

Communication Sur le progrès

(Communication Of Progress)

2020/2021



sommaire

.....○	LE GROUPE AMP VISUAL TV	4
.....○	NOTRE DÉMARCHE RSE	12
.....○	NOS ENGAGEMENTS SOCIAUX	16
.....○	NOS ENGAGEMENTS ENVIRONNEMENTAUX	24
.....○	NOS ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX	30





“

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

Depuis 1986, l'entreprise fédère 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 d'excellence.

Fidèle à ces valeurs, AMP VISUAL TV a choisi de s'engager pour être une entreprise responsable, vertueuse et durable. Nous sommes aujourd'hui heureux de réitérer notre soutien aux dix principes du Pacte Mondial des Nations Unies et d'affirmer de nouveau avec conviction notre 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.

Pour la seconde année consécutive, nous vous présentons notre communication sur le progrès (Communication Of Progress) qui décrit les actions que nous mettons en œuvre continuellement pour intégrer les principes du Pacte Mondial et ses objectifs à la stratégie, à la culture et aux opérations quotidiennes de notre entreprise en tenant compte depuis un an de la pandémie de la COVID-19.

Ce rapport vient concrétiser la conscience générale des enjeux de Développement Durable de tous les collaborateurs du Groupe AMP VISUAL TV. »

”

GILLES SALLÉ

Fondateur et Président - Directeur Général

une entreprise atypique

AMP et VISUAL TV ont été créées ensemble au bord de l'Atlantique : VISUAL TV à Nantes et AMP aux Sables d'Olonne par Gilles Sallé, l'actuel PDG de la société.

L'union des deux entités en 2007 a permis de développer un modèle économique et social réussi et de projeter l'entreprise à un niveau international majeur. La culture de l'innovation permanente, tant dans les domaines technologiques, des services, que dans l'organisation interne, est au cœur de notre stratégie.

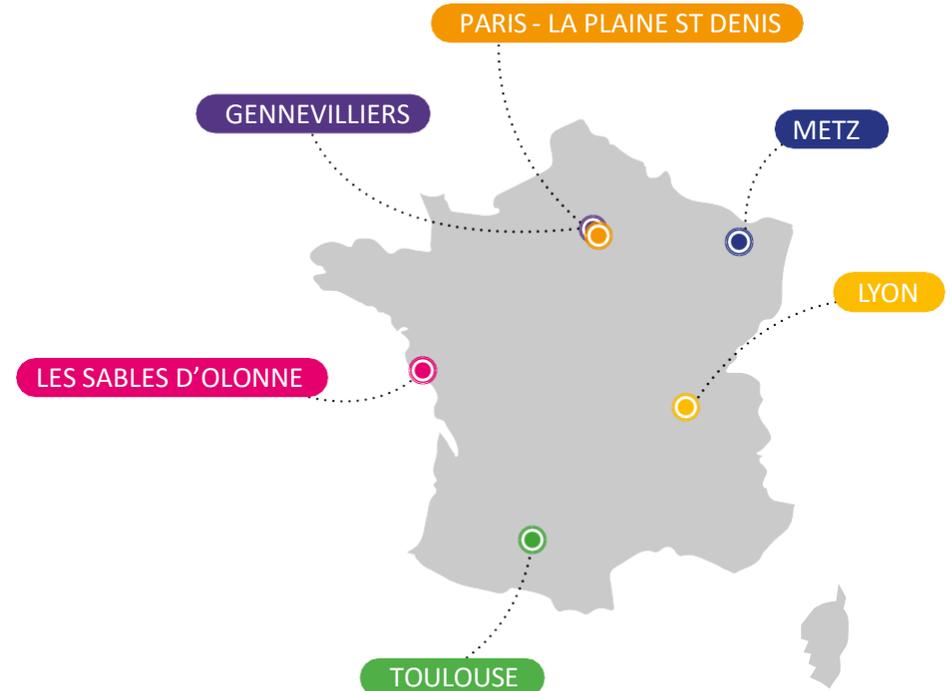
Aujourd'hui, le Groupe rassemble **404** collaborateurs permanents, tous des passionnés et engagés pour le meilleur service.



HISTORIQUE D'AMP VISUAL TV



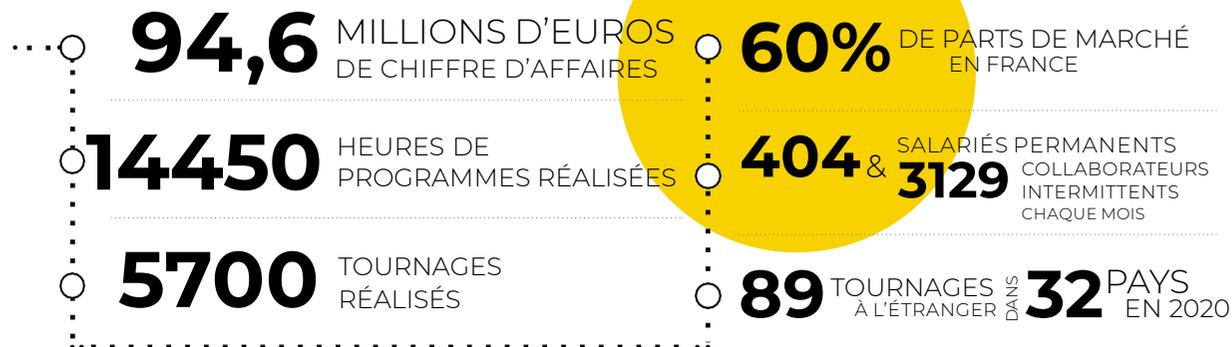
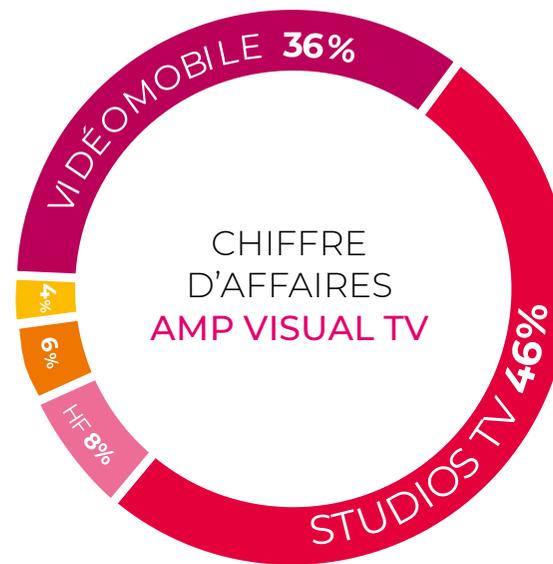
NOS IMPLANTATIONS EN FRANCE



solide

L'exercice 2020/2021 a été marqué par la crise sanitaire de la COVID-19, qui a impacté l'ensemble de nos activités. Confronté à une situation sans précédent, le Groupe AMP VISUAL TV a démontré la résilience de son modèle économique et a su s'organiser en conséquence. En effet, **nous avons mis en place un Plan de Continuité d'Activité**, en veillant à **assurer la protection de nos collaborateurs et clients**.

Pendant cette période difficile, les équipes sont restées en première ligne, largement mobilisées, pour répondre présentes, imaginer des solutions inédites, proposer et faire.



ACTIVITÉ VIDÉOMOBILE



33.7 MILLIONS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

2100 TOURNAGES
PAR AN

844 PRESTATIONS SPORTIVES
PAR AN

DONT **89** À L'ÉTRANGER

PREMIUM

Réalisation de tournages audiovisuels en extérieur réalisés avec des moyens techniques mobiles (cars-régies, régies fly, etc.)

PRODUCTION SIMPLIFIÉE

Offre spécifique de vidéomobile pour des productions agiles à coûts maîtrisés



31 UNITÉS MOBILES



14 UNITÉS MOBILES

ACTIVITÉ HF



7.4 MILLIONS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

400 TOURNAGES
PAR AN

600 HEURES
D'AVION RELAIS

Un service entièrement dédié au déploiement de tous les systèmes HF nécessaires aux tournages



60 LIAISONS HF HD/UHD
4 SCOOTERS ÉLECTRIQUES
2 AVIONS PRESSURISÉS

ACTIVITÉ PLATEAUX



42.8 MILLIONS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

2300 TOURNAGES
PAR AN

58 ÉMISSIONS TOURNÉES
(DU MAGAZINE AU PRIME)

DONT **5** QUOTIDIENNES
EN DIRECT

Une offre unique de plateaux en région parisienne et tous les services associés pour y réaliser sereinement vos émissions.



26 PLATEAUX DE 40 À 2090 M²
9 RÉGIES FIXES

ACTIVITÉ DIGITALE



5.2 MILLIONS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

90 TOURNAGES
PAR AN

6000 HEURES DE DIFFUSION
LIVE/REPLAY/CLIPPING
STREAMING SUR
LES RÉSEAUX SOCIAUX

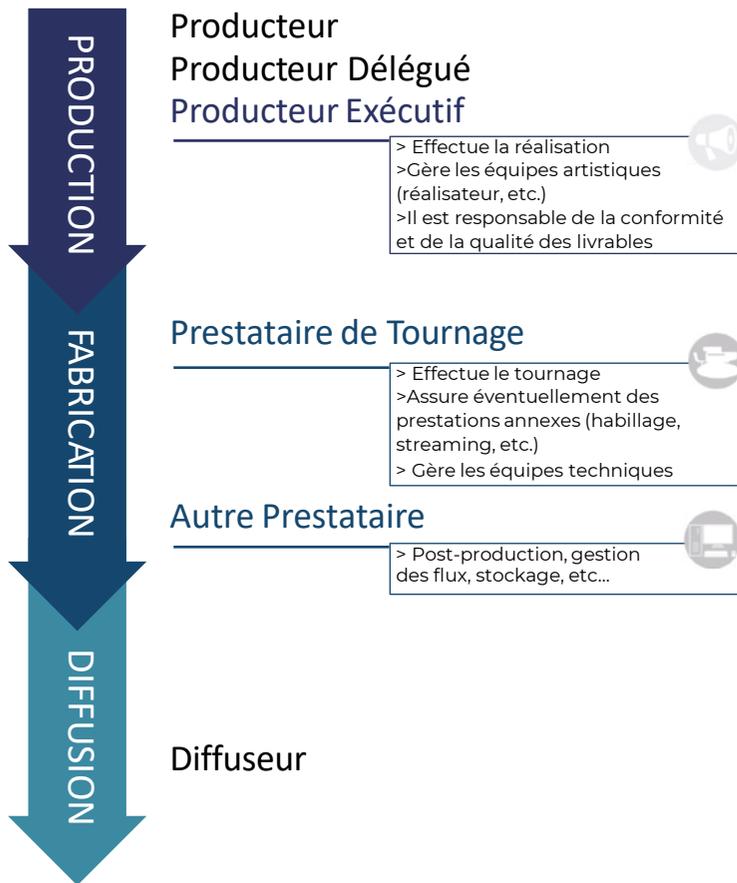
Un département dédié et tous les services pour les nouveaux médias



1 MEDIA CENTER
1 SMART STUDIOS
1 REMOTE CONTROL ROOM

notre modèle d'affaires

NOTRE POSITION SUR LE MARCHÉ



NOS RESSOURCES - 5 CAPITAUX

Humain

404 salariés permanents
3 129 collaborateurs intermittents chaque mois
Un personnel passionné et formé
Une entreprise à taille humaine avec peu de niveaux hiérarchiques
Un climat social de qualité

Économique €

Un président fondateur et actionnaire majoritaire
Un actionariat de long terme
Un modèle économique basé sur le service et l'innovation

Environnemental

Nos modes de transport, notre usage des bâtiments
Nos consommations énergétiques
Nos déchets

Sociétal

Notre engagement éthique
Notre engagement local et responsable
Notre promotion des valeurs RSE

Production

26 studios en région parisienne
& un réseau de **4 agences** régionales
Large flotte de cars-régies
Des moyens techniques mobiles et adaptables
Une expertise sur toute la chaîne de fabrication des programmes télévisés

AVEC NOS DIFFÉRENTES MARQUES, NOUS APPORTONS À NOS CLIENTS NOTRE SAVOIR-FAIRE SUR L'ENSEMBLE DE LA CHAÎNE DE FABRICATION DE TOURNAGES TÉLÉVISÉS.

Imagination et conception des dispositifs de tournages avec et pour ses clients

CONSEIL

PRODUCTION

EXECUTION

Exploitation des moyens techniques

DEPUIS PLUS DE 35 ANS, NOTRE AGILITÉ ET NOTRE EXPERTISE REPRÉSENTENT UN ATOUT MAJEUR DANS UN SECTEUR D'ACTIVITÉ FONDÉ SUR LA CONFIANCE.

TECHNIQUE

Assemblage des technologies existantes. Une large gamme de produits aptes à répondre à toutes les demandes du marché.

CLIENT

COORDINATION

Organisation agile du personnel et du matériel
Coordination avec les éventuels autres prestataires, intervenants et autorités extérieures

NOS RÉSULTATS

Humain

16 millions d'euros de masse salariale
10 accords signés avec les IRP
Création d'une **école de formation interne**
1 426 heures de formation réalisées
Index égalité H/F 2020 : **86/100**

Économique €

94,6 millions d'euros de chiffre d'affaires
11,9 millions d'euros d'EBE
60% de parts de marché en France

Environnemental

Passage à l'**électricité verte et locale**
Recyclage 100% de nos déchets piles, métaux et cartouches d'encre
Réalisation du **1^{er} bilan carbone**
Contribution à l'**économie circulaire**

Sociétal

129 fournisseurs locaux, dont 55 vendéens
Charte d'**achats responsables**
Code **éthique** des pratiques
Médaille d'argent EcoVadis
Score de **61/100**

Production

14 450 heures de programmes réalisées
5 700 tournages réalisés

NOS INDICATEURS CLÉS

Humain

Le nombre de journées d'absences
Le nombre d'accords sociaux signés
Le nombre d'heures de formations
Le taux de fréquence et le taux de gravité des accidents du travail
L'index égalité professionnelle H/F
Le nombre de bénéficiaires RQTH

Économique €

Le chiffre d'affaires
La variation de l'EBE
La part de marché en France

Environnemental

La consommation électrique des sites
La consommation de carburant des véhicules
La quantité de déchets piles et tout venant
Le calcul des émissions directes de CO2

Sociétal

Le nombre de sociétés fournisseurs locales
Le nombre de documents éthiques
Le nombre d'actions de promotion

Production

Le nombre d'heures de programmes réalisées
Le nombre de tournages réalisés

LES ODD ASSOCIÉS

Humain



Économique €



Environnemental



Sociétal



Production



notre organisation

UNE ORGANISATION DANS LAQUELLE
SALARIÉS ET CLIENTS SONT CONNUS ET RECONNUS

L'entreprise est organisée en entités opérationnelles, un fonctionnement qui permet **aux salariés d'être proches des clients. La hiérarchie est courte**, identifiée, accessible, et les collaborateurs agissent en autonomie. Les prises de décisions sont plus rapides et les informations circulent aisément. Nous créons de la valeur partagée par notre méthode de gouvernance qui répond **aux enjeux collectifs** et garantit **la durabilité de notre modèle économique**.

La responsabilité d'entreprise est au cœur de notre vision. C'est le moteur des valeurs de notre marque, de **la satisfaction de nos clients et l'engagement de nos collaborateurs**.



GILLES SALLÉ
PRÉSIDENT
DIRECTEUR GÉNÉRAL

IGOR TRÉGAROT
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DÉLÉGUÉ
DIRECTION DES ACTIVITÉS
ET DÉVELOPPEMENT

STÉPHANE ALESSANDRI
DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ
PILOTAGE DES PROJETS INTERNES
DE TRANSFORMATION DE
L'ENTREPRISE
AFFAIRES INTERNATIONALES
DIRECTION RF FACTORY

CHRISTOPHE ARRIVÉ
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DÉLÉGUÉ
DIRECTION
DES PRODUCTIONS

FRANÇOIS VALADOUX
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DÉLÉGUÉ
DIRECTION TECHNIQUE


OLIVIER GERRY
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DÉLÉGUÉ
SECRÉTARIAT GÉNÉRAL

COMITÉ STRATÉGIQUE

**GUILLAUME
ALLAIS**
DIRECTEUR
LETSEE

JÉRÔME BERT
RESPONSABLE
ADMINISTRATIF &
FINANCIER

**PAULINE
CHASLUS-JUSTO**
DIRECTRICE DES
RESSOURCES
HUMAINES

ERIC COTIGNY
DIRECTEUR
TECHNIQUE
DE L'EXPLOITATION

GRÉGORY DRAY
RESPONSABLE
COMMERCIAL
PLATEAUX

**JÉRÔME
DUGAST**
DIRECTEUR DE
LA COMMUNICATION

**OLIVIER
HONORÉ**
DIRECTEUR
DES SYSTÈMES
D'INFORMATION

**FRANÇOIS
MARCHAND**
DIRECTEUR
DES ACTIVITÉS
PLATEAUX


**ELISABETH
MOREAU**
RESPONSABLE
JURIDIQUE
GROUPE

**JEAN-MARC
PONTHIEU**
RESPONSABLE
COMMERCIAL
VIDÉOMOBILE

COMITÉ DE DIRECTION



INITIÉE DEPUIS 5 ANS, NOTRE DÉMARCHE RSE EST RATTACHÉE À NOTRE DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ ET SECRÉTAIRE GÉNÉRAL ET PRISE EN CHARGE PAR NOTRE RESPONSABLE JURIDIQUE.

notre démarche RSE

Pour la cinquième année consécutive, nous menons une démarche de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE), dont les actions ont permis de faire évoluer notre engagement en faveur des **17 Objectifs de Développement Durable de l'ONU (ODD)**. Contrôlé par un organisme tiers indépendant, la politique RSE du Groupe AMP VISUAL TV s'articule autour de **3 thèmes majeurs**, qui regroupent l'ensemble de nos enjeux prioritaires, sur lesquels nous concentrons nos efforts de responsabilité.

Notre démarche responsable est un levier de différenciation pour le Groupe, elle permet de fédérer les équipes autour de ses enjeux, et contribue à la pérennité de l'entreprise.

FAITS MARQUANTS

Depuis mars 2020, dans ce contexte sanitaire particulier, nous avons mis en place **des mesures de dialogue, de protection et de communication pour nos collaborateurs et pour nos clients**. Les impacts de la crise sur notre activité sont détaillés dans chacune des thématiques évoquées dans ce document, avec **un focus spécifique dans la partie « Santé et Sécurité »**.

Durant cet exercice, nous avons franchi un nouveau cap dans notre démarche RSE. En effet, depuis janvier 2021, tous nos sites sont passés à **l'électricité verte et locale**. De plus, nous avons évalué **pour la première fois nos émissions directes de CO2 induites par les activités de l'entreprise**. Cette étape va nous permettre de mettre en place un plan d'action, afin de contribuer concrètement à notre échelle à la lutte contre le changement climatique.

AMBITIONS N+1

Pour le prochain exercice, nous souhaitons aller plus loin dans notre démarche de responsabilité en impliquant davantage nos parties prenantes à la prise de décision. En effet, nous souhaitons mettre en place **une première matrice de matérialité**. Cette analyse a pour but d'identifier les enjeux RSE les plus importants et pertinents au regard des activités du Groupe et des attentes de chacun.



IMPLANTÉS DANS UN CADRE RESPONSABLE ...

AMP VISUAL TV privilégie un cadre responsable pour l'implantation de ses studios.

73% de nos plateaux sont situés au Parc des Portes de Paris, dont ICADE le propriétaire et gestionnaire du parc, est reconnu pour son engagement RSE **dynamique et proactif**. D'ailleurs, le parc compte déjà plusieurs certifications à son actif, et s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue.

une politique RSE établie et reconnue

Depuis 2018, nous ciblons nos adhésions à organisations de référence afin de promouvoir et rendre compte de nos actions en faveur du Développement Durable. Ainsi, nous comptons **4 adhésions à des organisations porteuses de valeurs et 1 certification RSE.**



2018

Adhésion à l'OTA
(Observatoire de la Transformation Audiovisuelle)



ecoprod

Renouvellement de notre adhésion à la « Charte ECOPROD »
(Collectif lancé par des acteurs du secteur audiovisuel)

Ficam
CINÉMA AUDIOVISUEL MULTIMÉDIA

Représentation au Comité de direction de la FICAM
(Fédération des Industries du Cinéma de l'Audiovisuel)

2019



2020

Adhésion au Pacte mondial des Nations Unies



Certification EcoVadis
Score de 61/100



engagé

Le Groupe AMP VISUAL TV développe sa démarche de Responsabilité Sociétale en plaçant **l'humain et l'environnement au cœur de ses préoccupations**.

Pour la deuxième année consécutive, nous acceptons de rendre compte de nos actions et de nos évolutions **en faveur des 17 Objectifs de Développement Durable** de l'ONU (ODD).

A ce titre, **sept objectifs que nous avons qualifiés de prioritaires et cinq de significatifs**, font l'objet de notre engagement responsable 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 17 Objectifs de Développement Durable (ODD)

Objectifs prioritaires

-  **3** Bonne santé & bien-être
-  **4** Éducation de qualité
-  **5** Égalité entre les sexes
-  **8** Travail décent et croissance économique
-  **9** Industrie, innovation et infrastructure
-  **10** Inégalités réduites
-  **12** Consommation et production responsables

Objectifs significatifs

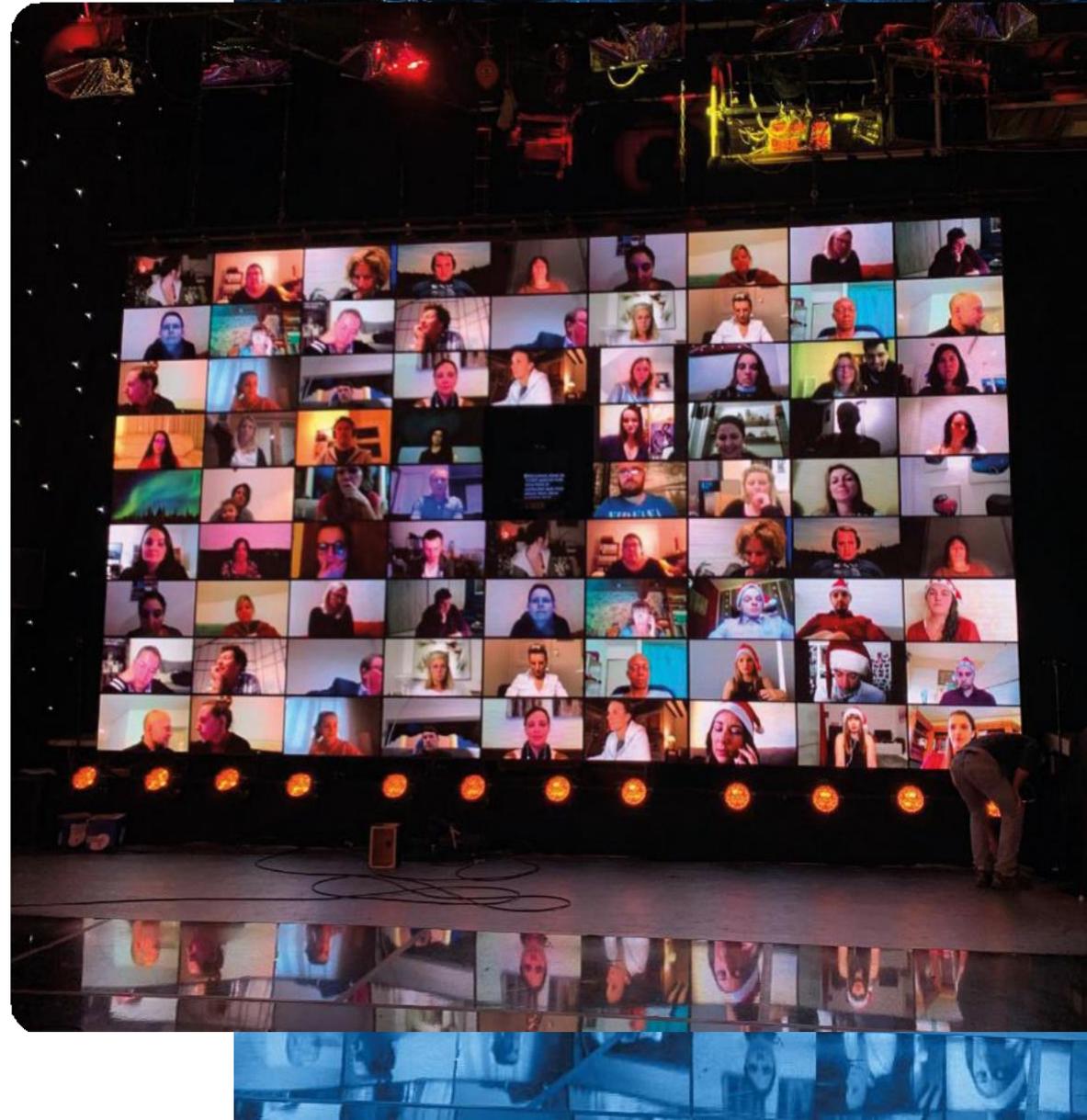
-  **1** Pas de pauvreté
-  **7** Énergie propre et d'un coût abordable
-  **11** Villes et communautés durables
-  **13** Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques
-  **17** Partenariats pour la réalisation des objectifs

nos engagements sociaux

Les valeurs d'humilité, de curiosité et de cohésion sont les marqueurs de l'état d'esprit de l'entreprise depuis sa création et des relations sociales qu'elle entretient.

Employeur responsable, chez AMP VISUAL TV nous animons une politique de ressources humaines autour de **quatre fondamentaux** afin de veiller au bien-être et à l'épanouissement professionnel de nos collaborateurs.

- 01/ LE DIALOGUE SOCIAL ET LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL
- 02/ LA FORMATION
- 03/ LA SANTÉ ET SÉCURITÉ
- 04/ L'ÉGALITÉ DES TRAITEMENTS



dialogue social & bien-être au travail

FAVORISER LES RELATIONS SOCIALES DE QUALITÉ

Au sein d'AMP VISUAL TV, les relations professionnelles sont actives et se déroulent dans un état d'esprit constructif. Notre dialogue social est nourri quotidiennement par une communication interne réactive et variée, ce qui favorise le bien-être au travail de nos collaborateurs. Nous les informons régulièrement sur l'actualité de l'entreprise, en s'appuyant notamment sur notre **réseau social interne YAMMER** et par le biais de plusieurs affichages dynamiques.

Depuis 2017, nous publions régulièrement **un journal interne « Le MAG »** afin de renseigner les collaborateurs sur les services et les nouveautés internes et communiquer sur la situation du Groupe.

En 2019, nous avons mis en place **un direct live mensuel, nommé « Master Pitch »**, qui a pour objectif de présenter et d'expliquer des métiers ou certains projets aux salariés.

En outre, notre activité plateaux est centralisée au Parc des Portes de Paris, labellisé « Coach Your Growth », qui promeut la qualité de vie au travail.

FAITS MARQUANTS

Depuis mars 2020, dans le contexte de la pandémie de la COVID-19, le dialogue social a été renforcé au sein d'AMP VISUAL TV. La direction et les représentants du personnel sont en contact permanent pour concilier le mieux possible les impératifs sanitaires, sociaux et économiques.

Dès le début de la crise, des mesures sanitaires jugées « adaptées et suffisantes » ont été mises en place pour l'ensemble des collaborateurs.

Un accord d'entreprise a été signé portant sur la gestion du maintien et de la reprise d'activité. Il prévoit notamment un dispositif d'activités partielles et le maintien des congés d'été.

Sur cet exercice, on constate une augmentation des journées d'absence pour Atlantic Media due aux nombreuses gardes d'enfants malades pendant le confinement. Pour Studios de France, il y eu moins de journées d'absence car il n'y a pas eu d'accidents de travail.

AMBITIONS N+1

Le prochain exercice sera marqué par l'ouverture des négociations sur les accords temps de travail.



“
Individualiser l'activité partielle était un souhait à la fois de l'entreprise et des partenaires sociaux.

La négociation a donc été assez rapide car nous avons des approches et des souhaits communs.
”

Pauline Chaslus-Justo,
Directrice des Ressources Humaines



INDICATEURS CLÉS

RELATIONS SOCIALES

10 accords signés

BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

5 748 journées d'absence

+ 38% vs 2019/2020

Pour Atlantic Media :

+ 58% vs 2019/2020

Pour Studios de France :

- 10% vs 2019/2020

INDICATEURS DE SUIVI

RELATIONS SOCIALES

14 réunions du CSE dont 3 extraordinaires

BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

374 abonnés sur YAMMER

+ 25% vs 2019/2020



contribution aux odd



formation

DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES ET L'EMPLOYABILITÉ DES SALARIÉS

Parce que l'activité d'AMP VISUAL TV nécessite un savoir-faire particulier, nous enrichissons continuellement notre offre de formation afin d'accompagner les collaborateurs dans l'évolution de leur métier, et dans la gestion de leur carrière.

Nous formons déjà de nombreux salariés sur diverses thématiques (sécurité, informatique, etc.), notamment par l'intermédiaire de **notre école de formation interne « MY TV SCHOOL »**, créée en 2019. C'est un outil très important qui s'inscrit pleinement dans notre stratégie, en misant plus que jamais sur les compétences. Pour aller plus loin, cette année nous avons fait la demande auprès de la DRIEETS à fin d'être reconnu comme un organisme de formation à part entière.

Nous avons également déterminé 5 axes stratégiques de formation pour l'année 2021 qui sont les suivants :

- la sécurité
- le développement
- les compétences linguistiques
- les compétences techniques transverses
- les « soft-skills »



FAITS MARQUANTS

L'année 2020 a été marquée par un contexte de crise sanitaire et des périodes d'activités partielles qui ont impacté l'effort de formation par rapport à l'année 2019. Les entreprises ont dû s'adapter aux nouvelles modalités d'organisations (confinement, télétravail) pour développer des modes de formation en distanciel. En parallèle, de nouveaux dispositifs de financement (FNE-FORMATION) ont permis aux entreprises de bénéficier de subventions pour soutenir les formations à distance pour les collaborateurs en activité partielle. Malgré une baisse significative de nos indicateurs sur cet exercice, nous avons maintenu un effort de formation qui reste somme toute satisfaisant au regard des années précédentes.

AMBITIONS N+1

Sur le prochain exercice, nous continuerons à former nos techniciens sur la pratique des réseaux informatiques. En parallèle, notre équipe RH poursuit sa démarche d'identification des formateurs, la mise en place des formations pour les formateurs, de recensement des besoins et création de programmes pour développer le catalogue de formation existant.



INDICATEUR CLÉ

FORMATION

Pour Atlantic Media :

1 373 heures de formations réalisées

- **73%** vs 2019/2020

Pour Studios de France :

53 heures de formation réalisées

- **84%** vs 2019/2020

INDICATEURS DE SUIVI

FORMATION

Pour Atlantic Media :

94 salariés formés :

- **67%** vs 2019/2020

Pour Studios de France :

4 salariés formés :

- **73%** vs 2019/2020

Formation Techniques/Métiers : 72 salariés

Formation Langues : 6 salariés

➔ contribution aux odd



santé & sécurité

AGIR SUR LES CONDITIONS DE TRAVAIL DES COLLABORATEURS

AMP VISUAL TV œuvre pour préserver la santé et la sécurité de ses collaborateurs, et proposer des conditions de travail motivantes afin de contribuer à la performance globale et durable de l'entreprise.

Pour cela, nous avons nommé **des référents sécurité** qui accompagnent les salariés et les managers dans la gestion des risques au travail. Ils exercent un lien important afin de sensibiliser tous les salariés à la sécurité dans l'entreprise. En effet, la prévention des risques professionnels exige la prise de conscience de chacun des dangers et risques d'exposition liés à notre activité. De plus, des focus santé ont été mis en place pour sensibiliser régulièrement les collaborateurs sur diverses thématiques comme les gestes de premiers secours.

FAITS MARQUANTS

Cette année, nous avons reformaté le document unique d'évaluation des risques. En outre, on constate que le taux de fréquence et le taux de gravité des accidents du travail **ont augmenté pour Atlantic Media**. Cela est dû à la baisse significative du diviseur, à savoir les heures travaillées sur 2020.

Notre démarche prévention/sécurité au sein d'ATLANTIC MEDIA est pilotée par le département RH et les référents sécurité. Elle a pour enjeux de :

- **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 des accidents de travail et indirects liés à l'absentéisme et à la perturbation de l'activité

AMBITIONS N+1

Sur le prochain exercice, nous continuerons notre programme de formation en matière de sécurité.

INDICATEURS CLÉS

ACCIDENTS DE TRAVAIL

Pour Atlantic Media :

Taux de fréquence : **11,43**

+ **58%** vs 2019/2020

Taux de gravité : **0,27**

+ **145%** vs 2019/2020

Pour Studios de France :

Taux de fréquence : **0**

- **100%** vs 2019/2020

Taux de gravité : **0**

- **100%** vs 2019/2020

INDICATEURS DE SUIVI

SÉCURITÉ

- **27,50%** d'accidents de travail

vs 2019/2020

+ **25%** d'accidents avec arrêt de travail

vs 2019/2020

Formation Sécurité : 12 salariés formés

➔ contribution aux odd



FOCUS SUR LA **gestion** de la crise sanitaire covid-19

Dans un contexte de crise sanitaire et économique sans précédent, induite par la pandémie de la COVID-19, plus que jamais, la santé et la sécurité des collaborateurs au travail ont été au cœur des préoccupations d'AMP VISUAL TV qui a mis en œuvre les actions adaptées et nécessaires à la gestion de cette crise.



DISTRIBUTION DE KITS SANITAIRES

L'une des actions remarquées de notre Pôle Sanitaire a été la constitution et la **distribution de kits sanitaires** à destination des équipes pour compléter les équipements individuels.



Me rendre sur les différents sites, rencontrer les équipes qui étaient et sont encore en activité, nous a permis d'adapter les équipements, de faire remonter les bonnes informations à la direction et inversement. L'humain n'a jamais été aussi important !

Houyam da Costa,
Chargée de missions Développement RH



Cette culture de l'urgence, nous l'avons évidemment dans notre ADN, mais il nous faut saluer tous ceux qui à tous les postes, ont assuré leurs missions auprès de nos clients.

Pauline Chaslus-Justo,
Directrice des Ressources Humaines



CONTINUER DE TOURNER EN SÉCURITÉ

Sur les terrains, tout a été mis en place pour protéger à la fois les collaborateurs et les clients. Les équipes techniques ont pu continuer à organiser et installer les émissions que nos clients nous ont confiées.

C'est une véritable « task force » qui s'est mise en route !



C'est pourquoi, dès le début de la crise, nous avons mis en place en interne un pôle COVID-19 avec la nomination de référents afin d'assurer une veille permanente et organiser l'ensemble des mesures nécessaires à la sécurité des collaborateurs et des clients, et assurer la continuité des activités. Le pôle COVID-19 a été assisté tout au long de sa démarche par la Médecine du travail, un préventionniste ainsi qu'une technicienne HSE afin de s'assurer de la bonne conduite à mener.

AXES STRATÉGIQUES DE GESTION DE LA PANDÉMIE :

Favoriser le télétravail des collaborateurs par la distribution d'outils digitaux adaptés
Mise en place d'un dispositif d'activités partielles pour ceux ne pouvant télétravailler et/ou sujets à la garde d'enfants



Protection des collaborateurs et des clients

Mise en place d'un protocole sanitaire s'appliquant à tous, et de KITS « sanitaires » adaptés à chaque activité et métier

1m minimum

Agilité dans l'organisation du travail

Communication & sensibilisation

Utilisation quotidienne de différents canaux de communication : affiches, mails, réseaux internes, etc.

égalité des traitements

PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE HOMMES/FEMMES

Depuis 2015, AMP VISUAL TV a officialisé sa promotion de l'égalité Hommes/Femmes, qu'il s'agisse de recrutement, d'accès à la formation, de mobilité, ou de rémunération. **Facteurs de cohésion sociale et d'enrichissement collectif**, nous sommes convaincus que l'égalité H/F est un atout pour la croissance de la société et sa pérennité. Dans ce contexte, nous avons signé cette année un accord, qui renforce l'engagement de l'entreprise en faveur de l'égalité professionnelle H/F par le biais de mesures concrètes et

donne des orientations nouvelles sur les sujets suivants :

- les conditions d'accès à l'emploi
- la formation professionnelle
- la promotion et le déroulement des carrières
- la suppression des écarts de rémunération entre les hommes et les femmes

AGIR POUR L'INTÉGRATION DES TRAVAILLEURS EN SITUATION DE HANDICAP

AMP VISUAL TV mène une politique globale de non discrimination et de diversité. Notamment, nous favorisons l'intégration et le recrutement de personnes en situation de handicap. Il est essentiel que les personnes portant un handicap soient personnellement encadrées au sein de l'entreprise. Ainsi, en 2019, **nous avons commencé un diagnostic, désigné une référente handicap et mis en**

place un Comité de pilotage. La référente handicap accompagne les Ressources Humaines et favorise la mise en relation avec les services spécialisés. Notamment, elle a pour rôle de mener des actions de communication et de sensibilisation auprès des collaborateurs.

FAITS MARQUANTS

En juillet 2020, dans la continuité de notre démarche de non-discrimination, nous avons mis en place **une Charte de non-discrimination** à destination des candidats en amont des entretiens d'embauche.

AMBITIONS N+1

Sur le prochain exercice, nous prévoyons de communiquer une note de sensibilisation à la non-discrimination auprès du Comité de Direction. De plus, nous travaillons actuellement sur la formalisation de la politique harcèlement sexuel et handicap.



INDICATEURS CLÉS

INDEX ÉGALITÉ H/F

Pour l'exercice 2020/2021, le Groupe affiche un index égalité professionnelle de **86 points sur 100**. Un très bon résultat global, bien supérieur à la moyenne de notre secteur d'activité. Nous rappelons que l'index est calculé au niveau de l'Unité Économique et Sociale « Broadcast Services » et porte sur 5 indicateurs.



Écarts de rémunérations
38/40 -1 point vs 2019/2020



Écarts de taux d'augmentation
20/20



Écarts de taux de promotion
15/15



% d'augmentation au retour d'un congé maternité
INCALCULABLE/15



Sous représentation des plus hautes rémunérations
0/10

HANDICAP

Pour Atlantic Media :

Nombre de bénéficiaires de la RQTH : 9

+ 26% vs 2019/2020

Pour Studios de France :

Nombre de bénéficiaires de la RQTH : 2

+ 102% vs 2019/2020

FAVORISER L'INSERTION DES JEUNES

Pour attirer de nouveaux talents, AMP VISUAL TV poursuit son engagement en faveur de l'insertion des jeunes de **moins de 25 ans** par la mise en œuvre d'**une politique d'embauche, d'accueil et de suivi**. La transmission est dans notre société l'un des piliers sur lesquels elle repose, c'est pourquoi nous formons au mieux nos stagiaires et alternants en les associant à des salariés expérimentés.

Grâce au partenariat avec l'ensemble des filières de l'Audiovisuel, nous recrutons régulièrement des stagiaires et alternants, souvent embauchés en CDI par la suite. Comme l'ensemble des salariés, ils bénéficient au cours des 2 premiers mois de contrat d'un suivi d'intégration réalisé par le service des Ressources Humaines, et reçoivent à leur arrivée un kit d'accueil adapté à leur fonction.

FAITS MARQUANTS

Depuis août 2020, nous avons repris l'exploitation des plateaux et des régies beIN Sports. Pour ce faire, nous avons recruté **30 jeunes** fraîchement diplômés. Nous avons organisé une Master Class pendant deux jours afin de pouvoir former l'ensemble des techniciens permanents avec la présence notamment d'une équipe de réalisation et éditoriale complète.

9 jeunes ont été formés sur la thématique « VISION ». De plus, des émissions « à blanc » ont été tournées avec des arrêts sur image, permettant aux équipes de mieux appréhender et comprendre les conditions d'un tournage, sans la contrainte et le stress du direct.

Par ailleurs, la crise sanitaire de la COVID-19 que nous subissons depuis mars 2020 a ralenti nos activités, ce qui explique que nous avons accueilli moins de stagiaires durant cet exercice.

AMBITIONS N+1

Le process d'intégration des jeunes est en cours de construction par le service RH. Sur le prochain exercice, nous souhaitons également développer des formations internes pour cette tranche de collaborateurs.



“ L'intégration a été réussie au sein de beIN pour nos équipes, malgré un peu de scepticisme au début de la part de certains journalistes côté client, dû à la jeunesse des équipes, mais rapidement gommé par un engagement de tous ! ”

Benjamin Amaudru,
Administrateur de Production

INDICATEURS DE SUIVI

HANDICAP

Pour Atlantic Media :
Contribution AGEFIPH : **90 928,56 €**

Pour Studios de France :
Contribution AGEFIPH : **0**

RECRUTEMENT DES JEUNES

13 stagiaires recrutés :

- 81% vs 2019/2020

 contribution aux odd



nos engagements environnementaux

Notre secteur d'activité est source de pollutions. C'est pourquoi, depuis de nombreuses années déjà, nous avons mis en place une démarche environnementale, où se mêlent petites et grandes actions afin de réduire notre empreinte carbone au quotidien.

Au cours de cet exercice, nous avons mis l'accent sur **trois thématiques majeures** afin de donner une orientation plus verte à notre politique RSE.

- 01/ LES CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES
- 02/ LES DÉCHETS
- 03/ LES ÉMISSIONS DE CO2



les consommations énergétiques

OPTIMISER NOTRE UTILISATION DES RESSOURCES

AMP VISUAL TV s'inscrit dans **une démarche de sobriété et d'optimisation énergétique** afin de préserver les ressources naturelles, minimiser les émissions de CO2, et promouvoir l'usage de l'énergie verte au sein de l'entreprise. Depuis 2018, nous maîtrisons et assurons le suivi de nos consommations énergétiques.

En concentrant notre activité plateaux au Parc des Portes de Paris, **certifié ISO 14 000**, nous nous inscrivons dans **une stratégie d'amélioration continue de la performance énergétique** de nos studios. En effet, ICADE, le propriétaire et gestionnaire du parc, met à notre disposition l'application « Deepki Ready », un outil nous permettant d'avoir une vision fine des consommations énergétiques de nos plateaux.

FAITS MARQUANTS

En janvier 2021, nous avons changé de fournisseur d'électricité pour les sites de Studios de France et d'Atlantic Media au profit **d'un fournisseur local d'électricité renouvelable**, Électricité de Provence. Ce changement nous permet d'avoir une visibilité sur l'origine de l'électricité que l'on consomme, et d'utiliser une énergie plus propre et respectueuse de l'environnement. C'est un grand pas **vers l'usage de l'énergie verte au sein de l'entreprise**.

Par ailleurs, on constate une hausse des consommations électriques dû à la pandémie de la COVID-19 qui a augmenté notre activité plateaux **(+ 9%)**. À contrario, on constate une baisse de la consommation de carburant de nos véhicules techniques. Ce résultat s'explique par le fait que la crise sanitaire a diminué le nombre de tournages réalisés. Par conséquent, nos équipes techniques ont effectué moins de déplacements.

AMBITIONS N+1

À l'avenir, nous souhaitons exploiter l'application « Deepki Ready » afin de mettre en place des actions ciblées et pertinentes pour optimiser notre utilisation des ressources énergétiques.



INDICATEURS CLÉS

CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES



Électricité :

+ 5% vs 2019/2020

pour la consommation globale

+ 8% vs 2019/2020

pour la consommation des plateaux



Carburant :

Pour Atlantic Media :

+ 18% vs 2019/2020

pour les véhicules non techniques

- 37% vs 2019/2020

pour les véhicules techniques

INDICATEURS DE SUIVI

CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES



Gaz :

- 7% vs 2019/2020

pour la consommation globale



Eau :

- 44% vs 2019/2020

pour la consommation globale



contribution aux odd



les déchets

RÉDUIRE ET VALORISER

Le **recyclage des déchets** est un enjeu majeur de la politique environnementale d'AMP VISUAL TV.

Nous ambitionnons de revaloriser la matière de tous les déchets que nous produisons, notamment ceux liés à l'activité de tournages, qui sont principalement **les piles et les métaux**. Également, nous encourageons **les initiatives personnelles** des collaborateurs dans ce sens, notamment en les incitant à réutiliser les piles pour leur usage personnel, ou à imprimer les documents uniquement si nécessaire.

Les piles usagées sont récupérées par l'Eco-organisme COREPILE pour être transformées en zinc, alliages, ou en métaux divers. Produits sur notre site de Gennevilliers, nos déchets métaux sont collectés et recyclés par l'entreprise SOREVO Environnement.

Concernant **les déchets tout venant**, nos sites de Gennevilliers, de la Plaine-Saint-Denis, d'Olonne-Sur-Mer, de Metz et de Lyon bénéficient d'une solution de collecte dite en mélange. Une fois collectés, ces déchets sont triés par nos prestataires, qui organisent leurs valorisations. Pour le moment, nous avons les informations de recyclage uniquement pour les déchets tout venant produits sur nos sites de Gennevilliers et du Studio 107.

Également, nous portons une attention particulière à **notre consommation de papier et d'encre**. Chaque encre usagée est mise par nos collaborateurs dans une écobox, donnée par la société Canon Fac-Similé. Lorsque les écobox sont pleines, cette société les récupère pour les transmettre à la société CONIBI, qui se charge de leur valorisation. Pour le moment, nous n'avons pas de données de recyclage propres à AMP VISUAL TV car les cartons récupérés font partie d'un circuit de collecte. Néanmoins, on estime que ; **une encre livrée = une encre usagée recyclée**.

En outre, depuis toujours, nous organisons **la revente et le don** de nos outils audiovisuels et véhicules auprès de sociétés, particuliers, ou écoles. Ainsi, nous favorisons les boucles d'économie circulaire en allongeant la durée de vie de nos biens par le recours au réemploi.

Enfin, AMP VISUAL TV œuvre pour **la suppression du plastique à usage unique dans l'entreprise**. Pour cela, **en janvier 2020**, nous avons offert à tous les salariés un mug réutilisable afin de limiter l'utilisation de gobelets en plastique jetables. Dans la même lignée, **en février 2020**, nous avons installé des fontaines à eau sur le site d'Olonne-Sur-Mer et au Studio 130 pour éviter l'usage de bouteilles en plastique.



INDICATEURS CLÉS

PRODUCTION ET RECYCLAGE



Déchets piles :

Pour Atlantic Media :

1 318 Kg de déchets produits

+ 77% vs 2019/2020

100% recyclés

Transformés en **553,6 kg** de zinc,
342,7 kg d'alliages, et **131,8 kg** de métaux



Déchets tout venant :

822,42 tonnes de déchets produits

+ 1314% vs 2019/2020

Les déchets des sites de Gennevilliers
et du Studio 107 sont **100% recyclés** :

13,86 tonnes valorisées en matière

13,64 tonnes valorisées en énergie

FAITS MARQUANTS

La production totale de déchets tout venant d'AMP VISUAL TV, est bien supérieure à l'exercice précédent **(+1314%)**. Ce constat se justifie par le fait que cette année nous avons récupéré les données déchets spécifiques aux Studios 120,128,107,210,102, et au site de Gennevilliers que nous n'avions pas sur les exercices précédents.

On constate également une augmentation de la quantité de déchets piles durant cet exercice. En effet, cette année, nous avons changé notre méthode de décompte. Nous avons choisi de calculer sur la période d'avril 2020 à fin mars 2021 conformément au recensement des autres déchets.

De plus, il n'y a eu qu'un seul enlèvement en 2019/2020, contrairement aux autres exercices (sauf 2016/2017) où il y a eu au moins deux collectes.

Concernant les autres déchets de l'entreprise, on constate une diminution de la production. Cela est dû au fait que la crise de la COVID-19 a réduit le nombre des tournages, et donc l'activité des studios qui sont générateurs de déchets. De plus, nous avons favorisé le télétravail des collaborateurs, qui ont alors moins fréquenté les sites de l'entreprise.

AMBITIONS N+1

Dans la continuité de notre démarche de prévention et de valorisation des déchets, nous allons mettre en place sur le prochain exercice des fontaines à eau dans les cars-régies vidéomobile, et distribuer à l'ensemble de nos salariés une gourde réutilisable à fin de réduire l'usage du plastique jetable au sein de l'entreprise.

En outre, nous souhaitons prochainement mettre en place le tri sélectif des déchets sur l'ensemble des sites, et organiser le recyclage des mégots de cigarettes sur certains de nos sites parisiens.



INDICATEURS DE SUIVI

PRODUCTION ET RECYCLAGE



Déchets métaux & électroniques :

Pour Atlantic Media :

2,6 tonnes de déchets

- 6% vs 2019/2020

100% recyclés



Déchets papier :

362 202 impressions papier

- 57% vs 2019/2020



Déchets encre :

64 cartouches d'encre utilisées

- 34% vs 2019/2020

100% recyclés



Économie circulaire :

29 239,99 € récoltés par la revente de nos outils audiovisuels : **+ 22% vs 2019/2020**

20 300 € récoltés par la revente de nos véhicules

442 outils audiovisuels donnés

174 outils audiovisuels revendus

→ contribution aux odd



les émissions de CO2

LIMITER LES REJETS

AMP VISUAL TV mène une politique globale de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) liées aux déplacements des collaborateurs et à la consommation énergétique des bâtiments de l'entreprise.

Nous avons mis en œuvre **5 actions d'optimisation des transports** pour réduire notre empreinte carbone :

- L'utilisation systématique des remorques motos
- La prise en charge des abonnements de transports en commun
- Le covoiturage pour les équipes de production
- La mise à disposition d'hôtels à proximité des lieux de tournages
- L'uniformisation des technologies employées dans les cars-régies

De plus, le service HF dispose de **kits motos 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 des tournages.** Les kits sont démontables et permettent d'acheminer le matériel nécessaire pour l'installer sur des motos louées sur place.

En complément, nous utilisons **la Remote Production** qui constitue une première étape vers la dématérialisation de la production audiovisuelle. Des gains économiques et environnementaux sont induits par ce mode de production qui cause moins de déplacements pour les équipes techniques et donc une baisse des émissions de CO2.

Depuis 2017, nous tâchons de renouveler notre flotte automobile en intégrant **des véhicules moins polluants norme Euro 6 ou hybrides.**

Depuis 2016, le service HF disposait de deux scooters 100% électriques pour le tournage d'événements sportifs. En effet, nous avons adapté notre matériel afin de pouvoir louer partout dans le monde ce type de scooters et ainsi être en mesure de proposer systématiquement ce dispositif à nos clients. Cette année, nous avons fait **l'acquisition de deux nouveaux scooters électriques.**





FAITS MARQUANTS

Depuis janvier 2021, nous avons changé de fournisseur d'électricité, pour l'ensemble de nos sites, au profit d'une **électricité renouvelable et locale**. Ce changement nous permettra à l'avenir de baisser nos émissions de CO2 émises par nos bâtiments.

Afin de contribuer davantage à notre échelle à la lutte contre le réchauffement climatique, cette année, nous avons réalisé le premier **bilan carbone** d'AMP VISUAL TV. Pour cela, nous avons évalué les émissions directes de CO2, induites par l'utilisation de notre flotte de véhicules (voitures diesel, avions, cars, scooters thermiques et électriques) et par les consommations énergétiques de nos bâtiments. Ce calcul a mis en lumière que **74% de nos émissions de CO2 proviennent de l'utilisation de nos véhicules**.

AMBITIONS N+1

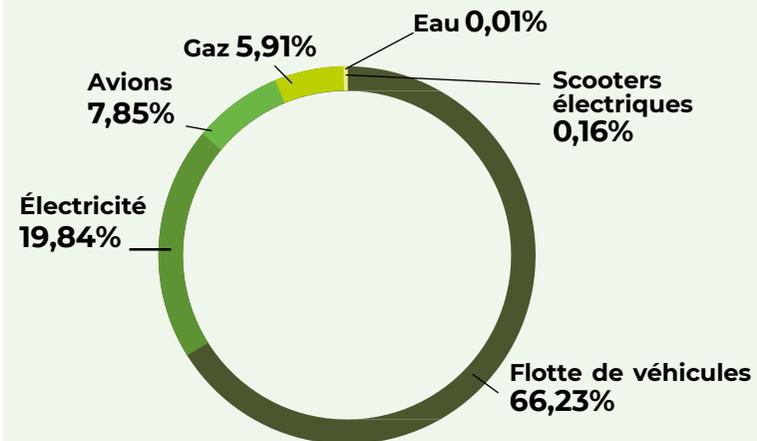
La réalisation de ce premier bilan carbone permettra par la suite de mettre en œuvre des actions ciblées et efficaces afin de réduire nos émissions directes de CO2, en particulier celles causées par l'utilisation de nos véhicules. Ainsi, à l'avenir, nous souhaitons trouver une solution pour réduire au maximum l'usage du diesel dans notre flotte de véhicules techniques.



INDICATEUR CLÉ

REJETS EN CO2

1 860 tonnes de CO2 émises



INDICATEURS DE SUIVI

REJETS EN CO2

- 104** véhicules norme Euro 6
- 17** véhicules hybrides
- 4** scooters électriques
- 11** kits motos



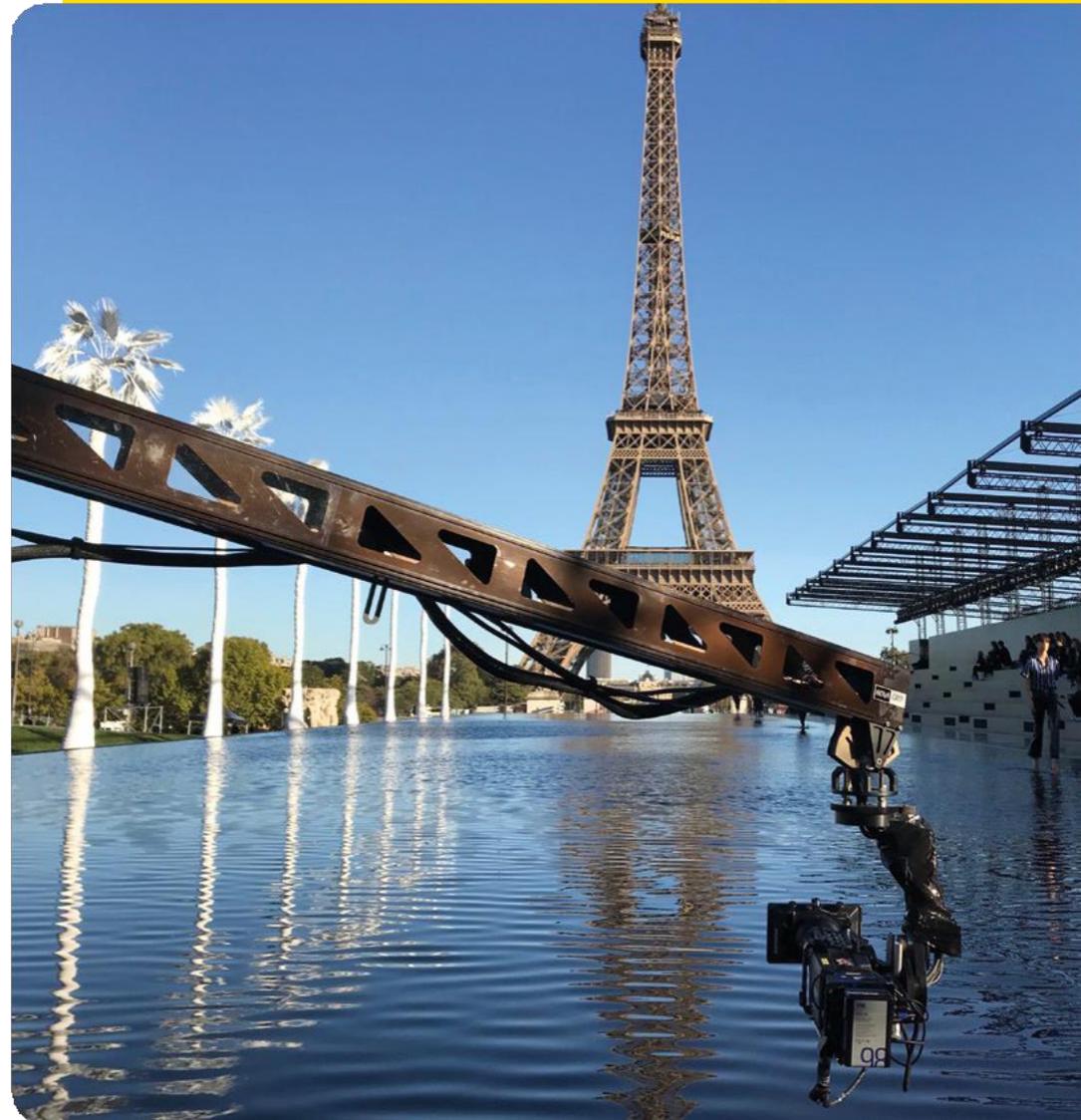
contribution aux odd



nos engagements sociétaux

Entreprise citoyenne, AMP VISUAL TV répond aux obligations juridiques applicables, et surtout va au-delà en développant son ancrage territorial et ses relations avec l'ensemble des parties prenantes. Ainsi, notre engagement sociétal s'articule autour de **4 piliers** en lien directs avec nos valeurs.

- 01/ L'ÉTHIQUE DES AFFAIRES
- 02/ L'IMPLICATION TERRITORIALE
- 03/ LA PROMOTION DES VALEURS RESPONSABLES
- 04/ L'INNOVATION



l'éthique des affaires

GARANTIR LA LOYAUTÉ DES PRATIQUES

AMP VISUAL TV promeut **les comportements éthiques** dans l'ensemble de ses relations d'affaires.

En 2017, nous avons formulé une première **Charte d'achats responsables** à fin de nous assurer que nos partenaires partagent et respectent nos ambitions sociétales. En adhérant aux principes de cette charte, nos sous-traitants et nos fournisseurs s'engagent à agir de manière loyale et à nous accompagner dans le déploiement de notre démarche RSE.

Dans la même lignée, nous avons créé un premier **Code éthique des pratiques** afin de formaliser les principes de bonne conduite des collaborateurs. Ces principes marquent la volonté d'AMP VISUAL TV de donner à chacun les moyens d'agir dans le meilleur intérêt de l'entreprise et de sa réputation, et de conduire ses activités en toute légalité.

FAITS MARQUANTS

Cette année, notre démarche RSE a été évaluée par **la plateforme de notation EcoVadis** sur les thèmes Environnement, Social & Droits de l'Homme, Éthique et Achats Responsables. Cette évaluation nous a permis d'obtenir une image claire de nos pratiques responsables et d'identifier des axes d'amélioration pour l'avenir notamment en matière éthique.

De plus, depuis 2018, nous avons entamé **une démarche de conformité au RGPD** pour l'ensemble de nos sociétés afin de protéger les données personnelles de nos clients, partenaires et collaborateurs. Pour cela, nous avons nommé en interne un référent en matière de protection des données personnelles.

Enfin, nous évaluons la conformité de nos sous-traitants via la plateforme de suivi e-Attestations dans le but de **simplifier et de sécuriser nos relations avec nos parties prenantes externes.**

Dans ce cadre, nous sollicitons nos sous-traitants pour qu'ils nous apportent la preuve qu'ils exercent leurs activités en conformité avec la législation. À titre d'exemple, nous récupérons de façon régulière leurs extrait k-bis, leurs attestations de vigilance et de régularité fiscale.

AMBITIONS N+1

Pour le prochain exercice, nous souhaitons moderniser et mettre à jour notre Code éthique des pratiques et notre Charte d'achats responsables. Également, nous souhaitons créer un dispositif d'alerte interne.



INDICATEUR CLÉ

DOCUMENTS ÉTHIQUES

1 Code éthique des pratiques

1 Charte d'achats responsables

INDICATEUR DE SUIVI

CONFORMITÉ DES SOUS-TRAITANTS

37 sous-traitants conformes

+ 12% depuis 2018



Certification EcoVadis
Score de 61/100



contribution aux odd



l'implication territoriale

DÉVELOPPER NOTRE ANCRAGE LOCAL

Engagé dans la société, AMP VISUAL TV développe depuis quelques années **son ancrage territorial** pour une croissance durable, respectueuse à la fois des Hommes et des territoires.

Pour cela, nous privilégions **les collaborations avec des fournisseurs de service dits « non-métier » locaux ou des antennes locales d'enseignes nationales.**

Ainsi, la plupart de nos partenaires sont des acteurs économiques situés dans les départements où nous avons nos agences en régions à savoir en Vendée, dans le Rhône, la Moselle, et en Haute-Garonne.

FAVORISER LE MÉCÉNAT ET LES PARTENARIATS

Entreprise citoyenne, AMP entretient **des actions de mécénat et de partenariat.**

Depuis 2017, nous nous sommes portés partenaire de près d'une dizaine d'évènements sportifs ou sociaux à proximité

de nos implantations. Également, nous nous impliquons dans certaines manifestations nationales.

FAITS MARQUANTS

En février 2021, pour la première fois, nous avons souscrit un abonnement d'un an au Journal de l'association **Demain Vendée** pour notre site des Sables d'Olonne. Demain-Vendée est un média local qui vise à mettre en lumière les initiatives positives sur la Vendée, sur des thématiques variées de la transition sociétale, écologique et sociale.

Cette année, nous avons collecté et mis en évidence les données relatives aux fournisseurs proches de nos autres implantations régionales (Vendée, Moselle, Rhône, Haute-Garonne). Concernant les actions de mécénat et partenariat, elles sont moins nombreuses que les exercices précédents. Cela est dû au contexte sanitaire qui limite les rassemblements et les événements.

AMBITIONS N+1

Pour le prochain exercice, nous souhaitons maintenir notre ancrage territorial en préservant les relations commerciales existantes avec nos fournisseurs proches de nos agences.



INDICATEUR CLÉ

FOURNISSEURS LOCAUX

129 fournisseurs locaux

dont : 55 fournisseurs en Vendée :

+ 38% depuis 2017

39 fournisseurs dans le Rhône

11 fournisseurs en Moselle

24 fournisseurs en Haute-Garonne

INDICATEUR DE SUIVI

MÉCÉNAT ET PARTENARIAT

8 actions de mécénat et partenariats

- 53% vs 2019/2020



contribution aux odd



la promotion des valeurs responsables

DÉVELOPPER LA RSE AU SEIN DE
NOTRE SPHÈRE D'INFLUENCE



Nous avons consacré un
Master Pitch en interne
à la RSE

novembre
2019

septembre
2019

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

Ficam
CINÉMA AUDIOVISUEL MULTIMÉDIA



Sous l'impulsion de l'OTA, nous
participions à la première Table-
ronde sur l'Éco-Production
réunissant les acteurs majeurs
de l'Audiovisuel

janvier
2020

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



mars
2020

AMP VISUAL TV est
intervenue lors des Satis
TV pour échanger sur les
nouvelles tendances de
l'Industrie Audiovisuelle



novembre
2020

décembre 2020 mars
2021

Ficam
CINÉMA AUDIOVISUEL MULTIMÉDIA

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



INDICATEUR CLÉ

PROMOTION DES VALEURS RSE

3 actions de promotion

7 depuis avril 2019



contribution aux odd



innovations

AMP VISUAL TV est reconnu internationalement pour **l'expertise technique de ses équipes**, toujours à la pointe de l'innovation, en se dotant sans cesse **des outils les plus performants et novateurs**. Depuis une quinzaine d'années, nos innovations dépassent le simple cadre technique, en accompagnant les bouleversements des usages des téléspectateurs. Technologie, process, management, tous les aspects de la vie de l'entreprise sont impactés par cette transformation.

L'innovation constitue l'ADN d'AMP VISUAL TV.

19 INNOVATIONS MAJEURES DEPUIS 1986, **DONT 6 CES DERNIÈRES ANNÉES...**



| NOS RÉALISATIONS



une première en France !

En mars 2020, à l'occasion du match de Ligue des Champions PSG-Barcelone, notre équipe technique a exploité en conditions opérationnelles l'interconnexion de deux cars-régies, les Millenium 3 et 4.

astucieuse !

En partenariat avec Louma, notre équipe technique a mis au point un outil inédit pour les matchs de football, un mini-bras équipé d'une micro-caméra slowmotion, nommé la PELICAM'S, afin de vivre réellement le point de vue du gardien !



“
Ce dispositif concrétise un projet que nous avons depuis longtemps, disposer d'outils techniques avec le bon gabarit, dimensionnés pour les prestations du quotidien, mais aussi évolutifs et flexibles pour étendre leurs capacités vers des set-ups très puissants.
”

François Valadoux,
Directeur Général - Délégué
Directeur Technique



contribution aux 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.



Imprimé sur du papier issu de forêts gérées durablement

