



Focus sur nos collaborateurs et notre environnement

Rapport annuel mondial

1	<u>Lettre du PDG</u>	01.
2	<u>Présentation de Gravity Media</u>	02.
3	<u>Gravity Media en chiffres</u>	03.
4	<u>Message du directeur RSE du groupe</u>	04.
5	<u>Objectif RSE</u>	05.
6	<u>Les fondements d'un succès à long terme</u>	06.
7	<u>Analyse de la double matérialité</u>	07.
8	<u>Objectifs stratégiques en matière de développement durable</u>	08.
9	<u>Environnement – Dans nos installations</u>	09.
10	<u>Environnement – Sur la route</u>	10.
11	<u>Émissions de gaz à effet de serre en 2024</u>	11.
12	<u>Risques climatiques et de transition</u>	12.
13	<u>Études de cas environnementales</u>	13.
14	<u>Impact social</u>	15.
15	<u>Études de cas sociaux</u>	17.
16	<u>Gouvernance et éthique</u>	19.



De la part de John Newton, président-directeur général

En tant que président-directeur général de Gravity Media, j'ai le grand plaisir de vous présenter notre rapport annuel mondial. Ce document important reflète notre engagement indéfectible en faveur de pratiques commerciales responsables et retrace notre parcours jusqu'à présent, en mettant en avant nos réalisations et nos aspirations pour l'avenir.

Au cœur de ce parcours se trouvent nos collaborateurs. Leur passion, leur créativité et leur résilience rendent le progrès possible. La responsabilité d'entreprise n'est pas simplement un cadre au sein de notre stratégie d'entreprise, elle est vécue chaque jour par nos équipes à travers le monde, à travers nos valeurs d'entreprise que sont **la collaboration, la confiance et l'innovation**. Ensemble, ils gèrent de manière proactive les impacts environnementaux et sociaux, façonnent une culture d'inclusion et de respect, et veillent à ce que chaque voix soit valorisée, soutenue et habilitée à contribuer à nos objectifs communs.

La collaboration, la confiance, la transparence et la responsabilité sont les principes directeurs de notre travail. Nous reconnaissons que le temps est un facteur essentiel pour relever les défis urgents auxquels notre secteur est confronté. C'est pourquoi nous sommes fiers d'être des partenaires actifs de groupes industriels de premier plan, tels que RISE, Media PACT, Sports Video Group et BAFTA albert, et de soutenir leurs efforts pour faire progresser de manière significative l'ensemble du secteur.

Dans ce rapport, nous publions les résultats de notre empreinte carbone, vérifiés selon la norme ISO 14064. La transparence en matière d'émissions de gaz à effet de serre est essentielle, car elle nous permet d'identifier et de mettre en œuvre collectivement des solutions à nos défis les plus urgents.

Alors que nous nous tournons vers l'avenir, nous restons déterminés à investir dans des solutions innovantes et à forger des partenariats solides afin de favoriser une croissance durable. Nous savons que ce chemin nous mènera loin et sommes déterminés à accélérer nos efforts dans les années à venir.

Nos réalisations et nos ambitions ne seraient pas possibles sans le dévouement, le soutien et la confiance de nos employés, clients, fournisseurs et partenaires industriels. Merci pour votre collaboration et pour vous être joints à nous dans cette mission.

John Newton
Président-Directeur Général

Présentation de Gravity Media

Gravity Media est une société internationale spécialisée dans la production médiatique, les services créatifs et les installations, animée par la passion de « capturer, façonner et créer ».

Fondées sur la collaboration, l'innovation et un réseau de talents internationaux, les solutions de production, de contenu, de services médias et d'installations de Gravity Media sont utilisées par les diffuseurs et les maisons de production les plus renommés au monde pour produire bon nombre des événements internationaux les plus regardés en direct.

Gravity Media exploite plus de 100 camions de retransmission en extérieur, des flypacks, des caméras spécialisées et des équipements RF, ainsi que plus de 30 studios et installations dans le monde entier.

Elle facilite la couverture d'événements sportifs tels que les Championnats d'Europe de l'UEFA, les Jeux Olympiques, la Formule E, la Coupe du monde de la FIFA, la Ligue des champions de l'UEFA, le Tour de France, les tournois du Grand Chelem de l'ATP et l'Indian Premier League (IPL), ainsi que d'événements en direct et de spectacles de divertissement tels que les MTV Awards, The Masked Singer, Love Island, Tomorrowland, sans oublier la couverture en direct d'événements nationaux majeurs.

Notre équipe internationale de techniciens, d'ingénieurs de production et de créatifs est animée par une passion commune : capturer des contenus innovants, captivants et engageants qui séduisent le public de nos clients.

Quelle que soit l'ampleur du projet, nous donnons vie à vos visions.



© 2025 Gravity Media Group



En chiffres

**UNE ÉQUIPE DE PLUS DE 2 000 PERSONNES À TRAVERS LE MONDE / 37 BUREAUX /
11 PAYS / PLUS DE 120 AVIONS ET CAMIONS DE DIFFUSION EXTÉRIEURS /
9 CENTRES DE PRODUCTION À DISTANCE / PLUS DE 30 STUDIOS**

Les valeurs de notre entreprise



COLLABORATION

Ensemble, nous sommes plus forts. La collaboration consiste à briser les silos, à s'écouter les uns les autres et à mettre en commun notre créativité pour réaliser de grandes choses.

Concrètement :

- Soutenir un collègue, même si cela ne relève pas de votre domaine de compétence.
- Partager ouvertement ses idées lors des réunions et laisser la possibilité aux autres de faire de même.
- Mettre en commun les ressources, les connaissances et les talents pour obtenir de meilleurs résultats.
- Travailler avec nos clients et les acteurs du secteur pour obtenir les meilleurs résultats à chaque fois.



CONFIANCE

La confiance est le ciment qui nous unit. Elle implique d'être fiable, ouvert et de donner aux gens la liberté de donner le meilleur d'eux-mêmes. Lorsque des personnes talentueuses se font confiance et respectent leurs différences, nous réussissons tous.

Concrètement :

- Tenir ses engagements (petits et grands).
- Être honnête lorsque vous avez besoin d'aide ou que quelque chose ne fonctionne pas.
- Partir du principe que les intentions sont positives lorsque quelqu'un adopte une approche différente.



INNOVATION

L'innovation est une question de curiosité et de courage. Elle consiste à remettre en question le statu quo, à essayer de nouvelles choses et à apprendre au fur et à mesure. Elle nécessite une conscience de soi suffisante pour voir ce qui pourrait être amélioré et la résilience nécessaire pour y parvenir.

Concrètement, cela signifie :

- Se demander « et si... ? » et tester de nouvelles idées.
- Tirer les leçons de ses erreurs et partager ce que l'on a appris.
- Encourager la diversité des points de vue pour stimuler la créativité.
- Repérer les opportunités et agir



Message de notre directeur RSE du groupe

Chez Gravity Media, la durabilité environnementale et sociale est plus qu'une responsabilité, elle fait partie intégrante de notre identité. Guidés par nos valeurs, nous innovons, collaborons et prenons soin des personnes et des lieux qui rendent notre secteur possible. Chaque jour, les petites actions menées par nos équipes à travers le monde s'additionnent pour former un changement significatif, nous propulsant vers un avenir plus durable et plus inclusif.

Au cours de l'année écoulée, j'ai été inspiré par la créativité et l'engagement de nos collaborateurs. Ensemble, nous avons obtenu la meilleure note à l'évaluation DPP Committed to Sustainability, mis en service notre premier véhicule d'assistance 19T entièrement électrique, étendu nos solutions de production à distance et hybrides à travers le monde afin de réduire les émissions de carbone et d'améliorer la flexibilité, et sommes devenus le premier fournisseur de cars régie à figurer dans le répertoire des fournisseurs durables BAFTA albert.

Nous avons également célébré nos collaborateurs et nos valeurs à l'occasion du Jour de la Terre, de la Journée internationale des femmes et du programme Ally Award, et avons contribué à faire avancer les discussions au sein du secteur en tant que fiers sponsors des RISE Women in Broadcast Awards, de la RISE Academy et du Sustainability Forum de SVG Europe.

Nous sommes fiers des progrès que nous avons accomplis jusqu'à présent. Notre récente double évaluation de matérialité nous a aidés à identifier les impacts, les risques et les opportunités environnementaux et sociaux les plus significatifs dans l'ensemble de notre entreprise et de notre chaîne d'approvisionnement. En outre, nous avons réalisé une évaluation des risques et des opportunités climatiques sur l'ensemble de nos sites mondiaux. Sur la base de ces informations, nous élaborons actuellement une stratégie globale de décarbonisation et un plan d'atténuation des risques afin de réduire davantage notre impact et de renforcer la résilience de notre entreprise.

En 2025, nous avons créé notre comité RSE avec des dirigeants de l'ensemble de nos activités mondiales. Ce comité guidera la mise en œuvre de notre stratégie RSE et assurera une gouvernance solide pour soutenir la conformité et garantir que nous sommes prêts pour l'avenir.

Ce qui m'enthousiasme le plus, c'est que la question n'est plus de savoir si notre secteur peut changer, mais à quelle vitesse. Grâce à l'innovation, à la collaboration et à l'attention que nous portons les uns aux autres, nous prouvons que l'avenir de la radiodiffusion peut être à la fois brillant et durable.

Rohan Mitchell
Directeur RSE du groupe

Gravity Media diffuse des moments sportifs emblématiques, des divertissements spectaculaires ainsi que des événements en direct, des actualités et des conférences sur des écrans et auprès de publics de toutes tailles, partout dans le monde. Notre vision de la durabilité pour Gravity Media est la suivante :

- Capturer l'histoire, l'émotion et les détails des événements partout dans le monde, afin que les publics, quels que soient leur emplacement ou leurs moyens, puissent faire confiance, apprendre et s'enrichir grâce à des divertissements de haute qualité à l'écran et des événements en direct.
- Mener nos activités en tenant compte de l'environnement naturel, en minimisant notre utilisation des ressources naturelles et en tirant parti de l'innovation et de la collaboration pour réduire notre impact environnemental à l'échelle mondiale.
- Promouvoir une culture centrée sur l'humain, favorisant l'inclusion et la croissance.
- Mettre en place des procédures de gouvernance solides pour atteindre nos objectifs et assumer nos responsabilités.

Nous avons identifié cinq des 17 objectifs de développement durable (ODD) et sous-objectifs des Nations unies que notre travail soutient. Des exemples concrets de ce que cela signifie dans la pratique sont présentés tout au long de ce rapport. Nos contributions aux ODD sont illustrées tout au long de ce document, notamment :

 5 GENDER EQUALITY	 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	 10 REDUCED INEQUALITIES	 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	 13 CLIMATE ACTION
ODD 5 grâce à nos politiques et à nos partenariats avec des groupes industriels tels que RISE Women in Broadcast.	ODD 8 via nos codes de conduite, notre centre de formation et en soutenant des partenaires tels que Mama Youth, la RISE Academy et Apprenticeships.	ODD 10 via notre culture d'entreprise, nos campagnes d'inclusion sociale et notre partenariat avec le London Pride Festival en tant que diffuseur.	ODD 12 grâce à notre engagement à prévenir, réduire, recycler et réutiliser dans nos bureaux et sur la route.	ODD 13 grâce à notre mesure et à notre gestion des émissions de gaz à effet de serre et à nos partenariats industriels visant à réduire notre dépendance aux ressources naturelles.

Poser les fondations d'un succès durable

En tant qu'entreprise responsable, nous nous engageons à protéger et à améliorer la valeur que nous apportons à toutes nos parties prenantes, tout en gérant avec soin notre impact environnemental. Nos actions sont guidées par la conviction qu'une activité durable ne se résume pas à la conformité, mais consiste à créer un changement positif durable pour les personnes et la planète.

Nos parties prenantes

Nous reconnaissons que notre portée s'étend bien au-delà de nos activités immédiates. Nos parties prenantes comprennent notre main-d'œuvre mondiale, nos employés et nos freelances, ainsi que nos clients, nos partenaires de la chaîne d'approvisionnement, nos collaborateurs industriels, les publics qui interagissent avec notre contenu et les communautés dans lesquelles nous vivons et travaillons. Nous considérons également l'environnement naturel lui-même comme une partie prenante essentielle, qui sous-tend toutes nos activités et constitue à ce titre un atout précieux à protéger.

Les fondements d'un succès à long terme

Nous comprenons que le véritable succès à long terme dépend de la constitution et du maintien de cinq formes clés de capital :

- **Capital naturel** : réduire notre dépendance aux ressources naturelles et gérer de manière proactive notre impact sur les écosystèmes et l'environnement.
- **Capital humain** : favoriser les connaissances, les compétences, l'égalité des chances et le bien-être de l'ensemble de notre personnel.
- **Capital social** : instaurer la confiance et la collaboration entre tous les groupes de parties prenantes afin de faire progresser nos objectifs communs.
- **Capital manufacturé** : veiller à ce que nos bâtiments, nos infrastructures, notre flotte et nos technologies fonctionnent efficacement et innover en permanence pour fournir des solutions durables.
- **Capital financier** : investir dans l'innovation et la durabilité pour soutenir notre transition vers un avenir à faible émission de carbone.

Les exemples et les initiatives présentés dans ce rapport montrent comment nous travaillons à la réalisation de ces engagements. De l'efficacité des ressources et du développement de la main-d'œuvre à la collaboration avec les parties prenantes et à l'investissement durable, nous prenons des mesures concrètes pour créer de la valeur pour tous.

Notre approche

Grâce à notre stratégie de développement durable et à notre plan de création de valeur, nous évaluons soigneusement l'impact de notre travail sur toutes les parties prenantes. Notre objectif est de maximiser les résultats positifs et de minimiser les effets négatifs, en veillant à ce que notre entreprise contribue à un monde plus sain, plus équitable et plus résilient.



Double matérialité chez Gravity Media

En 2024, Gravity Media a mené une évaluation complète de la double matérialité.

L'objectif de cette évaluation était d'identifier les questions environnementales, sociales et de gouvernance qui sont importantes (c'est-à-dire significatives) en termes d'impacts, de risques et d'opportunités pour notre entreprise et notre chaîne de valeur. Pour ce faire, nous avons consulté un large éventail de parties prenantes internes et externes pendant une période de six mois et avons pris en compte à la fois l'importance financière et l'importance en termes d'impact.



La double évaluation de matérialité a permis d'identifier cinq domaines matériels qui constituent désormais les piliers stratégiques de notre stratégie de développement durable.



**Atténuation du
changement
climatique**



Personnes



Circularité



**Gestion de la chaîne
d'approvisionnement**



**Impact numérique
/ Cyber**

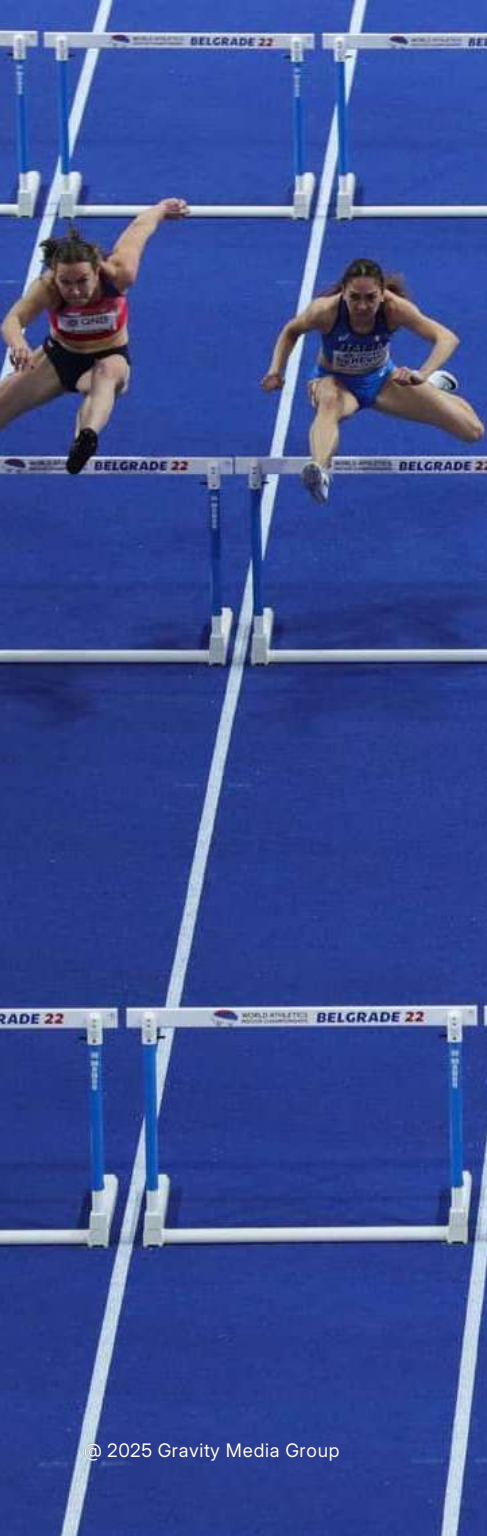
Climat – notre impact sur l'environnement et l'impact de l'environnement sur nous ;

Personnes – prendre soin de nos collaborateurs et respecter des normes éthiques élevées ;

Circularité – la gestion de nos actifs physiques afin de réduire les déchets ;

Chaîne d'approvisionnement : garantir des normes élevées de conduite professionnelle de la part de nos partenaires ;

Impact numérique / cybersécurité : assurer la sécurité de nos collaborateurs et de notre entreprise dans un monde numérique.



Objectifs stratégiques en matière de durabilité



Climat - Assurer la pérennité de nos activités pour la transition vers une économie à faible émission de carbone.



Circularité - Minimiser l'impact environnemental de nos déchets en conservant les ressources en usage aussi longtemps que possible.



Chaîne d'approvisionnement - Établir des partenariats proactifs avec notre chaîne d'approvisionnement afin de promouvoir des pratiques responsables, éthiques et durables.



Personnes - Intégrer des normes éthiques solides dans l'ensemble de l'entreprise, prendre soin de nos employés, être l'employeur de choix. Créer un environnement de collaboration, de développement et de performance, ainsi qu'une culture où chaque employé se sent valorisé, soutenu et habilité à contribuer à notre succès commun.



Cybersécurité/Impact numérique - Protéger nos écosystèmes d'information, en garantissant la continuité et la résilience de nos activités. Mettre en place des contrôles rigoureux des données et sensibiliser à la gestion de notre impact numérique.

Ces objectifs sont au cœur de notre démarche visant à devenir une entreprise plus durable. Ils constituent le fondement de notre plan interne de création de valeur RSE, qui définit la manière dont nous allons les atteindre et mesurer nos progrès en cours de route.

Il est important de noter que la responsabilité du plan de création de valeur RSE est partagée au sein de notre organisation. Chaque service est responsable d'initiatives spécifiques, ce qui garantit que la responsabilité et les opportunités incombent à chacun. De cette manière, chaque membre de l'équipe a un rôle à jouer dans la croissance de notre entreprise responsable et tournée vers l'avenir.



Dans nos installations

Nous exploitons 37 installations à travers le monde, chacune variant en taille et en fonction. Notre portefeuille comprend des studios de production, des centres de production à distance, des entrepôts de flotte, des sites de stockage et des espaces de bureaux. Sur tous nos sites, notre objectif principal a été d'améliorer l'efficacité énergétique, de nous affranchir des énergies fossiles et d'améliorer les pratiques de gestion des déchets. Nous reconnaissons que l'engagement des employés est essentiel pour minimiser notre empreinte environnementale. C'est pourquoi nous mettons en place une formation obligatoire sur le développement durable à l'échelle de l'entreprise, afin de donner à nos équipes les moyens de jouer leur rôle.

Gestion de l'énergie

Nous nous engageons à réduire notre dépendance aux énergies fossiles. À cette fin, nous avons réussi à mettre en service **de nouvelles sous-stations électriques** et à supprimer les alimentations de secours au diesel. Dans l'ensemble de nos installations mondiales, nous avons **installé des panneaux solaires sur 4 sites** (Allemagne, Australie, Royaume-Uni et Belgique) et **utilisons 100 % d'énergies renouvelables sur 12 sites**. Notre engagement est de faire passer tous les sites possibles à **100 % d'énergies renouvelables** le plus rapidement possible.

Plusieurs de nos sites sont déjà conformes à la **norme ISO 14001** relative à la gestion environnementale. Un programme visant à étendre cette norme à davantage de sites dans le monde est prévu, et sa mise en œuvre est en cours au Royaume-Uni.

Gestion des déchets

La circularité est l'un de nos piliers stratégiques. La réduction et **le tri des déchets** en vue de leur recyclage constituent une partie importante de ce travail, tout comme **la lutte contre les plastiques à usage unique**. Bon nombre de nos sites ont réalisé des progrès significatifs dans la réalisation de ces objectifs.

Compte tenu de la nature de notre travail, nous utilisons d'importantes quantités de matériel et d'équipements techniques. Nous tenons un inventaire des actifs afin **d'optimiser les taux d'utilisation et louons du matériel** pour gérer les pics de charge de travail. Nous encourageons le partage du matériel au sein de l'entreprise et **réutilisons les équipements plus anciens** dans nos centres de formation internes. À la fin de leur cycle de vie, notre objectif est que tous les équipements soient éliminés conformément à **la réglementation DEEE**, afin de garantir un recyclage responsable.

Gestion de l'eau

Nos importantes flottes de véhicules nécessitent un nettoyage régulier, ce qui fait de la consommation d'eau un facteur important à prendre en compte.

Au Royaume-Uni, nous avons mis en place des systèmes **de récupération des eaux de pluie** dans notre station de lavage du siège social, ce qui nous permet de réduire notre dépendance à l'eau du réseau et de favoriser une gestion durable de l'eau.

Plusieurs de nos installations à travers le monde utilisent également la récupération des eaux de pluie pour les salles de bains, et nous étudions la possibilité d'étendre ces systèmes de récupération à nos autres sites.



Sur la route

Au cours des dernières années, nous avons mis en œuvre l'une de nos valeurs fondamentales, l'innovation, au sein de notre flotte afin de développer des preuves de concept en vue d'une adoption mondiale plus large.

Principales réalisations en matière d'innovation de la flotte :

- Lancement de notre premier camion entièrement électrique pour soutenir des événements à Londres et dans ses environs, réduisant ainsi les émissions et la pollution sonore et nous permettant de tester le modèle en vue d'une électrification plus large de la flotte.
- Installation de deux réservoirs de 10 000 litres de HVO et révision des procédures d'exploitation afin que les camions reviennent à la base à vide pour faire le plein exclusivement avec du HVO, réduisant ainsi la dépendance à l'essence et au diesel.
- Introduction de camions OB hybrides plus petits pour la production à distance. Ces véhicules offrent la capacité d'un camion OB de taille normale pour un tiers de la taille, ce qui réduit considérablement la consommation d'énergie et les besoins en climatisation. Chacun est équipé de 16 batteries de 4 kWh et de panneaux solaires.

Transport de marchandises et voyages d'affaires :

Notre large gamme de services de diffusion nécessite un équipement spécialisé et des techniciens expérimentés, ce qui signifie parfois que le matériel et l'équipe doivent parcourir de longues distances pour se rendre sur les lieux des événements en direct.

Réduction des émissions liées au fret :

En collaborant avec nos clients, nous avons réussi à réduire considérablement les émissions de certaines productions. Nous avons notamment reprogrammé les livraisons afin de privilégier le fret maritime au fret aérien et déployé des fly packs plus petits et plus légers qui réduisent le poids et la taille de nos expéditions.

Amélioration des données relatives aux déplacements professionnels :

Bien que nous ayons amélioré nos données sur les déplacements professionnels depuis notre année de référence, la qualité des données reste un défi, en particulier parmi notre importante communauté de freelances qui organisent souvent leurs propres déplacements. Nous privilégions autant que possible les équipes locales et sensibilisons nos collaborateurs aux options de déplacement durables.

Production à distance :

Gravity Media exploite désormais neuf centres de production à distance dans le monde entier, fournissant une technologie de pointe et prenant en charge à la fois la production sur site et la production à distance distribuée. Cette approche contribue à **réduire les émissions liées aux déplacements** en permettant au personnel technique et technologique de travailler à distance, tout en **améliorant la résilience opérationnelle**, en particulier dans les régions vulnérables aux phénomènes météorologiques extrêmes.

Notre approche favorise non seulement la durabilité, mais améliore également l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée de nos équipes en réduisant leur temps de déplacement. En leur donnant accès à des équipements de pointe et à une expérience pratique, nos centres d'exploitation à distance **forment également de jeunes professionnels** grâce à des programmes de stages dans l'industrie, contribuant ainsi à former la prochaine génération de talents dans le domaine de la diffusion.

Compte tenu de ces multiples avantages, le développement de notre offre de production à distance, en accord avec les besoins de nos clients, est un objectif central de notre stratégie de développement durable.



Émissions de gaz à effet de serre 2024



Notre inventaire des émissions a été préparé conformément aux exigences du protocole GHG et la norme ISO 14064-1:2018. L'inventaire 2024 des scopes 1 à 3 a fait l'objet d'une vérification par un organisme tiers conformément à la norme ISO 14064-1.

Émissions de gaz à effet de serre - vérifiées selon la norme ISO 14064-1:2018

63 318 tCO₂e

Méthodologie de calcul de l'empreinte carbone

Notre inventaire des émissions a été élaboré conformément au Protocole sur les gaz à effet de serre et suit l'approche de consolidation du contrôle opérationnel.

Nous classons nos émissions en trois catégories, telles que définies par le Protocole sur les gaz à effet de serre :

Scope 1

Émissions directes provenant de nos actifs détenus ou contrôlés, telles que la consommation de gaz naturel

consommation de gaz naturel, toute consommation de carburant et le remplacement des gaz de climatisation.

Scope 2

Émissions indirectes provenant de la production d'électricité achetée – évaluation basée sur l'emplacement.

Scope 3

Émissions indirectes provenant de l'ensemble de notre chaîne de valeur, notamment les biens et services achetés, les achats de nouveaux équipements, les déchets, les déplacements professionnels, les déplacements du personnel, la distribution des équipements et les trajets domicile-travail.

Nous tenons à garantir la transparence de notre impact environnemental. C'est pourquoi, en plus de publier volontairement ce rapport, nous soumettons chaque année une déclaration complète au CDP. En 2024, nous avons obtenu la note **C pour le climat** sur la base de notre rapport annuel 2023.

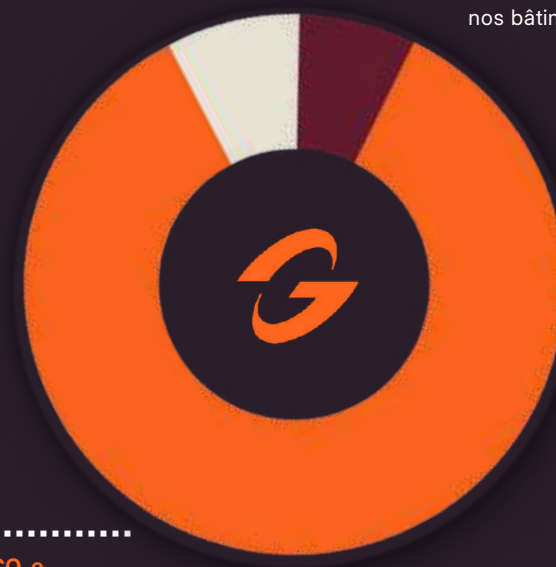
Scope 1

4 840 tCO₂e

Consommation de gaz naturel
Consommation de carburant
Gaz de climatisation

Scope 2

(basé sur la localisation)
4 510 tCO₂e
Électricité utilisée dans nos bâtiments



Scope 3

53 968 tCO₂e

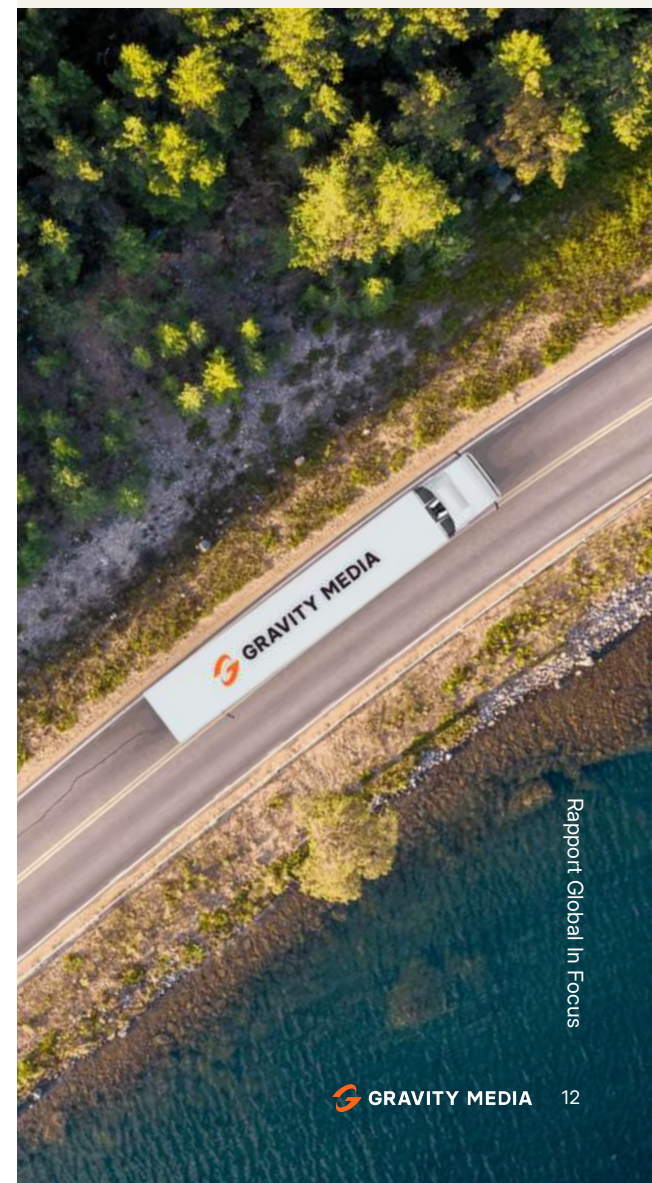
Biens et services achetés
Achats de nouveaux équipements
Activités liées aux combustibles et à l'énergie
Déchets et eau
Déplacements professionnels
Déplacements du personnel
Distribution d'équipements
Déplacements domicile-travail des employés

Risques climatiques et transitoires

Nous procédons chaque année à une évaluation des risques sur l'ensemble de notre patrimoine immobilier mondial, couvrant les risques climatiques physiques, les risques climatiques transitoires et les risques liés à la biodiversité. Cette évaluation examine l'impact des scénarios de réchauffement jusqu'en 2050.

Notre évaluation des risques tient compte du type de bâtiment, des coordonnées GPS spécifiques au site et du type d'industrie. Elle prévoit les résultats en fonction de différents scénarios de réchauffement jusqu'en 2050, le scénario le plus prudent (SSP 5-8,5) étant appliqué par défaut.

Après avoir identifié nos principaux risques et procédé à leur examen annuel, nous planifions des mesures d'atténuation et d'adaptation afin de gérer notre réponse au changement climatique. À ce titre, nous élaborons notre feuille de route immobilière et nos plans opérationnels en tenant compte des risques et en réfléchissant à la manière dont nous pouvons innover et repenser notre façon de travailler afin d'être plus résilients face aux changements futurs, tout en contribuant à protéger l'environnement naturel dans lequel nous travaillons et dont nous dépendons.





Environnement - Études de cas



Biodiversité et handicap sur le lieu de travail

Notre équipe italienne est fière de s'associer à « Cascina Biblioteca », une ferme qui offre des emplois aux personnes souffrant de troubles d'apprentissage dans le domaine agricole. Nous soutenons l'apiculture durable dans cette ferme, une activité essentielle pour la pollinisation et la protection de l'écosystème.

Chaque année, nous parrainons quatre ruches et comptons un apiculteur parmi les membres permanents de notre équipe. Notre personnel bénéficie également des deux ateliers annuels organisés hors site par Cascina Biblioteca afin de sensibiliser à la biodiversité, et partage le miel de nos ruches avec le personnel pour le plaisir de tous !

Flotte Gravity Media

Notre engagement en faveur de l'innovation constante nous a permis d'identifier des moyens de réduire notre empreinte environnementale tout en maintenant la haute qualité de nos services.

Notre flotte de camions de retransmission en extérieur est un excellent exemple de la manière dont nous avons innové pour réduire notre impact. Notre nouvelle gamme de véhicules de production à distance a été soigneusement conçue dans un souci d'efficacité et de durabilité.

En 2025, nous avons lancé notre premier camion Volvo FE entièrement électrique de 19 tonnes, alimenté par des batteries de traction GEN3 et capable de prendre en charge des productions basées à Londres dans un rayon de 200 km.



Environnement - études de cas

WestWorks

Notre centre de production situé à WestWorks, dans l'ouest de Londres, est un site ultramoderne doté de salles de contrôle principales et de salles de contrôle de production dédiées, à partir desquelles nous gérons un large éventail de flux de production pour nos clients. Ce site est un bon exemple de notre collaboration avec les autres locataires et notre propriétaire afin de favoriser un fonctionnement plus durable du bâtiment.

- 100 % d'énergie renouvelable
- Installation de panneaux solaires en cours
- Zéro déchet en décharge
- Classement des locataires en matière de recyclage
- Tri des déchets sur place 5 jours par semaine
- Augmentation de 31 % du gain net en biodiversité grâce à une équipe dédiée au jardinage
- Dons à la banque alimentaire et recyclage des vêtements sur place
- Éclairage commun fonctionnant à 80 % de sa luminosité
- Espaces partagés avec la communauté locale et les groupes du Conseil

DB VIDEO – un site Gravity Media de référence en matière de développement durable

Le site Gravity Media pour DB Video en Belgique est un exemple brillant du lieu de travail plus écologique que nous aspirons à intégrer dans l'ensemble de notre entreprise. Voici leurs performances :

- Flotte entièrement électrique
- Bornes de recharge sur place pour le personnel et vélos électriques à la disposition du personnel
- Des panneaux solaires fournissent de l'énergie renouvelable au bureau
- Des LED, des détecteurs de mouvement et des protocoles d'arrêt automatique permettent de réduire la consommation d'énergie
- Restauration interne proposant des repas végétariens locaux et de saison



- L'eau de pluie est récupérée pour la chasse d'eau des toilettes
- Le plastique a été progressivement remplacé par des alternatives compostables
- Les décorations intérieures sont issues de sources durables, et pour tout nouvel achat, le choix se porte par défaut sur des articles d'occasion
- Les vêtements et articles promotionnels obsolètes de l'entreprise sont recyclés par un partenaire local, « 't Uniek ».
- Les employés reçoivent des éco-bons et des bouteilles d'eau réutilisables lorsqu'ils rejoignent l'entreprise afin de définir les attentes en matière de travail durable

Les personnes d'abord

L'impact social positif est au cœur de notre activité. Il englobe nos efforts pour soutenir le développement d'une main-d'œuvre diversifiée, qualifiée et innovante, et notre engagement à créer de la valeur pour les communautés que nous servons.



L'objectif de notre stratégie en matière de ressources humaines est de créer un environnement propice à une collaboration, un développement et des performances solides, ainsi qu'une culture dans laquelle chaque employé se sent valorisé, soutenu et habilité à contribuer à notre succès commun.

Nos talents

Motiver et impliquer nos talents exceptionnels reste essentiel à nos engagements en matière de développement durable et nous aide à favoriser un environnement où la passion et le dévouement prospèrent. Voici quelques exemples concrets de ce à quoi cela ressemble :

- **Recrutement et développement des talents** : nos valeurs sont intégrées dans nos programmes de recrutement et d'intégration afin de garantir que les nouveaux employés comprennent ce que signifie faire partie de l'équipe.
- **Programme d'apprentissage et de développement** : un programme de développement basé sur un cadre de compétences, intégrant les attentes techniques, les valeurs et les comportements de l'ensemble de notre personnel.
- **Enquête annuelle mondiale sur l'engagement** : afin de recueillir l'avis de l'ensemble du personnel pour éclairer notre plan.
- **Programme de reconnaissance des employés** : pour célébrer ceux qui incarnent nos valeurs dans leur travail quotidien.

Renforcer nos équipes

Trouver, former et fidéliser les talents est essentiel pour nos activités commerciales et l'avenir du secteur de la radiodiffusion. Nous nous attachons à instaurer une culture de développement continu, en incitant nos employés à se dépasser et en favorisant une atmosphère propice à l'épanouissement et à l'exploration personnels et organisationnels.

Nous disposons d'un **centre de formation technique dédié** et d'un programme qui offre une approche ciblée pour l'amélioration des compétences techniques et la croissance de nos collaborateurs. Une formation progressive détaillée a été mise en place pour tous les niveaux dans les domaines du son, de l'image, de la vidéo et des caméras, et un programme de montage est actuellement en cours d'élaboration.

Plus largement, notre personnel utilise une plateforme de formation en ligne qui couvre un large éventail de sujets qui nous concernent tous, notamment la durabilité, les préjugés inconscients, la santé et la sécurité, la sécurité de l'information, le harcèlement et bien d'autres thèmes. En plus des formations obligatoires à l'échelle mondiale, nous aidons chaque individu, quel que soit son poste, à donner le meilleur de lui-même grâce à des objectifs de performance spécifiques, alignés sur nos valeurs, et à l'identification des besoins d'apprentissage spécifiques afin de soutenir leur développement professionnel.

Plus forts ensemble

Investir dans la prochaine génération

Soutenir les talents émergents dans le domaine de la diffusion est au cœur de notre stratégie tournée vers l'avenir. Nous offrons une expérience pratique et un partage de connaissances afin de préparer la main-d'œuvre de demain. Nos collaborations mondiales avec des établissements d'enseignement proposent des stages, des prêts de matériel et de multiples voies d'accès à notre secteur.

En Irlande, nous nous sommes associés à Riot Games et au 1,000 Dreams Fund pour proposer le **Riot Games Esports Broadcasting Cadetship**, un programme rémunéré de trois mois offrant une expérience concrète dans le domaine de la diffusion d'e-sport.

De plus, par l'intermédiaire de la **RISE Academy**, nous fournissons du matériel technique et notre expertise à leur université d'été annuelle, permettant ainsi à des jeunes issus de milieux divers d'explorer le secteur et d'acquérir des compétences pratiques en matière de diffusion.

Notre équipe en Australie a mis en place un solide réseau de partenariats avec des établissements d'enseignement afin de soutenir le développement des compétences de la prochaine génération de talents. Grâce à ces partenariats, nous organisons des ateliers de production, des formations techniques et apportons notre soutien à des spectacles dirigés par des étudiants.

En Belgique et aux Pays-Bas, les équipes de Gravity Media organisent également chaque année des journées portes ouvertes très populaires dans nos centres de production afin de donner aux étudiants un aperçu concret de la vie dans une société de production audiovisuelle.



En tant que partenaire officiel de diffusion de la Pride in London, nous offrons un accès à la couverture en direct à un public bien au-delà du Royaume-Uni.

Les messages de la Pride sont plus importants que jamais pour construire une société inclusive. C'est pourquoi nous voulons **supprimer les obstacles qui empêchent les spectateurs** du monde entier de participer à cet événement incroyable.

La diffusion en direct donne vie aux célébrations pour les spectateurs qui y assistent à distance et contribue à **diffuser les messages importants de la Pride** à grande échelle sur plusieurs plateformes numériques, notamment YouTube, TikTok et Instagram.

Nous encourageons et **soutenons** également activement **les employés, les freelances et les fournisseurs LGBTQ+**, contribuant ainsi à créer un environnement de travail diversifié et inclusif dans notre domaine.

Jamie Hindhaugh, PDG régional de Gravity Media, a déclaré : « Ce partenariat est également une occasion unique pour nous de **défendre l'inclusion et de célébrer les membres LGBTQ+ de notre communauté** qui contribuent à faire avancer notre secteur. »

Créer un sentiment d'appartenance

Rise

Rise est un groupe international qui milite pour la diversité des genres dans le secteur des technologies audiovisuelles. Il soutient les femmes de tous horizons qui travaillent dans les médias audiovisuels et vise à garantir un vivier durable de talents féminins dans les domaines de l'ingénierie, des opérations techniques, des ventes, du marketing et des affaires.

Nous comptons des collègues féminines au sein du conseil d'administration de Rise Australia et plusieurs de nos employés ont rejoint le programme annuel de mentorat. Nous offrons un soutien technique pour aider les jeunes issus de divers horizons à acquérir une expérience pratique de la diffusion lors des académies estivales annuelles de Rise à travers le Royaume-Uni. Nous sommes également partenaires de diffusion des Rise Awards, qui récompensent et mettent à l'honneur les femmes et les entreprises qui se distinguent par leurs performances, leur esprit d'innovation et leur leadership dans le secteur. Plusieurs employés de Gravity Media ont été nommés aux Awards depuis le lancement du programme et nous permettons à un public beaucoup plus large d'accéder à cet événement fantastique en fournissant l'équipe et les installations nécessaires à la diffusion en direct.



Le **Mama Youth Project** est une organisation caritative primée créée pour aider et autonomiser les jeunes âgés de 18 à 30 ans issus de milieux défavorisés et sous-représentés à se former et à trouver un emploi dans les secteurs de la diffusion et des médias. Elle est reconnue comme l'une des entreprises les plus axées sur la diversité en Europe et possède 20 ans d'expérience dans la promotion des talents et le partage des meilleures pratiques dans l'ensemble du secteur.

Nous sommes fiers d'être un sponsor officiel du Mama Youth Project et notre implication va bien au-delà de notre don financier. Nous cherchons activement à placer les talents issus du vivier du Mama Youth Project à des postes adaptés dans nos centres de production, et le Mama Youth Project nous soutient en sensibilisant nos équipes aux préjugés inconscients sur le lieu de travail.



Gravity Media est le principal sponsor de l'équipe féminine de football **Wycombe Wanderers**, ce qui marque un alignement puissant entre notre passion et notre engagement en faveur du développement du sport féminin et un club qui nourrit l'ambition audacieuse de gravir les échelons du football. Le club est basé dans la communauté locale où se trouve notre base d'opérations de diffusion extérieure au Royaume-Uni.

Ce parrainage témoigne de notre conviction que le football de ligue a le pouvoir de transformer et d'inspirer la prochaine génération, reflétant tout ce à quoi nous accordons de l'importance : la communauté, la collaboration et une volonté commune de réussir.

En collaboration avec objectif

Chez Gravity Media, nous célébrons **la Semaine de l'inclusion** comme la pierre angulaire de notre engagement en faveur de la diversité et d'appartenance. Nos équipes sont enrichies par des personnes issues d'horizons, de perspectives et d'expériences, chacune contribuant à un lieu de travail dynamique et innovant. Nous favorisons l'inclusivité en écoutant activement les **différentes voix**, **en remettant en question les préjugés et en promouvant l'égalité des chances** pour tous.



Des initiatives telles que notre **formation sur les préjugés inconscients** permettent aux employés de prendre des décisions objectives et inclusives, tandis que notre **groupe de femmes au Royaume-Uni** crée une communauté solidaire où les femmes peuvent partager leurs idées, se conseiller mutuellement et susciter des changements positifs. Bon nombre des suggestions émanant du groupe profitent à l'ensemble du personnel, en encourageant la flexibilité du travail et une plus grande diversité dans les modes de pensée.

Notre engagement en faveur de l'inclusion s'étend à l'échelle mondiale grâce à des partenariats et des initiatives percutants. En Australie, notre équipe « Employee Champion » améliore la communication interne et nous participons à la journée « **R U OK ?** » afin de sensibiliser le public à la santé mentale. En outre, notre **initiative « Global Transformation Initiative »** invite les employés du monde entier à soumettre des idées innovantes pour la transformation de l'entreprise. Les propositions présélectionnées sont présentées à notre comité de pilotage opérationnel et les contributions gagnantes sont récompensées par des prix. Ces efforts reflètent notre conviction que **la diversité et la créativité sont essentielles à notre succès mondial** et à notre transformation continue.

Construire la confiance ensemble

Notre campagne « **See Something, Say Something** » (**Si vous voyez quelque chose, dites quelque chose**) a été créée pour promouvoir la tolérance zéro envers l'intimidation et le harcèlement et garantir l'existence de procédures claires permettant aux employés de signaler les incidents lorsqu'ils se produisent. Cette campagne prend de l'ampleur à l'échelle mondiale et sera développée conformément aux obligations locales et au droit du travail.



Tous les membres de notre entreprise sont encouragés à s'exprimer s'ils sont témoins de harcèlement, de discrimination ou d'abus de quelque nature que ce soit. La campagne « See Something Say Something » est soutenue par notre application en ligne Ethics App, qui permet aux employés et aux freelances de signaler des incidents de manière anonyme.

Tous les employés et parties prenantes du secteur audiovisuel doivent pouvoir travailler ensemble dans le respect et le confort, dans un environnement sûr. Chacun doit se sentir soutenu pour signaler, corriger et ne pas accepter les comportements indésirables. Pour promouvoir cette démarche, Gravity Media, NEP, NPO, NCP, RTL et Talpa Network ont signé conjointement le « Pacte médiatique pour une collaboration respectueuse ». Ce pacte est un engagement à long terme, dans le cadre duquel les parties concernées maintiennent un dialogue permanent, partagent leurs dilemmes et apprennent les uns des autres. L'accent est mis sur trois thèmes clés : la formation, la sensibilisation et la responsabilité partagée.



Nos attentes

Nos attentes sont claires : chaque membre de notre organisation doit faire preuve de respect et de dignité envers autrui.

Nous avons défini des principes de comportement attendus, applicables à toutes et à tous, afin de garantir un environnement professionnel inclusif, éthique et bienveillant.

- Communication respectueuse
- Écoute active
- Inclusivité
- Comportement solidaire
- Tolérance zéro envers l'intimidation
- Conscience et sensibilité
- Retour constructif
- Confidentialité
- Donner l'exemple
- Apprentissage continu

En adoptant ces comportements, nous pouvons créer un environnement de travail positif et favorable où chacun se sent valorisé et respecté.



Code de conduite

Notre code de conduite définit nos attentes envers nos employés, nos collaborateurs indépendants et nos partenaires commerciaux. Nous attendons de tous qu'ils respectent ce code ainsi que toutes les lois et réglementations applicables dans les pays où ils exercent leurs activités.

Nos engagements éthiques

Notre code éthique définit ce que nous attendons de notre personnel en matière de conduite responsable des affaires, en particulier en ce qui concerne la lutte contre la corruption. Ce code éthique s'appuie sur les politiques suivantes :

- Procédures d'alerte éthique
- Conflits d'intérêts
- Dons et parrainages
- Lutte contre la corruption
- Lutte contre la facilitation de l'évasion fiscale
- Lutte contre l'esclavage moderne
- Lutte contre le blanchiment d'argent

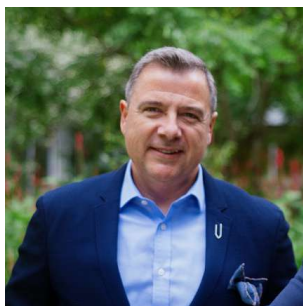
Lanceurs d'alerte

Notre plateforme de dénonciation sécurisée et confidentielle est accessible à tous et peut être utilisée pour signaler des comportements, des abus de politiques et des incidents tels que la corruption, le harcèlement ou l'intimidation. Nous appliquons une tolérance zéro à l'égard de ces comportements et avons simplifié le processus de signalement des comportements inappropriés afin de garantir que toute violation éventuelle de notre code d'éthique puisse être rapidement mise au jour et traitée.

Gouvernance



Gravity Media a mis en place des politiques et des procédures de gouvernance solides dans l'ensemble de son entreprise, tant en ce qui concerne les parties prenantes internes qu'externes. Tous nos documents de gouvernance sont rédigés dans la langue locale et utilisent une terminologie accessible afin de faciliter leur compréhension dans l'ensemble de l'entreprise.



John Newton
Président-Directeur Général



Warwick Lynch
Directeur financier du groupe



Michelle Deans
Directeur de la stratégie



Paul Lewis
Directeur juridique



Bart De Maeyer
Directeur général régional
- Pays-Bas, Belgique,
France, Italie et Allemagne



Eamonn Curtin
Directeur commercial



Charlie Cubbon
Directeur des opérations



Jamie Hindhaugh
PDG régional – Royaume-
Uni, États-Unis, Australie
et Moyen-Orient

Comité RSE

Nous avons créé un comité RSE chargé de superviser les activités RSE au sein du groupe à l'échelle mondiale.

Le comité se réunit tous les mois et a été créé pour superviser et conseiller le groupe sur ses stratégies, ses objectifs et ses engagements en matière de durabilité environnementale et sociale, ainsi que sur nos autres domaines de RSE.

Intégrité des données

Nos politiques informatiques mondiales constituent un cadre unifié pour assurer une utilisation sécurisée, fiable et efficace des technologies.

Ces politiques établissent des attentes claires en matière d'utilisation responsable des ressources informatiques, de protection des données, d'accès aux systèmes et de pratiques de cybersécurité.

Mesurer les progrès

Nous mesurons nos progrès à l'aide de **plus de 360** indicateurs de performance RSE qualitatifs et quantitatifs **uniques**.

Nos indicateurs environnementaux incluent des données qui alimentent les mesures des émissions de gaz à effet de serre ainsi que l'évaluation de leurs impacts plus larges sur l'environnement. Ces données comprennent notamment des informations sur les installations situées à proximité de zones sensibles pour la biodiversité ou proches d'espèces menacées ou vulnérables.

S'agissant des indicateurs sociaux, nous suivons la diversité au sein de nos équipes, de la direction et du conseil d'administration. Nous collectons également des données sur les niveaux de formation, les rémunérations, les taux de satisfaction des employés, ainsi que les incidents rapportés en lien avec nos politiques de gestion du personnel.

En matière de gouvernance, nous assurons le suivi de la mise en œuvre et de la révision de nos politiques d'entreprise, de nos progrès vis-à-vis des notations et certifications RSE externes, ainsi que de nos performances par rapport aux objectifs RSE fixés.

En consolidant nos exigences de reporting dans une liste unique d'indicateurs de performance, nous facilitons le suivi de nos progrès d'une année sur l'autre et optimisons la collecte de données ainsi que leur communication auprès de nos parties prenantes internes et externes.





GRAVITY MEDIA