

MADE  
IN · BA  
MAKO



# AGIR POUR SOUTENIR LE PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

Communication sur le progrès 2018  
26 juillet 2019

**vivendi**







# SOMMAIRE

<b>Déclaration du Président du Directoire</b>	<b>p.1</b>
<b>Présentation du groupe et de la politique RSE</b>	<b>p.2</b>
Un groupe industriel intégré dans les contenus, les médias et la communication	p.2
Un positionnement innovant en matière de RSE	p.3
Vivendi en chiffres clés	p.6
RSE et création de valeur	p.8
<b>Reporting, référentiels et vérification externe</b>	<b>p.9</b>
<b>Implanter les dix principes dans la stratégie et les opérations</b>	<b>p.10</b>
Politiques et procédures concernant les droits humains	p.14
Politiques et procédures concernant les normes du travail	p.22
Politiques et procédures concernant la protection de l'environnement	p.29
Politiques et procédures concernant la lutte contre la corruption	p.37
<b>Agir pour soutenir les objectifs des Nations unies</b>	<b>p.41</b>
<b>Gouvernance et leadership de la RSE</b>	<b>p.52</b>



## DÉCLARATION DU PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE



Vivendi est fier d'être signataire du Pacte mondial des Nations unies.

Cette année encore, c'est avec force et conviction que nous réaffirmons notre engagement en tant que groupe européen d'envergure mondiale dans les contenus, les médias et la communication.

Le projet industriel de Vivendi ne peut se réaliser sans une vision claire des contributions que ses activités apportent au monde. Véhicules d'idées et d'imaginaires qui s'invitent au regard des publics dès leur plus jeune âge, les propositions du groupe en matière de contenus et de divertissement dépassent le simple acte de consommation et constituent de réelles contributions sociétales. Vivendi exerce de ce fait une réelle influence qui implique une grande responsabilité.

Parce qu'il est présent dans le monde entier, le groupe Vivendi est littéralement au cœur de toutes les cultures et de toutes les créations. Ainsi, notre ambition est d'œuvrer pour que nos publics puissent accéder à des contenus variés qui nourrissent la curiosité, incarnent une société ouverte et diverse et créent des liens forts entre les gens. Car la culture et la création sont indispensables à l'épanouissement de la société.

Ces engagements, intégrés à la stratégie et à la gouvernance de Vivendi, continuent de renforcer notre volonté d'allier responsabilité sociétale et création de valeur pour notre groupe et pour ses parties prenantes.

Ce rapport, notre Communication sur le Progrès, présente les actions et initiatives plus récentes et confirme notre détermination à mettre en œuvre les principes du Pacte mondial des Nations unies en cohérence avec les fondamentaux de nos métiers.

Paris, le 26 juillet 2019

Arnaud de Puyfontaine  
Président du Directoire - CEO  
Vivendi

## UN GROUPE INDUSTRIEL INTÉGRÉ DANS LES CONTENUS, LES MEDIAS ET LA COMMUNICATION

Vivendi travaille depuis 2014 à la construction d'un groupe européen d'envergure mondiale dans les contenus, les médias et la communication. Désormais, les différentes entités de Vivendi travaillent pleinement ensemble, évoluant au sein d'un groupe industriel intégré et créant ainsi plus de valeur.

### Nos métiers

Vivendi est présent sur toute la chaîne de valeur qui va de la découverte des talents à la création, l'édition et la distribution de contenus.



Dans la création de contenus, le groupe détient des actifs puissants et complémentaires dans la **musique** (Universal Music Group), les **séries et films** (Groupe Canal+), l'**édition** (Editis) et les **jeux vidéo mobiles** (Gameloft), qui sont aujourd'hui les contenus de divertissement les plus consommés dans le monde.

Dans la **distribution**, ensuite : Vivendi a acquis et repositionné Dailymotion pour doter ses contenus d'une nouvelle vitrine numérique. Le Groupe s'est également rapproché de plusieurs opérateurs télécoms et plateformes afin d'élargir au maximum ses réseaux de distribution.

Dans la **communication**, Havas dispose d'une expertise créative unique dans la valorisation des contenus gratuits et dans les formats courts, de plus en plus utilisés sur mobile.

Par ailleurs, dans le **spectacle vivant**, la **valorisation de franchises** et la **billetterie**, Vivendi explore de nouvelles activités complémentaires de ses métiers, fédérées sous Vivendi Village.

#### FOCUS

#### Précision de périmètre

Cette Communication sur le progrès présente les actions menées, au cours de l'année 2018, par le siège de Vivendi et par Universal Music Group, Groupe Canal+, Gameloft, Vivendi Village, Dailymotion et Havas. Editis, dont l'acquisition a été finalisée en janvier 2019, sera inclus dans le périmètre de reporting RSE à partir de 2019.

### UN POSITIONNEMENT INNOVANT EN MATIERE DE RSE

Vivendi, grâce à ses différentes filiales, se présente comme un acteur unique dans l'industrie de la création :

- un acteur qui favorise l'accès à la culture au plus grand nombre ;
- un acteur engagé au service des cultures européennes, francophones et locales ;
- un acteur responsable et engagé, attentif à tous ses publics, notamment les jeunes, en leur proposant également une aide pour accéder à ses nouveaux métiers.

La responsabilité sociétale de Vivendi relève ainsi de trois engagements stratégiques directement liés aux activités du groupe :



#### Soutenir la création et révéler les cultures

Avec ses différentes filiales et ses implantations dans le monde entier, Vivendi est littéralement au cœur de toutes les cultures et de toutes les créations. Repérer et accompagner les talents, les soutenir, leur permettre de s'épanouir et de se faire connaître dans leur pays et à l'international, relève à la fois de son cœur de métier et de sa participation active au développement de la société du 21<sup>e</sup> siècle.



#### Promouvoir la diversité et l'inclusion dans nos métiers

Promouvoir la diversité, soutenir l'égalité des chances et l'inclusion constituent un axe de développement fort pour Vivendi. Vivendi construit sa politique de diversité et d'égalité des chances selon trois piliers essentiels : ses contenus, ses talents externes et internes, ses projets sociétaux, pour une plus grande performance business et une meilleure inclusion.



#### Proposer des contenus ambitieux et créateurs de sens

Les entreprises de médias, de contenus et de communication occupent une position centrale dans la société en raison de l'impact et de l'influence de leurs contenus. À ce titre, Vivendi a une responsabilité particulière quant à la qualité de ses contenus et à l'impact des représentations qu'ils véhiculent. Par ailleurs, conscient des retombées de ses créations, le groupe entend leur donner du sens par les histoires qu'elles racontent et les messages qu'elles véhiculent, pour qu'elles reflètent et accompagnent les mutations de la société.

Par ailleurs, Vivendi qui est un groupe intégré de médias, de contenus et de divertissement à l'ADN européen et à vocation mondiale, poursuit son engagement dans trois domaines :

### **Faire des femmes et des hommes la première force de l'entreprise**

Vivendi est conscient que la réussite du groupe est directement liée à l'engagement des femmes et des hommes qui le constituent. Aussi, le groupe met tout en œuvre pour attirer, accompagner et développer les talents. Pour cela, il est attentif à proposer à l'ensemble de ses collaborateurs un environnement propice à leur développement professionnel et à préserver leur qualité de vie, et ce dans une perspective de long terme.

### **Agir pour l'environnement**

La protection de l'environnement est un engagement fort de la démarche responsable de Vivendi. Alors même que les activités du groupe sont relativement peu génératrices d'externalités négatives, Vivendi est conscient de la nécessité de maîtriser et réduire son empreinte sur les différents territoires d'implantation de ses filiales. Mieux évaluer les impacts environnementaux et maîtriser et réduire les consommations énergétiques directes et indirectes sont les deux grands thèmes autour desquels s'articule la politique environnementale du groupe et à partir desquelles se déclinent les différentes stratégies déployées par les filiales.

### **Participer au développement local**

Vivendi contribue au développement des territoires dans lesquels il exerce une activité, non seulement en matière d'emplois, mais aussi de rayonnement culturel ou de partage de compétences. Qu'il s'agisse d'accompagner les talents artistiques et de collaborer avec les producteurs locaux, d'investir dans des infrastructures, ou encore d'aider à la montée en compétences des professionnels de la création, le groupe joue un rôle important dans le développement de l'écosystème créatif local.

Ces six engagements, associés au programme de conformité du groupe, constituent le cadre de la performance extra-financière de Vivendi.

### Des engagements stratégiques qui relèvent des droits humains

Conscient de l'influence humaine et culturelle que le groupe exerce sur des millions de clients et de citoyens, Vivendi s'est attaché à définir sa contribution spécifique au respect des droits humains en lien direct avec son activité de production et de distribution de contenus.

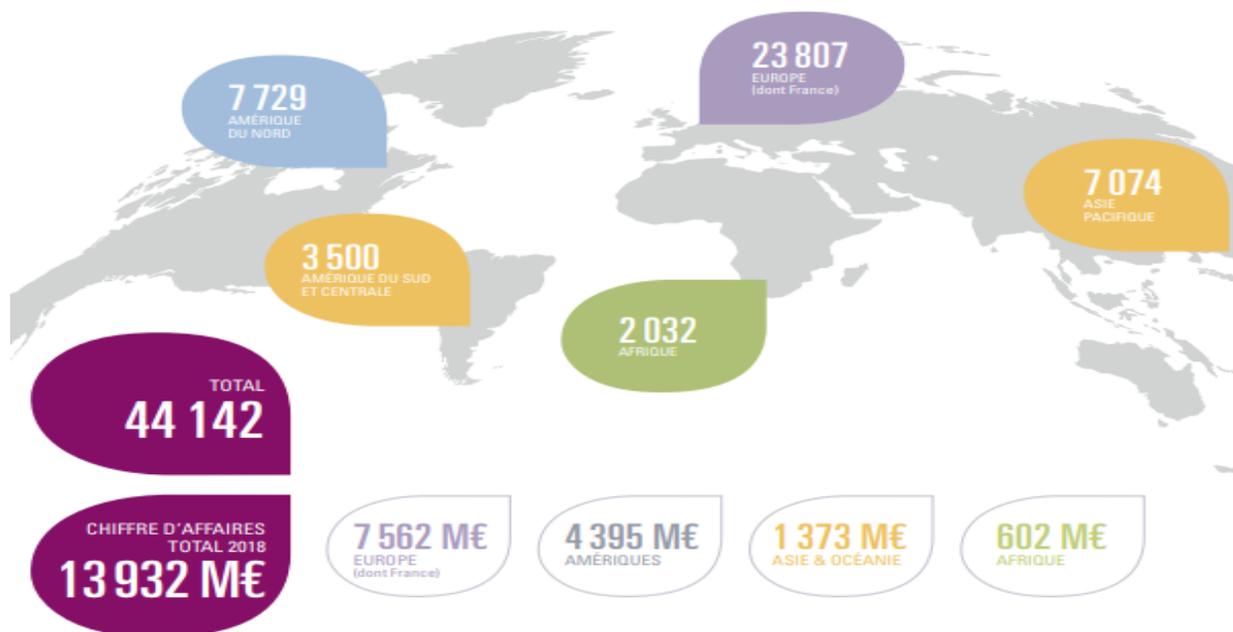
Cette contribution est étroitement liée aux engagements stratégiques du groupe. Le soutien à la création, l'engagement d'être un acteur culturel responsable, la promotion de la diversité et inclusion relèvent bien en effet des droits humains mis en avant dans de nombreux textes internationaux, tels :

- la Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle
- les Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits humains,
- l'agenda des Objectifs de développement durable à l'horizon 2030.

En mettant un coup de projecteur sur le champ de responsabilité propre au secteur des médias et aux droits humains qui s'y rattachent, Vivendi met en effet en pratique les principes du Pacte mondial qui, dans son préambule, invite les entreprises à agir en faveur des droits humains « dans leur sphère d'influence ».

## VIVENDI EN CHIFFRES CLÉS

### Chiffre d'affaires et effectif par zone géographique



### CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITÉ

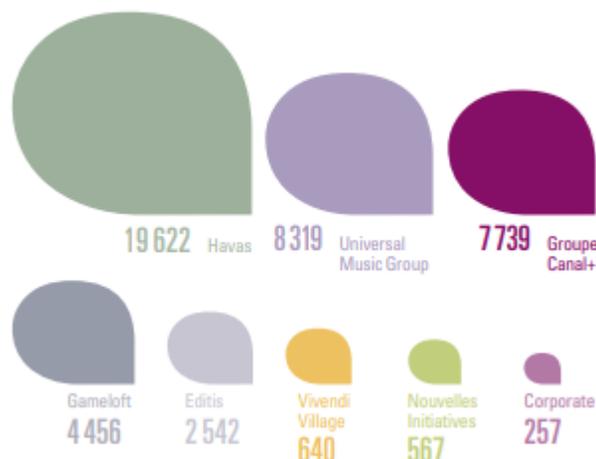
Exercices clos au 31 décembre – en millions d'euros

	2018	2017
▶ Universal Music Group	6 023	5 673
▶ Groupe Canal+	5 166	5 198
▶ Havas (1)	2 319	1 211
▶ Gameloft	293	320
▶ Vivendi Village	123	109
▶ Nouvelles Initiatives	66	51
▶ Éliminations des opérations intersegment	(58)	(44)
<b>TOTAL</b>	<b>13 932</b>	<b>12 518</b>

(1) Consolidée depuis le 3 juillet 2017.

### EFFECTIF PAR ACTIVITÉ (\*)

44 142



(\*) Y compris Editis, intégré le 31 janvier 2019.

## VIVENDI EN CHIFFRES CLÉS

### Le partage de la valeur produite

<b>2538 M€</b>	Traitements et salaires
<b>568 M€</b>	Dividendes globaux versés aux actionnaires
<b>9250 M€</b>	Sommes distribuées aux fournisseurs, prestataires de services et artistes
<b>917 M€</b>	Impôts et charges sociales

### Les investissements dans les contenus

**Plus de  
2,7 Mds€**

Les investissements bruts de contenus regroupent notamment les droits de diffusion de films, de programmes télévisés et d'événements sportifs de Groupe Canal+ et les avances versées par Universal Music Group aux artistes.

### L'engagement solidaire

En 2018, les filiales de Vivendi ont consacré plus de **8,7 millions d'euros** au titre de fondations d'entreprise, programmes de solidarité, actions de partenariat, mécénat et soutien pro bono. Par ailleurs, le groupe Havas a réalisé 143 campagnes pro bono en 2018.

## Présentation du groupe et de la politique RSE

### RSE ET CRÉATION DE VALEUR

Dès 2003, la volonté de Vivendi de lier RSE et création de valeur s'est traduite par le choix d'engagements RSE directement liés à ses activités de producteur et de distributeur de contenus et services. Conscient de l'intérêt de cette démarche pour ses parties prenantes, Vivendi a adhéré à la vision du reporting intégré consistant à traduire sur le long terme la performance globale de l'entreprise (financière et extra-financière) et à donner des éléments de lecture sur la stratégie et les opportunités créatrices de valeur. En matière de reporting intégré, Vivendi s'est orienté vers une démarche en propre tenant compte de la spécificité de ses activités et de son positionnement innovant en matière de RSE.

Ce travail va se poursuivre courant 2019, année qui marque la définition des indicateurs clés de création de valeur au niveau du groupe et de l'ensemble des filiales.



Groupe Canal+ : un savoir-faire original par-delà les frontières

#### NOS MÉTIERS

**Métiers de la création, de la négociation**  
Attractivité, engagement, passion, coup de narration : la fiction, les documentaires et proposer les bons contenus pour le

**Exploitation dans la durée**  
Expérience, innovation, catalogue, fiabilité du patrimoine audiovisuel

**Métiers de la distribution**  
Compétences, marketing analytique, efficacité de distribution

**Technologie et data**  
Satellite, TNT, multi-plateforme, agilité, protection, recommandations client, mobiles, OTT, performance des signaux diversifiés, apporter la fibre en Afrique

**Partenariats et développement**  
Déploiement en propre via appui de filiales

**Infrastructures technologiques et adaptés du business**

#### NOS TALENTS

**Acteurs, chanteurs, humoristes, journalistes, animateurs, développeurs**  
Détention, actions, financement

**Un savoir-faire en contenus originaux**  
Concepts éditoriaux, marque de fabrique de films, de documentaires et dans le fr

**La Talent Factory Canal+**  
Accompagnement, exploitation du talent tout au long de la vie de l'œuvre

#### Gameloft : le gaming pour tous

##### LE MÉTIER

**Réservoir de talents créatifs**  
Détection des talents, éducation, formation, diversité culturelle dans les studios

**Diversité des sources d'inspiration : Gameloft au cœur de la tendance**  
Processus d'innovation, écoute des tendances, catalogue, IP/jeux sous licence

**Territoires et écosystèmes**  
Attractivité du gaming, dynamisation des territoires, engagement local

**Expertise technique et technologique**  
Formation, développement de l'expertise, programmation, marketing analytique, qualité des développeurs

**Technologie et data**  
Collecte et valorisation de la donnée, protection des utilisateurs, optimisation des jeux vidéo

**Partenariats de distribution**  
App stores, opérateurs, constructeurs, jeux intégrés

Contenu original, culturellement adapté



**CRÉATION DE VALEUR**



Excellence technologique et business model innovant



##### LES JOUEURS ET LES PUBLICS

**Valorisation des cultures, imaginaire collectif**  
Conscience et pertinence culturelle, histoire et patrimoine, sensibilité, licences

**Proposition de contenu adapté pour tous**  
Famille, jeunesse, sociabilité, valeurs véhiculées, contenu approprié, technologie protectrice

**Forte attente de divertissement**  
Temps libre, place du jeu vidéo, de la musique et de l'audiovisuel, société de loisir, e-sport, jeux vidéo accessibles sur tous supports

**Multiplicité des usages**  
Numérique, interactivité, jeux en réseau, mobilité des jeux et des supports

**Infrastructures et supports**  
Collecte et valorisation de la donnée, protection des utilisateurs, optimisation des jeux vidéo

**Offre commerciale freemium**  
App stores, opérateurs, constructeurs, jeux intégrés

*Pour plus d'information, consulter l'intégralité de la présentation de la démarche dans le Document de Référence 2018, pp. 16-23*

## REPORTING, RÉFÉRENTIELS ET VÉRIFICATION EXTERNE

Vivendi a bâti un reporting extra-financier qui affiche clairement, auprès de ses parties prenantes, le positionnement, les opportunités et les risques RSE du groupe. L'intégration d'indicateurs liés aux engagements stratégiques RSE constitue une démarche innovante dans le secteur des médias.



Rapport des Commissaires aux comptes : voir DDR 2018, pp. 93-95.

Pour répondre aux exigences de la **directive européenne sur la publication d'informations extra-financières**, Vivendi a effectué, en 2018, une mise à jour de son protocole de reporting pour encore mieux adresser la pertinence de ses enjeux de responsabilité et affiner la mesure des actions menées. Par ailleurs, le groupe a finalisé en 2018 l'intégration des entités de Havas dans le périmètre extra-financier, en prenant en compte des indicateurs spécifiques au secteur de la communication et de la publicité.

Le protocole intègre les principes du **Pacte mondial** ainsi que le **supplément sectoriel médias** de la **Global Reporting Initiative**, auquel Vivendi a activement contribué.

La Direction RSE et Compliance s'appuie sur un réseau de correspondants désignés pour relayer les bonnes pratiques mais également coordonner la remontée des informations extra-financières dans chacune des filiales du groupe. Chaque année, les données sont collectées à l'aide de dispositifs de reporting à l'échelle du groupe, alimentés par environ 350 contributeurs.

### FOCUS

#### Communication sur le progrès et vérification externe

Les informations présentées dans les pages suivantes sont extraites du [Document de référence 2018](#) (DDR 2018) de Vivendi et ont, à ce titre, fait l'objet de vérification par les Commissaires au compte du groupe. Les renvois vers les pages du Document de référence sont indiqués sous chacun des 21 critères requis par le niveau « COP Advanced ».

# IMPLANTER LES DIX PRINCIPES DANS LA STRATÉGIE ET LES OPERATIONS

Vivendi a signé le Pacte mondial des Nations unies en mars 2008, cinq ans après avoir défini ses engagements stratégiques liés à son activité de producteur et distributeur de contenus. Le groupe a ainsi identifié les droits humains qui relèvent de son cœur d'activité et ceux qui sont inhérents à son statut d'entreprise cotée d'envergure mondiale. Cette conception innovante des enjeux de développement durable fait de Vivendi l'un des pionniers de la RSE dans le secteur des médias et des industries culturelles.

## CRITERE 1 La COP décrit l'intégration des principes dans les fonctions stratégiques et les unités opérationnelles

- ✓ *Donner la responsabilité exécutive de la stratégie de développement durable aux fonctions pertinentes (achats, affaires publiques, ressources humaines, juridique etc.), en s'assurant qu'aucune fonction ne soit en conflit avec les engagements et des objectifs de développement durable.*
- ✓ *Aligner les stratégies, objectifs, et formes d'incitation de toutes les filiales et unités opérationnelles avec la stratégie de développement durable.*
- ✓ *Concevoir une stratégie pour multiplier les synergies entre et parmi les domaines clés et pour gérer les compromis.*
- ✓ *S'assurer que les différentes fonctions de l'entreprise se coordonnent étroitement pour maximiser la performance et éviter les impacts négatifs non désirés.*
- *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- *Attribuer la responsabilité en matière de développement durable à un individu ou un groupe dans chaque unité ou filiale.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

**La Direction de la Responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) et de la Compliance de Vivendi est rattachée au Secrétaire général, membre du Directoire.** Conformément à son Règlement intérieur, le Conseil de surveillance examine régulièrement la politique de responsabilité sociétale du groupe (voir Critère 20).

La Direction RSE et Compliance définit les orientations stratégiques de la politique de responsabilité sociétale et assure des missions transverses pour ancrer davantage les enjeux liés à la performance extra-financière dans les décisions et dans les métiers du groupe, ceci afin de définir une performance globale. Elle pilote le déploiement de la politique RSE du groupe et des dix Principes du Pacte mondial en mobilisant les collaborateurs de l'entreprise.

La Direction RSE et Compliance assure des missions transverses :

- elle conduit la démarche de **mesure de la création de valeur** en coopération avec un **Comité de pilotage** composé de membres du Directoire et des directions fonctionnelles du groupe (finance, juridique, fusions-acquisitions, ressources humaines) ;
- elle déploie le « Programme de vigilance », actuellement en cours de refonte, ainsi que le dispositif anticorruption ; à ce titre, elle participe au Comité des risques piloté par la **Direction de l'audit et des risques** ainsi qu'au **Comité compliance** ;
- au sein du groupe, elle mène des échanges réguliers et constructifs avec les **directions fonctionnelles** du siège et des filiales (RSE, juridique, finance, ressources humaines, achats) pour mettre en œuvre la politique de responsabilité sociétale ;
- elle veille aux bonnes relations du groupe avec ses parties prenantes externes : citoyens, associations, investisseurs ;
- elle peut être amenée à participer, avec la **Direction des relations investisseurs**, à des réunions de présentation dédiées à la démarche de responsabilité du groupe.

Dès 2010, le Conseil de surveillance a inclus, dans la rémunération variable des dirigeants, des **critères liés aux engagements RSE stratégiques** communs à toutes les filiales et en rapport avec leur activité. Il a demandé que les critères établis pour chaque métier relèvent de leur savoir-faire et de leur positionnement. Le Comité de gouvernance, nomination et rémunération, au sein du Conseil de surveillance, évalue les critères de responsabilité sociétale et détermine les éléments de la part variable des rémunérations correspondantes. Pour 2019, les critères reposent sur le développement des actions intégrant les enjeux sociétaux du groupe.

### FOCUS

#### Les travaux du Comité RSE

Créé en 2017, le Comité RSE a pour mission de préparer les décisions du Conseil, de lui faire des recommandations ou d'émettre des avis sur les enjeux sociaux et environnementaux du groupe, le dialogue social, l'engagement des collaborateurs et les projets sociétaux. Le Comité RSE s'est donné pour mission d'établir un dialogue régulier avec les représentants du personnel et de sensibiliser les collaborateurs du groupe aux sujets qui touchent à l'intérêt social de l'entreprise. Il propose des axes d'amélioration pour le groupe sur les thématiques de responsabilité sociétale ; en 2018, ses travaux ont porté sur la diversité et l'égalité des chances.

## CRITERE

### 2 La COP décrit la mise en œuvre dans la chaîne de valeur

- ✓ *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- ✓ *Analyse attentive de chaque segment de la chaîne de valeur, en amont et aval, en dressant la carte de risques, opportunités et impacts.*
- ✓ *Communiquer les politiques et attentes envers les fournisseurs et les autres partenaires professionnels.*
  - *Mettre en œuvre des mécanismes de surveillance et d'assurance (audits, contrôles) pour la conformité des pratiques dans la sphère d'influence de l'entreprise.*
  - *Sensibilisation, formation et autres types de renforcement des compétences avec les fournisseurs et autres partenaires professionnels.*
  - *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

Vivendi a mis en place un **dispositif relatif au devoir de vigilance**. Ce dispositif s'appuie sur le référentiel de règles issu du Programme de vigilance en cours de révision et prend en compte la réglementation relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre.

Il s'adresse à l'ensemble des filiales du groupe et s'articule autour d'un ensemble de mesures raisonnables visant à identifier et à prévenir les risques et atteintes graves envers les droits humains, les libertés fondamentales, la santé et la sécurité des personnes de l'environnement, dans le cadre des activités du groupe et de celles de ses fournisseurs et sous-traitants.

Le dispositif relatif au devoir de vigilance relève du **Comité compliance** qui s'assure de la bonne adéquation des mesures avec les risques identifiés et de leur application vis-à-vis des différentes parties prenantes du groupe. La Direction RSE & Compliance met en œuvre les mesures qui s'inscrivent dans le cadre de la vigilance des activités du groupe en lien avec les référents RSE dans les filiales. Les mesures de vigilance à l'égard des partenaires commerciaux sont conduites sous la responsabilité des Directions achats au sein des filiales.

En 2018, une **revue de la chaîne fournisseurs et sous-traitants** a été menée en lien avec les Directions achats des filiales et a permis d'obtenir un état des lieux détaillé des enjeux relatifs à la politique achats du groupe.

Cette revue a concerné le périmètre et les process achats existants, l'analyse et l'évaluation des données collectées et la définition de plans d'actions. Elle a porté sur la chaîne d'approvisionnement dans sa globalité, à l'exception de celle d'UMG qui est déjà encadrée par les procédures définies dans le Supplier Vigilance Program (cf. ci-après « Global Vendor Management Officer » d'UMG).

Le recensement et la centralisation des données clés pour chaque grande famille ou catégorie d'achats (le montant des dépenses totales engagées, le nombre de fournisseurs concernés, les procédures mises en place au sein de la chaîne d'approvisionnement) ont permis d'établir un premier bilan et d'identifier les points de vigilance suivants : le périmètre des achats de contenus ; l'application des mesures de vigilance aux achats d'espace ; le renforcement des mesures de vigilance pour les achats d'équipements électroniques.

En 2019, l'accent sera porté sur ces différents points qui seront présentés au Comité des risques ainsi que les plans d'action associés qui seront déclinés au sein des entités opérationnelles afin de progresser dans la maîtrise des risques au sein de la chaîne fournisseurs. Ils seront articulés autour de quatre axes principaux : la mise en cohérence des politiques achats au sein des entités ; la mise à jour des clauses de conformité dans les contrats d'achats et de prestations ; la mise en place d'un outil d'évaluation des fournisseurs et des sous-traitants ; la définition d'indicateurs de suivi.

Ces plans d'actions soutiendront également une sensibilisation des partenaires commerciaux sur la politique de conformité du groupe.

S'agissant plus particulièrement d'UMG, un *Global Vendor Management Office* (VMO) est en charge au sein d'UMG de la politique achats à destination des fournisseurs et sous-traitants. Une *CSR Policy* rappelle les enjeux RSE du groupe et le **Supplier Vigilance Program** prévoit des réunions régulières entre le VMO et Bravado, la filiale responsable des activités de Merchandising.

En 2018, le VMO d'UMG a mené une évaluation sur **102** fournisseurs de premier niveau, soit une augmentation de **40 %** par rapport à l'année précédente.

## POLITIQUES ET PROCÉDURES CONCERNANT LES DROITS HUMAINS

### CRITERE

#### 3 La COP décrit des engagements, stratégies et politiques précis dans le domaine des droits humains

- ✓ *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- ✓ *Engagement de se conformer à toutes les lois en vigueur et de respecter les droits humains internationalement reconnus, partout où l'entreprise opère (Déclaration universelle des droits humains etc.).*
- ✓ *Déclaration d'engagement intégrée ou séparée pour le respect et le soutien des droits humains, approuvée au plus haut niveau de l'entreprise.*
  - *Déclaration d'engagement stipulant les attentes concernant les droits humains envers le personnel et autres parties prenantes directement liés aux opérations, produits ou services.*
  - *Déclaration d'engagement disponible publiquement, communiquée en interne et externe à tout le personnel, les partenaires professionnels ou autres parties prenantes.*
  - *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

En formalisant le champ de responsabilité du secteur des médias et des industries culturelles, Vivendi a défini ses engagements stratégiques RSE en lien direct avec son cœur d'activité et en les rattachant aux droits humains (voir page 5 de cette Communication sur le progrès). Vivendi met ainsi en pratique le **préambule du Pacte mondial de l'ONU** qui invite les entreprises à agir en faveur des droits humains « dans leur sphère d'influence ».

L'engagement de Vivendi en matière de droits humains est formulé dans le Document de référence 2018, un document qui engage la responsabilité du groupe vis-à-vis de ses parties prenantes et qui est publié sous la responsabilité du **Président du Directoire**.

Le « **Programme de vigilance** » (actuellement en cours de refonte) de Vivendi, qui en définit les règles de conduite, formalise également les engagements du groupe notamment en matière de **droits des salariés**. Le respect de ces règles est une condition d'appartenance à Vivendi. Dans le cadre de la refonte de ce Programme initiée en 2018, une consultation élargie aux parties prenantes du groupe sera mise en place afin d'intégrer les enjeux relatifs aux droits humains et aux libertés fondamentales ainsi qu'aux enjeux de santé, de sécurité des personnes et à l'environnement.

Le nouveau Code éthique groupe invite par ailleurs les filiales à décliner leurs propres règles déontologiques en fonction de leur secteur d'activité. Un travail d'harmonisation sera mené pour vérifier que les principes énoncés dans ces documents internes sont en cohérence avec le Code éthique groupe.

## CRITERE

### 4

## La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes des droits humains

- ✓ *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- *«Due diligence» continue qui inclut l'évaluation des impacts réels et potentiels sur les droits humains.*
- ✓ *Sensibilisation interne et formation sur les droits humains pour la direction et les employés.*
- ✓ *Processus ou programmes pour soutenir les droits humains par : le cœur de métier; investissement stratégique/philanthropique/social; engagement public; partenariats et/ou d'autres formes d'action collective.*
- *Processus pour s'assurer que les droits humains internationaux sont respectés.*
- *Mécanismes de plainte au niveau opérationnel pour les parties prenantes potentiellement impactées par les activités de l'entreprise.*
- *Attribution des responsabilités pour traiter efficacement les impacts sur les droits humains.*
- *Processus de prise de décision en interne, budget et surveillance pour répondre efficacement aux impacts sur les droits humains.*
- *Processus pour fournir ou coopérer dans la résolution d'impacts négatifs sur les droits humains que l'entreprise a causés ou auxquels elle a contribué.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

## Vigilance et évaluation des impacts

Le rattachement des engagements RSE stratégiques aux droits humains permet au groupe d'inscrire cette vigilance dans sa gouvernance (reporting extra-financier, travaux de vérification des informations de la part des commissaires aux comptes, inclusion de ces enjeux dans la rémunération variable des dirigeants, cartographie des risques extra-financiers) et sa stratégie.

Le dispositif relatif au devoir de vigilance (voir p.12 de la présente Communication sur le progrès) s'articule autour d'un ensemble de mesures raisonnables visant notamment à identifier et à prévenir les risques et atteintes graves envers les droits humains et les libertés fondamentales, dans le cadre des activités du groupe et de celles de ses fournisseurs et sous-traitants.

Le dispositif relève du **Comité compliance**, mis en place par le Directoire au cours du 4e trimestre 2018. Le Comité compliance s'assure de la bonne adéquation des mesures avec les risques identifiés et de leur application vis-à-vis des différentes parties prenantes du groupe. La Direction RSE & Compliance met en œuvre les mesures qui s'inscrivent dans le cadre de la vigilance des activités du groupe en lien avec les référents RSE dans les filiales. Le Comité d'audit et le Comité des risques sont associés au contrôle du déploiement du dispositif relatif au devoir de vigilance. La cellule Audit compliance est impliquée dans la revue de la bonne application des mesures prévues par le dispositif.

La réalisation, en 2018, de **l'évaluation des risques liés au devoir de vigilance** a tenu compte de deux approches: une évaluation des risques liés aux activités du groupe qui a été menée dans le cadre des travaux relatifs aux risques extra-financiers, et une évaluation de la chaîne des fournisseurs et des sous-traitants qui a été conduite sur la base d'une analyse en lien avec les Directions achats au sein des entités.

L'analyse des risques liés aux activités du groupe tient compte de l'approche de Vivendi en matière de droits humains. Le groupe a en effet défini sa contribution au respect des droits humains en lien avec son activité de production et de diffusion de contenus.

**Véritable outil de pilotage, le reporting extra-financier** permet enfin d'impliquer les directions opérationnelles et les filiales du groupe dans l'évaluation des impacts des activités du groupe sur les droits humains à l'occasion de la mise à jour annuelle du Protocole de reporting et de la vérification des informations remontées.

### **Soutenir les droits humains au cœur de nos métiers**

Conscientes de l'influence que le groupe peut exercer sur ses clients directement par son offre de contenus et de services ou indirectement par ses relations d'affaires avec des partenaires commerciaux externes, les filiales ont adopté des **politiques** et des **procédures** visant à limiter les impacts négatifs potentiels et à promouvoir les droits humains dans leur cœur de métier.

### ***Soutenir la création et révéler les cultures, au cœur de l'activité du groupe***

**Encourager la diversité dans les répertoires musicaux, les expressions cinématographiques et les jeux vidéo, promouvoir les talents et valoriser les patrimoines culturels à l'ère numérique** sont des objectifs partagés par les métiers de Vivendi. Le groupe accompagne les jeunes réalisateurs mais également les scénaristes, auteurs ou compositeurs qu'il soutient dans leur démarche créative à travers diverses résidences d'écriture et programmes incubateurs de talents. Par ailleurs, le groupe se démarque sur la scène internationale par ses productions locales qui participent au rayonnement des cultures des pays où le groupe est implanté.

### Des structures et des process dédiés

- **Une protection des droits de l'enfant adaptée à l'univers numérique:** Vivendi continue de contribuer à l'**Alliance to Better Protect Minors Online**, une initiative de la Commission européenne qui associe les entreprises de médias et télécom et les ONG en charge de la protection de l'enfance (voir Critère 18). Les filiales ont par ailleurs poursuivi le déploiement de politiques visant à doter les parents d'**outils de contrôle parental** (Groupe Canal+, Dailymotion), à **classifier les contenus par âge** (Gameloft, Groupe Canal+, Universal Music Group, See Tickets) et à exercer la plus grande vigilance quant à la collecte des données personnelles.

Gameloft assure une information claire et lisible sur la présence de contenus publicitaires et d'achats intégrés dans ses jeux conformément aux lignes directrices des stores digitaux et aux réglementations locales applicables. Chaque jeu est développé conformément à des **advertising guidelines** qui détaillent les règles permettant de s'assurer que les messages publicitaires insérés dans les jeux, notamment lorsque ceux-ci s'adressent principalement à des enfants et adolescents, n'affichent ou ne renvoient en aucun cas vers un contenu qui leur serait préjudiciable. La vigilance sur le respect de ces lignes directrices est assurée par le *product manager* en lien avec la Direction juridique qui intervient sur toutes les étapes de développement du jeu, dès la conception jusqu'à la mise sur le marché.

Dailymotion met à la disposition des internautes, conformément à la réglementation, un dispositif facilement accessible et visible permettant de **signaler tout contenu illicite** et collabore étroitement avec l'Office central de lutte contre la criminalité liée aux technologies de l'information et de la communication (OCLCTIC) et sa plateforme Pharos dédiée à la lutte contre la cybercriminalité.

Le groupe a progressivement renforcé son dispositif de signalement en enrichissant le formulaire de nouvelles catégories au gré des évolutions de son interface en 2017 et 2018. Il a incorporé deux nouvelles occurrences, l'une permettant de signaler tout contenu haineux (incitation à la haine raciale/ antisémitisme/haine anti-LGBT+), la seconde, toute « fausse nouvelle » présentant un traitement biaisé de l'information. Dailymotion est la **première plateforme européenne d'hébergement de vidéos à déployer un outil de signalement des fake news**.

Dailymotion s'engage à fournir les meilleurs efforts pour retirer tout contenu terroriste et pédopornographique en moins d'une heure après signalement et tout autre contenu manifestement illicite en **moins de deux heures**. Il est doté d'une équipe dédiée au support et à la modération mobilisée 24 heures sur 24 et qui s'attache à traiter l'intégralité des signalements reçus.

Pour répondre aux préoccupations croissantes des internautes, Dailymotion a également signé, en 2018, le **Code de conduite européen contre la haine en ligne** à destination des entreprises du numérique, visant à renforcer la mise en œuvre de bonnes pratiques en matière de lutte contre les propos haineux sur Internet

- **Le respect du pluralisme des contenus** : dès 2008, la **Charte éthique** de Groupe Canal+ rappelait le respect des principes de déontologie de l'information. En application de la loi n° 2016-1524 du 14 novembre 2016 (dite loi Bloche) visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias, Groupe Canal+ a pris les deux dispositions suivantes, correspondant aux deux volets principaux de ladite loi :
  - un **Comité d'éthique** relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes a été institué au niveau du groupe par nomination de ses membres par le Conseil de surveillance de Groupe Canal+ en septembre 2017; initialement constitué de quatre membres, le Comité s'est élargi à un cinquième membre en novembre 2018. Le Comité a été saisi une fois au cours de l'année 2018. Son bilan annuel au titre de cette année a été rendu public en février 2019 sur le site du groupe;
  - une **Charte déontologique**, rédigée conjointement et signée par la Direction et les représentants des journalistes, précise les règles déontologiques nécessaires à l'élaboration d'une information indépendante, fiable, crédible et rigoureuse. Signée par la Direction et le président de la société des rédacteurs de CNews en décembre 2017, elle a été adoptée pour les autres antennes du groupe en 2018.
- **Le respect et la promotion de la diversité & inclusion dans les contenus** : en 2018, l'organisation du **Comité Diversité de Groupe Canal+** a été revue afin de rendre son action plus efficiente. En 2018 a également nommé une nouvelle référente Diversité, également en charge des questions liées à la diversité et à l'inclusion au sein du groupe Vivendi. Ce Comité est composé de directeurs des chaînes et de directeurs des antennes concernées par les engagements pris auprès du CSA, mais aussi de la Directrice de la Création Originale et de la Directrice des documentaires du groupe, de la Directrice des affaires réglementaires et du Directeur du développement RH. Le Comité Diversité **veille à une représentation équilibrée et non stéréotypée des diversités sur les antennes des chaînes**, élabore les engagements annuels et les bilans remis au CSA, et étudie les projets de programmes axés sur les thématiques d'inclusion et d'égalité des chances.

De son côté BETC, agence du groupe Havas et signataire d'une charte initiée par le CSA et l'UDA (Union des annonceurs) contre les stéréotypes sexistes dans les publicités, participe à l'initiative **Free the Bid** au travers de laquelle elle s'engage à proposer au moins une réalisatrice lorsqu'elle met en compétition plusieurs réalisateurs/trices pour un client. Enfin, l'agence travaille avec l'AACC (l'Association des agences conseil en communication) pour un plan d'action, avec toutes les agences membres, concernant la représentation équilibrée et non stéréotypée des diversités dans les contenus.

- **La protection des données personnelles:** consciente de l'importance de cet enjeu pour le groupe, la Direction générale de Vivendi a engagé toutes les filiales dès 2017 dans un programme de mise en conformité au Règlement européen sur la protection des données personnelles (RGPD) placé sous la responsabilité du Secrétaire général du groupe, coordonné par son **Chief Data Officer** et relayé dans les filiales par les **Data Protection Officers**. Un **Comité « Data Protection »**, placé sous la responsabilité du Secrétaire général du groupe, en charge de poser les bases d'une gouvernance élargie en matière de données, avec pour objectifs de piloter la conformité Privacy et Sécurité, ainsi que de supporter les initiatives Métiers associées. Les **plans d'actions prioritaires** de conformité au RGPD ont été déployés en 2018 dans chacune des entités opérationnelles conformément aux lignes directrices groupe (principes de responsabilité, exercice des droits des personnes, actualisation des contrats, mise à niveau des notices d'information sur nos sites et applications mobiles). De même, les moyens associés ont été renforcés (nomination des DPO et des correspondants en charge des données personnelles).

### *La formation des collaborateurs*

L'enjeu de la protection des données personnelles a été largement pris en compte dans la formation des collaborateurs du groupe. En 2018, des **plateformes de e-learning** proposant des modules de formation sur la protection des données personnelles ont permis de sensibiliser à grande échelle les collaborateurs.

Chez Havas, pour **sensibiliser et former les équipes aux règles déontologiques** et afin de les aider à fournir des prestations au plus près des attentes de la profession et des consommateurs, mais aussi à anticiper les nouveaux défis en matière de communication responsable, différentes initiatives sont mises en œuvre au sein des agences, comme des rencontres en présentiel, une mise à disposition de ressources en ligne ou encore la possibilité de participer à des formations dispensées par les autorités de régulation.

## CRITERE

### 5

## La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux droits humains

- ✓ *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- ✓ *Système pour surveiller l'efficacité et la mise en œuvre des politiques de droits humains, avec des mesures quantitatives et qualitatives, y compris dans la chaîne logistique.*
- *Suivi des retours d'informations internes et externes incluant les parties prenantes affectées.*
- ✓ *Examen de la direction pour contrôler et améliorer les résultats.*
- *Processus pour gérer les incidents que l'entreprise a causés ou auxquels elle a contribué pour les parties prenantes internes et externes.*
- *Mécanismes de plainte légitimes, accessibles, réguliers, équitables, transparents, compatibles avec la loi, sources d'apprentissage continu, basés sur l'engagement et le dialogue.*
- *Résultats de l'intégration des principes relatifs aux droits humains.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

Trois principaux mécanismes de contrôle et d'évaluation sont à l'œuvre au sein de Vivendi :

- Le **reporting extra-financier** permet de surveiller l'efficacité et la mise en œuvre des politiques RSE à l'aide d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs, dont une partie est publiée chaque année dans le Document de référence du groupe après vérification par les Commissaires aux comptes. Vivendi fait figure de pionnier dans le secteur des médias en ayant introduit, dès 2004, des indicateurs liés à l'impact spécifique de son cœur de métier sur les droits humains (voir ci-contre).
- L'**implication du Directoire et du Conseil de surveillance** (voir Critère 20) permet une évaluation de la performance RSE du groupe, et des enjeux liés aux droits humains plus particulièrement, par les plus hautes instances dirigeantes du groupe. Une évaluation régulière des risques en matière de RSE et d'éthique s'effectue dans le cadre du **Comité des risques et du Comité compliance**.
- Le **dialogue avec les parties prenantes** (voir Critère 21) permet d'échanger régulièrement sur les impacts des contenus et des services du groupe sur ses différents publics.

Par ailleurs, Vivendi qui a lancé en 2018 une plateforme d'alerte dans le cadre de la mise en œuvre de ses mesures de lutte contre la corruption a prévu de renforcer en 2019 la procédure d'alerte avec le déploiement d'un **dispositif consacré aux signalements** des cas qui relèvent des engagements du groupe en matière de vigilance.

**FOCUS**

## Exemples d'indicateurs – exercice 2018

- Près de 60% des ventes d'Universal Music Group réalisées par les répertoires locaux dans leur pays
- 34,9 % - montant des investissements marketing et recording d'Universal Music dans les cinq principaux pays, consacrés aux nouveaux talents (artistes qui signent leur premier album) en pourcentage de la totalité des investissements
- Plus de 50% des investissements de contenus hors droits sportifs de Groupe Canal+ consacrés à la production de contenus locaux
- 162 films restaurés et numérisés par Studiocanal
- 109 films d'expression originale française financés par Canal+
- 101 millions d'euros en préachats de films d'expression originale française investis par Canal+
- Sur CNews le nombre de femmes intervenues à l'antenne a augmenté de 5 %, et celui d'expertes, de 15 %
- Plus de 60 sujets et reportages consacrés aux questions de la diversité, de l'inclusion et de l'égalité des chances sur CNews en 2018
- 143 campagnes pro bono réalisées par les agences du Groupe Havas
- 100% des programmes de Canal+ en France sous-titrés pour les personnes sourdes et malentendantes
- 2 interventions du Conseil supérieur de l'audiovisuel à l'encontre de Groupe Canal+
- 2 campagnes de Havas ayant fait l'objet d'intervention des autorités de régulation et d'une demande de retrait

## POLITIQUES ET PROCÉDURES CONCERNANT LES NORMES DU TRAVAIL

### CRITERE

#### 6

### La COP décrit des engagements, stratégies et politiques précis dans le domaine des normes du travail

- *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- *Référence aux conventions internationales pertinentes et à d'autres normes internationales dans les politiques d'entreprises.*
- ✓ *Réflexion sur la pertinence des principes relatifs aux normes du travail pour l'entreprise.*
- ✓ *Politique d'entreprise écrite pour respecter les droits du travail nationaux, les standards internationaux dans les activités internationales, et engager le dialogue avec les représentants d'organisation d'employés.*
- *Intégration de références aux principes contenus dans les normes internationales du travail dans les contrats avec les fournisseurs et autres partenaires professionnels pertinents.*
- *Engagements spécifiques et politiques de ressources humaines alignés avec les priorités de développement national ou les priorités de travail décent dans les pays d'opération.*
- *Participation et leadership dans les efforts plus larges des organisations d'employeurs (niveau international et national) pour relever collectivement les défis concernant les normes du travail dans les pays d'opération, éventuellement dans une approche tripartite (entreprises, syndicats, gouvernements).*
- *Engagement structurel avec un syndicat international, éventuellement via un accord-cadre mondial.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

« 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. » Il s'agit de la **première règle de conduite** du « Programme de vigilance » du groupe (en cours de refonte).

Le Programme affirme ainsi que « 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

Le Groupe est 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 ». Dans le Programme, le groupe rappelle aussi que les **comportements attentatoires à la dignité des personnes**, « notamment le harcèlement moral et sexuel et la 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, sont incompatibles avec la politique sociale que le Groupe entend faire prévaloir ».

Vivendi s'engage à respecter les conventions fondamentales de l'OIT. Dans le domaine du droit du travail, cette adhésion signifie le respect des quatre piliers fondamentaux de l'OIT : **liberté d'association** et reconnaissance du droit à la **négociation collective**, élimination de toute forme de **travail forcé ou obligatoire**, lutte contre le **travail des enfants** et contre la **discrimination** en matière d'emploi et de profession. **Sur ces quatre piliers, deux d'entre eux (liberté d'association et lutte contre les discriminations) concernent plus particulièrement Vivendi :**

- **respect de la liberté d'association et du droit des négociations collectives** : avec ses partenaires sociaux, Vivendi mène une **démarche de dialogue social et de concertation** à tous les échelons. La **totalité des salariés** basés en France métropolitaine et dans l'Outremer sont couverts par des conventions collectives.
- **élimination des discriminations en matière d'emploi** : conformément aux conventions fondamentales de l'OIT et aux dispositions du **Programme de vigilance** de Vivendi, les filiales du groupe s'engagent à accorder une égale opportunité de recrutement, de mobilité, de promotion, de formation, de rémunération à chacun sans aucune distinction de genre, de religion, d'origine, d'âge, d'orientation sexuelle, de situation de vie privée ou de situation de handicap. Ces engagements trouvent en particulier une traduction concrète dans la **politique d'égalité entre les femmes et les hommes**, dans les **politiques de diversité** et de **non-discrimination** et dans les politiques d'**emploi** et d'**insertion** des travailleurs en situation de **handicap** (cf. section 4.4.2.2 du Chapitre 1 du Document de référence 2018).

Par ailleurs, Vivendi interdit toute forme de travail forcé. Le travail des enfants est strictement proscrit au sein du groupe; dans certains cas très spécifiques (tournages cinématographiques, musique, etc.) où des mineurs pourraient être mis à contribution, tous les dispositifs réglementaires sont systématiquement respectés.

## CRITERE

### 7

## La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs au travail

- *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- *Evaluations des risques et impacts concernant les normes du travail.*
- ✓ *Mécanismes de dialogue avec les syndicats pour discuter régulièrement et vérifier les progrès de l'entreprise relatifs aux normes du travail.*
- *Attribution des responsabilités relatives aux normes du travail dans l'organisation.*
- ✓ *Sensibilisation interne et formation sur les normes du travail pour les dirigeants et les employés.*
- *Engagement actif avec les fournisseurs concernant les défis relatifs aux normes du travail.*
- ✓ *Mécanismes de plainte, canaux de communication et autres procédures (par exemple mécanismes de dénonciation) disponibles pour les employés afin de rapporter des préoccupations, faire des suggestions ou demander conseil, conçus pour et fonctionnant en accord avec les représentants des organisations de travailleurs.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

### Un dialogue social décliné à tous les niveaux du groupe

Au niveau du groupe, le dialogue s'organise autour du **Comité de groupe** et de l'**Instance de dialogue social européen** (IDSE). Les partenaires sociaux de ces instances sont régulièrement informés de la stratégie du groupe, de sa situation financière, de sa politique sociale et des principales réalisations de l'exercice. En 2017, Vivendi s'est d'ailleurs engagé à renforcer la communication en signant en ce sens un **avenant à l'accord IDSE**. Au-delà des réunions plénières annuelles des instances au niveau du groupe, plusieurs réunions extraordinaires des bureaux élargis ont été organisées avec le Président du Directoire permettant une meilleure et plus rapide information sur les orientations stratégiques de Vivendi.

Au sein des filiales, le dialogue et la concertation sociale sont organisés selon les règles du droit du travail propres à chaque pays et selon les orientations des politiques de ressources humaines adoptées par chacun des métiers. Il en est de même concernant la politique de rémunération établie dans le respect des principes d'égalité et de non-discrimination et en tenant compte des spécificités de chaque activité et de chaque métier. En France, **46 accords ou avenants** ont été signés ou reconduits en 2018. Parmi eux, de nombreux accords ont été signés dans le cadre de la politique de rémunération, du partage des profits (intéressement, participation), qui reflètent la volonté d'associer les salariés à la performance de leur entreprise (Siège de Vivendi, Groupe Canal+, Canal+ International, Universal Music France, l'Olympia, Havas pour 14 de ses entités France).

### Des représentants des salariés au Conseil de surveillance

Deux salariés de Vivendi siégeaient, au 31 décembre 2018, au Conseil de surveillance du groupe: un **représentant des actionnaires salariés** ainsi qu'un **représentant des salariés**.

### Conditions de santé et de sécurité au travail

La santé et la sécurité au travail sont des sujets de préoccupation traités par l'ensemble du groupe et déclinés par chacun des métiers qui mettent en place des **plans d'actions et des mesures de prévention**. S'agissant de la santé au travail, la méthodologie d'identification des risques se déroule en plusieurs étapes : recherche et évaluation des risques professionnels propres à l'activité ; évaluation du niveau de maîtrise des risques ; détermination des mesures de prévention individuelles et collectives pour supprimer ou réduire chaque risque ; définition d'un programme de management sécurité et santé au travail visant à maîtriser les risques résiduels ou programme de formation.

Le dialogue entre les salariés et la Direction s'instaure au sein de **comités ad hoc (CHSCT en France)** en charge du traitement de ces problématiques et de la publication des documents tels que le Document unique d'évaluation des risques professionnels pour les entités françaises.

Par ailleurs, Vivendi poursuit ses actions préventives sur la **gestion du stress et des risques psychosociaux**. Des cellules d'écoute sont à la disposition de l'ensemble des collaborateurs. Les dispositifs sont spécifiques à chaque entité et couvrent des domaines comme la formation des managers de proximité, la mise en place d'un numéro vert à disposition des salariés ou l'information des IRP (Instances représentatives du personnel) par un médecin spécialiste. Ces services, indépendants de l'entreprise, sont accessibles de manière totalement anonyme, confidentielle et gratuite.

### Promotion des politiques de diversité et de non-discrimination

Conformément aux dispositions du « Programme de vigilance » de Vivendi, les filiales du groupe s'engagent à accorder une égale opportunité de recrutement, de mobilité, de promotion, de formation, de rémunération à chacun sans aucune distinction de genre, de religion, d'origine, d'âge, de situation de vie privée ou de situation de handicap.

Le Programme de vigilance prévoit que, dans chaque filiale, les **Compliance Officers** sont chargés de répondre aux préoccupations des salariés. De plus, dans les filiales américaines et britanniques, un **numéro d'appel** est mis à la disposition des collaborateurs, conformément aux règles en vigueur, pour permettre le signalement (**whistleblowing**) de tout cas de discrimination ou de harcèlement. Ces valeurs sont intégralement reprises dans le **Code of Conduct**, mis en place par Universal Music Group et révisé en 2016, sur lequel la quasi totalité des salariés de la filiale ont été formés.

## Implanter les dix principes dans la stratégie et les opérations

Vivendi est engagé de longue date dans les problématiques de diversité et mène une politique en faveur de l'égalité des chances qui se décline de différentes façons selon ses filiales : **formations** des collaborateurs aux enjeux de la diversité ; mise en œuvre d'**accords** sur l'emploi des travailleurs en situation de handicap ; négociation et signature d'accords sur le travail à distance en œuvre de crèches interentreprises afin de faciliter l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée ; engagement à **sélectionner les candidatures** exclusivement sous l'angle de la diversité ; contribution aux plans d'actions, programmes et/ou accords collectifs liés à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. Les managers du groupe Vivendi sont régulièrement **sensibilisés aux critères de recrutement** du groupe, fondés sur l'ouverture et la diversité. Le dialogue social, la signature de nombreux accords sur les thèmes comme l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, le handicap, l'emploi des seniors et la politique de sensibilisation menée à tous les niveaux par le groupe sur ces thèmes en sont l'illustration.

L'insertion et la non-discrimination des personnes en situation de handicap sont des principes respectés au sein du groupe. Les différentes entités du groupe proposent régulièrement des **campagnes de sensibilisation au handicap** destinées à leurs collaborateurs et leurs managers. En 2018, Vivendi s'est engagé auprès de LADAPT (L'association pour l'insertion sociale et professionnelle des personnes handicapées) dans le cadre de l'organisation de la 22e Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH) qui avait lieu du 19 au 25 novembre. En plus d'une participation financière, Vivendi était membre du comité de réflexion pour l'organisation de cette semaine de sensibilisation au handicap et a participé à la matinée d'ouverture, le 19 novembre, à la Mairie de Paris. Vivendi a également organisé une table ronde intitulée « Un autre regard sur le handicap » et destinée aux salariés du siège et de ses filiales, à laquelle plus de 80 salariés ont assisté. C'est ainsi que les différents invités de cette table ronde ont pu débattre autour de la question du handicap en entreprise. Groupe Canal+ s'est également engagé depuis plusieurs années dans une politique de long terme d'insertion des salariés en situation de handicap appelée « Mission Handi+ ».

### Egalité entre les femmes et les hommes

**Six femmes (sur 12 membres) siègent au Conseil de surveillance** de Vivendi soit un taux de **54,5 %**, le représentant des salariés n'étant pas pris en compte pour le calcul de ce pourcentage conformément aux dispositions législatives (loi n° 2011-103 du 27 janvier 2011). Le taux de féminisation du Comité de Direction de Vivendi est de 31 %.

Les mesures prises par Vivendi pour promouvoir l'égalité femme/homme en entreprise visent à : **renforcer la parité dans les recrutements**, et ce particulièrement dans certaines filières, et respecter l'égalité en matière d'accès à l'emploi ; veiller à l'homogénéité et à l'équité de la répartition des femmes et des hommes dans tous les emplois et classifications de l'entreprise ; veiller à l'**égalité des chances dans les parcours de carrière** ; garantir l'**égalité salariale** entre les femmes et les hommes à métier équivalent, pour un même niveau de compétences, de responsabilité et de résultats ; garantir l'**égalité en matière d'évolution professionnelle et salariale** en cas d'interruption de carrière dans le cadre d'un congé parental, de maternité ou d'adoption ; assurer une meilleure conciliation vie privée et vie professionnelle tenant compte de la parentalité. Les accords ou chartes de parentalité prévoient, quant à eux, la flexibilité des carrières, c'est-à-dire la prise en compte des périodes de césure (congé de maternité ou congé parental).

Plus globalement, Vivendi recherche la parité dans les plans de succession et les promotions. Les accords prévoient des mesures pour identifier et corriger les écarts de rémunération.

Des **actions en faveur de l'évolution des comportements et contre les stéréotypes** sont également engagées : développement du leadership féminin et accompagnement individualisé ; participation de personnalités « rôles modèles » permettant de partager des expériences et de s'inspirer des parcours de réussite de femmes à des postes majoritairement masculins ; organisation de rencontres régulières avec les hauts dirigeants permettant de les sensibiliser sur le sujet de la mixité.

Havas a également lancé, en 2018, l'initiative **Femmes Forward**, en faveur de la promotion des femmes dans les postes de direction, en 2018. Pour cette première année, une quarantaine de femmes ont ainsi pu participer à ce programme comprenant des modules de formation basés sur les compétences et l'expérience, une inspiration des leaders d'opinion internes et externes, le coaching de groupe, la mise en réseau et le sponsoring par des dirigeantes expérimentées de Havas.

### Promotion de l'égalité des chances

BETC est signataire de la Charte diversité qui exprime la volonté d'agir des entreprises pour lutter contre les discriminations dans le domaine de l'emploi et œuvrer en faveur de la diversité. L'agence s'est ainsi engagée à lutter contre toutes les formes de discriminations, et plus particulièrement sur les thèmes de l'égalité/mixité Hommes-Femmes, de la parentalité, du handicap, des juniors et seniors.

Suite à son déménagement à Pantin, BETC et l'Établissement public territorial "Est Ensemble" ont également signé la Charte Entreprise et Territoire qui regroupe l'ensemble des engagements pris pour renforcer l'implication de l'entreprise et de ses salariés sur 8 villes de la Seine-Saint-Denis, un territoire à forte mixité sociale. Parmi ces actions, on compte notamment : une formation à la non-discrimination suivie par le Service Recrutement et évolution des process en conséquence ; ou encore l'Organisation d'une conférence de partage d'expérience sur l'orientation post bac et la façon dont ça se prépare, ouverte aux lycées de Seine-Saint-Denis.

Havas Mexique a signé un accord avec la Fondation Pro-Meritum qui lui présentera des stagiaires venant de familles très modestes. Ils prévoient aussi un programme dédié au recrutement des Séniors, et un autre aux personnes en situation de handicap.

## CRITERE

### 8

## La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux normes du travail

- *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- ✓ *Système pour tracer et mesurer la performance basé sur des mesures de performance standardisées.*
- ✓ *Dialogues avec les représentants des organisations de travailleurs pour vérifier régulièrement les progrès effectués et identifier conjointement les priorités pour l'avenir.*
- *Audits ou autres mesures pour contrôler et améliorer les normes du travail des entreprises dans la chaîne logistique, en ligne avec les normes du travail internationales.*
- *Processus pour impliquer positivement les fournisseurs pour aborder les défis (approche de partenariat plutôt que corrective) par des systèmes pour améliorer les pratiques sur les lieux de travail.*
- *Résultats de l'intégration des principes relatifs aux normes du travail.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

Les instances de dialogue social décrites dans les pages précédentes permettent un échange régulier entre le groupe et les représentants du personnel. L'évaluation de la performance du groupe s'appuie également sur le reporting extra-financier qui couvre l'intégralité des catégories d'information sociales prévues par la loi Grenelle II. Depuis 2008, les données sociales font l'objet d'une vérification de la part des Commissaires aux comptes.

### FOCUS

## Exemples d'indicateurs – exercice 2018

→ **2,52 % du capital de Vivendi détenu par les salariés à l'issue de l'augmentation de capital du 31 juillet 2018**

- **2 salariés au Conseil de surveillance**
- **6 femmes au Conseil de surveillance**
- **46 % des cadres sont des femmes**
- **49% de femmes dans le groupe**
- **28 230 collaborateurs ayant bénéficié d'actions de formation dans l'année**
- **68% de l'effectif ayant suivi au moins une formation en 2018**

## POLITIQUES ET PROCÉDURES CONCERNANT LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

### CRITERE

9

### La COP décrit des engagements, stratégies et politiques précis dans le domaine du respect de l'environnement

- *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- *Référence aux conventions internationales pertinentes et à d'autres dispositifs internationaux (par exemple la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement).*
- ✓ *Réflexion sur la pertinence de la gestion durable de l'environnement pour l'entreprise.*
- ✓ *Politique d'entreprise écrite sur la gestion durable de l'environnement.*
- *Intégration de standards environnementaux minimums dans les contrats avec les fournisseurs et autres partenaires professionnels pertinents.*
- *Engagements spécifiques et objectifs pour des années déterminées.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

Bien que les activités du groupe soient relativement peu génératrices d'externalités négatives, la protection de l'environnement fait partie intégrante de la démarche responsable de Vivendi. Conscient de son empreinte sur les différents territoires d'implantations de ses filiales, Vivendi contribue à préserver l'environnement et à entretenir la confiance de ses parties prenantes.

La septième règle du « [Programme de vigilance](#) » définit l'engagement de Vivendi :

« 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. »

La politique environnementale de Vivendi s'articule autour des thèmes suivants : **mieux évaluer les impacts environnementaux du groupe ; maîtriser et réduire les consommations énergétiques directes et indirectes.** Attachant une grande importance à la réduction de l'impact environnemental de ses activités, Vivendi promeut auprès de ses métiers la mise en place de politiques environnementales ambitieuses et cohérentes avec ces deux axes structurants. Les métiers de Vivendi établissent ainsi leurs propres plans d'action pour mesurer et maîtriser leurs impacts (cf. Critère 10).

## CRITERE

### 10 La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs à la gestion de l'environnement

- ✓ *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- ✓ *Evaluations des risques et impacts environnementaux.*
- ✓ *Evaluations de l'impact du cycle de vie des produits, assurant des politiques de gestion écologiques.*
- *Attribution des responsabilités dans l'organisation.*
- ✓ *Sensibilisation interne et formation sur la gestion durable de l'environnement pour la direction et les employés.*
- *Mécanismes de plainte, canaux de communication et autres procédures (par exemple mécanismes de dénonciation) pour rapporter des préoccupations ou demander conseil concernant les impacts environnementaux.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

### La démarche de certification

Inscrit dans la politique RSE de Vivendi, le déploiement de certifications environnementales fait partie des principes d'actions permettant d'améliorer la performance environnementale du groupe. Depuis plusieurs années, différents sites du groupe en Europe et aux États-Unis se sont engagés dans des démarches de certification environnementale.

Les démarches de certifications environnementales des bâtiments et sites où sont installées les filiales leur permettent de mieux évaluer leurs impacts sur l'environnement et de les réduire, grâce à des systèmes de management environnementaux reconnus.

Les émissions de gaz à effet de serre liées aux bâtiments représentant plus de 6 % des émissions mondiales, un effort particulier a été apporté à l'obtention de certifications relatives aux bâtiments et à la gestion de l'énergie.

## Planter les dix principes dans la stratégie et les opérations

L'exemplarité de la politique environnementale de Vivendi se doit d'être lisible au travers de son siège social. Le siège du groupe s'est doté d'un système de management environnemental reconnu par l'obtention d'une **double certification EMAS** (le siège de Vivendi est enregistré au titre de ce Règlement depuis 2009 **et ISO 50001**, toutes renouvelées en juin 2018).



Deux sites français disposent de la **certification BREEAM** (*Building Research Establishment Environmental Assessment Method*), standard de certification bâtiment le plus répandu à travers le monde : le siège de Gameloft à Paris ainsi que le site Arc de Seine de Groupe Canal+ qui regroupe l'ensemble des chaînes gratuites. Le nouveau siège d'UMG, également certifié BREEAM, a gagné le prix d'excellence projet commercial aux BREEAM Awards 2018



Développé par le U.S. Green Building Council, **LEED** (*Leadership in Energy and Environmental Design*) est un programme de systèmes d'évaluation de projets de bâtiments durables, avec certification par une tierce partie. Au Canada, Gameloft a obtenu cette certification pour son site de Montréal (plus de 7 000 m<sup>2</sup>). A Woodland Hills, en Californie, UMG dispose d'un bâtiment de plus de 16 000 m<sup>2</sup> certifié LEED Gold, garantissant un haut niveau de performances environnementales.



En Australie, le site des agences Havas Worldwide Australia et The Red Agency dispose de la certification NABERS 5 étoiles (*National Australian Built Environment Rating System*). NABERS est une initiative du gouvernement australien pour mesurer et comparer les performances environnementales des immeubles et des locataires australiens.



Situés dans les Magasins généraux de Pantin, les locaux de l'agence BETC possèdent les certifications Effinergie et HQE rénovation, mais également le label Biodiversity® : ce label, porté par le Conseil international biodiversité & immobilier (CIBI) est le premier label international pour la prise en compte de la biodiversité dans les projets immobiliers de construction et de rénovation



## La lutte contre le changement climatique

Bien que le secteur des médias ne soit pas considéré comme étant l'un des plus émetteurs de gaz à effet de serre, le groupe souhaite intégrer la lutte contre le réchauffement climatique dans sa stratégie long terme et ses activités.

Vivendi a étendu en 2018 la mesure de ses émissions à de nouveaux postes. Il en résulte que les **achats de matières premières** entrant dans la composition des produits commercialisés par le groupe (plastique, carton, papier), les **déplacements professionnels** et les **consommations d'énergie du parc immobilier** constituent les principaux postes sur lesquels le groupe peut agir. Des exemples d'actions visant à réduire l'empreinte carbone sur ces postes sont détaillés ci-après.

Pour les années à venir, le groupe cherchera à affiner sa compréhension des émissions liées au scope 3, en intégrant éventuellement de nouveaux postes (immobilisations, déplacements domicile-travail des collaborateurs...). Le groupe travaille également depuis 2018 à un renforcement de la mesure des émissions sur toute sa chaîne de valeur. Vivendi a ainsi réalisé fin 2018 une étude visant à évaluer les impacts en termes d'émissions de gaz à effet de serre liés à la consommation et la distribution des contenus de plusieurs de ses filiales. Ainsi, pour 2018, l'estimation des émissions de gaz à effet de serre générées sur l'année par l'écoute de la musique produite par UMG (en streaming ou sur support physique) serait de plus de 350 000 tonnes de Co2eq, soit l'équivalent des émissions moyennes sur une année de plus de 30 000 Français. Les résultats portant sur les autres activités du groupe seront communiqués 2019.

Le groupe s'engage dans la voie de la **neutralité carbone au travers d'actions spécifiques**.

Havas a lancé l'initiative Solidarité Climat. Ce dispositif novateur et exclusif, porté par les agences Havas Paris, Havas Events et BETC, vise à compenser l'empreinte carbone de l'ensemble des productions (audiovisuelles, print, digitales et événementielles) réalisées par ces agences. S'appuyant sur une méthodologie définie par un cabinet spécialisé, il établit une corrélation entre le coût total d'une production et son poids carbone. Avec l'accord de l'annonceur, le coût carbone de chaque production (pour les frais techniques uniquement) s'additionne à celui des productions et est investi dans un projet éolien en Nouvelle-Calédonie géré par l'opérateur South Pole, habilité ensuite à délivrer des certificats carbone que les agences font parvenir à leurs clients.

Enfin, le groupe participe également à la lutte contre le changement climatique en contribuant, via ses filiales, à sensibiliser les consommateurs, les citoyens, les clients sur cet enjeu majeur du 21<sup>e</sup> siècle. Canal+, au travers de sa chaîne Planète+, a diffusé plusieurs documentaires pour sensibiliser à la protection de l'environnement. La campagne *Palau Pledge*, imaginée par l'agence Host Havas Sydney, a eu pour but de sensibiliser les touristes aux dangers qui menacent l'archipel micronésien de Palaos et à la nécessité de conserver son écosystème.

### Une meilleure maîtrise et réduction de la consommation énergétique

Les filiales du groupe ont poursuivi, en 2018, leurs efforts en faveur d'une meilleure efficacité de leurs infrastructures et équipements. Différentes initiatives ont été mises en place pour réduire les consommations énergétiques du groupe, notamment autour des parcs informatiques qui peuvent représenter jusqu'à 30 % de la facture énergétique d'un bâtiment.

UMG a initié fin 2018 le déploiement sur son parc informatique d'un logiciel destiné à optimiser la consommation énergétique des ordinateurs. Le déploiement de cet outil sur un parc d'environ 3 500 ordinateurs (couvrant la zone Amériques, soit le Canada, les États-Unis, le Costa Rica, le Mexique, l'Argentine, et le Brésil) devrait permettre une réduction de la consommation unitaire d'environ 74 kg de CO2 par équipement, représentant une économie annuelle potentielle de près de 285 tonnes de CO2 .

Parmi les autres actions instaurées afin de réduire les consommations énergétiques du parc immobilier, il est possible de citer Canal+ à Varsovie, UMG à Berlin et à Tokyo ou encore Havas à Düsseldorf qui ont chacun procédé au remplacement de leurs éclairages traditionnels par des éclairages de type LED, moins consommateurs en énergie.

Le recours aux énergies renouvelables est également en hausse au sein des filiales du groupe, avec en 2018 près de 14,38 % de la consommation électrique issue d'énergies faiblement carbonées.

### L'optimisation des déplacements professionnels

La réduction des émissions liées aux déplacements professionnels est un axe structurant de la politique environnementale de Vivendi. Pour remplacer certaines réunions régulières par des **réunions virtuelles** sous forme de points téléphoniques ou de visioconférences avec les sites éloignés, des solutions de visioconférence, téléconférence et outils de travail collaboratif à distance sont mises à disposition des collaborateurs.

En France, les sièges de Vivendi, Gameloft, Dailymotion ou encore UMG France ont réalisé un diagnostic mobilité visant à mieux connaître les usages de leurs salariés en termes de mobilité domicile-travail. Différents plans d'action sont en cours au sein de ces sociétés afin d'améliorer, dès 2019, les déplacements domicile-travail tout en réduisant en parallèle l'impact environnemental de ceux-ci. La Direction des achats, en collaboration avec les entités du groupe, s'efforce de réduire l'empreinte carbone du parc automobile en introduisant dans le catalogue des véhicules disponibles des voitures moins polluantes, et particulièrement des voitures électriques ou GPL.

### La gestion de la fin de vie des équipements électriques et électroniques

Par la mise en place du retour des équipements loués aux clients, Groupe Canal+ favorise leur réutilisation dans l'optique de lutter contre l'obsolescence programmée des produits, la raréfaction des ressources naturelles, des matières premières et de l'énergie.

À Madagascar, **Groupe Canal+ répare les décodeurs défectueux en provenance des autres entités africaines** et les remet dans le circuit de commercialisation. En reconditionnant ses équipements, Groupe Canal+ permet d'économiser l'utilisation des matières premières, mais également de maîtriser son empreinte écologique. En 2018, ce sont ainsi **22 631 décodeurs** qui ont fait l'objet d'un reconditionnement. Lorsqu'il n'est plus possible de réutiliser ou de reconditionner les équipements, les filiales de Vivendi s'assurent de leur démantèlement et de leur recyclage dans le respect des normes environnementales en vigueur.

Au niveau du groupe, la part des DEEE collectés en vue d'être recyclés représente **73 %** du total des déchets produits.

### La sensibilisation des salariés

Les métiers déploient des programmes de formation et/ou de sensibilisation auprès de leurs collaborateurs sur les enjeux de la protection de l'environnement afin de conforter leur ancrage dans la culture d'entreprise et les pratiques quotidiennes. Ces actions peuvent revêtir un caractère pédagogique, s'inscrire dans le cadre des certifications ou bien accompagner les correspondants des filiales en charge du reporting des données environnementales.

Au siège de Vivendi, les décisions sur les actions à mener en matière de réduction des impacts environnementaux sont prises en comité Green Team composé d'une dizaine de membres issus de différentes directions (services administratifs, support informatique, ressources humaines, finance, communication, RSE, audit interne), ainsi que du prestataire chargé de la maintenance du site. Une « **semaine spéciale EMAS** » est également organisée chaque année sur le site, afin de faire connaître les bonnes pratiques et actions environnementales portées par la Green Team.

UMG Royaume-Uni a également créé une équipe, Team Green, dédiée à l'élaboration et à l'animation d'une politique environnementale commune à l'ensemble des sites situés à Londres.

L'engagement de la Team Green a ainsi été récompensé par un **prix dans la catégorie « Staff Champions »** remis par l'ONG Julie's Bicycle lors de la cérémonie annuelle des Creative Green Awards

Des **campagnes de sensibilisation** aux bons gestes pour réduire la consommation d'énergie et/ou lutter contre le gaspillage ont également été organisées dans plusieurs filiales du groupe, à l'instar de Canal+ Nouvelle-Calédonie, Canal+ Réunion et Gameloft au Vietnam.

## CRITERE

### 11

## La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à la gestion durable de l'environnement

- *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- ✓ *Système pour tracer et mesurer la performance basé sur des mesures de performance standardisées.*
- *Examen de la direction pour contrôler et améliorer les résultats.*
- *Processus pour gérer les incidents.*
- *Audits ou autres mesures pour contrôler et améliorer la performance des entreprises de la chaîne logistique concernant les impacts environnementaux.*
- *Résultats de l'intégration des principes relatifs à l'environnement.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

Depuis 2008, les données environnementales font l'objet d'une **vérification de la part des Commissaires aux comptes** qui émettent un rapport d'assurance modérée sur celles-ci. Les travaux de vérification permettent de s'assurer de la fiabilité des données grâce à des audits au sein des différentes filiales.

Depuis 2017, un outil de collecte unique est déployé sur l'ensemble des filiales du groupe, permettant une remontée consolidée et homogène de l'ensemble des données.

### FOCUS

#### Exemples d'indicateurs – exercice 2018

- **210 333 teqCO<sub>2</sub>** - émissions totales de CO<sub>2</sub> (scopes 1, 2 et 3). Indicateur en hausse, en raison de l'intégration de Havas dans le scope de reporting ((DDR 2018 p.87)
- **80 %** des DEEE ménagers (décodeurs et produits associés) recyclés en 2018

## POLITIQUES ET PROCÉDURES CONCERNANT LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

### CRITERE

# 12

### La COP décrit des engagements, stratégies et politiques précis dans le domaine de l'anti-corruption

- *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- *Soutien de la direction envers la lutte contre la corruption.*
- ✓ *Politique formelle et publique de tolérance-zéro pour la corruption.*
- ✓ *Engagement de se conformer à toutes les lois relatives à la corruption, mise en place de procédures pour connaître la loi et surveiller ses évolutions.*
- *Déclaration de soutien aux structures légales régionales et internationales pertinentes (par exemple la Convention des Nations unies contre la corruption).*
- *Politiques détaillées pour les zones à hauts risques de corruption.*
- ✓ *Politique anti-corruption concernant les partenaires professionnels.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

Vivendi est conscient que les règles permettant de détecter et prévenir les risques d'exposition de l'entreprise à des faits de corruption contribuent à protéger sa réputation et à préserver la confiance de ses partenaires.

En application de la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 (loi Sapin 2), le groupe a adopté en 2018 un **Code anti-corruption**, [consultable en ligne](#).

Ce Code s'appuie sur les situations identifiées lors de la définition de la cartographie des risques et édicte les règles de conduite à adopter. Ces règles sont applicables à tous les salariés du groupe Vivendi. À cet effet, le Code anticorruption a été traduit en 20 langues.

Le Code tient compte des **réglementations locales** en vigueur dans les pays où le groupe est implanté, notamment du *Foreign Corrupt Practices Act* (FCPA) aux États-Unis et du *UK Bribery Act* au Royaume-Uni. Le Code of Conduct d'Universal Music Group qui vise certaines dispositions en matière de prévention de la corruption, en application de la réglementation américaine, a été maintenu au sein de ses filiales et a été complété des spécificités de la loi Sapin 2.

### CRITERE

# 13

## La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes dans le domaine de l'anti-corruption

- ✓ *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- ✓ *Réalisation d'évaluation des risques pour les potentielles zones de corruption.*
- *Procédures des ressources humaines qui soutiennent l'engagement ou la politique anti-corruption, incluant communication et formation pour tous les employés.*
- *Séparation des pouvoirs en interne pour assurer la cohérence avec l'engagement anti-corruption.*
- *Actions prises pour encourager les partenaires professionnels à prendre des engagements anticorruption.*
- ✓ *Responsabilité de la direction pour mettre en œuvre les engagements et politiques anti-corruption.*
- ✓ *Canaux de communication (signaux d'alerte) et mécanismes de suivi pour rapporter les préoccupations ou demander conseil.*
- ✓ *Comptabilité interne et procédures d'audits concernant l'anti-corruption.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

Le dispositif de lutte contre la corruption est un des volets du programme de conformité sur lequel le siège de Vivendi et les filiales du groupe ont été **particulièrement mobilisés en 2018**.

Le **Comité compliance** contrôle la mise en œuvre et le déploiement du programme de conformité du groupe dans son ensemble et notamment des mesures de lutte contre la corruption dans le cadre de l'exercice des activités du groupe.

Le dispositif anticorruption est déployé sous la supervision du **Chief Compliance Officer Groupe**. La Compliance Officer Groupe coordonne la mise en œuvre des mesures du dispositif au sein des filiales, en lien avec les Compliance Officers et les référents Compliance des entités opérationnelles.

Les principaux éléments du dispositif déployés en 2018 seront complétés en 2019 au niveau des entités opérationnelles afin d'encadrer les risques de non-conformité aux règles mises en place.

Les travaux de mise en conformité ont notamment porté sur les éléments suivants:

- l'**identification des risques** s'appuie sur une analyse menée avec les responsables opérationnels des filiales sur la base d'un questionnaire et d'entretiens. Leur hiérarchisation donnera lieu en 2019 à un examen complémentaire ;
- un **dispositif d'alerte** est mis à la disposition des collaborateurs du groupe depuis la diffusion du Code anticorruption. La plateforme d'alerte est dédiée aux seuls cas de corruption définis par la loi Sapin 2. Y figurent notamment les droits et les devoirs du lanceur d'alerte;

- un module de **formation en ligne** dédié aux enjeux de la lutte contre la corruption (obligatoire) a été mis en place pour permettre aux salariés de mieux appréhender les comportements à risque et connaître les bonnes pratiques. Des sessions en présentiel ont été organisées dans certains pays et se poursuivront en 2019 ;
- une **revue approfondie des procédures de contrôle comptable** a été réalisée dans l'ensemble des filiales du groupe. Une analyse des procédures existantes et de leur documentation a été menée par les Directions financières sous la coordination des référents compliance financiers désignés à cet effet. Un plan d'action visant à consolider les processus de contrôle a été déployé. Une réflexion sur la définition d'un processus d'évaluation de l'intégrité des tiers en relation d'affaires avec le groupe a également été menée. Une étude sur le choix d'un outil d'analyse compatible avec des outils de référencement existants sera conduite en 2019 ;
- un **plan d'audit** est en cours de finalisation. Les travaux vont notamment porter sur la mise en place du dispositif anticorruption dans les entités du groupe. En 2019, la cellule Audit compliance rendra compte de manière régulière de l'avancement de ses travaux au Comité des risques et au Comité d'audit.

### CRITERE

#### 14 La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes dans le domaine de l'anti-corruption

- *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- ✓ *Examen de la direction pour contrôler et améliorer les résultats.*
- ✓ *Processus pour gérer les incidents.*
- *Cas judiciaires publics concernant la corruption.*
- *Utilisation d'assurance externe indépendante pour les programmes anti-corruption.*
- *Résultats de l'intégration des principes relatifs à la lutte contre la corruption.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

Le **Comité compliance** contrôle la mise en œuvre et le déploiement du programme de conformité dans son ensemble et notamment des mesures de lutte contre la corruption dans le cadre de l'exercice des activités du groupe. Il propose des **recommandations au Directoire** dans le cadre de la gestion des risques de conformité.

Le Comité compliance est composé d'au moins cinq membres : la Directrice RSE & Compliance, la Directrice juridique du groupe, le Chief Data Officer, la Directrice de l'audit de conformité et la Directrice projets reporting intégré et Compliance, ainsi que du Chief Compliance Officer Groupe qui en assure la présidence. Il se réunit au moins deux fois par an.

Par ailleurs, la Compliance Officer Groupe rend compte au **Comité d'audit** et au **Comité des risques** qui s'assurent de l'application du dispositif anticorruption.

Dans le cadre de la mise à disposition du dispositif d'alerte (voir Critère 13), une **procédure détaillée** concernant l'analyse du sérieux et de la gravité du signalement et des investigations susceptibles d'être menées par la suite a été définie.

# AGIR POUR SOUTENIR LES OBJECTIFS DES NATIONS UNIES

### CRITERE

## 15

La COP décrit les contributions du cœur de métier aux objectifs et problématiques plus larges de l'ONU

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.
- ✓ Aligner la stratégie du cœur de métier avec un ou plusieurs Objectifs des Nations unies pertinents.
- ✓ Développement de produits, services et de modèles d'entreprises qui contribuent aux objectifs et thèmes des Nations unies.
- Adopter ou modifier les procédures opérationnelles pour maximiser la contribution aux objectifs et thèmes des Nations unies.
- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.

Les engagements stratégiques de Vivendi relèvent des droits humains et se réfèrent à des textes internationaux fondateurs, tels que la Déclaration universelle des droits humains de 1948, la Convention des droits de l'enfant des Nations Unies de 1989, la Convention de l'UNESCO de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, ou encore les Objectifs de développement durable adoptés par les Nations unies en 2015 (voir page 5 de cette Communication sur le Progrès).

## Promouvoir la diversité culturelle dans la production et la distribution de contenus



SDG 4.7



SDG 11.4

Vivendi a défini, dès 2003, la promotion de la diversité culturelle comme un engagement stratégique de responsabilité sociétale d'entreprise. Le groupe entend promouvoir la diversité culturelle comme un levier de croissance et un pilier de la cohésion sociale. Il **fait sienne la vision de l'UNESCO** qui, dans sa Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de 2005, affirme que la diversité culturelle est « un ressort fondamental du développement durable des communautés, des peuples et des nations ». Encourager la création musicale, audiovisuelle et cinématographique dans toute sa diversité, promouvoir les talents locaux et valoriser les patrimoines culturels, autant de piliers de l'action de l'UNESCO, sont des **objectifs partagés** par tous les métiers du groupe.

### Soutenir les femmes devant et derrière l'écran



Soutenir la contribution des femmes dans la chaîne de valeur de production de contenus participe de la création de valeur de Vivendi.



En 2017, UMG a signé un accord de partenariat avec la faculté d'Annenberg de l'USC (l'Université de Californie du Sud) pour lancer l'**Annenberg Inclusion Initiative**. Objectif : l'amélioration des processus de sélection dans les métiers de la production et d'ingénierie du son afin que davantage de femmes occupent ces postes. Elles représentent moins de 2 % des producteurs de l'industrie de la musique selon l'étude « Inclusion in the Recording Studio », réalisée par USC Annenberg. UMG est la première maison de disques à s'impliquer dans cette initiative.

Aussi, c'est dans cette même optique qu'UMG a souhaité devenir l'une des instances cofondatrices de **She Is The Music** (SITM), une organisation à but non lucratif créée pour promouvoir l'égalité et l'inclusion des femmes dans des métiers de création.

À l'antenne, aux commandes d'une émission, au travers de reportages, de programmes thématiques, ou via des projets fédérateurs, les chaînes du Groupe Canal+ sont toutes investies pour une meilleure représentation des femmes.

La chaîne documentaire Planète+ met ainsi régulièrement les femmes à l'honneur, et notamment lors de la journée internationale des droits des femmes. Le 8 mars 2018, elle a proposé une programmation spéciale, **Planète Femmes**, avec 14 documentaires sur des femmes qui ont marqué leur époque, et la diffusion en prime du documentaire Femmes du Rwanda. Les collaborateurs du groupe et les téléspectateurs ont d'ailleurs vécu une journée « en miroir » puisque le film a été projeté le jour même en avant-première en présence de sa réalisatrice Sonia Rolland, dans un objectif de sensibilisation des équipes. En mars, lors du « **Mois de la femme** », Canal+ International a également proposé une programmation mettant à l'honneur des femmes sur Canal+ en Afrique, avec des films comme Félicité, Jackie, Miss Sloane, Ghost in the Shell, et des documentaires comme Mama Colonelle.

La chaîne d'information continue CNews œuvre pour une meilleure représentation des femmes à plusieurs titres : en mettant à la tête d'émissions emblématiques des femmes journalistes et en encourageant les journalistes à inviter des femmes intervenantes et expertes. En 2018, le nombre de femmes intervenues à l'antenne a **augmenté de 5 %**, et celui d'expertes, de 15 %.

Toujours en 2018, Havas et Universal Music & Brands ont réalisé un clip de « Les Passantes » de George Brassens dont la réalisation a été confiée à la jeune et talentueuse Charlotte Abramow. Imaginée comme un poème en images, avec une écriture moderne et efficace, cette vidéo est une véritable ode aux femmes, à leur liberté et à leur diversité.

## Agir pour soutenir les objectifs des Nations unies

### Sensibiliser aux enjeux du développement durable



Susciter des émotions et stimuler l'esprit critique pour surprendre et interpeller les publics, proposer une ouverture et apporter des éclairages sur l'actualité, mettre ses capacités créatrices au service de grandes causes : autant de manières avec lesquelles les métiers du groupe peuvent aider à poser un nouveau regard sur le monde. Quelques temps forts ont marqué l'année 2018.



L'année 2018 a marqué le 60e anniversaire de Paddington, le célèbre ourson dont Vivendi a annoncé en 2017 qu'il serait le nouveau messenger des droits des enfants aux côtés de l'Unicef. Paddington s'est associé à deux initiatives générant plus de 120 000 livres sterling au profit de l'organisation : une course connectée sponsorisée par Vivendi a réuni plus de 10 000 participants en France et au Royaume-Uni, et une campagne de donation virtuelle en ligne, au Royaume-Uni, a permis aux familles d'envoyer des colis à des enfants dans le besoin. L'ourson a également participé à la campagne mondiale de l'Unicef #GoBlue à l'occasion de la journée internationale des droits de l'enfant le 20 novembre.

Le Groupe Havas a défini six engagements de responsabilité sociétale, dont un des piliers est d'assurer une position de leader dans la création et la diffusion de communications responsables.

Au sein de *Common Ground*, initiative qui réunit le Groupe Havas et cinq grands groupes mondiaux de communication pour promouvoir les objectifs de développement durable de l'ONU, Havas intervient plus spécifiquement autour de l'objectif 13 (lutte contre le changement climatique). La campagne *Palau Pledge* est un exemple parfait de la créativité mise au service de cet engagement (cf. DDR 2018 p. 64) : Lauréate de trois Grands Prix lors de l'édition 2018 du Cannes Lions International Festival of Creativity, dont un dans la catégorie Sustainable Development Goals créée en partenariat avec les Nations unies, la campagne a également reçu la distinction Champion for Humanity décernée lors de la Global Goals Week de l'ONU.

Par ailleurs, la réalisation de campagnes pro bono est un axe fort de la démarche des agences de Havas, qui mettent leurs ressources et leur énergie créative à l'œuvre gratuitement pour soutenir des associations et des causes d'intérêt général et faire ainsi de la publicité un accélérateur de comportements vertueux. 143 campagnes pro-bono ont été réalisées par le Groupe Havas en 2018, pour le compte d'associations caritatives et d'ONG notamment.

Au sein de Groupe Canal+, les chaînes Planète+, Planète+ Crime et Investigation et Planète+ Aventure et Expérience jouent un rôle majeur dans l'offre de contenus engagés du groupe. Les Créations Documentaires de Canal+ contribuent également à sensibiliser les publics aux enjeux du monde contemporain, aussi divers soient-ils. A titre d'exemple, en janvier 2018, la chaîne diffusait *Exode, l'odyssée continue*, le second volet d'*Exode*, documentaire remarquable qui s'était vu remettre l'*International Emmy Award* du meilleur documentaire en 2017. En 2019, CANAL+ diffusera la Création originale éco-produite *L'Effondrement*.

Enfin, depuis 2018, la chaîne d'information en continu CNews produit, en partenariat avec la Direction RSE et Compliance de Vivendi, l'émission diffusée mensuellement *Envie d'agir*. Ainsi, au sein du Carrefour de l'info est reçu chaque mois un invité qui porte un engagement citoyen et œuvre à son niveau pour faire avancer les choses notamment en matière d'inclusion

### Accompagner et protéger la jeunesse dans ses usages numériques



Les films, les programmes audiovisuels, Internet, les plateformes peuvent exposer les jeunes publics à des risques : divulgation des données personnelles, usages excessifs ou inappropriés, accès à des contenus sensibles. À l'inverse, ces outils numériques peuvent leur offrir de vastes opportunités d'expression, de découverte, d'employabilité dès lors que ces jeunes publics sont éduqués aux médias et à l'information. Vivendi veille à accompagner et protéger ces jeunes générations dans leurs pratiques culturelles et numériques afin qu'elles puissent exercer leur créativité et leur citoyenneté dans un environnement respectueux de leurs droits, et inscrit cet engagement dans la **Convention de l'ONU sur les droits de l'enfant** et les **Principes directeurs sur les droits de l'enfant et les entreprises** (voir aussi Critères 4 et 18).

## Agir pour soutenir les objectifs des Nations unies

### CRITERE

# 16

## La COP décrit des investissements sociaux et de philanthropie

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.
- ✓ Rechercher des investissements sociaux et des contributions philanthropiques liés au cœur de métier ou au contexte opérationnel de l'entreprise, en tant que partie intégrante de sa stratégie de développement durable.
- ✓ Coordonner ses efforts avec d'autres organisations et initiatives pour amplifier- et ne pas nier ou dupliquer- les efforts d'autres contributeurs.
- Assumer la responsabilité pour les effets intentionnels ou non des investissements, respecter les coutumes locales, traditions, religions et priorités des individus et des groupes des parties prenantes.
- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.

### Programmes business

#### CanalOlympia : faciliter l'accès à la culture en Afrique

CanalOlympia est le premier réseau de salles de cinéma, de concert et de spectacles en Afrique. Ces espaces polyvalents ont vocation à s'adresser à une population toujours plus en demande de contenus et de divertissement. Afin de rendre accessible la culture dans des pays faiblement équipés en infrastructures et renforcer l'offre culturelle en Afrique, Vivendi a poursuivi le déploiement de ses salles de cinéma et de spectacles CanalOlympia. En 2018, **la onzième salle a été inaugurées, puis les douzième et treizième en 2019**. Le réseau est implanté dans dix pays en Afrique centrale et de l'Ouest, pouvant accueillir 300 personnes en configuration intérieure et plusieurs milliers de personnes à l'extérieur. Écoresponsables, elles sont totalement autonomes et fonctionnent à l'énergie solaire.



Le ticket d'entrée des CanalOlympia a été fixé à un prix volontairement peu élevé, environ **2,30 euros**, afin de permettre au plus grand nombre d'en bénéficier.

Les salles CanalOlympia proposent 19 séances de cinéma hebdomadaires, 6 jours sur 7, avec des films à l'affiche sortant le plus souvent en même temps que dans le reste du monde. Quatre séances sont réservées chaque semaine à des films destinés aux plus jeunes.

CanalOlympia se positionne également comme un catalyseur du développement des talents en Afrique. Les salles offrent une scène à de nombreux artistes locaux et internationaux qui pourront s'appuyer sur un réseau d'envergure pour organiser des tournées sur tout le continent. Elles permettront de détecter, d'encadrer et d'assurer le rayonnement des talents, qu'il s'agisse de musiciens, de chanteurs ou de comédiens. En 2018, les salles du réseau ont accueilli plus de 260 événements : des concerts d'artistes majeurs comme Dadju ou Damso, des stand-up, des conférences de presse, mais aussi les compétitions internationales organisées par Vivendi Sports.

La création des CanalOlympia répond ainsi à l'engagement de Vivendi de faciliter l'accès à la culture et aux médias pour que le plus grand nombre puisse partager les bénéfices de la riche offre audiovisuelle, cinématographique ou musicale du groupe.

### *Programmes pour accompagner et professionnaliser la filière culturelle locale*

En 2006, le programme de formation, qui se déroule à Bamako, dans les studios du chanteur-compositeur Salif Keita, a été sélectionné par l'Unesco pour sa contribution au **renforcement des capacités locales de production**. Enregistré pendant la 14e session de la formation, l'album *Made in Bamako – Volume 2* illustre la capacité des apprentis à enregistrer et à mixer les productions d'artistes et convie des talents aux univers variés : sept artistes de la nouvelle scène malienne et un jeune photographe qui illustre la pochette. *Made in Bamako – Volume 2* s'écoute comme une invitation à une découverte musicale et vient rappeler l'effervescence créative du Mali et de tout le continent africain.



*Le reportage vidéo sur la formation 2017*

Le partage des compétences est aussi au cœur des nombreux programmes mis en place par Canal+ International dans une optique d'aide à la professionnalisation de la filière culturelle locale et de repérage des jeunes talents prometteurs. En 2018, Canal+ International a ainsi poursuivi son engagement auprès de la société de production Galaxie Africa et de son **programme de formation de journalistes**, via des cours dispensés à quinze journalistes reporters d'images par des professionnels au travers de MOOC (cours en ligne) et des séances en présentiel. Le groupe a également proposé la deuxième édition de L'Afrique au féminin, un **programme de formation visant à accompagner la montée en compétences du secteur audiovisuel** par le biais de séminaires de formation en écriture de scénarios, tournage, montage vidéo et utilisation des outils digitaux. En partenariat avec Galaxie Africa et CFI, l'agence française de coopération médias, le groupe a accompagné sept talents originaires de sept pays d'Afrique francophone dans l'apprentissage des différents métiers de l'audiovisuel et la production d'un reportage de société de 13 minutes autour du sujet : « La place de la femme dans la société africaine ». Les productions ont été diffusées à l'antenne de Canal+ à l'occasion de la journée internationale des droits des femmes, en mars 2019, dans le cadre de l'émission Enquête d'Afrique.

Les tournages sont souvent l'occasion de formations proposées par le groupe sur le continent africain. Ce fut par exemple le cas, en partenariat avec CFI, pour les équipes de production lors du tournage de la série *Flingues et Chocolat*, en Côte d'Ivoire.

## Agir pour soutenir les objectifs des Nations unies

Certains projets bénéficient par ailleurs du soutien de Vivendi Create Joy, le programme de solidarité de Vivendi à l'instar d'une formation au métier d'acteur proposée aux comédiens sénégalais travaillant sur la série Sakho et Mangane, ou encore d'une formation pour jeunes humoristes africains proposée par l'humoriste Valery Ndongo.

Canal+ Calédonie, en partenariat avec la Mission aux affaires culturelles, la province du Sud, le Centre culturel Tjibaou et la Maison de la NouvelleCalédonie, a proposé, dans le cadre du festival de cinéma FAO, une formation d'accompagnement à l'écriture de courts-métrages à dix candidats sélectionnés qui s'inscrivent dans une démarche de professionnalisation. En décembre 2018, à l'issue des séances collectives et individuelles, animées par les réalisateurs Sacha Woff et Elsa Diringier, les participants ont livré leur scénario. Leurs films devraient être présentés lors de l'édition 2019 du festival.

### Programmes de solidarité et actions de mécénat



Depuis 2008, Vivendi s'engage auprès des jeunes et des adolescents souffrant d'exclusion, de pauvreté, de maladie, de handicap avec, au niveau du groupe, son **programme de solidarité Vivendi Create Joy**.

Avec ce programme, Vivendi s'engage, à travers ses métiers, à développer la créativité et l'ouverture des jeunes défavorisés ou malades. Chaque année est financée une **trentaine de projets** d'envergure visant à développer les talents individuels et collectifs dans les métiers du groupe – la musique, le cinéma, le jeu vidéo ou encore le journalisme. Vivendi Create Joy veut aussi encourager des jeunes éloignés des réseaux professionnels à s'épanouir dans un métier et une passion que le groupe partage, et soutient ainsi la **formation professionnelle** dans les domaines d'activité de Vivendi. Le programme est déployé en France, au Royaume-Uni et en Afrique. Les collaborateurs du groupe s'engagent auprès des associations partenaires du programme pour des missions ponctuelles, via des ateliers pro-bono, ou plus récurrentes en bénévolat de compétences.

Dans les différents territoires, les filiales du groupe déploient en parallèle des programmes de solidarité et actions de mécénat.

Pour sa part, UMG a poursuivi son engagement dans son programme de solidarité All Together Now. À travers ce programme, UMG encourage les collaborateurs à s'impliquer au profit d'associations et de causes d'intérêt général. Le groupe vise ainsi à amplifier sa contribution dans des domaines tels que l'éducation et la santé, en soutenant notamment des projets ayant trait à la musique et à la culture. Au-delà des organisations caritatives déjà identifiées, UMG veille à mettre en avant périodiquement de nouvelles organisations ayant besoin de receveurs, par exemple des organisations œuvrant pour la parité femmes-hommes lors de la journée internationale des droits des femmes.

Le pro bono et le mécénat de compétences sont un engagement fort et une ligne stratégique claire du Groupe Havas. Les agences s'engagent en libérant du temps pour leurs collaborateurs afin d'encourager l'initiative et l'engagement de chacun et en leur permettant de mettre leur créativité au service d'associations ou d'organismes à but non lucratif. Le pro bono prend la forme de campagnes créatives mais également d'obtention d'espaces de diffusion gratuits pour les associations soutenues. Pour partager les bonnes pratiques en la matière, en 2018 la Direction de la RSE de Havas a consacré un webinaire, ouvert à tout le réseau RSE du groupe, au thème « Collaborating with NGOs ».

Des programmes dédiés mobilisent les jeunes talents. Chez Havas Paris, l'**Assault créatif** donne carte blanche aux jeunes talents (moins de cinq ans d'expérience et moins de 30 ans) en leur permettant de défendre des causes qui leur tiennent à cœur avec les ressources de l'agence. Une équipe junior représentant tous les métiers de l'agence propose une initiative en faveur d'une cause d'intérêt général – campagne de sensibilisation, partenariat avec une association, animation des réseaux sociaux de l'agence, etc. Les ressources de l'agence sont à leur disposition pour qu'ils déploient leur projet. Cette grande cause annuelle est choisie par l'ensemble des collaborateurs de l'agence.

Chez Havas Sport et Entertainment, la **HSE Academy** met au défi les stagiaires de l'agence qui, deux fois par an, peuvent laisser libre cours à leur créativité pour répondre à une vraie problématique de communication d'une association.

Parmi les organisations soutenues par UMG, nombreuses sont celles qui viennent en aide aux personnes fragilisées grâce à la musique, à l'instar de **Playlist for life**, ONG britannique qui accompagne les familles et le personnel de santé dans le choix de musiques destinées aux personnes atteintes de maladies mentales ou troubles de mémoire. En Afrique du sud, le groupe s'est engagé auprès de la **Foundation for Children with Hearing Loss** pour rendre l'audition à des enfants sourds ou malentendants grâce à l'implantation précoce d'un appareillage auditif.

En Afrique, le groupe soutient de nombreuses initiatives en faveur de la jeunesse que ce soit dans les domaines du sport, de l'éducation ou de la culture. Au Sénégal et au Gabon, par exemple, ont été soutenus les tournois **Foot pour tous et Mwana foot** ; des distributions de kits scolaires ont été réalisées en Côte d'Ivoire, au Mali, au Cameroun et au Togo, où par ailleurs une grande fête de Noël a été organisée au bénéfice d'enfants orphelins et démunis en partenariat avec des ONG et les comités de quartier. Le soutien aux jeunes entrepreneuses et entrepreneurs du continent est un autre axe d'action, illustré par des initiatives locales comme le soutien donné à l'incubateur gabonais JA Gabon, ou encore la remise du prix de l'entrepreneuriat féminin africain par Canal+ International dans le cadre des **African Rethink Awards**.

Gameloft a également participé à plusieurs actions de solidarité dans ses territoires d'implantation. Au Canada, le studio de Montréal a effectué des préparations de repas et une collecte de denrées et vêtements pour venir en aide à l'Accueil Bonneau, une association locale qui œuvre pour la réinsertion sociale des personnes en situation ou à risque d'itinérance. En Indonésie et au Vietnam, Gameloft soutient activement plusieurs ONG en s'appuyant sur une mobilisation importante de ses collaborateurs sur place.

## CRITERE

17

## La COP décrit une prise de position et un engagement en matière de politiques publiques

- ✓ *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- ✓ *Engagement public sur l'importance d'agir sur un ou plusieurs objectif(s)/thème(s) des Nations unies.*
- *Encourager les dirigeants d'entreprises à participer à des sommets, conférences et autres importantes interactions au sujet des politiques publiques en relation avec un ou plusieurs objectif(s)/thème(s) des Nations unies.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

Depuis plus de dix ans, à l'occasion de ses différentes contributions et en donnant la parole à ses parties prenantes, **Vivendi a activement plaidé pour positionner la culture comme un pilier du développement durable, selon la vision de l'UNESCO**, et pour l'inscrire parmi les objectifs mondiaux des Nations unies.

Afin d'illustrer concrètement le rôle majeur joué par les industries culturelles pour stimuler la croissance économique et favoriser le vivre ensemble, Vivendi lancera en 2020 un site internet dédié à valoriser l'impact positif de ses activités dans la société.

Par ailleurs, depuis 2016, Vivendi est membre de l'Alliance (*The Alliance to Better Protect Minors Online*), groupe de travail dépendant de la Commission européenne, réunissant les acteurs majeurs des médias et du numérique (opérateurs, éditeurs, exploitants de plateformes et de moteurs de recherche, etc.) et les ONG en charge de la **protection de l'enfance**. En 2018, chaque entreprise a effectué le bilan de ces deux années suite à l'engagement pris de mettre en place des mesures pour améliorer la protection des mineurs dans l'usage des outils audiovisuels et numériques. Au sein du groupe Vivendi, des actions concrètes, détaillées pages 65, 66, 67 du DDR 2018, ont été menées et communiquées à l'Alliance par UMG, Canal+ (notamment dans les chaînes jeunesse Piwi+ et Télétoon+), Dailymotion et Gameloft.

### CRITERE

# 18

## La COP décrit des partenariats et une action collective

- *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- ✓ *Développer et implémenter des partenariats avec des organisations publiques ou privés (entités des Nations unies, gouvernement, ONG ou autres) sur le cœur de métier, les investissements sociaux et/ ou «advocacy».*
- ✓ *Rejoindre des pairs de l'industrie, des entités des Nations unies et/ou des parties prenantes sur des initiatives contribuant à la résolution des défis communs et des dilemmes au niveau local ou global, avec un accent sur les initiatives prolongeant l'impact positif de l'entreprise sur sa chaîne de valeur (cf. Critère 2).*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

### The Alliance to Better Protect Minors Online

Vivendi a renouvelé son engagement au sein de l'Alliance to Better Protect Minors Online, une initiative de la Commission européenne réunissant des entreprises du secteur des médias et des télécoms et des ONG en charge de la protection de l'enfance afin de mettre en œuvre des mesures visant à **protéger les jeunes de contenus nuisibles et du harcèlement en ligne**. En 2018, chaque entreprise a effectué le bilan de ces deux années suite à l'engagement pris de mettre en place des mesures pour améliorer la protection des mineurs dans l'usage des outils audiovisuels et numériques.

### Les groupes de travail

Vivendi entretient un dialogue constructif avec ses parties prenantes sur les enjeux de responsabilité du groupe (voir aussi Critère 21). Le groupe prend part aux travaux de l'AFEP sur le devoir de vigilance et est membre du Club Droits humains du Global Compact France, un lieu de réflexion permettant d'échanger et de partager les bonnes pratiques avec d'autres entreprises et acteurs associatifs.

### Les partenariats

La démarche de dialogue se matérialise également par la mise en place de partenariats qui permettent de tisser des liens avec des parties prenantes clés et de co-construire avec elles des solutions et des projets au service des engagements sociétaux du groupe. Cette démarche fixe un cadre général que chacune des filiales du groupe s'approprie et décline avec ses propres parties prenantes.

Parmi ces partenaires, figurent :

- la **plateforme d'innovation LINCC** (Les Industries numériques culturelles et créatives), pilotée par Paris&Co, l'agence d'innovation et développement économique de Paris. Véritable carrefour d'échanges avec l'écosystème de l'innovation des médias (start-up, organismes institutionnels et grandes entreprises du secteur), LINCC permet à Vivendi de partager ses engagements RSE avec l'ensemble des parties prenantes impliquées et de soutenir de jeunes entreprises innovantes, en portant une **attention particulière aux projets qui incarnent la diversité culturelle et qui promeuvent la place des femmes dans l'entrepreneuriat numérique** ;
- le **réseau Les entreprises pour la cité**, groupe d'entreprises investies dans l'innovation sociale, dont Vivendi soutient plus particulièrement le programme Innov'Avenir destiné à sensibiliser les jeunes aux métiers du numérique et à la démarche entrepreneuriale ainsi que la Charte de la diversité lancée en 2004 et dont Vivendi est un des signataires historiques. En 2018, le groupe a renouvelé son adhésion à la charte, dans sa nouvelle formulation qui allie diversité et performance ;
- **Sciences Po et la fondation Dauphine**, partenaires privilégiés du milieu académique que Vivendi soutient dans le déploiement des programmes égalité des chances et accès à la culture. Vivendi accompagne par ailleurs l'École du management et de l'innovation de Sciences Po et tout particulièrement son master Industries créatives : ce partenariat a permis la création du Prix pour la créativité et la diversité décerné en 2018 aux étudiants extra-européens ayant proposé les réflexions les plus originales sur le thème : « quelle est votre définition de la créativité et comment la diversité contribue-t-elle à l'élan créatif ? » ;
- **l'association Européens sans frontières**, à laquelle Vivendi s'est associé pour soutenir une campagne vidéo destinée à encourager les jeunes citoyens à participer aux élections européennes de mai 2019 ;
- **LADAPT, l'association pour l'insertion sociale et professionnelle des personnes handicapées**, dans le cadre de l'organisation de la 22e Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées du 19 au 25 novembre 2018.

## GOVERNANCE ET LEADERSHIP DE LA RSE

### CRITERE

# 19

## La COP décrit l'engagement du Président et de la Direction

- *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- ✓ *Le Président délivre un engagement public explicite, démontre un leadership personnel concernant le développement durable et l'engagement envers le Pacte mondial.*
- *Le Président promeut des initiatives améliorant la durabilité du secteur d'activité de l'entreprise et conduit le développement de standards pour l'industrie.*
- *Le Président mène l'équipe de direction exécutive dans la conception de la stratégie de développement durable, définissant les buts et surveillant leur mise en œuvre.*
- ✓ *Intégrer les critères de développement durable et les principes du Global Compact aux objectifs et programmes d'intéressement pour le PDG et l'équipe de direction.*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

Outre la déclaration qui ouvre les communications sur le progrès de Vivendi depuis son adhésion au Pacte mondial (voir p.1), l'engagement du Président du Directoire est formulé dans le Chapitre 1 Section 4.4 du Document de référence 2018, un document qui est publié sous sa responsabilité et qui engage la responsabilité du groupe vis-à-vis de ses parties prenantes.

Par ailleurs, les engagements RSE de Vivendi ont été réaffirmés par les plus hautes instances du groupe à l'occasion de l'Assemblée générale en 2019 : par le Secrétaire général de Vivendi, ainsi que par Cathia Lawson-Hall, membre du Conseil de surveillance et présidente du Comité d'audit ([accéder au webcast vidéo de l'Assemblée générale du 15 avril 2019](#)).

Une partie de la rémunération variable du Président du Directoire et de l'équipe de direction est assujettie aux critères RSE liés aux engagements stratégiques. Les éléments pris en compte pour le calcul de la part variable, y compris les critères RSE, et leur pondération, sont rendus publics dans le Chapitre 3 du Document de référence 2018.

## CRITERE

20

## La COP décrit l'adoption par le Conseil d'administration et la surveillance

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.
- ✓ Le Conseil d'administration (ou équivalent) assume la responsabilité et la surveillance de la stratégie et de la performance long terme de la RSE.
- ✓ Le Conseil d'administration établit, où cela est possible, un Comité de suivi ou attribue la RSE à un membre du Conseil.
- Le Conseil (ou le Comité), où cela est possible, approuve le reporting formel en matière de RSE (Communication sur le Progrès).
- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.

La Direction RSE et Compliance est rattachée au **Secrétaire général, membre du Directoire de Vivendi**. Conformément à son Règlement intérieur, le Conseil de surveillance examine régulièrement la politique de responsabilité sociétale du groupe. Le Conseil est informé par le Directoire des résultats de la politique RSE au travers d'un rapport d'activité trimestriel.

La RSE figure à l'agenda des comités qui opèrent au sein du Conseil de surveillance de Vivendi :

- le **Comité d'audit** examine la politique RSE du groupe deux fois par an;
- le **Comité RSE** examine et émet des avis sur les enjeux sociaux et environnementaux, l'engagement des collaborateurs, les projets sociétaux, les projets de mécénat;
- le **Comité de gouvernance, nomination et rémunération** évalue plus particulièrement la réalisation des objectifs RSE inclus dans la rémunération variable des dirigeants du groupe et attribue le bonus correspondant.

La Direction RSE et Compliance fait partie, en qualité de membre permanent, du **Comité des risques** et du **Comité compliance**.

## CRITERE

## 21

## La COP décrit l'implication des parties prenantes

- *Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.*
- ✓ *Responsabilité de l'entreprise publiquement reconnue pour ses impacts sur les parties prenantes internes et externes.*
- ✓ *Définir les stratégies de développement durable, les objectifs et les politiques en consultation avec les parties prenantes clés.*
- ✓ *Consulter les parties prenantes concernant les dilemmes et défis de mise en œuvre et les inviter à prendre activement part à l'examen de la performance.*
- *Établir des canaux de communication pour s'engager avec les salariés et autres parties prenantes pour entendre leurs idées, aborder leurs préoccupations et protéger «les plaignants».*
- *Autres bonnes pratiques établies ou naissantes.*

Dans une dynamique de progrès permanent, Vivendi s'attache à prendre en compte les attentes de ses parties prenantes dans sa stratégie. Le groupe entretient un dialogue avec les milieux académiques et associatifs ; il échange avec les communautés financière et extra-financière ainsi qu'avec les actionnaires individuels. Les partenaires sociaux sont sensibilisés à la politique de responsabilité sociétale dans le cadre de leur cycle annuel de formation.

Plusieurs canaux alimentent l'échange avec les différents publics du groupe, parmi lesquels les **partenariats**, la participation à des **groupes de travail** (voir Critère 18) et les **consultations**.

La démarche de création de valeur de Vivendi (voir DDR 2018 Chapitre 1 Section 2.3) s'appuie en premier lieu sur l'analyse faite au sein des filiales. Elle tient compte en second lieu de **l'éclairage de parties prenantes externes**. Afin d'appréhender au cœur du business les éléments de création de valeur, une analyse approfondie de la valeur et de la performance économique des activités a été menée sur la base d'entretiens avec des représentants de chaque filiale. Les principaux leviers de création de valeur économique et les principales orientations stratégiques au niveau du business ont ainsi été identifiés. La contribution sociétale de chaque filiale a également été analysée sous l'angle de la valeur créée.

Une analyse externe, fondée sur des éléments de veille sectorielle et sur la vision des parties prenantes du groupe, est venue enrichir l'analyse interne. L'intégration des enjeux business et des enjeux sociétaux propres à chaque filiale dans une matrice de matérialité a par ailleurs permis de faire ressortir les niveaux de convergence entre l'impact business et l'impact sociétal et de prioriser des enjeux à privilégier.

Une représentation sous forme d'infographie réunit les ressorts de la création de valeur dans chaque filiale : les composantes de chaque activité, les expertises associées, les bénéficiaires du partage de la valeur et les contributions sociétales.



Les collaborateurs sont des acteurs clés de l'engagement de l'entreprise. En 2018, la Direction RSE et Compliance a organisé un **séminaire international** sous le signe de la « RSE augmentée », incluse dans la stratégie business. Le séminaire a réuni la communauté RSE élargie, composée des responsables RSE des filiales, des représentants des directions du siège (audit et risques, RH, communication, juridique, business développement) ainsi que des représentants des fonctions opérationnelles des filiales qui portent ou sont concernées par la démarche de responsabilité du groupe. Consacré à la question « Lier business et intérêt social, un avantage concurrentiel pour Vivendi ? », le séminaire visait à encourager la réflexion autour des engagements du groupe pour faire émerger les piliers de l'ambition sociétale de Vivendi et adapter en conséquence la feuille de route RSE. Inauguré par une journée de réflexion sur le thème de l'engagement dans l'univers de la création, organisée dans un musée, le séminaire a également été l'occasion d'entendre le point de vue d'experts qui ont partagé leurs analyses sur les nouvelles attentes d'engagement et de transparence exprimées par les consommateurs face aux entreprises.

**Cette démarche de dialogue fixe un cadre général que chacune des filiales du groupe s'approprié et décline** avec ses propres parties prenantes. Quelques exemples non exhaustifs:

- UMG entretient un dialogue régulier avec diverses parties prenantes externes, parmi lesquelles : les autorités nationales et européennes, les artistes et leurs managers, les compositeurs, les distributeurs et les acteurs du numérique, les sociétés de gestion des droits d'auteur, les organismes professionnels, les organisations promouvant le respect de la propriété intellectuelle, ainsi que des groupes de travail multipartenaires. Le dialogue se déroule souvent aux côtés ou au sein des associations professionnelles mondiales et nationales – telles que l'IFPI – dont UMG est un membre actif
- Groupe Canal+ mène à intervalles réguliers des enquêtes de satisfaction clients, destinées à mesurer la réception de ses offres et contenus auprès de ses abonnés. Le groupe s'est doté d'un service innovant en faisant évoluer son centre de relations clients de Rennes en un laboratoire d'expérimentation en relations clients : **Canal Le Lab** permet entre autres de solliciter les avis et constituer des communautés de clients testeurs afin de recueillir des retours dès les toutes premières phases de conception des produits et des offres.
- Certaines agences de Havas développent des **méthodes de travail en amont de la conception des campagnes** pour y associer davantage les parties prenantes de l'entreprise cliente, en particulier lorsque la thématique des campagnes porte sur des arguments liés au développement durable. Ainsi, en 2018, **46** campagnes ont été réalisées après l'organisation de consultations de parties prenantes de l'entreprise cliente (ONG notamment).
- Gameloft a adhéré, en 2018, à **Women in Games**, association professionnelle œuvrant au niveau mondial pour la mixité dans l'industrie du jeu vidéo.

Édité par la Direction RSE et Compliance de Vivendi.