

vivendi

11 mai  
2012



# Communication sur le progrès 2011

## Pacte mondial des Nations unies

# SOMMAIRE

▪ Présentation de Vivendi	p. 3
▪ Déclaration du Président du Directoire	p. 6
▪ Mise en œuvre des dix principes au sein de Vivendi en 2011	
▪ Droits de l'homme	p. 7
▪ Droit du travail	p. 13
Focus / Droits de l'homme & droit du travail / Fournisseurs	p. 15
▪ Environnement	p. 16
▪ Lutte contre la corruption	p. 18
<b>Annexe</b>	p. 20
▪ Le Programme de vigilance de Vivendi	

## PRESENTATION DE VIVENDI

Vivendi est au cœur des univers des contenus, des plateformes et des réseaux interactifs

- Vivendi crée, édite et distribue des produits et des services numérique. Le groupe s'appuie sur la force de ses créateurs, de ses ingénieurs et de ses marques pour offrir à ses clients les contenus numériques, les plateformes et les réseaux de distribution de la meilleure qualité. Il maîtrise la totalité de la chaîne de valeur qui va de la production à l'édition et à la distribution de contenus (jeux vidéo, musique et œuvres audiovisuelles).

### Panorama des métiers



#### N°1 mondial des jeux vidéo

Editeur indépendant de jeux vidéo en ligne et pour consoles.



#### N°1 mondial de la musique enregistrée

Numéro un dans la plupart des grands pays et plus important catalogue d'œuvres musicales.



#### N°1 français des télécoms alternatifs

Premier opérateur alternatif mobile et fixe en Europe.



#### N°1 marocain des télécoms

Premier opérateur de télécommunications fixe et mobile et de l'accès à Internet au Maroc, présent au Burkina Faso, au Gabon, en Mauritanie et au Mali.



#### N°1 brésilien des télécoms alternatifs

Opérateur haut débit le plus performant du Brésil avec des services et des produits dans la téléphonie fixe, l'Internet et la télévision payante.



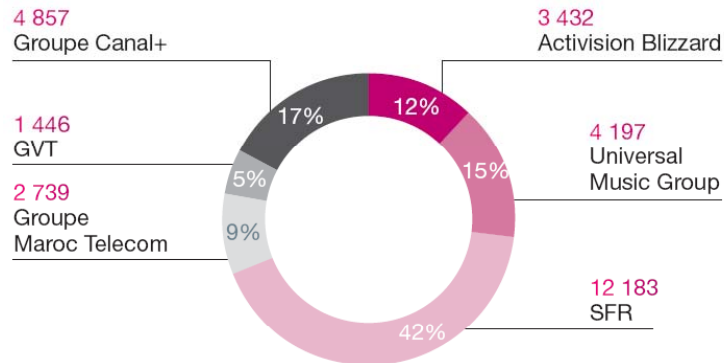
#### N°1 français de la télévision payante

de l'édition de chaînes *premium* et thématiques, principal acteur français dans l'agrégation et la distribution d'offres de télévision payante, et numéro un européen de la production et de la distribution de films.

Vivendi détient zaOza (site de partage de contenus par abonnement), Digitick (leader français de la billetterie électronique), See Tickets (numéro deux britannique de la billetterie) et Wengo (leader français du conseil par téléphone réalisé par des experts).

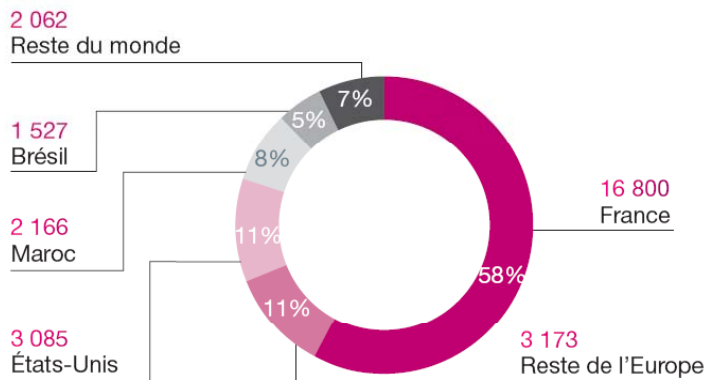
## Chiffres clés (au 31/12/2011)

Chiffre d'affaires par secteur opérationnel\* (en millions d'euros)



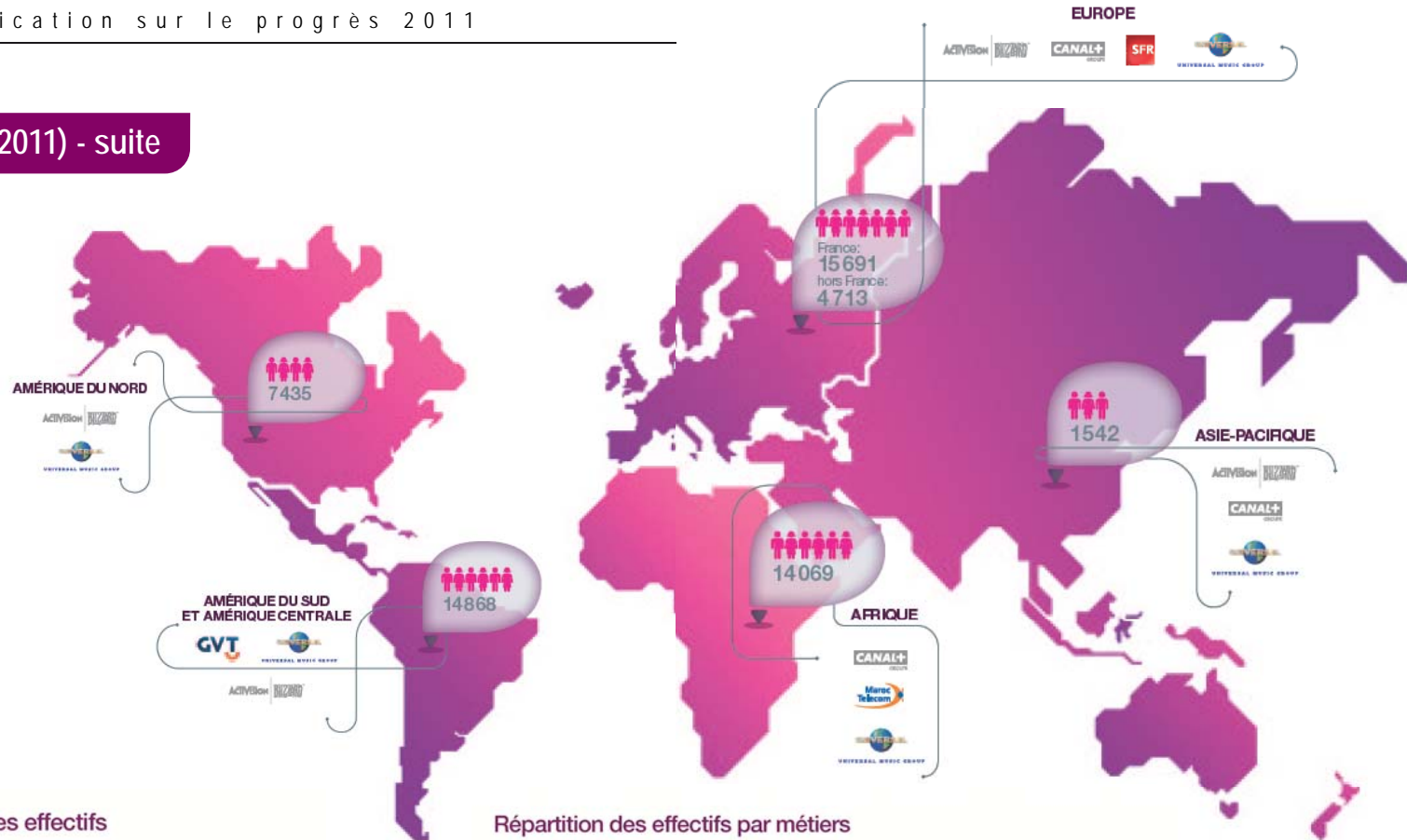
\*Y compris activités non stratégiques, corporate et élimination des opérations intersegment.

Chiffre d'affaires par zone géographique (en millions d'euros)

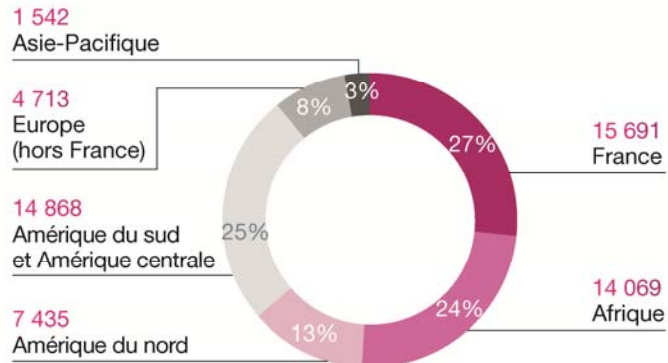


Chiffres clés (au 31/12/2011) - suite

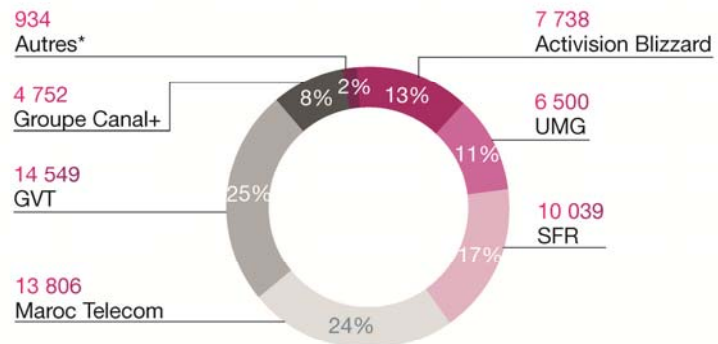
58318  
SALARIÉS DANS LE MONDE



Répartition géographique des effectifs



Répartition des effectifs par métiers



\* Autres: Siège Vivendi, Wengo, Vivendi Mobile Entertainment, Digitick et See Tickets.

## DECLARATION DU PRESIDENT DU DIRECTOIRE

Vivendi est fier d'être signataire du Pacte mondial des Nations unies. Le présent document, notre « Communication sur le progrès » pour l'année 2011, nous permet de présenter et d'expliquer notre engagement en faveur du respect et de la promotion des dix principes de ce Pacte. Nous y démontrons comment le Groupe a pleinement intégré chacune des quatre grandes thématiques couverte par le Pacte mondial - à savoir les droits de l'homme, le droit du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption - au sein de notre stratégie, de nos activités et de notre politique de développement durable.

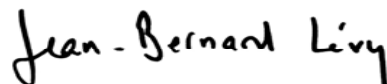
La contribution de Vivendi au développement durable est particulière. Il s'agit de permettre aux générations actuelles et futures de satisfaire leur besoin de communiquer, de nourrir leur curiosité, de développer leurs talents et d'encourager le dialogue interculturel.

Vivendi entend ainsi promouvoir les droits humains par son activité de production et de distribution de contenus et son offre de services. Les métiers du groupe jouent en effet un rôle majeur pour renforcer la compréhension mutuelle et le lien social. En choisissant de promouvoir la diversité culturelle sur les différents continents où le groupe est présent, en investissant massivement dans les contenus et les réseaux, Vivendi a l'ambition d'encourager la participation de ses clients à la vie culturelle, de faciliter leurs échanges grâce aux technologies de l'information et de la communication, et de favoriser l'esprit d'ouverture entre les peuples et les générations.

Nos trois enjeux spécifiques de développement durable définis dès 2003 (protection et accompagnement de la jeunesse, promotion de la diversité culturelle et partage des connaissances) relèvent des droits humains. Il se réfèrent à des textes internationaux fondateurs tels que la Convention des droits de l'enfant des Nations unies de 1989, la Déclaration universelle de l'Unesco sur la diversité culturelle de 2001 ou encore, bien sûr, la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948. Celle-ci rappelle en effet, dans son article 27, le droit de toute personne de prendre part librement à la vie culturelle de la communauté et de jouir des arts.

J'ai à cœur de reconnaître la culture et le dialogue interculturel comme étant des piliers du développement durable et de m'engager pour que Vivendi contribue activement à les promouvoir.

Paris, le 11 mai 2012



Jean-Bernard Lévy,  
Président du Directoire

# MISE EN ŒUVRE DES DIX PRINCIPES DU PACTE MONDIAL AU SEIN DE VIVENDI EN 2011

## Droits de l'homme

### 1

Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme dans leur sphère d'influence ;

- Vivendi contribue, dans sa sphère d'influence, à promouvoir les droits de l'homme et veille à sensibiliser ses collaborateurs.

→ Vivendi poursuit un [dialogue nourri avec ses parties prenantes](#) et réunit régulièrement collaborateurs et représentants de la société civile autour des enjeux de développement durable et de la promotion des droits de l'homme.

- Vivendi doit concilier le développement d'offres de contenus et de services favorisé par les nouvelles technologies et la protection des jeunes publics face à des usages ou des comportements qui peuvent leur être préjudiciables.

→ Vivendi a identifié dès 2003 la [protection de la jeunesse](#) comme l'un de ses enjeux spécifiques de développement durable et contribue à évaluer l'impact de ces offres et services sur les jeunes publics en termes d'opportunités ou de risques, et à appréhender les approches générationnelles des pratiques culturelles et médiatiques.

- Vivendi partage la vision de l'UNESCO qui, dans sa Convention sur la protection et la promotion des expressions culturelles entrée en vigueur en mars 2007, affirme que la diversité culturelle est « *un ressort fondamental du développement durable des communautés, des peuples et des nations* ».

→ Vivendi a identifié dès 2003 la [promotion de la diversité culturelle](#) comme l'un de ses enjeux spécifiques de développement durable et contribue à valoriser la richesse ainsi que la variété de ses contenus et de leurs formes d'expressions.

- Vivendi s'engage à promouvoir le partage des connaissances et l'accès aux nouvelles technologies (8<sup>ème</sup> objectif des Objectifs du millénaire pour le développement définis par les Nations unies).

→ Vivendi a identifié dès 2003 le [partage des connaissances](#) comme l'un de ses enjeux spécifiques de développement durable. Le groupe contribue à fournir des contenus de qualité et pluralistes destinés à satisfaire des publics vastes et divers et à faciliter l'accès à ces contenus et aux technologies.

2

et à veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'homme.

- Vivendi s'engage à soutenir et appliquer les principes fondamentaux dans les domaines des droits de l'homme et entend associer ses fournisseurs et prestataires au respect de ces principes.

→ Vivendi a formalisé ses engagements en matière de droits de l'homme dans son [Programme de vigilance](#) qui établit et définit les règles de conduite du groupe. Le respect de ces règles de conduite est une condition d'appartenance à Vivendi et leur mise en place fait l'objet d'un rapport d'évaluation au sein des entités du groupe établi chaque année par le Secrétariat général et remis au Comité d'audit.

### Exemples illustrant la mise en œuvre des principes relatifs aux droits de l'homme :

En 2011, Vivendi a fait **évoluer son reporting extra-financier**. L'article 116 de la loi NRE (Nouvelles réglementations économiques) de 2001 ne comportait pas de volet sociétal dédié. Pour autant, dès 2007, Vivendi avait organisé la remontée d'**informations sociétales** liées à ses trois enjeux spécifiques (protection et accompagnement de la jeunesse, promotion de la diversité culturelle et partage des connaissances).

La **loi dite « Grenelle II »** précise et renforce la **dimension sociétale** du reporting extra-financier des entreprises. Pour s'y conformer, Vivendi a défini des indicateurs sociétaux directement liés à ses activités et a intégré ses trois enjeux spécifiques dans le champ des « **actions engagées en faveur des droits humains** ».

#### Nos enjeux spécifiques relèvent des droits humains

- La protection et l'accompagnement de la jeunesse s'inscrivent dans la Convention des droits de l'enfant des Nations unies de 1989 (art.17).
- La promotion de la diversité culturelle s'appuie notamment sur la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948 (art.27), la Déclaration universelle de l'Unesco sur la diversité culturelle de 2001 (art. 5) ou encore la Convention de l'Unesco sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de 2005 (art.2).
- Le partage des connaissances contribue pleinement à l'exercice des droits humains comme le rappellent la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne (2000) dans son article 11 relatif à la liberté d'expression et d'information ou les Nations unies dans leurs Objectifs du millénaire pour le développement (2000).



#### Champ d'action

##### Protection et accompagnement de la jeunesse

- Promouvoir des règles déontologiques
- Sensibiliser les jeunes internautes et les parents
- Adapter l'outil de contrôle parental à l'environnement multimédia
- Accompagner les jeunes publics dans leurs pratiques médiatiques

#### Champ d'action

##### Promotion de la diversité culturelle

- Encourager la création dans toute sa diversité
- Promouvoir les jeunes et nouveaux talents
- Renforcer les capacités locales de production
- Valoriser le patrimoine

#### Champ d'action

##### Partage des connaissances

- Promouvoir le pluralisme de l'information et la qualité des contenus
- Favoriser le dialogue interculturel
- Sensibiliser au développement durable
- Faciliter l'accès aux TIC et aux contenus : lutter contre les fractures numériques



## Protection et accompagnement de la jeunesse (1/2)



En 2011, le Président du Directoire de Vivendi a été l'un des membres fondateurs de **la CEO Coalition to make the Internet a better place for kids**, une initiative de Neelie Kroes, Vice-Présidente de la Commission européenne en charge de la stratégie numérique, qui vise à mieux adapter l'Internet aux besoins des enfants et à le rendre plus sûr. S'inscrivant au cœur de la politique de développement durable menée par Vivendi, cette initiative permet également au groupe de partager avec d'autres entreprises de mêmes secteurs d'activité les bonnes pratiques en la matière.



**CEO Coalition  
to make the Internet a  
better place for kids**

©Vivendi

Pour la première fois, en 2011, l'un des **Commissaires aux comptes** de Vivendi a **vérifié** l'indicateur, intégré dans le reporting sociétal du groupe, portant sur la protection et l'accompagnement de la jeunesse : « Existence d'un engagement formel en matière de déontologie des contenus (production et/ou distribution), dont une partie porte plus spécifiquement sur la protection des jeunes publics ».

Dans le cadre du programme **Safer Internet** de la Commission européenne, Vivendi est intervenu à l'occasion du **Safer Internet Forum** qui a eu lieu à Luxembourg, en octobre 2011, dans le panel « *Policy Shaping through Youth Participation* ».

De plus, Vivendi relaie chaque année la campagne de sensibilisation destinée à mieux faire comprendre aux jeunes internautes la nécessité de bien réfléchir avant de mettre en ligne textes, vidéos ou photos exposant leur vie privée.



©Vivendi

**Pan-EU YOUTH**  
A PLACE FOR EXPRESSION FOR YOUNG EUROPEAN CITIZENS

**Pan-EU YOUTH Discussion Games**

Young people in the media  
Digital lives  
e-skills

★ An interactive discussion game for the classroom  
★ Raising discussion on controversial issues ★ Easy to set up

Download the game for free at [www.paneuyouth.eu](http://www.paneuyouth.eu)

PlayCircle by PlayCircle is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License  
Based on the game template at [www.playcircle.eu](http://www.playcircle.eu)

Logos: European Schoolnet, play decide, insafe, vivendi

Vivendi a poursuivi son partenariat avec **European Schoolnet** et le réseau **Insafe** pour lancer la plateforme en ligne **Pan-EU Youth**. Inédite, celle-ci vise à offrir aux jeunes Européens un espace d'expression et de discussions sur des sujets de citoyenneté. Un groupe d'ambassadeurs, âges de 14 à 19 ans, a été constitué et consulté pour la préparation d'un séminaire, consacré aux jeunes et à leur vie numérique et organise par Vivendi à Paris. Ces ambassadeurs, en provenance de plusieurs pays (Bulgarie, Danemark, Irlande, Portugal, République tchèque, Slovaquie), se sont préparés à animer les débats réunissant des représentants des milieux institutionnels français et européens, académiques, médicaux, associatifs ainsi que des professionnels des filiales de Vivendi.

©Vivendi

## Protection et accompagnement de la jeunesse (2/2)

Vivendi a poursuivi son dialogue avec ses parties prenantes, en consultant notamment La Voix de l'Enfant et le Collectif interassociatif enfance et média (CIEME) sur le thème du marketing responsable.

En effet, le CIEME exerce une veille permanente sur la responsabilité sociétale des entreprises de médias et de contenus en constituant des panels de parents d'élèves. Par ailleurs, Vivendi a entamé des réflexions, en partenariat avec des chercheurs de l'université Sorbonne nouvelle et la Commission nationale française pour l'Unesco, au sujet de la mise en place d'actions de sensibilisation visant à éduquer les jeunes aux médias et à l'information.

Activision Blizzard promeut les référentiels **de classification des jeux vidéo** en fonction de la tranche d'âge et des contenus. Dans le cadre de PEGI (*Pan European Game Information*), PEGI *online* en Europe et ERSB aux Etats-Unis (*Entertainment Software Rating Board*), Activision Blizzard s'engage notamment à signaler l'âge optimal des utilisateurs sur le packaging et dans les publicités sur les jeux, à mettre en œuvre les principes d'une publicité responsable ou encore à respecter la protection des données en ligne.



Référentiels de classification des jeux vidéo PEGI et ESRB.

PEGI / de gauche à droite : 3 ans et +, 7 ans et +, 12 ans et +, 16 ans et +, 18 ans et + ;  
en bas de gauche à droite, discrimination, images anxiogènes, drogues, jeux en ligne,

jeux de hasard, nudité ou sexe, langage grossier, violence

ESRB / de gauche à droite : adulte, jeune enfant, 10 ans et +, tout public, mature, adolescent.

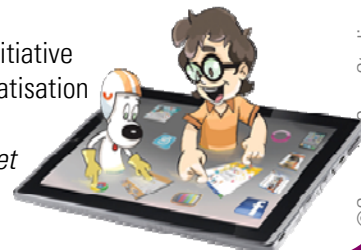


©Sampaio, Cuca Studio

Au Brésil, GVT met à disposition des enfants, des parents et des enseignants un **site web éducatif** dédié au bon usage de l'Internet, ([www.internetresponsavel.com.br](http://www.internetresponsavel.com.br)). Des vidéos, des reportages, des liens vers d'autres sites visent à aider les enfants, parents et enseignants à utiliser Internet de manière sécurisée et éthique.

En décembre 2011, GVT a lancé une nouvelle version du **Guide de l'usage responsable d'Internet**, ainsi que dix nouvelles bandes dessinées et articles originaux sur la façon d'utiliser Internet de manière sûre et responsable. Pour la première fois, le guide comprend une version adaptée aux tablettes et aux *smartphones*, dont le téléchargement est gratuit.

La publication de ce guide, et le site Internet, sont le fruit d'une initiative lancée en 2008 en partenariat avec le CDI (Comité pour la démocratisation des technologies de l'information), ONG pionnière de l'insertion numérique en Amérique latine, elle-même soutenue par le *Safenet* (une organisation qui lutte contre la cybercriminalité et pour la défense des droits de l'homme sur Internet).



©Sampaio, Cuca Studio

SFR a fait évoluer le **Contrôle Parental Mobile** pour offrir aux jeunes une solution complète qui filtre le trafic Web. Auparavant limité aux services accessibles du portail opérateur et de Gallery, l'accès Internet est désormais possible et sécurisé. SFR a également mis en place le premier portail mobile pour les plus jeunes, le Portail Junior, qui propose des contenus enrichis, vérifiés et adaptés à leurs centres d'intérêts à travers un moteur de recherche, la recommandation de sites, et le signalement de sites inappropriés.



©SFR

## Promotion de la diversité culturelle



A l'occasion de la **journée mondiale de la diversité culturelle pour le dialogue et le développement**, le 21 mai 2012, Vivendi va inaugurer un site institutionnel intitulé « **Culture(s) avec Vivendi : un voyage dans la diversité culturelle** ».

Ce site s'adresse principalement aux internautes âgés de 15 à 30 ans et vise à promouvoir la diversité culturelle et le dialogue entre les cultures, et à établir une passerelle entre les jeunes et les métiers des industries culturelles.

Il se compose de trois parties qui répondent à des objectifs précis :

- « **Inspirations d'artistes** » a pour objectif de faciliter l'accès des jeunes publics à des répertoires de musiques ou de films diversifiés et parfois méconnus d'eux ;
- « **Métiers de la création** » vise à encourager les jeunes à s'investir dans les industries culturelles et à mieux connaître les différents maillons professionnels de nos métiers (cinéma, musique, jeux vidéo) ;
- « **Dialogue interculturel** » est une invitation à mieux connaître les différentes cultures et à comprendre comment l'univers numérique constitue une passerelle privilégiée d'échanges, de joies et de découvertes.

En France, Canal+ participe activement **au soutien de la création** en finançant **57%** des films français agréés par le CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée), soit 118 films sur 207 en 2011. Canal+ a également financé **30 premiers films** d'initiative française agréés par le CNC, soit 41,1% des premiers films d'initiative française agréés. La chaîne a investi **29 millions d'euros** dans des films dont le budget est inférieur à 4 millions d'euros.

### STUDIOCANAL

Studiocanal, studio européen et filiale du Groupe Canal+, a participé à **13 coproductions** franco-étrangères.

Canal+ Afrique apporte son soutien à de nombreuses productions cinématographiques africaines. Ainsi, en 2011, **5 projets** ont été cofinancés.

La diversité cinématographique est l'un des piliers de la ligne éditoriale de la chaîne Canal+, dont **92%** des abonnés affirment que les films diffusés sont de genres variés et dont **89%** se sont déclarés satisfaits de l'offre cinéma fin 2011.

Soucieux d'**inscrire la culture dans l'agenda mondial du développement durable**, Vivendi a réuni à nouveau le groupe de travail composé notamment des représentants de l'ONU, de l'Unesco, de l'OCDE, de l'Alecso et de la Commission européenne. L'objectif est de mieux intégrer la culture dans la mesure du bien-être et du progrès économique et social. Par ailleurs, en qualité d'expert auprès de la Commission nationale française pour l'Unesco, Vivendi a participé aux travaux consacrés au thème « Diversité culturelle et numérique ».

2<sup>ème</sup> édition du *Activision Independent Games Competition* destiné à encourager **les créateurs et studios indépendants**.

En 2011, plus de **60%** des ventes d'Universal Music Group ont été réalisées par des **artistes locaux**, dans un périmètre de 59 pays.



Cinq **Gramophone Awards**, les Oscars de la musique classique, attribués à des artistes signés par les labels Decca Classics et Deutsche Grammophon en octobre 2011.

En 2011, Vivendi a poursuivi son programme de formation professionnelle d'ingénieur du son au Mali lancé en 2006 en partenariat avec l'Unesco. La formation est organisée au studio *Le Moffou* de l'artiste malien Salif Keita. Vivendi contribue ainsi à consolider la **filière culturelle professionnelle** malienne. Vivendi soutient également la formation des étudiants de l'Institut spécialisé dans les métiers du cinéma (ISMC) de Ouarzazate, au Maroc. Vivendi est le partenaire fondateur officiel des Rencontres internationales du cinéma sous la tente qui ont lieu chaque année depuis 2010.

## Partage des connaissances

Vivendi a été invité par les Nations unies à exposer sa politique du développement durable **Forum de l'Alliance des civilisations**, dont la 4<sup>ème</sup> édition s'est tenue du 11 au 13 décembre 2011, à Doha (Qatar).

Lors de la session plénière consacrée au thème « Nouvelles stratégies pour le dialogue, la compréhension et la coopération interculturels »,

Vivendi a expliqué comment la **diversité culturelle et le dialogue interculturel** sont des enjeux stratégiques de sa politique de développement durable, qui accompagnent le défi industriel du groupe : innover en permanence pour continuer à satisfaire ses dizaines de millions de clients sur tous les continents, à l'ère de la révolution numérique.



Créé par Activision Blizzard en octobre 2009, le *Call of Duty Endowment* a pour objectif d'aider les vétérans à réintégrer la vie professionnelle civile. En 2011, Activision Publishing a fait une donation de trois millions de dollars pour soutenir ce programme et ainsi contribuer à ce que les vétérans de l'armée américaine retrouvent un emploi.



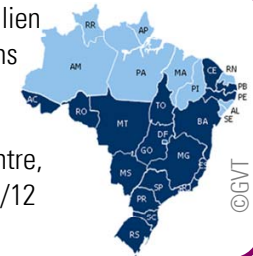
Vivendi a relayé l'information de l'anniversaire de la Déclaration universelle des droits de l'homme sur son site institutionnel, le **10 décembre 2011**, journée mondiale des **droits de l'homme**.

Par une **offre documentaire engagée** (*Makay, les aventuriers d'un monde perdu; Paris Clichy / Paris clichés ; Familles no carbone...*), la chaîne Canal+ sensibilise ses abonnés à des enjeux de développement durable et nourrit leur esprit critique.

Depuis avril 2011, l'espace client de Canal+ est accessible aux personnes sourdes et malentendantes.

SFR et Emmaüs Défi ont poursuivi leur programme de **téléphonie mobile solidaire** à destination des personnes en situation de précarité.

En 2011, l'opérateur brésilien a déployé son activité dans **22 nouvelles villes**, portant à 119 le nombre de villes couvertes. Ci-contre, la présence de GVT au 31/12 en bleu foncé.



Le groupe Maroc Telecom participe activement à la **réduction de la fracture numérique** dans les pays où il est présent. Ainsi en 2011, 1 707 nouvelles communes rurales ont été couvertes par l'opérateur. Par ailleurs, un nouveau câble sous-marin international à fibre optique dénommé Loukkos relie désormais le Maroc et l'Espagne. Cela permet à l'opérateur de renforcer la sécurité du trafic Internet. Au Maroc, l'opérateur a consacré **19,5%** de ses investissements réseaux à la **réduction de la fracture numérique**.



Vivendi et l'Alliance des civilisations des Nations unies partagent



l'ambition d'inscrire la promotion de la diversité culturelle et le **dialogue interculturel** dans l'agenda mondial du développement durable. Vivendi a présenté ses orientations stratégiques en matière de développement durable à une quinzaine de dirigeants du Moyen-Orient et du Maghreb venus à Paris, en septembre 2011, dans le cadre du *Fellowship Programme* de l'Alliance des civilisations des Nations unies.



Ce programme a pour objectif de construire un lien entre des jeunes professionnels orientaux, maghrébins, européens et américains en organisant des rencontres avec des acteurs économiques, culturels et institutionnels de ces différentes régions du monde.

Droit du travail	3	Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective ;	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vivendi s'engage à établir un dialogue social constructif avec les instances compétentes dans le respect de leurs prérogatives.</li> </ul>	→ Vivendi mène une démarche de dialogue et de concertation avec les partenaires sociaux afin de favoriser l'échange et la collaboration au sein du groupe.
	4	L'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire ;	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vivendi s'engage à soutenir et appliquer les principes fondamentaux dans le domaine des droits du travail et entend associer ses fournisseurs et prestataires au respect de ces principes.</li> </ul>	→ Vivendi a fait du respect des droits sociaux, de la dignité et de la vie privée dans les conditions de travail une règle de conduite expressément formulée dans son <a href="#">Programme de vigilance</a> .
	5	L'abolition effective du travail des enfants ;		
	6	L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vivendi affirme son attachement à la diversité dans le recrutement et à la lutte contre les discriminations qui constituent un facteur indispensable à la performance du groupe.</li> </ul>	→ Vivendi a fait de la lutte contre toute forme de discrimination fondée sur des critères de sélection illégitimes tels que le sexe, l'âge, les mœurs, l'appartenance à une race, à une ethnie ou à une nationalité, les handicaps, les opinions ou engagements religieux, politiques ou syndicaux, une règle de conduite expressément formulée dans son <a href="#">Programme de vigilance</a> .

### Exemples illustrant la mise en œuvre des principes relatifs au droit du travail :

En 2011, les **partenaires sociaux** du Comité de groupe, de l'Instance de dialogue social européen et du Comité d'entreprise du siège de Vivendi ont régulièrement été informés de la stratégie du groupe, de sa situation financière, de sa politique sociale et des principales réalisations de l'exercice. La session de formation annuelle de deux jours a porté sur la stratégie du groupe dans l'univers des télécoms, sur la connaissance des métiers de Vivendi, ainsi que sur la présentation des comités d'audit et des risques. L'année 2011 s'est achevée sur une volonté commune d'adapter les instances du groupe à sa **dimension internationale** (Maroc, Brésil, USA). Ainsi, les membres de l'Instance européenne et la direction ont entamé des négociations visant à fédérer l'ensemble du groupe autour d'objectifs communs.

En 2011, **100** accords collectifs ont été signés au sein du groupe. Le nombre d'accords portant sur les rémunérations est resté important (65%), principalement en raison des négociations annuelles de l'opérateur brésilien GVT. Les autres accords ou avenants recensés en 2011 ont porté sur l'égalité professionnelle, l'intéressement et la participation, le vote électronique, le télétravail ou encore le dialogue social.

Vivendi a inscrit les droits des salariés parmi les règles de conduite énoncées au sein du [Programme de vigilance](#) :

« *L'éthique est l'une des valeurs fondamentales auxquelles Vivendi a affirmé son attachement. Agir avec probité, respecter la légalité, **respecter la dignité et les droits individuels des salariés**, protéger la confidentialité, subordonner la recherche de la performance économique au respect de l'éthique commerciale, protéger les biens et les ressources du Groupe sont autant de principes qui doivent guider le comportement professionnel des collaborateurs pour que les activités du Groupe s'exercent selon l'éthique et le droit. (...)*

*Assurer partout la **sécurité** de ses collaborateurs, veiller au **respect de leurs droits sociaux**, donner à chacun d'eux des chances de recrutement, d'emploi et de promotion fondées sur la compétence et le sens des responsabilités, préserver des conditions de travail respectueuses de la dignité et de la vie privée des personnes, sont les ressorts essentiels qui dictent l'**ambition sociale** de Vivendi dans le cadre d'un dialogue social constructif avec les instances compétentes et dans le respect de leurs prérogatives. »*

Au 31/12/2011, **10%** des salariés du groupe avaient moins de 25 ans, **86%** étaient âgés de 25 à 55 ans et **4%** avaient plus de 55 ans.

Extrait du [Rapport Averroes 2011](#) :  
« *Canal + a été souvent à la pointe de l'innovation audiovisuelle. Elle est aujourd'hui en 2011, la chaîne à la **pointe de la diversité**. »*

L'**apprentissage** est une clé pour l'emploi des jeunes et un atout pour l'entreprise qui diversifie ainsi ses sources de recrutement. En 2011, Vivendi poursuit ses engagements pris en 2009 en employant **606 contrats en alternance** en France (contre 669 en 2010 à périmètre constant).

L'**actionnariat salarié** et l'épargne salariale ont été favorisés en 2011 par l'importance des montants versés par les sociétés françaises du groupe au titre des différents systèmes participatifs de rémunération (participation, intéressement et abondement). L'affectation d'une part significative et croissante de cette épargne salariale à l'actionnariat salarié s'est confirmée.

L'augmentation de capital annuelle réservée aux salariés des entreprises du groupe dans le cadre du PEG a été conclue avec succès. L'opération était caractérisée, pour la quatrième année consécutive, par le lancement simultané d'une opération classique (en France) et d'une opération française et internationale à effet de levier et à capital garanti, Opus 11. L'objectif de ce programme, à effet de levier avec capital et rendement minimal garantis, est de permettre aux salariés des principaux pays où le groupe est implanté de bénéficier sans risque des avantages de l'actionnariat salarié. L'opération Opus 11 a été un très grand succès.

À l'issue de l'opération, la **part du capital** de Vivendi détenue par ses salariés atteignait **2,68 %**.

100% des salariés basés en France métropolitaine et dans les DOM-TOM (soit 30% de l'effectif global) sont couverts par des conventions collectives. Au niveau mondial sont également couverts par des **conventions collectives** :

- 91,1% des salariés du groupe Maroc Telecom
- 100% des salariés du groupe Canal+ (Canal+ Overseas inclus)
- 100% des salariés de GVT (Brésil).

Situation de la mixité au sein du groupe, au 31 décembre 2011 :

- le taux d'emploi de femmes dans le groupe est de **34%** avec aux extrêmes 21% pour Activision Blizzard, 24% pour Maroc Telecom et 55% au siège de Vivendi ;
- la part de femmes cadres est de **35%**, soit en ligne avec leur taux d'emploi, avec une part inférieure pour Activision Blizzard (26%) et Maroc Telecom (28%) et une part supérieure pour Canal+ et le siège de Vivendi (47% et 48%). Ces pourcentages placent Vivendi au 13<sup>ème</sup> rang des entreprises du CAC 40 selon un classement réalisé par Challenges (octobre 2011) ;
- la part de femmes au Conseil de Surveillance est de **33%** avec quatre femmes et place Vivendi au 5<sup>ème</sup> rang des entreprises du CAC 40 (selon le même classement).

Focus / Droits de l'homme & droit du travail / Fournisseurs

Champ d'action  
**Vigilance à l'égard des fournisseurs**

- Promouvoir le cadre référentiel
  - S'assurer de la mise en œuvre du Programme de vigilance
  - Mettre en œuvre les engagements du Pacte mondial des Nations unies
  - Intégrer la clause développement durable dans les contrats fournisseurs
- Mettre en place des instruments de suivi
  - Remonter les informations relatives aux sous-traitants et fournisseurs
  - Conduire des audits auprès des fournisseurs
  - Réaliser des évaluations
- Contribuer à la sensibilisation des filiales sur l'enjeu fournisseurs
  - Mettre en place des formations sur la gestion des fournisseurs
  - Décliner la cartographie des risques

En 2011, Vivendi a formalisé dans son **Protocole de reporting extra-financier** quatre indicateurs relatifs à la sous-traitance et aux fournisseurs : l'existence d'un engagement relatif à l'intégration des enjeux de développement durable, les mécanismes de suivi de cet engagement, le pourcentage du top 25 fournisseurs signataires ou adhérant à des référentiels nationaux ou internationaux et l'évaluation du respect des engagements du groupe. Pour la première fois, l'un des **Commissaires aux comptes** de Vivendi a **vérifié** le premier de ces indicateurs portant sur la prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux dans la politique d'achat : « Existence d'un engagement formel relatif à l'intégration des enjeux de développement durable ».



Lors des appels d'offres, Canal+ évalue notamment les fournisseurs d'équipements sur la base des certifications qualité et des éléments portant sur leur politique de développement durable.

Activision Blizzard a réalisé **trois** audits dans ses usines situées en Chine sur plusieurs aspects dont le respect du droit du travail, les conditions de fabrication des produits, et l'application de la réglementation anti-corruption.



La Direction de l'audit interne de Vivendi a initié en 2010 une revue des fournisseurs à l'occasion des travaux d'audits réalisés chez Bravado, la filiale merchandising d'Universal Music Group. Cette revue s'est poursuivie en 2011 au sein de l'entité de Bravado située en Allemagne.



**SFR** a **audité** les démarches en matière de RSE (responsabilité sociale d'entreprise) de **deux** de ses fournisseurs (mobile et box SFR) situés en Chine. SFR a également **évalué 50** fournisseurs sur plusieurs critères inscrits dans sa politique de développement durable : environnement, social, éthique, achat. Cette évaluation a été suivie de la mise en place de plans d'actions correctifs.



Depuis 2010, Maroc Telecom annexe à tous les contrats avec les fournisseurs et sous-traitants un rappel de l'obligation du respect du code du travail marocain.

Au sein de sa Direction achats, GVT a créé un département *Suppliers Development* dédié à l'amélioration de la performance de la chaîne d'approvisionnement et à la promotion des engagements de GVT en matière d'achats responsables. La démarche mise en place prévoit dans un premier temps des mesures d'évaluation régulière des fournisseurs notamment sur les aspects de qualité, logistique, environnement et social. En juillet 2011, à l'instar des autres filiales du groupe, GVT a intégré une clause liée aux dix principes du Pacte mondial des Nations unies.



Environnement

7

Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant à l'environnement ;

8

À entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ;

9

À favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

- Vivendi défend le respect de l'environnement et prend pleinement en compte sa responsabilité dans ce domaine, bien qu'évoluant dans des secteurs d'activité relativement peu exposés aux risques environnementaux.

→ Vivendi a fait du [respect de l'environnement](#) une règle de conduite expressément formulée dans son [Programme de vigilance](#) et a également mis en place en 2000 un programme de conformité aux normes d'environnement, de santé et de sécurité au travail ainsi qu'une Charte environnement, applicables au sein d'un groupe.

Exemples illustrant la mise en œuvre des principes relatifs à l'environnement :

La septième règle du Programme de vigilance définit l'engagement de Vivendi en matière d'environnement :  
 « Vivendi s'engage à promouvoir le **respect de l'environnement** dans chacune de ses activités.  
 Il appartient à chaque collaborateur de contribuer, dans le périmètre de ses fonctions, à l'effort du groupe en matière de protection de l'environnement :

- en s'attachant à connaître et à respecter les réglementations ainsi que les consignes et les procédures définies par son entreprise ;
- en signalant immédiatement, aux responsables habilités à gérer ces situations les défauts de conformité à une réglementation, les situations de risque et les incidents dont il a connaissance. »

Le processus de **reporting** des données environnementales a été révisé afin de tenir compte des évolutions du cadre réglementaire prévues dans le cadre de la loi française dite « Grenelle II ».

Trois axes d'amélioration ont été définis :

- la reconstitution d'un **réseau de coordinateurs** métiers en charge de la remontée des informations environnementales,
- une **révision des indicateurs** afin de retenir les plus pertinents et les plus adaptés aux activités du groupe, et
- l'amélioration des fonctionnalités de l'**outil de reporting** informatique pour faciliter l'analyse des données.



Le siège de Vivendi, enregistré **EMAS** depuis 2009, a confirmé la certification de son Système de Management Environnemental à l'issue de l'audit de suivi réalisé en 2011.



Pour la 6<sup>ème</sup> année consécutive, SFR a obtenu la **certification ISO 14001** de son Système de Management Environnemental. Le périmètre de ce certificat a été étendu en 2011 à l'activité d'**éco-conception** de la neufbox Evolution, ainsi qu'à **14 nouveaux sites** du réseau fixe et un site mixte (tertiaire et point de vente) à l'île de la Réunion.



La certification **Energy Star** délivrée pour la 5<sup>ème</sup> année consécutive par l'Agence de Protection pour l'Environnement des Etats-Unis (EPA) au siège d'UMG à Santa Monica certifie que le bâtiment a obtenu une note supérieure à 75 (sur 100) en matière d'économie d'énergie.

SFR poursuit ses efforts en matière d'éco-conception des cartes SIM. 2011 a connu la généralisation de cartes « EcoSIM », de taille réduite de moitié par rapport à une carte SIM classique, à l'ensemble des clients et le lancement du premier pilote français de demi-cartes SIM en papier qui permet une réduction de près de 30 % de son empreinte carbone par rapport à une carte SIM en plastique de format classique. Depuis novembre 2011, **10 000 cartes SIM papier** ont été progressivement mises en circulation et adressées aux clients SFR (dans le cadre de renouvellement ou d'ouverture de ligne).



Maroc Telecom utilise de plus en plus d'énergie solaire pour alimenter son réseau dans les zones non électrifiées. Les ateliers solaires représentent **18%** de l'alimentation des antennes-relais implantées dans le cadre du programme Pacte, notamment dans les régions sud du Maroc.

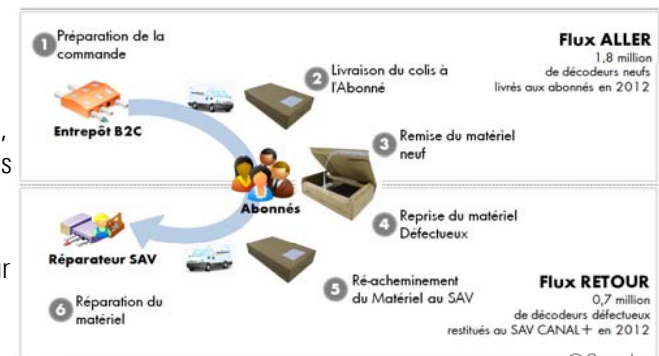
A fin 2011, **505 sites** techniques de Maroc Telecom étaient alimentés par l'énergie solaire : 138 relais hertziens, 166 sites GSM, 180 sites AMRT et 21 sites CDMA ; soit une augmentation de 13% par rapport à 2010.

Le recours à cette énergie devient de plus en plus répandu dans les filiales, en particulier pour réaliser la couverture des **zones rurales**. Le réseau de Sotelma, au Mali, compte 1 222 sites alimentés par l'énergie solaire. Au Burkina Faso, Onatel approvisionne en énergie solaire 378 équipements et systèmes de télécommunications déployés pour ses réseaux fixes et mobiles. 22 sites de Mauritel, en Mauritanie, ont été alimentés en énergie solaire en 2011 portant le nombre total de sites approvisionnés en énergie solaire à fin 2011 à 42. Et, au Gabon, 150 sites de Gabon Telecom utilisent l'énergie solaire.

En octobre 2011, GVT a lancé une campagne interne *Impressão Consciente* (« imprimer responsable »). Cette initiative a permis une réduction de **23%** du volume d'impression dans les sites où le projet a été mis en place.

Un comité du Développement durable de Vivendi a été consacré en 2011 au thème « **Santé et Radiofréquences** ». Réunissant les trois opérateurs du groupe et un expert de l'ANSES (Agence nationale de la sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail), ce comité a permis de faire le point sur les études et travaux en cours et sur les mesures mises en place au sein du groupe.

L'**écopack+** mis en place par Canal+ permet la livraison et la reprise de décodeurs chez les abonnés, en générant des gains en matière d'**environnement** (emballage 100% recyclable, déclaration éco-emballage) mais aussi des gains en matière de **productivité** (30% de gains de productivité, 27% de colis en plus par palette), de **coûts** (réduction de 17% du coût complet sur 2011) et de **satisfaction clients** (99% des livraisons sous 48h, rendu visuel qualitatif).



Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

- Vivendi s'engage à agir contre la corruption sous toutes ses formes et à veiller au respect de ce principe par ses fournisseurs et prestataires dans tous les pays où le groupe est présent.

→ Vivendi a fait de la lutte contre la corruption et du refus de tout avantage indu, de quelque nature que ce soit et par quelque moyen que ce soit, dans le but d'obtenir un traitement de faveur, une règle de conduite expressément formulée dans son [Programme de vigilance](#).

### Exemples illustrant la mise en œuvre des principes relatifs à la lutte contre la corruption :

Les règles de conduite énoncées dans le Programme de vigilance de Vivendi couvrent les droits des salariés, la sincérité et la protection de l'information, la **prévention des conflits d'intérêts**, l'**éthique commerciale** et le respect des règles de concurrence, l'utilisation des biens et des ressources appartenant au groupe, l'éthique financière et le respect de l'environnement.

Le Programme a pour objectif de responsabiliser les collaborateurs, de leur donner un outil de référence en fixant des repères susceptibles de les aider à déterminer leur ligne de conduite. Ces règles générales sont déclinées en aval, par chaque entité opérationnelle, sur l'ensemble des territoires où le groupe est présent afin d'y intégrer les spécificités des activités des filiales ainsi que les particularités des législations locales. Les principales entités ont mis en place un code d'éthique additionnel spécifiquement consacré à leurs activités.

Le responsable du Programme de vigilance pour le groupe et les responsables dédiés dans chaque entité opérationnelle – les « *compliance officers* » – assurent sa mise en œuvre. Au début de chaque année, les filiales du groupe font parvenir à Vivendi un rapport sur les actions menées au cours de l'exercice précédent. Ce rapport est présenté par le Secrétaire général au Comité d'audit qui le valide, au Conseil de surveillance, au Directoire puis est envoyé aux « *compliance officers* » des filiales.

En mai 2011, le Secrétariat général et la Direction de la communication et du développement durable de Vivendi ont organisé une **session d'information** consacrée à la lutte contre la corruption.

Soixante salariés du siège ont bénéficié de cette formation au cours de laquelle de nombreux éclaircissements ont pu être apportés sur des exemples concrets de conflits d'intérêts, de corruption ou de fraude.

L'entrée en vigueur du **UK Bribery Act** le 1<sup>er</sup> juillet 2011 a été portée à l'ordre du jour de cette session d'information. Ce texte britannique figure parmi les plus sévères instruments de lutte contre la corruption. Il crée en effet une nouvelle source de responsabilité pénale pour toute personne morale exerçant des activités au Royaume-Uni : le manquement à l'obligation de prévention de la corruption.

La lutte contre la corruption est l'un des thèmes du Code d'éthique de Maroc Telecom. Celui-ci réaffirme l'engagement du groupe à **lutter contre la corruption** sous toutes ses formes (active, passive, directe, indirecte). Il exige en particulier le respect des lois anti-corruption ainsi qu'une vigilance particulière dans les relations avec les tiers. En effet, chaque collaborateur doit avoir avec les clients et les fournisseurs des rapports loyaux et honnêtes dans le strict respect des contrats souscrits et des lois et règlements applicables.



La démarche entreprise par Maroc Telecom a été saluée par l'agence de notation Vigeo qui lui a décerné le trophée du « **Top performer RSE 2011** » dans les domaines de l'éthique aux affaires et l'engagement sociétal, notamment pour sa politique volontaire de lutte contre la corruption.

Ci-contre, Nicole Notat (à gauche), Présidente de Vigeo, remet le trophée du « Top performer RSE 2011 » à Abdeslam Ahizoune (à droite), Président du Directoire de Maroc Telecom. © Photothèque Maroc Telecom

Les nouveaux cadres dirigeants qui intègrent Activision Blizzard, et particulièrement ceux qui sont localisés ou en charge de l'expansion de l'activité en **Asie**, suivent une formation individuelle interne sur la lutte contre la corruption.

Au début de l'année 2011, en raison de l'expansion de la société en Chine et dans d'autres pays d'Asie, les Directions de l'audit interne et juridique ont organisé la présence sur place d'équipes à plein temps en Asie pour assurer les fonctions d'audit interne et examiner notamment la thématique **anti-corruption**.

En 2011, Activision Blizzard a mis à jour sa politique anti-corruption afin de prendre en compte les nouvelles dispositions requises par le **UK Bribery Act**. Il est prévu qu'elle soit distribuée à tous les employés en 2012.

Les salariés d'Activision Blizzard et d'Universal Music Group peuvent appeler une **hotline** susceptible d'être saisie dans le monde entier 24h/24, 7j/7, en cas de suspicion de fraude, corruption ou autre violation du code. Cette procédure est anonyme si le salarié le souhaite.

En plus d'une procédure de *whistleblowing* similaire à celles décrites ci-contre, les salariés de GVT peuvent faire appel à un **médiateur (ombudsman)**, lequel reçoit les éventuels rapports sur des violations éthiques ou légales, fournit des conseils et gère les conflits d'intérêts.

Dans le cadre de son programme de **formation** pluriannuel relatif au Code éthique, SFR a fait un point particulier en 2011 sur le rappel des règles strictes inhérentes à la prohibition de tout acte ayant pour objet ou effet de corrompre une autorité, ou toute personne ayant un pouvoir décisif, direct ou indirect dans le cadre des relations commerciales de l'opérateur. A cet effet, l'ensemble de la force commerciale de SFR Business Team (division entreprise de l'opérateur), y compris celle en lien avec les marchés publics, a été formé.

Le **Code de conduite** de GVT, révisé en 2011, a renforcé les règles à suivre par les employés en matière de relations avec les fournisseurs. Il stipule que les fournisseurs doivent appliquer ce code, agir en accord et en cohérence avec les valeurs de GVT, être en conformité notamment avec les lois relatives au travail, à la fiscalité et à l'environnement ; ne pas se rendre coupable de fraude, de contrebande ou de **corruption** ; et respecter tout autre principe que GVT considère comme essentiel dans le cadre du contrat. Les fournisseurs qui commettraient une violation de ces engagements sont susceptibles de voir le contrat annulé ou de se voir infliger d'autres types de **pénalités** prévues par la loi et/ou le contrat. Des audits visant à vérifier la conformité des fournisseurs à ce Code de conduite vont être mis en place en 2012. Les fournisseurs devaient se conformer à la loi brésilienne générale, couvrant les principaux enjeux de développement durable. Mais depuis juillet 2011, une **clause** se référant au **Pacte mondial des Nations unies** et à ses 10 principes a été intégrée dans les contrats avec les fournisseurs et sous-traitants.

# Annexe

# LE PROGRAMME DE VIGILANCE DE VIVENDI

[Disponible sur le site institutionnel de Vivendi](#)



- 1 Droits des salariés**
- 2 Sincérité et protection de l'information**
- 3 Prévention des conflits d'intérêts**
- 4 Ethique commerciale**
- 5 Utilisation des biens et ressources appartenant à Vivendi**
- 6 Ethique financière**
- 7 Respect de l'environnement**