

COMMUNIQUE DE PRESSE

A Paris, le 16 mars 2021

Altice France, un acteur engagé dans la crise sanitaire de la Covid-19

Depuis 1 an, SFR et les médias du groupe Altice France (BFM, RMC et leurs déclinaisons) sont pleinement mobilisés pour affronter la crise sanitaire en France. Le groupe dresse aujourd'hui le bilan des mesures solidaires lancées dès le début du premier confinement pour faire face à la fracture numérique, aider les soignants et les patients, lutter contre les violences faites aux femmes et permettre aux salariés du groupe de s'engager.

**Les mesures solidaires pour faire face à la fracture numérique**

Il y a 1 an, la crise sanitaire et le confinement ont mis en lumière la fracture numérique. C'est pourquoi SFR a lancé un plan d'urgence aux côtés d'Emmaüs Connect, et en partenariat avec les Ministères de l'Éducation nationale et de l'Enseignement supérieur, pour venir en aide aux personnes exclues du numérique et plus particulièrement aux élèves et aux étudiants. Dans le cadre du plan « Connexion d'urgence », **SFR a équipé et connecté 40 000 personnes partout en France** pour leur permettre d'accéder à des services de première nécessité, maintenir le lien social, travailler ou suivre les cours en ligne.

Au total, SFR a fait don d'un million de gigaoctets de data, 100 000 recharges prépayées, 23 000 mobiles et 1 500 box de poche 4G.

En avril, SFR s'est engagé aux côtés du Secrétariat d'État chargé de la Protection de l'enfance pour faciliter la scolarisation en ligne des enfants protégés **en équipant les structures de l'Aide Sociale à l'Enfance (ASE) de 500 box 4G et de 400 000 gigaoctets de data.**

De plus, en octobre 2020, une centaine d'établissements de l'ASE ont bénéficié d'un abonnement gratuit d'un an à RMC Sport, pour aider les jeunes à traverser la période du couvre-feu et leur permettre de regarder les matchs de la Champions League.

Un an après le lancement du plan d'urgence, retrouvez [l'ensemble des mesures en faveur de l'inclusion numérique dans cette vidéo.](#)



SFR RMC BFM

Les mesures solidaires pour aider les soignants et les patients

Dans le prolongement du partenariat noué avec la Fondation Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France depuis 8 ans, SFR, BFM et RMC ont réalisé (tout au long de cette première année de crise) des appels aux dons auprès des clients et du grand public afin de soutenir l'action de la Fondation en faveur des soignants et des patients.

SFR et RED ont réalisé deux campagnes de dons qui ont permis de collecter près de 575 000 €. Par ailleurs, en octobre, SFR et RED ont lancé l'option solidaire qui permet aux clients de faire un don mensuel de 1€ prélevé sur leur facture.

Concernant les médias du groupe, BFMTV a mené pendant le 1^{er} confinement une action de sponsoring de la séquence « #20h on applaudit ». De plus, RMC a organisé, fin 2020, un e-tournoi caritatif sur le jeu vidéo de football « FIFA 21 » entre les auditeurs, les personnalités de l'émission « Top of the foot » et la « Team Vitality », qui est la première équipe eSport en France.

L'intégralité des fonds collectés par ces différentes opérations, soit près de 650 000 €, a été reversée à la Fondation Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France, notamment sur le « fonds d'Aide d'Urgence COVID-19 ».

Par ailleurs, SFR a également distribué 300 tablettes, partout en France, à des hôpitaux afin d'aider les personnels à mieux gérer l'accueil des malades, ainsi qu'à des EPHAD pour permettre aux personnes résidant dans ces établissements de garder un lien avec leurs familles.

Les mesures solidaires pour lutter contre les violences faites aux femmes

Tous les médias du groupe Altice France se sont associés à la Fondation des Femmes pour lutter contre les violences faites aux femmes qui ont augmenté pendant les périodes de confinement.

En avril, puis en novembre 2020, BFMTV, BFM Business, BFM Paris, BFM Lyon Métropole, BFM Grand Lille, BFM Grand Littoral, RMC, RMC Découverte et RMC Story ont chacune diffusé 5 fois par jour pendant 2 semaines, sur leur antenne, les spots d'appels aux dons de la Fondation des Femmes et ont mis en avant le numéro de référence 3919 pour les femmes victimes de violences.

Une plateforme solidaire pour permettre aux salariés du groupe de s'engager

Dès le mois d'avril 2020, Altice France a lancé sa plateforme d'engagement, participant ainsi au mouvement « Tous confinés, tous engagés » soutenu par le Ministère du Travail et le Ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports. Cette plateforme a permis aux salariés du groupe de venir en aide à de nombreuses associations et d'effectuer des missions d'urgence nationale en lien avec la situation sanitaire comme la distribution de repas aux sans-abri, la garde d'enfants de soignants ou le soutien de personnes en situation d'isolement.

A propos de Altice France – alticefrance.com

Altice France est le premier acteur de la convergence entre télécoms et médias en France.

A travers SFR, 2^{ème} opérateur français, Altice France est un acteur incontournable des télécoms au service de 25 millions de clients. Doté d'un réseau de fibre optique (FTTH / FTTB) de 20,7 millions de prises éligibles, SFR a lancé la 5G en France et couvre également 99,5 % de la population en 4G. SFR dispose de positions d'envergure sur l'ensemble du marché, que ce soit auprès du grand public, des entreprises, des collectivités ou des opérateurs. Altice France est également un groupe médias de premier plan autour de marques emblématiques telles que BFM et RMC. En 2020, Altice France a réalisé un chiffre d'affaires de 10,9 milliards d'euros.

Pour suivre l'actualité du groupe sur Twitter : [@AlticeFrance](https://twitter.com/AlticeFrance)

Contact presse: presse@alticefrance.com