

# COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS 2019/2020







« AMP VISUAL TV a choisi de s'engager pour être une entreprise responsable, vertueuse et durable.

Ainsi, notre groupe réitère son soutien aux dix principes du Pacte Mondial des Nations Unies et affirme de nouveau avec conviction son engagement en faveur des droits de l'homme, des normes internationales du travail, de la protection de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

Cette année et pour la première fois, nous sommes heureux de vous de présenter notre communication sur les progrès (Communication Of Progress) qui décrit les actions nous mettons en œuvre pour intégrer le Pacte Mondial et ses principes à la stratégie, à la culture et aux opérations quotidienne de notre entreprise.

Ce rapport vient concrétiser la conscience générale des enjeux de développement durable d'AMP VISUAL TV. »

**GILLES SALLÉ**

Fondateur et Président Directeur Général

# MODÈLE D'AFFAIRES

AMP VISUAL TV est l'un des **principaux prestataires européens de tournages télévisés.**

Nous mettons à la disposition de nos clients **notre savoir-faire et notre passion** à toutes les étapes du tournage, en studios ou en extérieur, en France ou à l'étranger.

Depuis 1986, l'entreprise a fédéré **des équipes fidèles et enthousiastes** qui ont su créer et développer un état d'esprit unique constitué d'engagement, de volonté, de curiosité, d'imagination et de recherche permanente d'excellence. Avec 382 salariés permanents (sur exercice consolidé), un savoir-faire largement reconnu et un parc technique conséquent, AMP VISUAL TV est devenu l'un des premiers prestataires de référence au monde.


Parce qu'elle est **bien structurée et dotée des ressources adéquates**, l'entreprise est en capacité de délivrer vite et bien des dispositifs techniques, simples ou complexes, proches ou loin de ses bases opérationnelles.



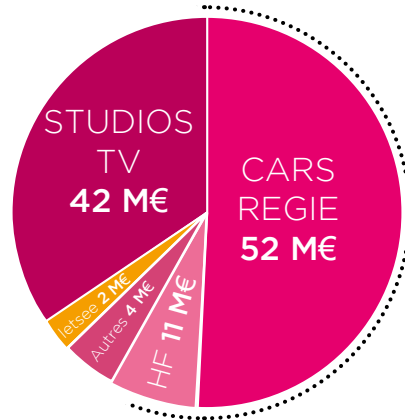
# LES CHIFFRES CLÉS

**111** MILLIONS D'EUROS  
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

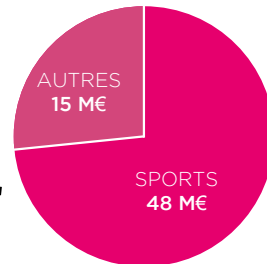


**60%**   
DE PARTS DE MARCHÉ  
EN FRANCE

CHIFFRE D'AFFAIRES  
AMP VISUAL TV



ACTIVITÉS  
CARS RÉGIE ET HF



 **17 000**  
HEURES DE PROGRAMMES  
RÉALISÉES ANNUELLEMENT

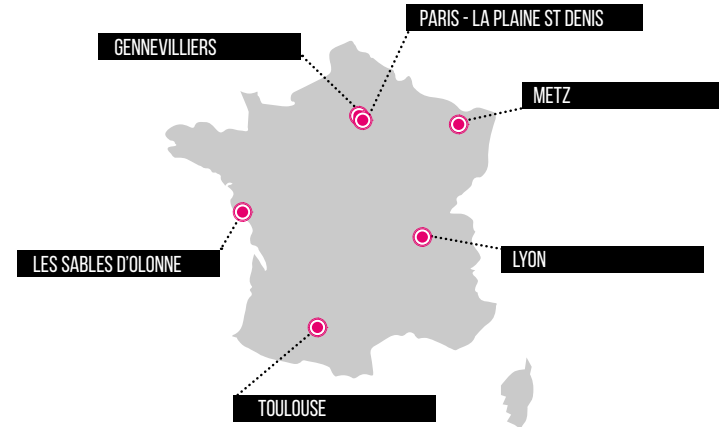
**4900**   
PRESTATIONS  
PAR AN

**382**  SALARIÉS  
PERMANENTS

**3000** COLLABORATEURS  
INTERMITTENTS  
CHAQUE MOIS

# AMP VISUAL TV EN FRANCE ET DANS LE MONDE

NOS IMPLANTATIONS EN FRANCE



**202** TOURNAGES À L'ÉTRANGER  
DANS **71 PAYS** (HORS FRANCE)



# NOS ACTIVITÉS

## VIDÉOMOBILE



### PREMIUM

La Vidéomobile porte sur la réalisation de tournages audiovisuels en extérieur réalisés avec des moyens techniques mobiles (cars-régie, régie fly etc.)

Les conceptions, les tailles et les performances de nos cars-régie nous permettent de nous adresser à tous les segments du marché français de la télévision, de répondre aux exigences les plus sévères des grandes opérations internationales et aux nouveaux enjeux de l'économie digitale.



29 UNITÉS MOBILES



14 UNITÉS MOBILES



### PRODUCTION SIMPLIFIÉE

La production simplifiée est une offre spécifique de vidéomobile pour des productions agiles à coûts maîtrisés.

## HF



Un service entièrement dédié aux configurations techniques HF, liaisons courtes distances complexes, moyennes et longues distances avec ou sans relai aérien sur de grands événements ou sur des épreuves cyclistes, courses à la voile, marathons, triathlons, athlétisme... ou sports mécaniques sur lesquels nous avons bâti une réputation internationale.



100 LIAISONS HD/UHD  
10 MOTOS/SCOOTERS  
2 CARS-RÉGIES  
2 AVIONS PRÉSSURISÉS

## PLATEAUX



STUDIOS DE FRANCE (avec AMP VISUAL TV et STUDIOS PARIS SUD) réunissent une offre exceptionnelle de Studios TV.

Depuis Paris intramuros ou aux portes de la capitale, nos studios affichent les caractéristiques les plus exigeantes en terme d'équipements audiovisuels, de volume, d'insonorisation, de climatisation ou de distribution électrique.



29 PLATEAUX  
DE 40 À 2090 M<sup>2</sup>

## DIGITAL



LETSEE propose une gamme de services pour réaliser et diffuser des programmes digitaux (habillage, remote production, streaming live...).

Une offre entièrement consacrée aux enjeux actuels de l'audiovisuel permettant de fournir avec agilité et rapidité toutes les prestations dont les producteurs et les détenteurs de droits ont besoin pour la diffusion multicanaux de leurs programmes.



1 MEDIA CENTER  
1 STUDIO DIGITAL  
1 REMOTE CONTROL ROOM

**52** MILLIONS d'Euros  
de chiffre d'affaires



**1233**   
PRESTATIONS  
SPORTIVES  
PAR AN

**1810**  
TOURNAGES  
PAR AN 

**11** MILLIONS d'Euros  
de chiffre d'affaires



**500**   
TOURNAGES PAR AN

**22**   
COURSES CYCLISTES  
45 JOURS DE PRODUCTION

**42** MILLIONS d'Euros  
de chiffre d'affaires



**687**   
TOURNAGES PAR AN

**5**   
QUOTIDIENNES  
EN DIRECT

**2** MILLIONS d'Euros  
de chiffre d'affaires



**631**   
PRESTATIONS PAR AN

**2000**   
H  
DE DIFFUSION LIVE STREAMING  
DE COURSE AUTOMOBILE

**1000**   
MATCHS DE  
FOOTBALL  
PAR AN

**5000** H  
 DE DIFFUSION LIVE/REPLAY/  
VOD/CLIPPING STREAMING  
SUR LES RESEAUX SOCIAUX

# NOTRE POSITION SUR LE MARCHÉ

PRODUCTION



## PRODUCTEUR

- A l'initiative du projet
- En détient les droits
- La vend à un diffuseur



## PRODUCTEUR DÉLÉGUÉ

- Assure toute ou partie de la responsabilité de la production
- Peut détenir une partie des droits en contrepartie



## PRODUCTEUR EXÉCUTIF

- Effectue la réalisation
- Gère les équipes artistiques (réalisateur...)
- Est rémunéré pour cette prestation
- Est responsable de la conformité et qualité des livrables

Banijay Group  
TFI  
Fremantle Media  
Satisfaction  
Endemol  
France TV  
Canal +  
M6  
etc.

FABRICATION



## PRESTATAIRE DE TOURNAGE

- Effectue le tournage
- Peut aussi assurer des prestations connexes (habillage, streaming...)
- Gère les équipes techniques
- Est rémunéré pour cette prestation



## AUTRE PRESTATAIRE

- Post-production, gestion des flux, stockage, etc...



NEP  
France TV  
Imagina  
Euro Media Group

DIFFUSION



## DIFFUSEUR

- Achète le droit de diffusion de l'émission
- La diffuse

France Télévisions  
Canal +, M6, Arte C8,  
W9, TMC, TFX Amazon,  
Netflix, NRJ12,  
LCI, France info, LCP,  
BFMTV, C NEWS, C  
STAR, Gulli, Bangumi,  
France Ô, L'équipe  
23, RMC, Chérie 25,  
6ter, LCI



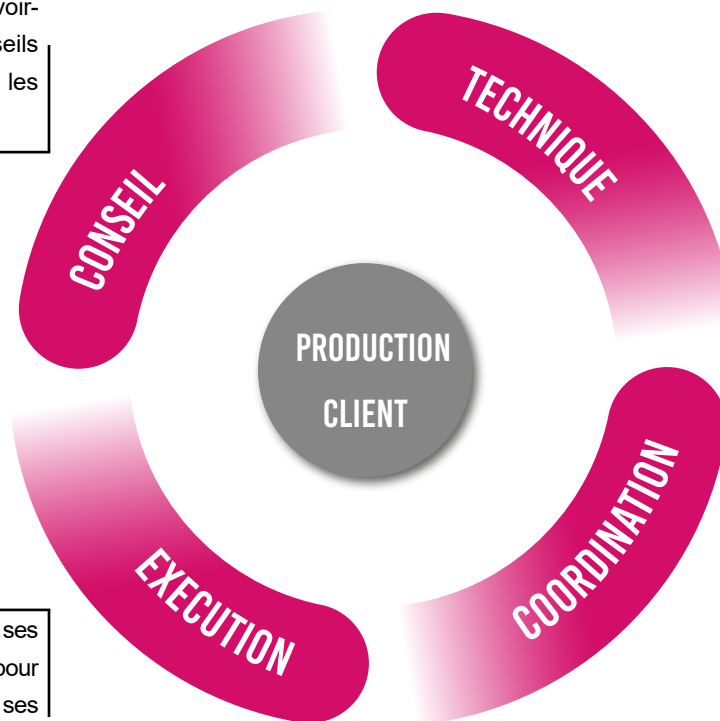




## ...ET NOTRE CHAÎNE DE VALEURS

Avec et pour ses clients, AMP VISUAL TV **imagine et conçoit les dispositifs des tournages** (en extérieur ou en studios), leur enrichissement et leur diffusion. Grâce à l'expérience et au savoir-faire des équipes, l'entreprise apporte conseils et préconisations tant sur la technique que les process à mettre en œuvre.

AMP VISUAL TV est un prestataire. En ce sens, ses équipes **exploitent le matériel mis en œuvre** pour répondre aux cahiers des charges établi avec ses clients. L'entreprise s'appuie sur des collaborateurs permanents et sur des salariés intermittents.



AMP VISUAL TV **assemble** des technologies existantes pour concevoir et mettre au point des outils techniques uniques et exploiter ainsi **une large gamme de produits aptes à répondre à toutes les demandes du marché.**

Notre entreprise se charge de toute **l'organisation des personnels et des matériels** en vue du bon déroulement des opérations (plannings, déplacements, hébergements, restaurations, etc.). Nos équipes font également **un travail de liaison avec les éventuels autres prestataires, intervenants et autorités extérieures** afin que leurs interventions s'insèrent efficacement dans le process global.

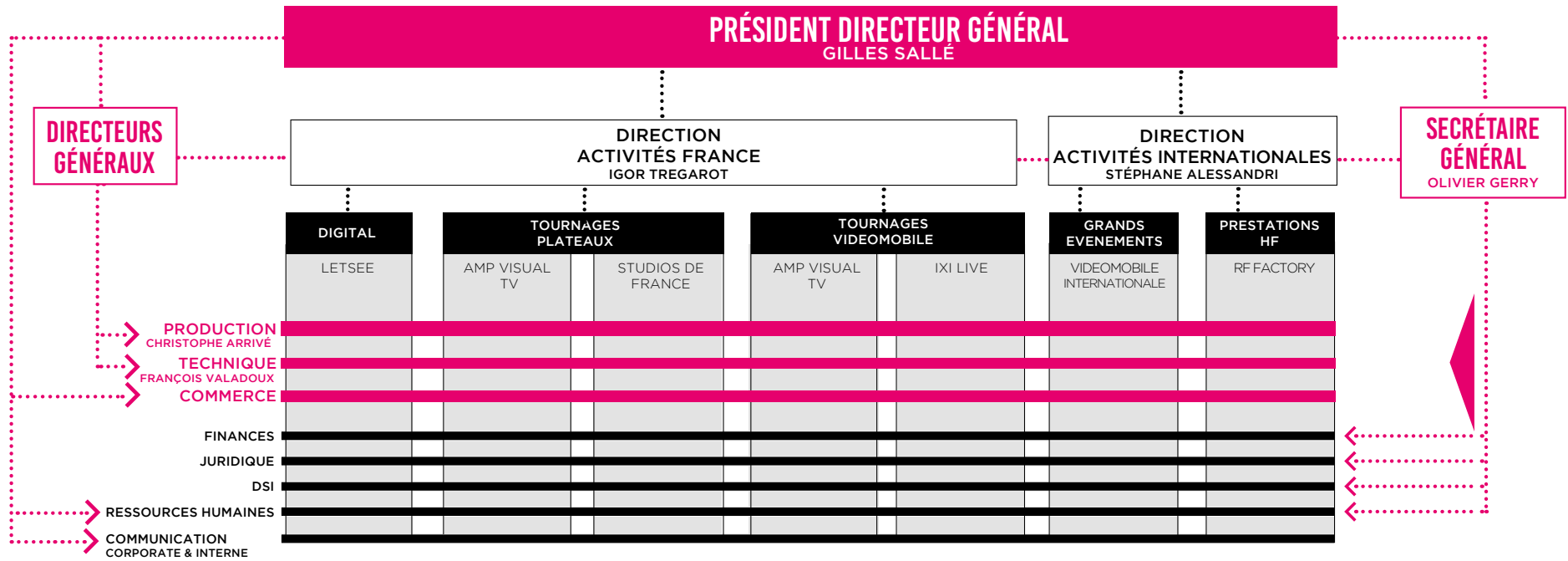
# NOTRE ORGANISATION

**Une organisation dans laquelle clients et salariés sont connus et reconnus.**

L'entreprise est organisée en **entités opérationnelles** qui répondent aux enjeux du marché et aux attentes de nos clients. Ce fonctionnement permet aux salariés d'être proches des clients. La hiérarchie est courte, identifiée, les collaborateurs agissent en autonomie. Les prises de décisions sont plus rapides et les informations circulent aisément.

**L'intérêt pour les relations sociales, les valeurs d'humilité, de curiosité et de cohésion sont les marques d'un état d'esprit qui règne dans l'entreprise depuis sa création.**





# ENGAGÉS

AMP VISUAL TV perpétue cette année encore son engagement de faire état de ses actions pour **le développement durable**.

Au cours de cet exercice, AMP VISUAL TV a choisi d'aller plus loin en adhérant au Pacte Mondial des Nations Unies et en acceptant ainsi de rendre compte, chaque année, de nos actions et de nos évolutions en faveur des grands principes défendus par cette ONG.

A ce titre, nous avons confronté notre politique RSE aux 17 objectifs de développement durable de l'ONU (ODD). Cinq objectifs que nous avons qualifiés de prioritaires et quatre de significatifs, font l'objet de notre engagement pour répondre favorablement à l'ambitieux défi de changer le monde auquel les Nations Unies nous proposent de participer par la mise en œuvre de ce programme.



**OBJECTIFS**  **DE DÉVELOPPEMENT DURABLE**



# NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU

## Objectifs prioritaires



**3** Bonne santé & bien-être



**10** Inégalités réduites



**5** Égalité entre les sexes



**12** Consommation et production responsables



**8** Travail décent et croissance économique

## Objectifs significatifs



**1** Pas de pauvreté



**13** Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques



**11** Villes et communautés durables



**17** Partenariats pour la réalisation des objectifs

# RESPONSABLES AVANT TOUT

Pour la quatrième année consécutive, AMP VISUAL TV rend compte de ses actions en faveur du **développement durable**, et continue de faire contrôler sa démarche par un organisme tiers indépendant.

Nos engagements en faveur de l'éco-responsabilité ont pour but de contribuer aux trois piliers du développement durable, véritables outils de construction d'une prospérité environnementale, sociale et sociétale à l'échelle globale et pour laquelle nous souhaitons être acteurs.

Par souci d'efficacité, AMP VISUAL TV a choisi de cibler ses actions et d'intégrer directement dans les sujets développés ses contributions aux ODD pertinents pour son activité.





## SOCIAL

---



- Dialogue social
- Santé et sécurité
- Egalité des traitements
- Formation

## ENVIRONNEMENTAL

---



- Consommation d'énergie
- Recyclage : l'affaire de tous
- Actions menées pour limiter ou compenser les rejets de CO2

## SOCIÉTAL

---



- Garantir l'éthique des affaires et promouvoir nos valeurs
- Sous-traitance et fournisseurs : achats responsables
- Impact territorial et mécénat-partenariats
- Innovations



SOCIAL

# DIALOGUE SOCIAL

## Maintenir le dialogue social

Le dialogue au sein d'AMP VISUAL TV est nourri quotidiennement par une communication interne réactive et variée. AMP VISUAL TV informe en continu ses collaborateurs sur l'actualité de l'entreprise, en s'appuyant sur les nouveaux réseaux de communication (Facebook, Yammer, Twitter, Instagram...) et par le biais d'affichages dynamiques sur plusieurs de nos sites de la région parisienne.

Depuis le début de l'année 2017, la société dispose également d'un journal interne, « AMP VISUAL TV NEWS ». Chaque trimestre, le magazine part à la découverte d'une agence, d'un site ou d'un service, zoom sur les métiers d'AMP VISUAL TV (techniques, administratifs, internationaux, hyper-technologiques...) et transmet les témoignages de nos clients. Il permet également communiquer sur la situation du groupe.

Depuis 2019, nous avons décidé d'aller plus loin en mettant au profit du dialogue social notre savoir-faire. Chaque premier mercredi du mois, nous proposons un direct live sur une plateforme digitale interne que nous appelons « Master pitch ». Ces émissions ont pour but de présenter et d'expliquer des métiers, des services ou certains projets. Au sein d'AMP VISUAL TV, le dialogue social se caractérise également

par de nombreux échanges entre les instances de direction et le Comité Social et Economique (CSE) mis en place au sein de l'UES le 24 avril 2019.

Au cours de cet exercice marqué par un contexte économique tendu, la qualité du dialogue social a été essentielle à la pérennisation de l'entreprise.

Ainsi, 6 accords ont été signés au cours de l'année 2019 :

- Avenant n°3 au protocole d'accord portant sur la constitution d'une UES signé le 25/01/2019 – Extension de l'UES à la société STUDIOS DE France ;
- Accord Mise en place et fonctionnement CSE signé le 25/01/2019 ;
- Protocole d'accord préélectoral UES signé le 13/02/2019 ;
- Accord collectif majoritaire sur un PDV pour motif économique signé le 26/09/2019 ;
- Accord de Performance Collective signé le 26/09/2019 ;
- Accord de méthode dans le cadre du projet de réorganisation dit « CAP 24 » concernant l'UES Broadcast Services signé le 04/07/2019.

## INDICATEUR CLÉ BIEN ÊTRE AU TRAVAIL:

### Atlantic Média, Studios de France & Studios Paris Sud

Nombre de journées d'absence totale : 4 167 en 2019 contre 5 095 en 2018

### Atlantic Média

Nombre de journées d'absence : a augmenté de 6,8% par rapport à 2018 uniquement sur cette entité juridique. Cela est principalement due à l'augmentation du nombre de jours de congés pris pour maternité ou paternité.

## RÉSEAUX SOCIAUX EN 2020 :

- Facebook : **5 865** contre 5 461 abonnés en 2019
- Instagram : **1 122** contre 719 abonnés en 2019
- Twitter : **2 458** contre 2 307 abonnés en 2019
- LinkedIn : **10 928** contre 8 349 abonnés en 2019
- Yammer : **299** salariés inscrits en 2020 sur ce réseau interne



## CONTRIBUTION AUX ODD :



1



3



5



8



10



# SANTÉ ET SÉCURITÉ

## Garantir la santé et la sécurité de nos collaborateurs

La santé, la sécurité et les conditions de travail constituent un objectif essentiel d'AMP VISUAL TV. Il s'agit de préserver la santé des collaborateurs, mais aussi de proposer des conditions de travail motivantes, afin de contribuer à la performance globale et durable de l'entreprise.

Nous avons gagné en efficacité dans la réalisation de notre programme de sécurité au sein d'Atlantic Média en la structurant. Les enjeux de cette démarche sont nombreux et fondamentaux :

- Réduire les risques, les accidents et les maladies liées au travail et améliorer les conditions de travail ;
- Renforcer l'image d'entreprise responsable en interne et en externe ;
- Sensibiliser l'ensemble des managers et collaborateurs sur les bonnes pratiques en matière de sécurité ;
- Réduire les coûts directs liés aux cotisations accidents de travail (auprès de la CARSAT) et indirects liés à l'absentéisme et à la perturbation de l'activité

Au cours de cet exercice et suite à l'accompagnement réalisé par le cabinet ACTIFORCES via le financement de l'AFDAS, le groupe de référents

sécurité a pu mettre en place une démarche de prévention des risques portée par la Direction et par les représentants du personnel. Une réunion des référents sécurité a lieu une fois par mois et permet d'échanger sur les différentes problématiques liées à la sécurité et ainsi envisager des actions conjointes.

Les premières réunions ont débuté en octobre 2019 et avaient pour objectif de finaliser le Document Unique d'Evaluation des Risques.

En 2019, on constate une baisse de 21,57% des accidents de travail, toute population confondue. Le nombre d'accident du travail ayant entraîné un arrêt de travail est en légère baisse depuis l'année 2017.



Parce que la communication est indispensable pour maintenir la dynamique de prévention, nous avons mis en place des focus sécurité à destination de l'ensemble des collaborateurs. Ces focus visent à sensibiliser les collaborateurs en leur donnant des conseils pratiques afin de préserver leur santé.



## INDICATEUR CLÉ ACCIDENTS DU TRAVAIL

### Atlantic Média

Taux de fréquence: 7,25 en 2019 contre 7,43 en 2018.

Taux de gravité: 0,12 en 2019 contre 0,27 en 2018.

### Studios de France

Taux de fréquence: 23,87 en 2019 contre 38,97 en 2018.

Taux de gravité: 3,60 en 2019 contre 2,25 en 2018.

### Studios Paris Sud

Taux de fréquence: 0 en 2019.

Taux de gravité: 0 en 2019.

## INDICATEUR CLÉ FORMATION SANTÉ ET SÉCURITÉ

Le nombre de stagiaires formés à la sécurité au sein d'Atlantic Média et de Studios de France est de 57 pour l'année 2019.

De plus, le montant des dépenses allouées à la formation dans la sécurité est de 12 332€ pour la même période.

Aucun salarié de Studios Paris Sud n'a été formé sur cette thématique.



CONTRIBUTION À L'ODD



3



# EGALITÉ DES TRAITEMENTS

## Pour une meilleure intégration des travailleurs en situation de handicap

### Mise en œuvre d'un projet démarche Handicap

Afin de nous accompagner dans nos réflexions, nous avons obtenu une subvention de la part de l'AGEFIPH pour financer une prestation de conseil par un cabinet spécialisé sur le Handicap : LB DEVELOPPEMENT. La prestation d'une durée de 10 à 15 jours entièrement financée par l'AGEFIPH est déclinée en deux axes principaux :

- **La phase diagnostic :** étude des différents documents, indicateurs RH, pratiques, process et également la réalisation d'entretiens individuels avec un panel de collaborateurs définis.
- **La phase action :** selon les conclusions de l'audit, proposition d'un plan d'action concret afin de poser les jalons de notre politique Handicap.

La phase diagnostic ayant été réalisée au cours du dernier exercice, nous sommes passés à la seconde phase en définissant en 2019/2020 un plan d'action permettant de déployer la démarche Handicap au sein du groupe.

### Mise en œuvre d'une politique de recrutement diversifié

AMP VISUAL TV poursuit son engagement en matière d'emploi et d'insertion au travers de ses politiques de recrutement et de diversité.

Nous favorisons le recrutement des jeunes salariés de moins de 25 ans afin de promouvoir au maximum les promotions internes et ainsi proposer un certain nombre de plans de carrière. Le recrutement se réalise notamment grâce au partenariat avec l'enseignement des filières de l'audiovisuel via les contrats d'alternance, souvent embauchés en CDI.

### INDICATEUR CLÉ

Pour ATLANTIC MEDIA, le montant de la contribution AGEFIPH a diminué entre 2018 et 2019 en passant de 107 396 € à 84 452 €.

Le nombre de Bénéficiaire de la RQTH (Reconnaissance de La Qualité de Travailleur Handicapé) est passé de 8,09 unités à 8,15.

En revanche concernant Studios de France la contribution AGEFIPH a augmenté passant de 2 411 € à 8 064€.

### INDICATEUR CLÉ

De manière générale, ATLANTIC MEDIA a réalisé moins d'embauches comparativement aux années précédentes.

Cette diminution s'explique par le contexte social de l'année 2019 au sein de l'entreprise et la mise en œuvre d'un PDV.

4 embauches en CDI (contre 15 en 2018).

Les salariés de moins de 25 ans représentent 7% de l'effectif global de l'UES.



## CONTRIBUTION À L'ODD





## Préservation des acquis d'égalité hommes/femmes

AMP VISUAL TV a mis en œuvre une politique de préservation de l'égalité hommes/femmes dès le 1er janvier 2015 par un accord sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes signé le 17 octobre 2014. Celui-ci prévoit notamment :

- L'égalité de rémunération entre les femmes et les hommes à poste égal et à compétences égales.
- Garantir l'équité de traitement dans l'octroi des augmentations individuelles.
- Sur les postes de direction à pourvoir, à compétences égales, privilégier une candidature féminine.
- Poursuivre la discrimination positive en faveur du recrutement des femmes pour les postes techniques dit de « terrain ».
- Favoriser la participation des salariés à toutes les réunions de l'entreprise, par le respect d'horaires facilitant l'articulation des temps de vie : entre 10h et 18h.

Ces principes déjà bien ancrés dans l'entreprise doivent faire l'objet d'un nouvel accord collectif qui est à l'ordre du jour des réunions prévues pour l'exercice 2020/2021.

Notre activité technique avec des emplois qui occasionnent beaucoup de déplacements en semaine et le week-end, nous a permis de constater que les femmes

qui intègrent les sociétés de ce secteur demandent rapidement à pouvoir évoluer vers des postes plus sédentaires et à horaires fixes.

Cette masculinisation des emplois est stable. Dans le temps, la répartition hommes/ femmes apparaît stable et peu susceptible de rééquilibrage.

AMP VISUAL TV s'est engagée dans une politique globale de non-discrimination et de diversité notamment par des actions en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, en nommant par exemple trois référents harcèlements sexuels.

Pour l'année 2019 le Groupe affiche un index égalité professionnelle de 89 points sur 100. Nous rappelons que l'Index est calculé au niveau de l'Unité Économique et Sociale « Broadcast Services » et porte sur 5 indicateurs.



Ecarts de rémunérations

39/40



Ecarts de taux de promotions

15/15



Ecarts de taux d'augmentations

20/20



Augmentation au retour d'un congé maternité

15/15



Sous représentation des plus hautes rémunérations

0/10

## INDICATEUR CLÉ RÉMUNÉRATIONS

Les minima conventionnels de la grille des salariés permanents ont donc été augmentés de 1,6% en mars 2019.

Le contexte difficile de l'année 2019 n'a pas permis d'augmentation autre que celle mentionnée ci-dessus.

## INDICATEUR CLÉ EVOLUTION EFFECTIF DES FEMMES

Entre 2018 et 2019, la part des femmes dans l'UES a augmenté de 2 points passant de 20% à 22% environ.

En comparaison avec les données de la DPEF de l'année N-1, nous constatons une évolution lente mais constante de la part des femmes dans l'UES.



CONTRIBUTION À L'ODD



5



# FORMATION

## Développer les compétences des salariés et renforcer l'attractivité de l'entreprise

La formation professionnelle est le processus d'apprentissage qui permet à un salarié d'acquérir le savoir et les savoir-faire nécessaires à l'exercice d'un métier. Le développement des talents et des compétences passe donc nécessairement par la formation. De plus, l'activité d'AMP VISUAL TV nécessite de maîtriser un savoir-faire particulier. En créant la Master School, notre école interne de formation, nous valorisons nos salariés tout en maintenant l'attractivité du groupe. Nous avons identifié 12 formateurs internes capables de former les autres salariés.



### EN 2019 POUR L'UES

**212** personnes ayant suivi au moins une formation

**5 501** heures de formation réalisées

## LES PROJETS DE FORMATION MOBILISATEURS 2019

### Projet Convergence IT 2020 : réseaux et normes IP

**98** salariés formés

**13** sessions de formation réalisée en intra entreprise

Investissement : **34 450 € HT** pour les coûts pédagogiques et **4 500 € HT** de matériel (PC informatique dédiés à la formation)

### Projet English Programs / CPF

**49** parcours de formation individuels lancés

**5 490** heures prévues soit une moyenne de

**112** heures par salariés

Investissement : **71 580 €** financé sur la contribution versée au titre du CPF (33 376€) auprès de l'AFDAS

## INDICATEUR CLÉ

### Atlantic Media

Budget formation 2019 (versement plan de formation volontaire à l'AFDAS) : 98 709 € soit 92 795€ de budget net de frais de gestion.

Montant financé sur le plan de formation : 93 462 € (contre 44 987 € en 2018)

L'entreprise a également bénéficié de 63 334€ de financement sur le dispositif du CPF.

L'ensemble des indicateurs (dépenses formation, nombre de stagiaires formés...) sont en augmentation de + de 100% entre 2018 et 2019.

### Studios de France

Budget formation 2019 (versement plan de formation volontaire à l'AFDAS) : 16 672 € soit 15 671€ de budget net de frais de gestion.

Montant financé sur le plan de formation : 2 459€

L'entreprise a bénéficié de 2 238€ de financement sur le dispositif CPF.

### Studios Paris Sud

En 2019, 325 € de formation ont été financés sur les versements opérés auprès de l'AFDAS pour la formation d'un collaborateur (Projet Convergence IT 2020 via l'organisme IIFA).



## CONTRIBUTION AUX ODD





# LA FORMATION INTERNE EN 2019



FORMA

## 18 PROGRAMMES FORMALISÉS

### VIDEO

VSM, Mélangeur SONY MVS, RFA

### AUDIO

MT 128, EVS, BOLERO STANDALONE

### HF

Extender 5, basique d'exploitation HF, Mesures RF, GPS et tracking antenne, HEVC HF, Antennes

### POST-PROD

Initiation au montage Avid Media Composer, Avid Interplay et workflow

### TRANSVERSESES

Powerpoint, cours de sophrologie

**16** formations réalisées

**33** stagiaires formés

**159** heures de formations émargées





# CONSOMMATION D'ÉNERGIE

**Maîtriser et assurer le suivi de nos consommations**



Nombre de cartouches d'encres livrées : 97 en 2019 contre 105 en 2018. Notre consommation est en diminution constante.

## CONSOMMATION D'ENCRE

Au cours de cet exercice 2019/2020, le nombre d'impressions était de 847 079. En 2018/2019 nous décomptons 2 702 impressions par salarié contre 2 386 pour l'exercice 2019/2020 soit une diminution de 11 %. Depuis l'exercice 2017/2018 ce chiffre est en constante diminution.

## CONSOMMATION DE PAPIER

Le montant de la consommation de carburant des véhicules non techniques a diminué de 25% pour Atlantic Media. Ce montant a également diminué de 10% pour ses véhicules de techniques. Cette diminution s'explique par le fait que nous avons eu moins de tournages très éloignés des sites de rattachement de nos véhicules.

## CONSOMMATION DE CARBURANT

## CONSOMMATION D'ELECTRICITÉ

La consommation d'électricité globale 2019/2020 s'élève à 6 022 596 KWH contre 7 175 292 KWH en 2018/2019. La consommation d'électricité des plateaux a également diminué en passant de 6 165 477 KWH en 2018/2019 à 5 237 319 KWH. Cette diminution de 16,5% s'explique par le fait que nous avons réduit le nombre de plateaux au cours des exercices précédents.

## CONSOMMATION DE GAZ

La consommation totale de gaz pour l'exercice 2019/2020 est de 431 941 KWH. Cette diminution de consommation s'explique par les bâtiments que nous avons quittés au cours du dernier exercice.

## CONSOMMATION D'EAU

La consommation d'eau ne subit pas de variation significative depuis 2017.



**CONTRIBUTION À L'ODD**



# RECYCLAGE : L'AFFAIRE DE TOUS

## S'impliquer dans le recyclage des déchets

Le recyclage de nos déchets liés aux tournages que nous réalisons est un enjeu majeur de notre politique environnementale.

En raison de nos contraintes métier, nous utilisons beaucoup de piles. Afin de limiter nos déchets, nous proposons à nos collaborateurs de les réutiliser pour leur usage personnel.

Toutefois, les piles ayant vocation à être jetées, font l'objet d'un recyclage réalisé par la société Corepile avec laquelle nous travaillons depuis 2005. La quantité de piles enlevées (en Kg) a été divisée par 2 entre 2017 et 2018. Cette diminution s'explique par le fait que le dernier enlèvement a été réalisé en début d'année 2019. Depuis lors, nous avons la quantité totale de piles enlevées en 2019 qui nous permet de constater que nous sommes sur les mêmes quantités que les années précédentes. Il n'y a pas eu d'enlèvement au cours du premier trimestre 2020.

Pour les autres déchets, nos sites de Gennevilliers, ceux situés à la Plaine-Saint-Denis, d'Olonne-Sur-Mer, de Metz et de Lyon bénéficient d'une solution de collecte des déchets dite en mélange. Une fois collectés, ces déchets font l'objet d'un tri réalisé par notre fournisseur. Concernant Olonne-sur-Mer, la quantité de déchets a diminué de 30m3. Cela peut s'expliquer par le fait que nous avons eu moins de tournage dans la région.

En revanche, grâce aux nouvelles statistiques dont nous disposons, nous pouvons constater que Studios de France génère à elle seule seulement 9 tonnes de moins qu'Atlantic media.

Enfin, le matériel que nous utilisons pour notre métier étant principalement métallique nous avons choisi de valoriser ces déchets en les confiant à la société SOREVO qui se charge du recyclage des métaux. La quantité de métaux recyclés est liée à la vétusté de nos matériels.



En janvier 2020, AMP VISUAL TV a décidé d'offrir à tous ses salariés un mug afin de limiter l'utilisation de gobelets en plastique. En février 2020, nous installons une fontaine à eau sur notre site des Sables d'Olonne pour éviter les bouteilles en plastique. Ces démarches constituent une première étape en vue de la suppression à venir de tous les objets jetables en plastique.



## INDICATEURS CLÉS

### PILES

Corepile	2017	2018	2019
Quantité enlevée (en kg)	1 442	693	1 467

## INDICATEURS CLÉS

### DÉCHETS

Déchets (en m <sup>3</sup> ou T)	2017	2018	2019
Les Sables d'Olonne	121,125 m <sup>3</sup>	131 m <sup>3</sup>	105,5m <sup>3</sup>
Gennevilliers	25 T	10 T	52,310 T
Studio 107	-	18,39 T	
Autres bâtiments Ile de France	-	-	
Lyon	4,020 T	5,705 T	2,960 T
Metz	116 T	2,880 T	2,880 T
Toulouse	-	-	-
STUDIOS DE FRANCE	-	-	46,510 T

## INDICATEURS CLÉS

### MÉTAUX

Métaux (en kg)	2018/2019	2019/2020
Ferraille platinage	780	0
Câble cuivre – plastique (tout venant)	800	810
Cisaille	700	460
Ferraille à cisailier	380	900
Métaux ferrés	1 711	640
<b>TOTAL</b>	<b>4371</b>	<b>2810</b>



CONTRIBUTION À L'ODD





# ACTIONS MENÉES POUR LIMITER OU COMPENSER LES REJETS EN CO2

- Utilisation systématique des remorques motos
- Prise en charge des abonnements de transports en commun
- Imposer le covoiturage aux équipes de production
- Privilégier des hôtels à proximité des lieux de tournage
- Uniformisation des technologies employées dans les cars régies (technologies liées à la réalisation des programmes) afin de pouvoir les échanger entre différents tournages et ne pas générer des déplacements supplémentaires et donc des émissions de GES.



Après notre campagne de formation sur l'éco-conduite, nous avons lancé une plateforme interne de covoiturage afin de trouver des solutions pendant les grèves des transports en commun de 2019. Nous avons choisi de laisser cette plateforme en fonctionnement afin d'optimiser les transports de nos collaborateurs.

Le service HF dispose de deux scooters 100% électriques BMW pour le tournage d'évènements sportifs. Nous avons adapté notre matériel afin de pouvoir louer partout dans le monde ce type de scooter et ainsi être en mesure de proposer systématiquement ce dispositif à nos clients.

Le service HF dispose de 6 kits transportables pour équiper les motos afin de réaliser nos prestations à l'international. Nous sommes le seul prestataire au monde qui n'a pas l'obligation de déplacer ses motos pour réaliser ses tournages. Les kits sont démontables et permettent d'acheminer le matériel nécessaire pour l'installer sur des motos louées sur place.

La Remote Production est un pas majeur vers la dématérialisation de la production audiovisuelle. Les gains sont économiques mais également environnementaux dans la mesure où ce mode de production induit moins de déplacements et de ce fait, une meilleure maîtrise des émissions de gaz à effet de serre lors des tournages. La Remote Production est de plus en plus prisée par nos clients

Le nombre de véhicules en norme euro 6 a pour la première fois diminué depuis 2017. Nous continuons nos efforts de renouvellement des véhicules. Nous disposons au 31/03/2020 de moins de véhicule de tourisme qu'auparavant ce qui explique la diminution constatée sur cet exercice.



CONTRIBUTION AUX ODD



11



13





## NOS PLATEAUX IMPLANTÉS DANS UN PARC TOURNÉ VERS LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

**73% des plateaux du Groupe AMP VISUAL TV** sont situés au Parc des Portes de Paris dont ICADE est propriétaire et gestionnaire. Conscient du passé industriel de ce site qui était auparavant un lieu de stockage de nourriture et de charbon, ICADE a choisi de faire de ce parc un « **quartier d'affaire démonstrateur de la ville intelligente et durable** ».

AMP VISUAL TV s'associe à cette démarche en concentrant son activité plateaux dans ce lieu. Notre groupe exploite donc ses studios dans un cadre certifié ISO 14001 et favorisant 4 grands items repris par la charte usagers :

- Se déplacer : favoriser les transports en commun, mise en place d'une navette fluviale électrique, abris vélo, bornes de recharges électriques...
- Habiter/travailler : améliorer la qualité d'usage en favorisant le confort, les services de proximité, et en créant des mixités fonctionnelles sectorielles et entrepreneuriales
- Produire/consommer: créer un parc zéro gaspillage et à énergie positive
- Créer/socialiser: Eco-pâturage, centre sportifs, lieux de co-working, promouvoir la diversité, améliorer la qualité de travail et de vie...

Par ailleurs, depuis 2016, ICADE intègre des critères précis dans les contrats de ses gestionnaires d'espaces verts. Cette démarche de gestion écologique a d'ailleurs été récompensée par le label ÉcoJardin, attribué au Parc des portes de Paris. La preuve en image ci-contre; les espaces verts situés autour de nos plateaux sont notamment tondus par des moutons.

Le Parc des Portes de Paris dispose également d'une des plus grandes fermes urbaines de France. La « Farmhouse Aubervilliers » c'est 1000 m<sup>2</sup> dédiés à la production maraîchère en potager vertical et à l'aquaponie.



**CONTRIBUTION À L'ODD**





# GARANTIR L'ÉTHIQUE DES AFFAIRES ET PROMOUVOIR NOS VALEURS

Adhérer à des organisations porteuses de valeurs qui nous ressemblent...



Avec le Pacte mondial, les Nations Unies, visent à mobiliser un mouvement mondial d'entreprises et de parties prenantes en faveur de la création d'un monde durable.

ATLANTIC MEDIA a adhéré au pacte mondial des nations unies en 2019 et va faire état de sa première « Communication On Progress » au cours de l'année 2020.



La Fédération des Industries du Cinéma, de l'Audiovisuel et du Multimédia est une organisation syndicale patronale, qui regroupe environ 150 entreprises dont l'activité couvre l'ensemble des métiers et du savoir-faire technique de l'image et du son. La FICAM représente, promeut et défend les intérêts nationaux et internationaux de la filière des Industries Techniques de la Création.

AMP VISUAL TV est représentée au comité de direction de cette fédération.



Le collectif ECOPROD a élaboré une « Charte ECOPROD pour l'entreprise de l'Audiovisuel » pour engager les acteurs du secteur de l'audiovisuel signataires dans une démarche d'amélioration continue d'information, de réflexion et de mise en œuvre, encadrée et aidée par les outils et services mis à disposition par le collectif.

ATLANTIC MEDIA est adhérente de cette charte.



L'Observatoire de la Transformation Audiovisuelle (OTA) est le Think tank de référence pour la description et la compréhension des mutations de l'industrie de l'image.



CONTRIBUTION À L'ODD



... et surtout contribuer à la promotion de ces valeurs.



**SEPTEMBRE 2019**

AMP VISUAL TV  
a contribué  
au projet de Charte RSE  
de la FICAM



**JANVIER 2020**

AMP VISUAL TV était invité au salon  
des lieux de tournages pour un retour  
d'expérience sur l'éco-responsabilité.



**NOVEMBRE 2019**

Nous avons consacré  
un Master Pitch  
à la RSE



**MARS 2020**

Sous l'impulsion de l'OTA,  
nous participons à la  
première Table-ronde sur  
l'Eco-Production réunissant  
les acteurs majeurs de  
l'audiovisuel.





# SOUS-TRAITANCE ET FOURNISSEURS ACHATS RESPONSABLES

Dans le contexte de formalisation de notre démarche RSE, nous avons souhaité rédiger et partager avec nos acheteurs notre charte des achats responsables.

## **CHARTRE ACHATS RESPONSABLES**

Nos engagements :

- Promouvoir le respect de la réglementation sociale applicable
- Maîtriser l'impact environnemental de notre activité et développer des services et procédés innovants à moindre impact environnemental
- Veiller à la responsabilité territoriale
- Un comportement éthique partagé avec l'équipe des acheteurs
- Garantir le dialogue avec nos parties prenantes
- Impliquer les fournisseurs et partenaires dans le déploiement de la stratégie RSE

En adhérant aux principes de cette charte, les fournisseurs et sous-traitants d'AMP VISUAL TV s'engagent à accompagner AMP VISUAL TV dans le déploiement de sa stratégie RSE.

Nous persistons dans notre démarche de suivi des sous-traitants qui s'effectue depuis notre exercice 2017/2018 via la plateforme [e-attestations.com](https://www.e-attestations.com).





# IMPACT TERRITORIAL

AMP VISUAL TV privilégie les fournisseurs locaux ou les antennes locales d'enseignes nationales.

Ainsi, la plupart de ses fournisseurs de services dit « non-métier » sont des acteurs économiques situés dans le département vendéen.

Au cours de cet exercice, le nombre de fournisseurs basés en Vendée est passé de 43 à 49. Pour Studios de France et Studios Paris Sud le nombre de fournisseurs vendéens n'a pas subi de variation significative.

# MÉCÉNAT - PARTENARIAT

AMP VISUAL TV est très impliquée dans les événements sportifs locaux, mais aussi dans certaines manifestations nationales. Ainsi elle s'est portée partenaire de près d'une dizaine d'événements sportifs ou sociaux à proximité de ses implantations.

Au cours de l'exercice 2019/2020, AMP VISUAL TV conserve 16 partenariats.

## INDICATEUR CLÉ IMPACT TERRITORIAL

		2017 /2018	2018 /2019	2019 /2020
Nombre de sociétés fournisseurs implantées en Vendée	Atlantic Media	40	43	49
	Studios Paris Sud	/	4	3
	Studios de France	/	6	6

## INDICATEUR CLÉ MÉCÉNAT - PARTENARIAT

		2017 /2018	2018 /2019	2019 /2020
Nombre de mécénats/ partenariats	Atlantic Media	10	16	16
	Studios Paris Sud	/	1	1



# INNOVATIONS

Passionnés de technique, les équipes d'AMP VISUAL TV se placent dans la dynamique de **l'innovation en se dotant sans cesse des outils les plus performants et les plus novateurs.**

AMP VISUAL TV est reconnu pour cela dans le monde entier.

Depuis une quinzaine d'années, ces innovations dépassent le simple cadre technique. Elles accompagnent les bouleversements des usages des téléspectateurs. Le digital apporte des fonctionnalités infinies qui obligent à un changement radical de modèle de production.

Ce sont des nouveautés qui obligent tous les acteurs à repenser leurs méthodes de production et AMP VISUAL TV s'attache à être en pointe sur ces sujets.

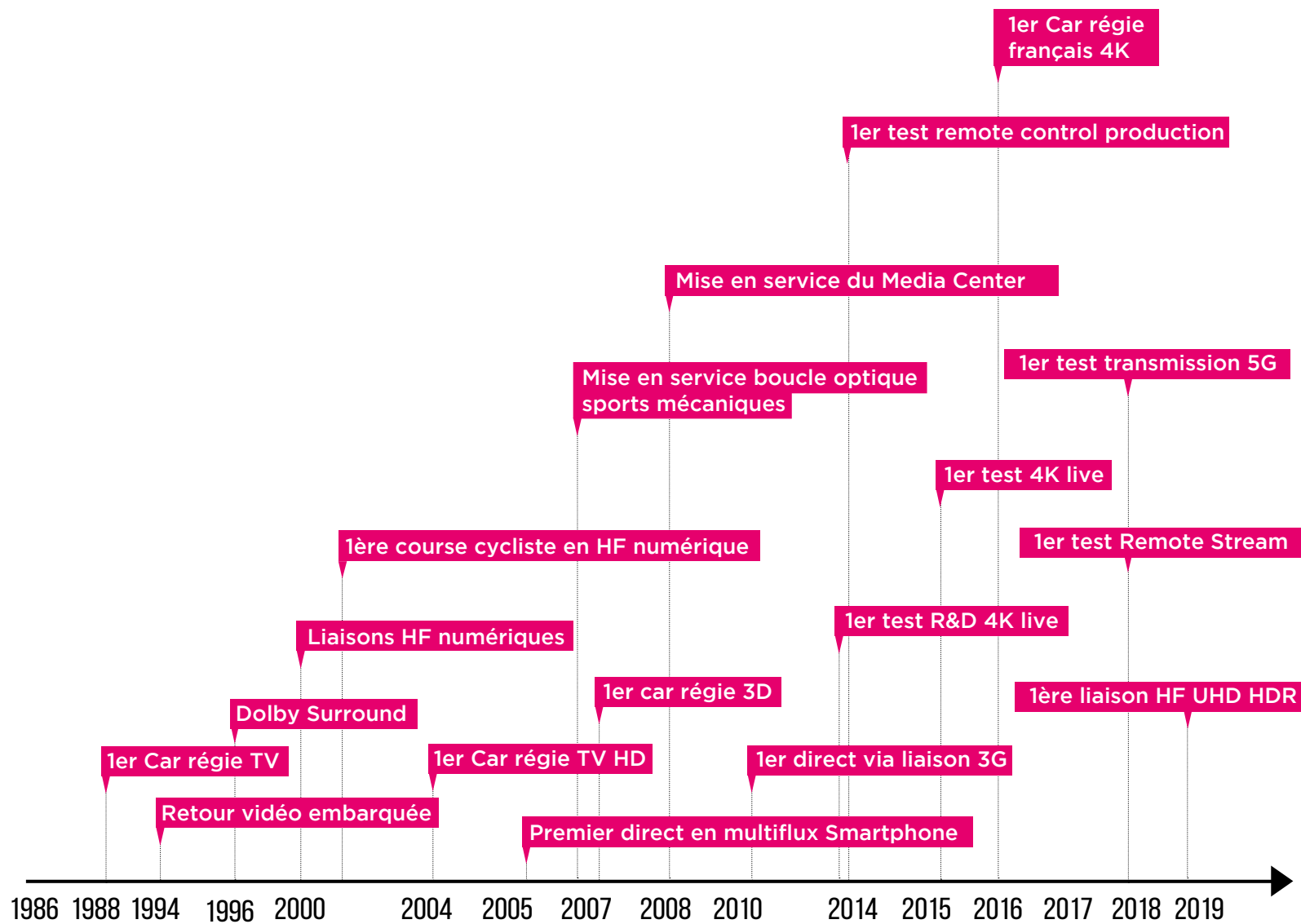
Technologie, process, management, tous les aspects de la vie de l'entreprise sont impactés par cette transformation.

Elle est dans son ADN.



CONTRIBUTION À L'ODD







NOUS SOUTENONS  
LE PACTE MONDIAL

Ceci est notre **Communication sur le Progrès** sur la mise en œuvre des principes **du Pacte mondial des Nations Unies.**

Nous apprécions vos commentaires sur son contenu.



