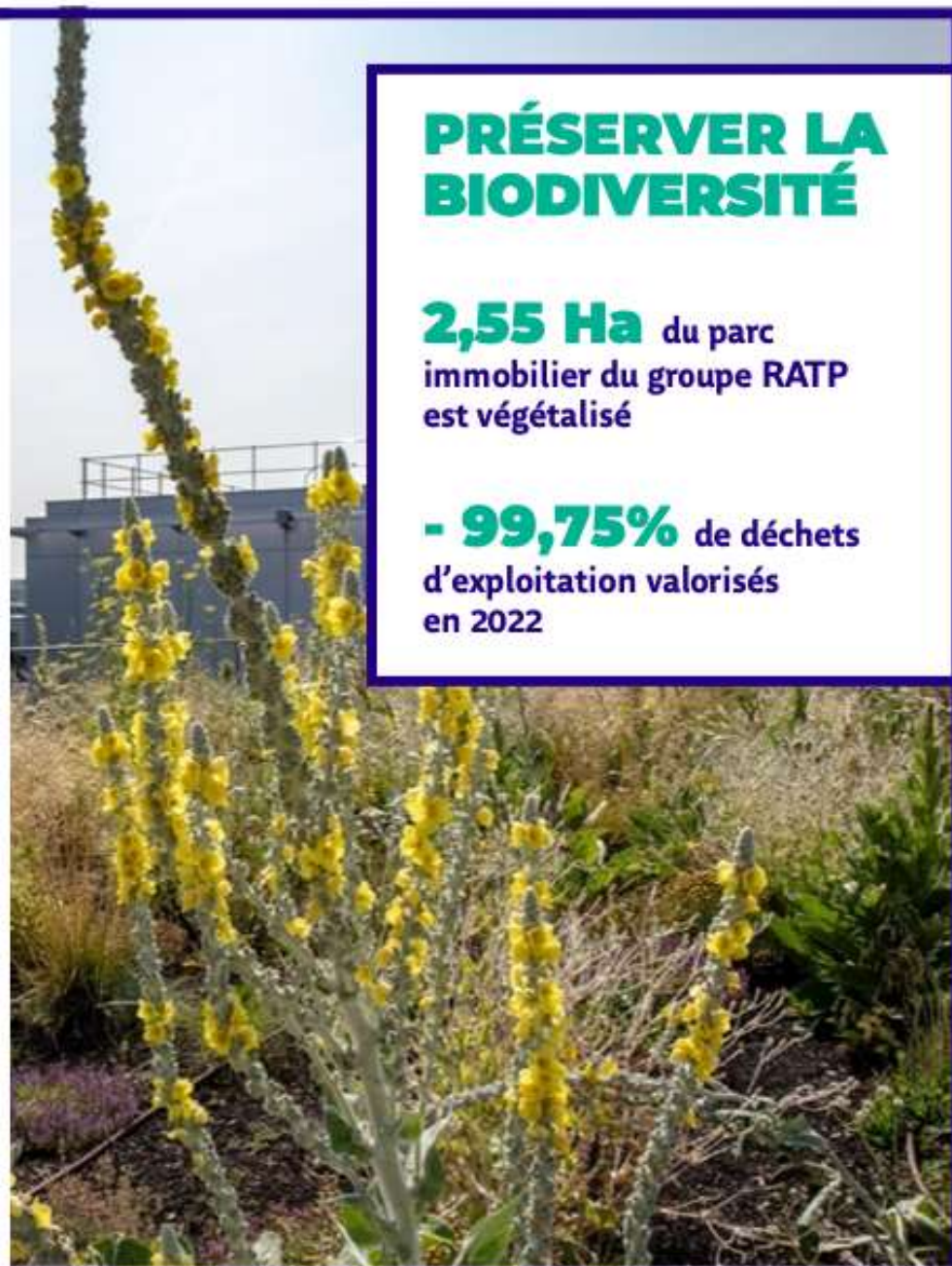


- ▶ - **20 %** de sa consommation d'énergie d'ici fin 2024 (par rapport à 2015)
- ▶ Travail sur des LED nouvelle génération
- ▶ Atteindre **10 %** d'énergies renouvelables dans son mix de fourniture électrique d'ici 2025
- ▶ Objectif de réduction de **35 %** des consommations énergétiques des panneaux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

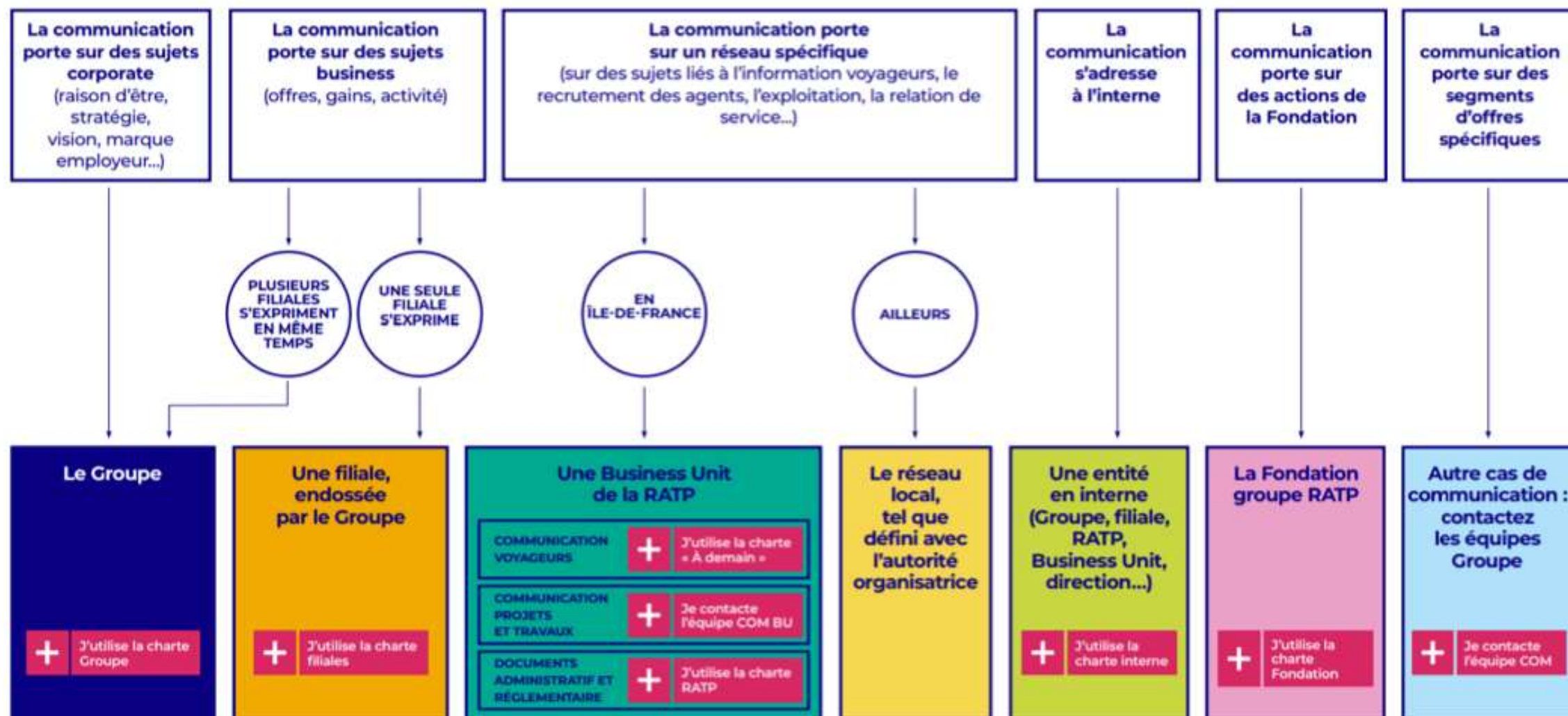
Les filiales de premier rang signent les communications avec un endossement Groupe. Elles signent aussi les communications de leurs filiales de second rang.

3

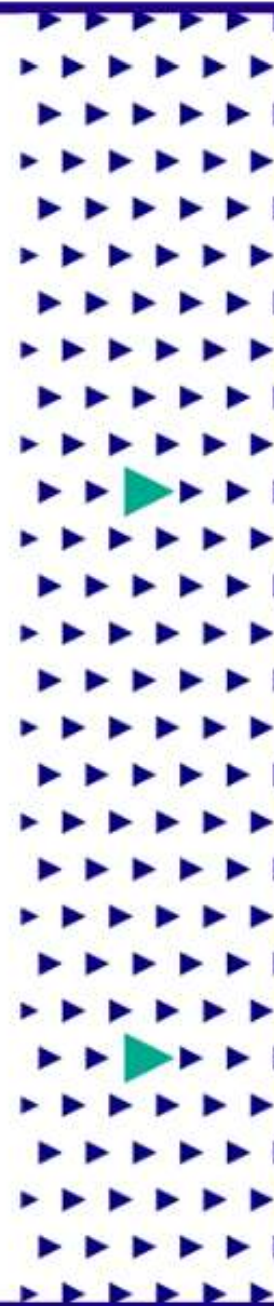
Le logo Groupe en français doit être utilisé lorsque la communication s'adresse à une cible francophone.

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



LE RAPPORT ANNUEL INTÉGRÉ DE ORANGE

*Intervention de Diana Charbonnier Biyong
Responsable Edition et Animation Actionnaires - 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

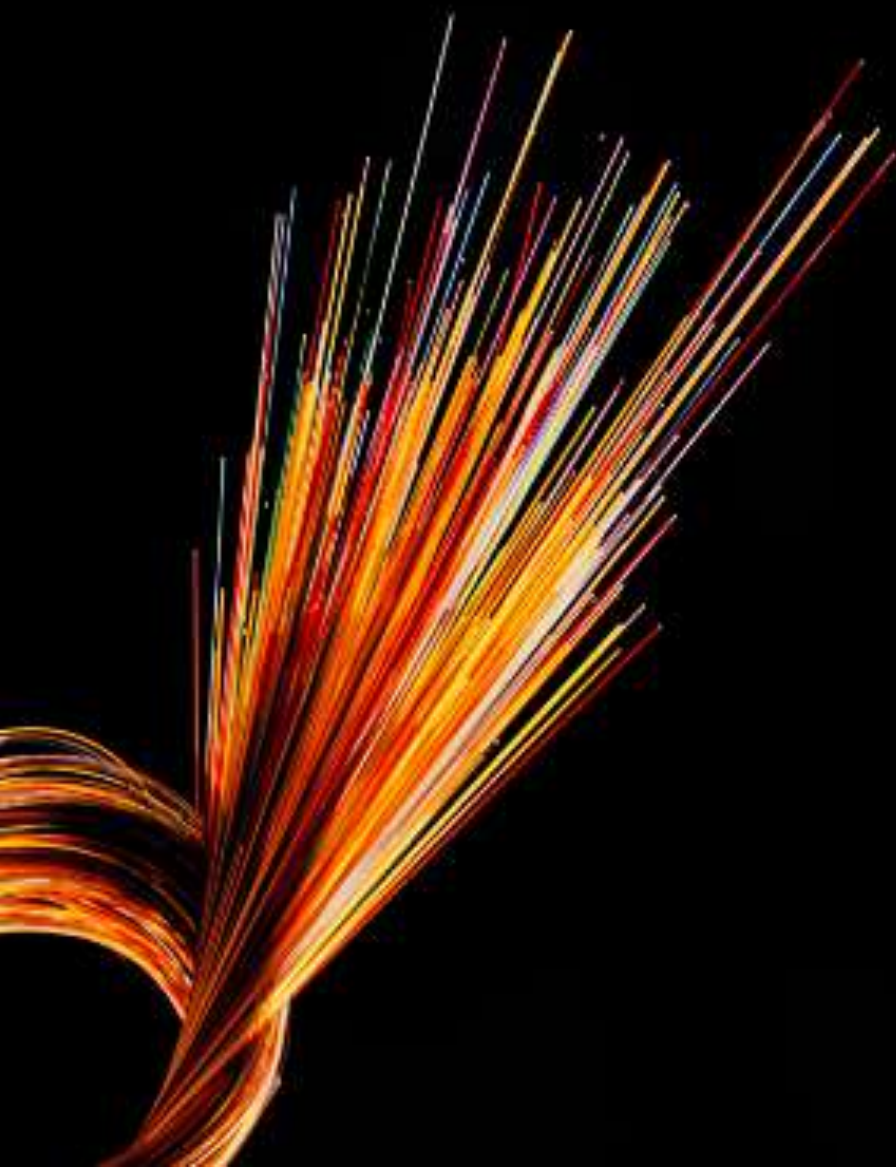
- 22 — Une gouvernance conforme aux meilleurs standards
- 26 — Un Comité exécutif au service de la nouvelle stratégie
- 28 — Une politique de rémunération tenant compte des équilibres du Groupe
- 30 — Notre modèle d'affaires
- 34 — Des tendances porteuses d'opportunités
- 38 — Des risques maîtrisés
- 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 !



LE RAPPORT ANNUEL

DE LA CROIX-ROUGE FRANÇAISE

*Intervention de Laurent Amiand - Directeur Communication
et des Affaires Publiques - 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



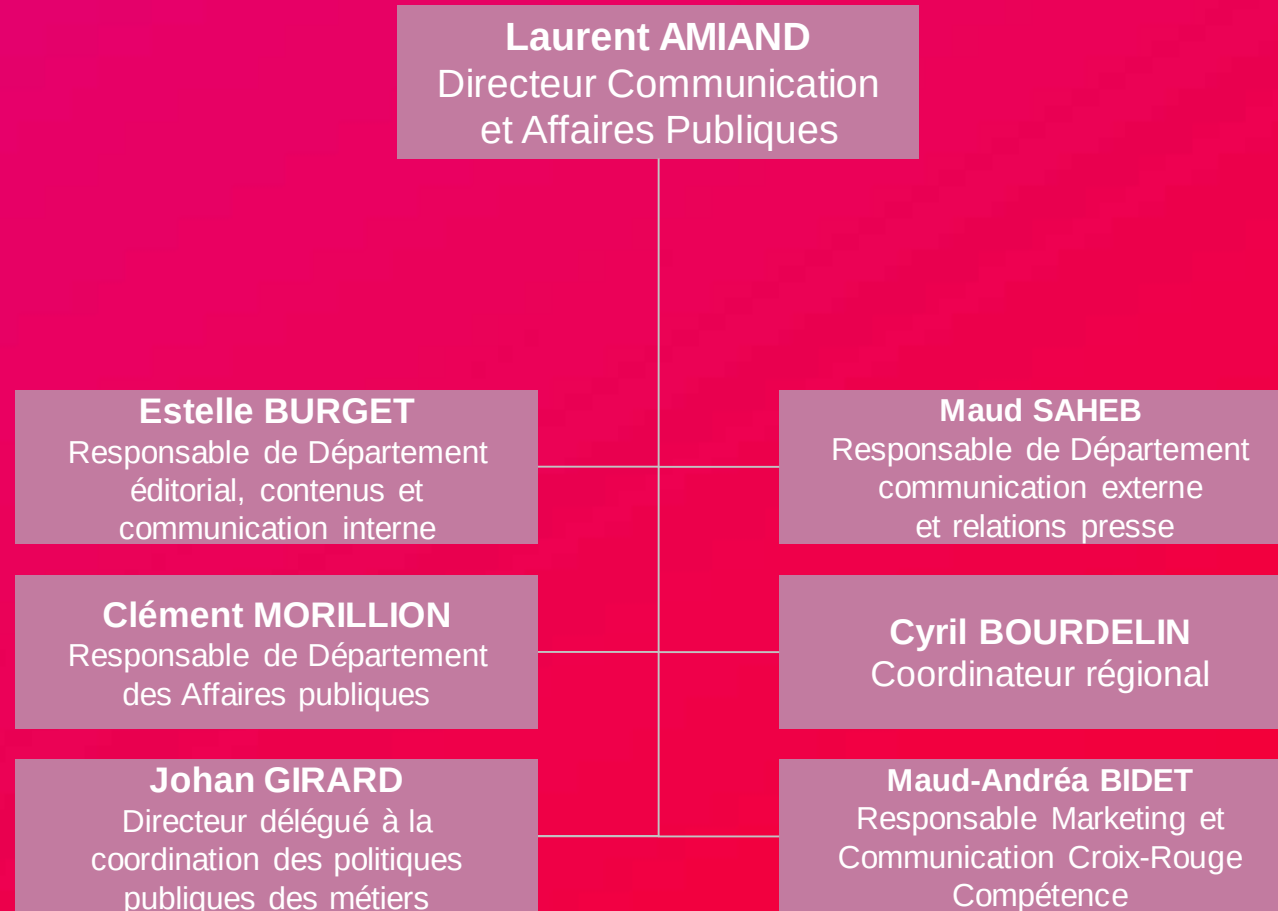
Cette année, 70 vous avez été là



- 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





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%

Merci