

Données sociales  
Politique environnementale

**2008**

**vivendi**



---

## Sommaire

---

<b>1. Données sociales</b>	<b>3</b>
<b>2. Politique environnementale</b>	<b>25</b>

---

INTERNET

TELECOMS  
MUSIQUE  
JEUX  
CINÉMA  
TELEVISION  
INTERNET

TELECOMS  
CINÉMA  
JEUX  
TELEVISION  
INTERNET

TELECOMS  
INTERNET  
TELEVISION

## Données sociales

Les effectifs	5
Les entrées	6
Mouvements d'effectifs dus aux changements de périmètre	7
Les licenciements dans le monde et leurs motifs	8
Le temps de travail	9
Frais de personnel	12
Formation et développement	12
Intéressement et participation	14
Les relations professionnelles et le bilan des accords collectifs	14
Les conditions d'hygiène et de sécurité	15
L'égalité professionnelle	18
L'impact territorial et régional	19
Les oeuvres sociales	21
La sous-traitance	21
La main-d'oeuvre extérieure à la société (intérimaires)	22
Le Programme de vigilance du groupe	22

## Données sociales

Le périmètre de reporting social s'appuie sur les dispositions de l'article L. 233-3 du Code de commerce. Les données proviennent des sociétés détenues à plus de 50 % par Vivendi ou détenues à moins de 50 % quand Vivendi contrôle les politiques financière et opérationnelle.

Chaque entité est garante de la fiabilité de la saisie des données sociales qu'elle transmet.

Vivendi utilise un système informatique dédié pour la remontée d'informations sociales. L'outil, avec son historique intégré, a contribué au suivi, à la précision et à la fiabilité des indicateurs sociaux du groupe ainsi qu'à son archivage.

Une série de contrôles de cohérence automatiques est opérée par l'outil informatique pendant la saisie. D'autres contrôles et une première validation sont effectués par chaque filiale. Des contrôles de cohérence et une deuxième validation sont effectués au niveau de chaque métier. Ces indicateurs sont ensuite agrégés et contrôlés par la holding où une troisième validation est opérée lors de la consolidation.

Dans les tableaux qui suivent, sauf mention contraire, la rubrique « Corporate » correspond au siège et au bureau de New York. La rubrique « Autres » correspond à : Vivendi Mobile Entertainment (VME) en 2008 ; VU Net, Vivendi Telecom International (VTI) et VME en 2007 ; VU Net et VTI en 2006. En 2006, les données relatives à Maroc Telecom sont hors Mauritel, CasaNet et Onatel ; ces sociétés ayant rejoint le périmètre de reporting social de Maroc Telecom en 2007. Les données des sociétés de Neuf Cegetel sont consolidées au niveau de SFR depuis le mois d'avril 2008. Par ailleurs, pour 2006 et 2007, la rubrique « Activision Blizzard » correspond à l'ancien périmètre de Vivendi Games. Les sociétés d'Activision, entrées dans le périmètre du groupe au deuxième semestre 2008, figurent uniquement dans les tableaux des effectifs. Dans les autres tableaux, « Activision Blizzard » se réfère aux unités opérationnelles des jeux dans le périmètre du groupe Vivendi au 31 décembre 2008.

Sauf indication contraire, l'analyse de l'évolution des informations sociales annuelles est facilitée par la présentation de trois exercices consécutifs ci-dessous.

## Section 1

## Les effectifs

### 1.1. Effectif par activités

Les effectifs du groupe ont augmenté de 16 % en 2008 pour atteindre 43 208 au 31 décembre 2008 contre 37 223 au 31 décembre 2007, et 34 694 en 2006. La hausse des effectifs en 2008 résulte principalement des variations de périmètre du groupe : l'intégration des sociétés d'Activision (3 193 salariés) dans le périmètre d'Activision Blizzard, de Neuf Cegetel dans SFR (4 186 salariés) et de Kinowelt dans le Groupe Canal+ (122 salariés).

Le tableau ci-dessous présente les effectifs du groupe par activités aux 31 décembre 2006, 2007 et 2008.

	2008	2007	2006
Activision Blizzard	7 408	4 437	3 567
Universal Music Group	7 720	8 114	7 869
SFR	10 086	6 209	8 014
Maroc Telecom	13 411	14 075	11 259
Groupe Canal+	4 252	4 061	3 699
Corporate	250	262	271
Autres	81	65	15
<b>Total</b>	<b>43 208</b>	<b>37 223</b>	<b>34 694</b>

### 1.2. Répartition géographique de l'effectif

Le tableau ci-dessous présente les effectifs du groupe par zones géographiques aux 31 décembre 2006, 2007 et 2008. La rubrique « France » couvre l'effectif en France métropolitaine et dans les DOM-TOM.

	2008	2007	2006
France	15 717	11 869	13 243
Amérique du Nord	7 520	5 448	5 006
Amérique du Sud et Amérique Centrale	405	391	350
Asie-Pacifique	1 459	1 478	1 445
Afrique	13 583	14 218	11 424
Europe (hors France)	4 524	3 819	3 226
<b>Total</b>	<b>43 208</b>	<b>37 223</b>	<b>34 694</b>

### 1.3. Répartition de l'effectif par sexe

	2008		2007		2006	
	% femmes	% hommes	% femmes	% hommes	% femmes	% hommes
Activision Blizzard	20	80	18	82	21	79
Universal Music Group	46	54	45	55	45	55
SFR	41	59	46	54	54	46
Maroc Telecom	24	76	23	77	23	77
Groupe Canal+	52	48	51	49	52	48
Corporate	56	44	56	44	56	44
Autres	40	60	31	69	47	53
<b>Moyenne</b>	<b>34</b>	<b>66</b>	<b>34</b>	<b>66</b>	<b>38</b>	<b>62</b>

En 2008, la répartition hommes/femmes dans le groupe Vivendi reste stable par rapport à 2007 avec une moyenne de 34 % de femmes contre 38 % en 2006.

## Section 2

## Les entrées

Vivendi est fortement implanté en Amérique du Nord et dans d'autres parties du monde où la notion d'embauche, notamment les concepts de CDI et de CDD propres aux institutions françaises, n'a pas d'équivalence. Aux États-Unis et au Canada, les notions de stagiaire et d'embauche sont très différentes de celles de la France et de l'Europe. Dans ces pays, les travaux d'été effectués par des étudiants sont considérés comme des embauches. Des entrées de courte durée sont également considérées comme des embauches. Pour toutes ces raisons, les tableaux ci-après représentent le nombre d'entrées de toutes natures dans le groupe.

Ce commentaire est également applicable à la notion de départ au niveau mondial. Aussi, l'information requise par la législation française concernant les embauches/entrées et les sorties/départs dans les tableaux ci-après recouvre ces concepts. Pour l'exercice 2008, le nombre global d'entrées dans le groupe Vivendi est resté soutenu.

## 2.1. Les entrées dans le groupe

Nombre d'embauches	2008	2007	2006
Activision Blizzard	1 719	2 013	1 753
Universal Music Group	1 247	1 371	1 189
SFR	1 359	1 095	1 173
Maroc Telecom	506	447	198
Groupe Canal+	1 000	788	714
Corporate	26	30	29
Autres	(a) 34	(a) 53	-
<b>Total</b>	<b>5 891</b>	<b>5 797</b>	<b>5 056</b>

(a) Embauches chez Vivendi Mobile Entertainment (VME).

## 2.2. Les embauches en France

Le taux d'embauche en CDI correspond au nombre de CDI rapporté aux embauches totales de chaque métier.

Embauches	2008			2007			2006		
	Total	En CDI	% CDI	Total	En CDI	% CDI	Total	En CDI	% CDI
Activision Blizzard	161	146	91	329	245	74	520	358	69
Universal Music Group	152	106	70	105	45	43	96	46	48
SFR	1 359	707	52	1 095	561	51	1 189	611	51
Maroc Telecom (a)	16	16	100	20	16	80	-	-	-
Groupe Canal+	906	280	31	733	218	30	603	133	22
Corporate	23	14	61	26	13	50	27	13	48
Autres	34	26	76	53	46	87	-	-	-
<b>Total/moyenne</b>	<b>2 651</b>	<b>1 295</b>	<b>49 %</b>	<b>2 361</b>	<b>1 144</b>	<b>48 %</b>	<b>2 435</b>	<b>1 161</b>	<b>48 %</b>
			<b>moyenne</b>			<b>moyenne</b>			<b>moyenne</b>

(a) Correspond à Mobisud France, filiale de Maroc Telecom.

A la différence du tableau précédent, cette étude correspond à la notion d'embauche définie par la loi française. Pour les filiales françaises (DOM-TOM compris), la moyenne d'embauches en CDI reste globalement stable et s'établit à 49 % en 2008 contre 48 % en 2007 et 2006.

## 2.3. Difficultés de recrutement

En conséquence du faible nombre de postes difficiles à pourvoir localement, au niveau du groupe, aucune filiale n'a signalé de difficultés particulières de recrutement au cours des trois derniers exercices.



## Section 3

## Mouvements d'effectifs dus aux changements de périmètre

## 3.1. Acquisitions

Au cours de l'exercice 2008, 7 969 salariés sont entrés dans le périmètre de reporting social.

	2008	2007	2006
Activision Blizzard	3 193	93	152
Universal Music Group	468	890	83
SFR	4 186	70	-
Maroc Telecom	-	3 139	-
Groupe Canal+	122	615	26
Autres	-	4	-
<b>Total</b>	<b>7 969</b>	<b>4 811</b>	<b>261</b>

Ci-dessous, le détail des entrées en 2008.

	Entité	Nombre de salariés
<b>Activision Blizzard</b>		<b>3 193</b>
	Activision Blizzard Australie	40
	Activision Blizzard Canada	276
	Activision Blizzard France	32
	Activision Blizzard Allemagne	74
	Activision Blizzard Irlande	113
	Activision Blizzard Italie	26
	Activision Blizzard Japon	5
	Activision Blizzard Corée	1
	Activision Blizzard Pays-Bas	24
	Activision Blizzard Suède-Nordic	19
	Activision Blizzard Espagne	20
	Activision Blizzard Royaume-Uni	589
	Activision Blizzard Etats-Unis	1 974
<b>Universal Music Group</b>		<b>468</b>
	UMG Australie Eleven	3
	UMG Belgique ARS	8
	UMG Belgique BMC-BUCEL	2
	UMG France Flight Charmandising	9
	UMG France Le Sentier des Halles	5
	UMG Mexique MEX 02 MEX 40	64
	UMG USA Univision Music Group	102
	UMG USA Code Black	6
	UMG USA Pussycat Dolls	5
	(a) UMG USA	264
<b>SFR</b>		<b>4 186</b>
	Efixo (France)	31
	Jet Multimedia (France)	382
	LDC (France)	46
	Neuf Cegetel (France)	3 049
	Neuf Assistance (France)	208
	Neuf Center (France)	470
<b>Maroc Telecom</b>		<b>-</b>
<b>Groupe Canal+</b>		<b>122</b>
	Kinowelt (Allemagne)	122
<b>Corporate</b>		<b>-</b>
<b>Autres</b>		<b>-</b>
<b>Total</b>		<b>7 969</b>

(a) Ajustement de périmètre de reporting social.

## Section 3

## Mouvements d'effectifs dus aux changements de périmètre

## 3.2. Cessions

En 2008, 693 salariés sont sortis du périmètre du groupe : 31 aux Etats-Unis et 42 en Australie suite à la cession d'International Music Feed (UMG), 156 suite à la cession d'une partie des activités de Jet Multimédia chez SFR, 9 suite à la cessation d'activité chez Vivendi Telecom International ; suite aux restructurations chez Activision Blizzard, 19 salariés en Australie, 25 en Irlande, 1 au Canada, 12 aux Etats-Unis, 111 en Roumanie, 43 au Chili, 125 en Suède et 119 au Royaume-Uni.

Effectif cédé	2008	2007	2006
Activision Blizzard	455	14	-
Universal Music Group	73	-	-
SFR	156	1 834	-
Maroc Telecom	-	-	-
Groupe Canal+	-	-	183
Corporate	-	-	-
Autres	9	1	-
<b>Total</b>	<b>693</b>	<b>1 849</b>	<b>183</b>

## Section 4

## Les licenciements dans le monde et leurs motifs

## 4.1. Informations relatives aux plans de réduction des effectifs et de sauvegarde de l'emploi

Le nombre de licenciements économiques a augmenté en 2008 en raison d'importantes réorganisations qui ont eu lieu chez Activision Blizzard, Universal Music Group et Gabon Telecom, filiale de Maroc Telecom. Les licenciements économiques ont des causes variées. Chez Activision Blizzard, il s'agit d'ajustements de personnel suite à la fusion d'Activision et de Vivendi Games ; 94 % des licenciements chez Activision Blizzard concernent les filiales américaines. Chez UMG, ils résultent d'opérations de restructuration et d'externalisation engagées notamment au Royaume-Uni et aux Etats-Unis. Les départs chez Gabon Telecom (41 % du total des réductions d'effectifs) correspondent au plan social mis en œuvre à la suite d'une décision prise en application du protocole d'accord signé le 7 mars 2008 par les deux actionnaires les plus importants : Maroc Telecom et l'Etat gabonais.

Effectif concerné dans le monde	2008	2007	2006
Activision Blizzard	436	53	76
Universal Music Group	563	586	216
SFR	15	-	-
Maroc Telecom	760	-	-
Groupe Canal+	39	214	6
Corporate	3	-	3
Autres	-	-	-
<b>Total</b>	<b>1 816</b>	<b>853</b>	<b>301</b>

## 4.2. Les efforts de reclassement et les mesures d'accompagnement

En France, les mesures de reclassement et d'accompagnement offertes aux salariés affectés par les restructurations étaient de plusieurs ordres :

- mobilité interne : affichage sur l'Intranet des postes à pourvoir dans le groupe,
- congés de reclassement,
- congés de formation qui permettent aux salariés d'améliorer leur niveau de qualification professionnelle,
- aide à la création d'entreprise,
- services d'*outplacement*.

Dans les pays où ces mesures n'existent pas, Vivendi a mis en œuvre des mesures de reclassement en faveur des salariés licenciés. Dans le reste du monde, Vivendi a géré les départs selon les pratiques du pays en respectant les règles de conduite éthiques du groupe.

## Section 4

## Les licenciements dans le monde et leurs motifs

### 4.3. Réembauches

Vivendi a pour politique de donner préférence aux salariés licenciés pour raisons économiques lorsqu'un poste devient vacant. En 2008, quatre salariés au Danemark, en Inde et au Maroc ont bénéficié de cette disposition, contre une centaine de salariés en 2007, principalement aux Etats-Unis et en Irlande, et une trentaine en 2006.

### 4.4. Sorties pour autres motifs

Le tableau ci-dessous recense les sorties du groupe en 2008 pour toute raison hors départs économiques : démissions (1 972), licenciements individuels (1 010), fin de contrat à durée déterminée (1 630), retraite (103) ou autre raison (649).

	2008	2007	2006
Activision Blizzard	1 050	1 169	932
Universal Music Group	1 474	1 389	1 124
SFR	1 494	1 136	1 240
Maroc Telecom	(b) 410	(a) 770	194
Groupe Canal+	892	827	732
Corporate	35	39	33
Autres	9	6	1
<b>Total</b>	<b>5 364</b>	<b>5 336</b>	<b>4 256</b>

(a) Départs volontaires et démissions.

(b) Dont une centaine dans le cadre d'un programme de départs volontaires.

## Section 5

## Le temps de travail

### 5.1. Le temps de travail des salariés à temps plein

Les approches en termes de temps de travail étant divergentes d'un pays à l'autre, le nombre d'heures travaillées varie en conséquence. Dans le groupe Vivendi, le nombre d'heures travaillées par semaine s'échelonne de 34,6 heures au Japon, 35 heures en Europe (notamment en France), à 48 heures dans certains pays d'Amérique Centrale et d'Amérique du Sud, notamment en Colombie, au Costa Rica et au Pérou. En France, l'ensemble des filiales de Vivendi applique la loi sur les 35 heures de travail hebdomadaire. Le travail à temps plein est défini comme la durée de travail la plus répandue dans l'entreprise pour des salariés à temps plein.

Les variations des durées de travail hebdomadaire et annuelle entre 2006 et 2008 constatées dans les tableaux 5.1. et 5.2. ci-dessous sont dues à une meilleure appréhension de la réalité du travail dans certains pays, notamment dans les pays émergents où le concept de durée annuelle n'existe pas.

(en heures)	Durée du travail hebdomadaire			Durée du travail annuel		
	2008	2007	2006	2008	2007	2006
Activision Blizzard	39,0	38,8	38,6	1 893	1 892	1 945
Universal Music Group	38,5	38,4	38,4	1 799	1 788	1 789
SFR	35,0	35,0	35,0	1 604	1 606	1 606
Maroc Telecom	38,7	38,8	38,5	1 750	1 747	1 751
Groupe Canal+	35,8	35,7	35,7	1 631	1 610	1 664
Corporate	35,0	35,0	35,0	1 556	1 556	1 557
Autres	35,0	35,0	35,0	1 556	1 588	1 583
<b>Moyenne</b>	<b>37,5</b>	<b>37,8</b>	<b>37,5</b>	<b>1 727</b>	<b>1 737</b>	<b>1 742</b>

## Section 5

## Le temps de travail

## 5.2. Le temps de travail des salariés à temps partiel

Le travail à temps partiel est défini comme la durée de travail la plus répandue dans l'entreprise pour les salariés ne travaillant pas à plein temps.

La durée du temps de travail des salariés à temps partiel reste globalement stable en 2008. La durée varie entre 8 heures et 37 heures par semaine, avec une durée moyenne de 29 heures hebdomadaires et 1 327 heures par an.

(en heures)	Durée du travail hebdomadaire			Durée du travail annuel		
	2008	2007	2006	2008	2007	2006
Activision Blizzard	21,7	20,1	27,9	1 260	907	1 366
Universal Music Group	26,0	26,0	25,4	1 173	1 205	1 226
SFR	29,0	29,9	26,2	1 331	1 373	1 317
Maroc Telecom	-	-	-	-	-	-
Groupe Canal+	30,7	30,6	30,5	1 381	1 376	1 383
Corporate	25,0	25,0	28,0	1 063	1 063	1 215
Autres	28,0	18,9	9,8	1 218	894	521
<b>Moyenne</b>	<b>29,0</b>	<b>29,1</b>	<b>27,1</b>	<b>1 323</b>	<b>1 328</b>	<b>1 320</b>

## 5.3. Les heures supplémentaires

Les heures supplémentaires correspondent aux heures travaillées au-delà du nombre d'heures contractuel. Elles concernent majoritairement les unités opérationnelles d'Activision Blizzard et d'UMG aux Etats-Unis (54 %) ainsi que les filiales de Maroc Telecom (36 %).

Heures supplémentaires	2008	2007	2006
Activision Blizzard	230 904	126 882	117 778
Universal Music Group	223 489	228 474	213 923
SFR	28 021	6 818	7 357
Maroc Telecom	270 663	(a) 213 390	76 387
Groupe Canal+	7 884	9 946	19 212
Corporate	45	183	342
Autres	134	138	-
<b>Total</b>	<b>761 139</b>	<b>585 831</b>	<b>434 999</b>

(a) Résultat d'entrées dans le périmètre et d'une modification de la méthode de comptabilisation des heures supplémentaires chez Maroc Telecom.

## 5.4. L'absentéisme

L'absentéisme est défini comme l'ensemble des jours ouvrés non travaillés hors congés payés, stages de formation, absences syndicales, congés exceptionnels et conventionnels, et journées de RTT (réduction du temps de travail). La loi sur les 35 heures est en vigueur dans toutes les sociétés du groupe en France. Les suspensions de contrat sont retirées de ces tableaux. En revanche, la totalité des jours d'absence pour raisons médicales, y compris les maladies de longue durée, est comptée.

En 2008, une modification méthodologique a été adoptée pour cette étude afin de mieux refléter la nature des absences dans le groupe. Chez SFR, Canal+ et VME, la moyenne d'âge étant moins élevée que dans les autres métiers, on y constate davantage d'absences pour motifs familiaux (notamment des congés de maternité et de paternité).

## Section 5

## Le temps de travail

## 5.4.1. L'absentéisme dans le groupe

Les tableaux ci-dessous présentent les jours d'absences en 2008 par motif : maladie, raisons familiales (congés de maternité, de paternité et d'adoption), accident de travail (et accident de trajet dans les pays où ce concept est connu), les absences pour autres raisons couvrent notamment les absences pour convenance personnelle, les absences non rémunérées, les mises à pied, l'absence pour raison politique (campagne électorale au Gabon) ou pour pèlerinage (en Mauritanie), pour deuil, pour participation obligatoire au jury, pour formation de réserviste militaire, pour examen. Ces absences sont comptées dans « absences pour autres raisons ».

	Pour maladie	Pour raisons familiales	Pour accident	Pour autres raisons
Activision Blizzard	4,20	0,61	0,02	0,15
Universal Music Group	2,50	1,05	0,05	0,45
SFR	6,86	3,84	0,34	0,53
Maroc Telecom	1,11	1,43	0,41	0,65
Groupe Canal+	7,39	4,58	0,21	0,26
Corporate	3,40	3,74	0,10	-
Autres	2,63	3,28	0,22	-
<b>Moyenne</b>	<b>3,75</b>	<b>2,19</b>	<b>0,26</b>	<b>0,48</b>

Méthode de calcul : l'absentéisme correspond au nombre de jours d'absence par motif rapporté à l'effectif moyen de l'année.

## 5.4.2. L'absentéisme dans le groupe en France

	Pour maladie	Pour raisons familiales	Pour accident	Pour autres raisons
Activision Blizzard	4,89	1,18	0,04	0,10
Universal Music Group	4,35	2,56	0,27	(a) 3,61
SFR	6,86	3,84	0,34	0,53
Groupe Canal+	7,39	4,90	0,25	0,24
Maroc Telecom (b)	4,06	-	-	-
Siège	3,68	4,46	0,12	-
Autres	2,63	3,28	0,22	-
<b>Moyenne</b>	<b>6,66</b>	<b>3,88</b>	<b>0,29</b>	<b>0,60</b>

(a) Majoritairement les jours de préavis payés, non effectués.

(b) Mobisud France, filiale de Maroc Telecom.

Méthode de calcul : nombre de jours d'absence par motif rapporté à l'effectif moyen en France.

## Section 6

## Frais de personnel

Les frais de personnel du groupe Vivendi sur les trois derniers exercices s'établissent comme suit :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
<b>Total</b>	<b>2 688</b>	<b>2 390</b>	<b>2 227</b>

## Section 7

## Formation et développement

### 7.1. Dépenses totales de formation rapportées à la masse salariale

En France, le pourcentage de la masse salariale consacré à la formation est un indicateur très utilisé. Hors de France, il n'est pas renseigné de façon homogène ; aussi l'indicateur retenu ici est la dépense totale de formation rapportée à la masse salariale. Les dépenses ont été reconstituées sur la base de l'hypothèse selon laquelle les coûts salariaux des employés en formation représentent au minimum 50 % des coûts de formation.

Les données sur la formation chez SFR dans les tableaux ci-dessous ne prennent pas en compte une partie des données formation de SFR Client service car une difficulté technique empêche la récupération de données stockées dans un logiciel de formation spécifique.

Masse salariale consacrée à la formation (en pourcentage)	2008	2007	2006
Activision Blizzard	0,9	1,0	1,2
Universal Music Group	0,7	0,4	0,4
SFR	3,3	3,5	3,6
Maroc Telecom	7,0	5,9	7,5
Groupe Canal+	3,6	3,1	3,0
Corporate	1,8	1,7	1,7
Autres	1,5	0,2	4,8
<b>Moyenne</b>	<b>2,6</b>	<b>1,9</b>	<b>2,0</b>

### 7.2. Durée moyenne de formation (en heures) par salarié formé

La durée moyenne de la formation est calculée en rapportant le nombre total d'heures de formation au nombre de salariés (individus) formés dans l'année. Dans ce calcul, chaque salarié formé compte pour un, quel que soit le nombre de formations suivies.

L'augmentation de la durée des formations chez Maroc Telecom est essentiellement due à la nature des formations entreprises en 2008 : l'acquisition de nouveaux équipements nécessitait des formations techniques relativement longues.

Dans la plupart des pays où Activision Blizzard et Universal Music Group sont implantés, il n'y a pas d'obligation légale de formation des salariés comme en France ; ainsi, les chiffres de la formation sont plus fluctuants dans ces métiers. La croissance continue chez Activision Blizzard a entraîné en 2008 une demande accrue de formation. De plus, les responsables de la formation au sein des Ressources humaines sont désormais en mesure d'offrir un choix plus complet de formations.

## Section 7

## Formation et développement

La catégorie « Autres » reflète la mise en place d'un premier plan de formation chez Vivendi Mobile Entertainment, axé sur les langues et les formations techniques.

Durée moyenne de formation (en heures)	2008	2007	2006
Activision Blizzard	(b) 25,9	11,2	15,5
Universal Music Group	11,7	5,4	6,9
SFR	36,1	35,7	30,1
Maroc Telecom	34,0	25,7	28,0
Groupe Canal+	32,0	25,0	25,6
Corporate	19,1	23,9	(a) 33,2
Autres	25,7	16,0	23,8
<b>Moyenne</b>	<b>28,3</b>	<b>20,8</b>	<b>24,0</b>

(a) Un programme exceptionnel de formation à l'entretien annuel a été mis en place au siège en 2006.

(b) Plusieurs programmes de formation intensive en informatique ont été engagés en 2008, notamment aux Etats-Unis.

### 7.3. Heures de formation par salarié formé en France

(en heures)	2008	2007	2006
Activision Blizzard	(a) 35,2	23,6	(a) 39,4
Universal Music Group	18,3	24,6	21,3
SFR	36,1	35,8	29,8
Groupe Canal+	33,0	26,1	26,3
Corporate	20,8	28,3	(b) 52,9
Autres	(c) 25,7	16,0	23,8
<b>Durée moyenne</b>	<b>34,6</b>	<b>30,7</b>	<b>29,6</b>

(a) Ces chiffres correspondent aux formations nécessaires à la mise en place de programmes spécifiques tels que *World of Warcraft* en 2006 et *Wrath of the Lich King* en 2008.

(b) Un programme exceptionnel de formation à l'entretien annuel a été mis en place au siège en 2006.

(c) Formations chez Vivendi Mobile Entertainment uniquement.

Cet indicateur couvre les entités du groupe en France métropolitaine en 2006 et 2007. En 2008, les DOM-TOM ont été intégrés.

### 7.4. La finalité de la formation

En conformité avec le devoir d'information imposé par la loi n° 2004-391 du 4 mai 2004 relative à la formation professionnelle tout au long de la vie, les finalités de la formation professionnelle par salarié formé, restituées sous forme de pourcentages, sont indiquées, par filiale, dans le tableau ci-après. Dans ce calcul, un salarié ayant suivi plusieurs formations est compté autant de fois. En 2006, la définition des finalités a été affinée et intégrée à un accord collectif signé au siège. De ce fait, la qualification des formations entreprises pendant l'exercice a été ajustée pour s'y conformer. Le périmètre couvert comprend les sociétés françaises et marocaines du groupe.

Les formations d'adaptation au poste de travail ont pour objet l'acquisition des compétences adéquates pour tenir le poste dans la configuration qu'il a au moment de la formation. Elles sont spécifiques au poste et ne sont pas transférables sur un autre poste.

Les formations d'évolution du poste de travail ont pour objet de maintenir la capacité des salariés à occuper un emploi, au regard notamment de l'évolution des emplois (au sein ou en-dehors de l'entreprise), des technologies et des organisations. Elles visent l'acquisition de connaissances, de compétences ou une qualification correspondant à l'anticipation d'une évolution possible des activités, des fonctions ou de leurs modalités d'exercice. Elles sont spécifiques au poste.

## Section 7

## Formation et développement

Les formations de développement des compétences favorisent l'accès à différents niveaux de qualification professionnelle et contribuent au développement économique et culturel des salariés ou à leur promotion sociale. Elles ont pour objectif l'acquisition de compétences dont la mise en œuvre suppose une modification de la qualification professionnelle du salarié. Elles ne sont pas requises dans le cadre du contrat de travail tel qu'il est établi au moment où la formation est suivie. Elles sont éventuellement souhaitables et répondent à une logique d'amélioration des potentialités du salarié.

L'évolution du tableau provient des réajustements progressifs des définitions permettant une meilleure différenciation des critères, notamment des formations centrées sur l'évolution et l'adaptation au poste de travail. En outre, le tableau correspond à l'évolution des besoins de la société en matière de formation et intègre des programmes de formation à but spécifique.

(en pourcentage)	Adaptation au poste de travail			Évolution du poste de travail			Développement des compétences		
	2008	2007	2006	2008	2007	2006	2008	2007	2006
Activision Blizzard	84	8	57	5	75	9	11	17	34
Universal Music Group	72	82	89,5	-	1	5,7	28	17	4,8
SFR	30	17	62	59	74	34	11	9	4
Maroc Telecom	38	40	38	22	19	20	40	41	42
Groupe Canal+	54	35	70	4	10	6	(c) 42	55	24
Corporate	19	5	13	15	13	62	(b) 66	(a) 82	25
Autres	100	-	-	-	-	90	-	100	10
<b>Moyenne</b>	<b>42</b>	<b>31</b>	<b>53</b>	<b>32</b>	<b>36</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>33</b>	<b>22</b>

(a) En 2007, tous les managers du siège ont été formés au management.

(b) Représente le programme « Comment construire son projet professionnel » mis en place au siège en 2008.

(c) Ce chiffre représente un nombre non négligeable de demandes de Droit individuel à la formation (DIF) systématiquement identifiés « Développement des compétences » et un grand nombre de formations non directement liées aux métiers.

## Section 8

## Intéressement et participation

Cet indicateur comprend les sociétés du groupe en France qui ont mis en place des accords collectifs d'intéressement, ou/et de participation.

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Intéressement	84,2	86,8	42,8
Participation	50,2	50,5	44,8

## Section 9

## Les relations professionnelles et le bilan des accords collectifs

Les accords et les avenants signés en 2008 couvrent deux thèmes principaux : les restructurations (13 %) et les rémunérations (48 %). Les détails des autres thèmes (22 %) se trouvent ci-dessous.

Parmi les autres accords recensés figurent : un accord sur les classifications et les salaires minimaux (Canal+ en Guadeloupe), la mise en place d'un règlement intérieur (Activision Blizzard France et UMG Pays-Bas), un accord portant sur les mesures d'accompagnement associées au déménagement de la société FrNet2 sur Rive Défense (SFR), un accord en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap (SFR), un accord d'intégration des collaborateurs de Club Internet au sein de Neuf Cegetel (SFR), un avenant à l'accord d'entreprise relatif au statut de collaborateur citoyen (SFR), un avenant qui accorde des jours de congés exceptionnels à l'occasion du PACS et du décès du partenaire PACSé (Canal+) et trois accords sur la Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) à Canal+, Neuf Cegetel et SFR.



## Section 9

## Les relations professionnelles et le bilan des accords collectifs

L'accord GPEC (Talents+) de Canal+ vise, par anticipation et pour trois ans, à maintenir et développer l'emploi des salariés permanents dans l'Unité Economique et Sociale (UES) Canal+, et à favoriser le développement des collaborateurs. Il s'articule autour de quatre engagements :

- partager la vision stratégique de l'entreprise pour anticiper les évolutions des emplois et des compétences,
- renforcer le rôle des managers et collaborateurs dans le développement des compétences,
- accompagner les parcours de mobilité professionnelle,
- renforcer la formation au service du développement des compétences.

Chaque accord ou avenant signé compte pour un. Les accords signés au sein des UES (SFR, Neuf Cegetel, Canal+) sont comptés une seule fois.

Nombre d'accords signés	2008	2007	2006
Activision Blizzard	6	3	8
Universal Music Group	34	25	27
SFR	27	13	14
Maroc Telecom	4	6	2
Groupe Canal+	14	20	11
Corporate	6	2	2
Autres	1	-	-
<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>69</b>	<b>64</b>

En 2008, 66 % des accords ont été signés dans des filiales d'UMG et de SFR, soit respectivement 34 et 27 accords. Plus de la moitié des accords (52 sur 92) ont été signés dans les filiales françaises du groupe Vivendi.

## Section 10

## Les conditions d'hygiène et de sécurité

### 10.1. Instances dédiées à l'étude de l'hygiène et de la sécurité

Cette étude recense le nombre de comités, de commissions ou d'organismes comprenant des professionnels et des représentants du personnel dédiés à l'étude des problèmes de santé, d'hygiène ou de sécurité au travail dans le groupe. L'augmentation du nombre de comités résulte de l'intégration de Neuf Cegetel dans SFR et de la création d'un comité chez Mauritel, filiale de Maroc Telecom. En 2008, cinq nouveaux comités ont été créés, un chez Neuf Assistance, un chez Neuf Center, deux chez Jet Multimédia et un chez Mauritel.

Les objectifs fixés par le CHSCT au siège pour 2008 sont :

- améliorer l'ergonomie des postes de travail, notamment le travail sur écran,
- participer et veiller à la mise en place du plan de prévention des situations conflictuelles et stressantes,
- mesurer les rayonnements d'extrêmes basses fréquences (antennes GSM, 3G, DECT, Wi-Fi), vérifier les limites légales, identifier les risques afférents et promouvoir les bonnes pratiques en termes d'utilisations des téléphones portables (DECT, Wi-Fi, utilisation des oreillettes),
- veiller à la mise en place de plans d'actions nécessaires en cas de crise grave (notamment les risques incendie, attentats et catastrophes naturelles),
- promouvoir les bonnes pratiques en termes de déplacement professionnel et analyser les causes d'accidents de trajet,
- veiller au suivi et à la mise à jour du document répertoriant les risques et plans de préventions.

Nombre d'instances dédiées à l'hygiène et à la sécurité	2008	2007	2006
Activision Blizzard	9	10	9
Universal Music Group	24	27	25
SFR	(b) 25	16	18
Maroc Telecom	15	(a) 14	8
Groupe Canal+	5	5	9
Corporate	1	1	1
Autres	-	-	1
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>73</b>	<b>71</b>

(a) Mise en place de CHSCT dans les filiales hors Maroc.

(b) Entrée de périmètre de Neuf Cegetel.

## Section 10

## Les conditions d'hygiène et de sécurité

## 10.2. Nombre de salariés formés à la sécurité

	2008	2007	2006
Activision Blizzard	399	122	189
Universal Music Group	881	503	762
SFR	1 857	1 324	4 643
Maroc Telecom	254	520	-
Groupe Canal+	262	282	155
Corporate	46	84	69
Autres	-	-	-
<b>Total</b>	<b>3 699</b>	<b>2 835</b>	<b>5 818</b>

Activision Blizzard, entrée dans le périmètre de Vivendi en 2008, poursuit la formation sur la sécurité au travail qui avait été mise en place par Vivendi Games. La quasi-totalité des formations à la sécurité et au respect des conditions de travail sont organisées au sein de l'entreprise. Le site de Fresno (Nevada – Etats-Unis) est l'unique centre de distribution d'Activision. Les formations à la sécurité ont lieu pendant les activités d'orientation de tous les nouveaux embauchés. Une formation spécifique est dispensée régulièrement aux salariés des services de production et de distribution. Le gestionnaire du site est un instructeur certifié : il est responsable à la fois de l'administration, de la formation, de la certification et re-certification des conducteurs de chariots, tracteurs élévateurs, des transpalettes et des gerbeurs. En 2008, il y avait 23 conducteurs certifiés sur le site.

Chez Universal Music France, des formations incendie ont lieu pour sensibiliser le personnel aux risques spécifiques de l'entreprise et pour constituer des équipes d'intervention efficaces et opérationnelles. Des achats d'équipements de lutte contre les incendies (couverture anti-feu, clapet coupe-feu et signalétique), de sécurité et de premiers secours (chaussures et gants de sécurité, défibrillateur) ont été effectués en 2008. Un audit d'hygiène et de sécurité et des contrôles du bureau Veritas sont demandés tous les ans.

L'Olympia (UMG France), demeure très vigilant quant au respect des conditions de travail et normes de sécurité. Concernant l'équipement et les conditions de travail, les mesures en place consistent notamment à entretenir régulièrement le système de chauffage et de ventilation des bureaux, à changer régulièrement les écrans et à assurer la présence sur le site d'un pompier 24 heures sur 24. En matière de sécurité, l'Olympia a organisé la formation *Sauveteur secourisme du travail* pour ses salariés afin d'améliorer l'organisation des premiers secours au sein de l'entreprise et anticiper les risques particuliers. Afin d'améliorer la prévention des incendies, une formation sur le comportement, les gestes à observer, les bonnes réactions, et la conduite à tenir en cas d'incendie est prévue en 2009.

Au Japon, les salariés d'Universal Music Group sont formés sur la procédure précise à suivre pour appeler les pompiers, ainsi qu'à la protection des personnes bloquées dans le bâtiment en attendant les pompiers et aux démarches qui visent à minimiser les dégâts potentiels dus aux incendies. Une fois par an, une mise en situation d'incendie fictif est organisée. Un rapport détaillé est analysé par les pompiers locaux.

Le programme de prévention sécurité chez SFR comporte trois points phares :

- promouvoir une culture de sécurité : un module multimedia de sensibilisation à la sécurité est inclus dans le cadre du parcours d'intégration de tout nouveau collaborateur. 396 collaborateurs ont suivi la demi-journée de formation « Sécurité : enjeux et bonnes pratiques au quotidien ». En 2009, ce module sera décliné sous forme d'*e-learning*. Un Guide Hygiène et Sécurité, disponible sous format CD Rom et classeur regroupant l'ensemble des prescriptions sécurité et santé au travail applicables dans le cadre des activités de SFR, a été publié en 2008 et diffusé à l'ensemble des chefs d'établissements, responsables de site, responsables Ressources humaines et CHSCT,
- former les collaborateurs à la sécurité : 384 collaborateurs volontaires ont reçu une formation d'équipier incendie, 231 collaborateurs ont été formés pour devenir secouriste du travail, 75 personnes ont été formées à l'habilitation électrique et 124 personnes ont été formées au travail en hauteur,
- mesurer et contrôler : 128 sites ont été audités (soit près de 10 % du parc SFR qui comprend 17 000 sites). Ces audits ont permis de détecter les risques pour les intervenants et de planifier des actions de prévention. Chaque site tertiaire SFR a également fait l'objet d'un audit sécurité au cours de l'année 2008.

En 2008, l'une des principales actions du Groupe Canal+ en matière de sécurité et de conditions de travail a été la mise à jour de documents uniques pour ses huit sites. En parallèle, un plan d'actions destiné à prévenir les risques professionnels a été élaboré avec le concours de représentants du CHSCT. De nombreux collaborateurs ont suivi les formations destinées aux équipiers de première intervention et/ou aux sauveteurs secouristes du travail. Afin de veiller au maintien des bonnes conditions de travail des collaborateurs, le Groupe Canal+ a procédé notamment à plusieurs analyses d'air, de bruit et d'éclairage. Les sites du Groupe Canal+ sont équipés de postes centraux de sécurité composés d'un système de sécurité incendie et d'assistance aux personnes.

## Section 10

## Les conditions d'hygiène et de sécurité

## 10.3. Taux de fréquence des accidents de travail (avec arrêt)

Le taux de fréquence des accidents de travail a légèrement augmenté en 2008 pour atteindre 2,99 en 2008 contre 2,72 en 2007 et 3,21 en 2006. Conscient que le taux de fréquence d'accidents est plus élevé dans les métiers de terrain, des programmes de prévention spécifiques sont en place notamment chez SFR, Maroc Telecom et Canal+.

Taux de fréquence des accidents de travail (avec arrêt)	2008	2007	2006
Activision Blizzard	2,08	1,55	1,28
Universal Music Group	2,44	2,39	3,56
SFR	3,17	3,50	3,85
Maroc Telecom	3,49	3,00	3,40
Groupe Canal+	3,63	(a) 2,53	2,63
Corporate	2,29	2,18	-
Autres	-	-	-
<b>Moyenne</b>	<b>2,99</b>	<b>2,72</b>	<b>3,21</b>

(a) Les accidents de travail sont pris en compte pour TPS à partir du deuxième semestre 2007.

Méthode de calcul : 
$$\frac{\text{nombre accidents de travail avec arrêt} \times 1\,000\,000}{\text{nombre de salariés} \times \text{heures annuelles travaillées (estimées à 1\,750 pour le groupe)}}$$

## 10.4. Le taux de gravité des accidents de travail (avec arrêt)

Le taux de gravité des accidents de travail (avec arrêt) a baissé en 2008. En raison notamment de l'efficacité des programmes de formation à la prévention et à la sécurité générale au travail dispensés dans les métiers du groupe. Aucun accident mortel n'est à déplorer dans le groupe en 2008.

Taux de gravité des accidents de travail (avec arrêt)	2008	2007	2006
Activision Blizzard	-	0,02	0,02
Universal Music Group	0,02	0,02	0,05
SFR	0,08	0,11	0,09
Maroc Telecom	0,20	0,26	0,28
Groupe Canal+	(a) 0,05	0,03	0,05
Corporate	0,02	0,02	-
Autres	-	-	-
<b>Moyenne</b>	<b>0,09</b>	<b>0,13</b>	<b>0,13</b>

(a) Trois salariés ont eu des arrêts prolongés pour des accidents de travail.

Méthode de calcul : 
$$\frac{\text{nombre de jours perdus pour accidents de travail} \times 1\,000}{\text{nombre de salariés} \times \text{heures annuelles travaillées (estimées à 1\,750 pour le groupe)}}$$

## Section 11

## L'égalité professionnelle

L'égalité professionnelle s'exprime chez Vivendi à travers deux indicateurs : le taux d'emploi des femmes dans l'entreprise et le pourcentage de femmes cadres.

### 11.1. Taux d'emploi des femmes dans le groupe

Le pourcentage de femmes chez Vivendi reste stable depuis les deux derniers exercices, malgré des écarts en termes d'emploi des femmes entre les métiers du groupe. Le pourcentage de femmes chez SFR en 2008 a baissé, notamment en raison de l'intégration des sociétés de Neuf Cegetel, plus masculines.

Pourcentage de femmes	2008	2007	2006
Activision Blizzard	20	18	21
Universal Music Group	46	45	45
SFR	41	46	54
Maroc Telecom	24	23	23
Groupe Canal+	52	51	52
Corporate	56	56	56
Autres	40	31	47
<b>Moyenne</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>38</b>

### 11.2. Pourcentage de femmes parmi les cadres

Pour l'année 2008, le pourcentage de cadres féminins s'établit à 32 % (-2 % par rapport à 2007). Ce chiffre s'explique par la baisse du nombre de femmes cadres chez UMG et SFR ; ce dernier ayant un poids relatif plus important au sein du groupe en 2008 avec l'acquisition de Neuf Cegetel. Une augmentation est à noter chez Activision Blizzard et Maroc Telecom, métiers où les femmes cadres sont traditionnellement en nombre moindre.

Pourcentage de femmes parmi les cadres	2008	2007	2006
Activision Blizzard	21	19	18
Universal Music Group	40	41	40
SFR	31	33	34
Maroc Telecom	27	25	26
Groupe Canal+	47	45	45
Corporate	50	50	49
Autres	40	31	36
<b>Moyenne</b>	<b>32</b>	<b>34</b>	<b>34</b>

### 11.3. Emploi et insertion des travailleurs handicapés

La définition de « travailleur handicapé » retenue pour cet indicateur est celle prévue par la législation nationale de chaque pays ou, à défaut, la définition de la Convention 159 de l'Organisation internationale de travail : « toute personne dont les perspectives de trouver et de conserver un emploi convenable ainsi que de progresser professionnellement sont sensiblement réduites à la suite d'un handicap physique, sensoriel, intellectuel ou mental dûment reconnu ».

Nombre de travailleurs handicapés	2008	2007	2006
Activision Blizzard	5	4	1
Universal Music Group	29	29	31
SFR	157	169	149
Maroc Telecom	5	9	-
Groupe Canal+	36	38	30
Corporate	1	-	-
Autres	-	-	-
<b>Total</b>	<b>233</b>	<b>249</b>	<b>211</b>

En 2008, le nombre de salariés handicapés dans le groupe a légèrement fléchi par rapport à 2007, sans toutefois revenir au niveau de 2006. Les efforts déployés par SFR en faveur des salariés handicapés demeurent considérables.

Les actions du programme Handicap de SFR sont articulées autour de six axes :

- favoriser l'insertion professionnelle des personnes handicapées : 25 personnes handicapées ont été recrutées,
- faciliter le maintien dans l'emploi des travailleurs handicapés au sein de l'entreprise : 12 travailleurs handicapés ont bénéficié de l'aménagement de leurs postes de travail avec du matériel adapté à leur handicap : grands écrans, logiciels *zoomtext*, portables légers ou sièges ergonomiques,

## Section 11

## L'égalité professionnelle

- sensibiliser les salariés au handicap : sept sessions de sensibilisation au handicap ont été mises en place pour les managers, les collaborateurs et les responsables Ressources humaines,
- agir à l'extérieur de l'entreprise en confiant des missions à des entreprises du secteur protégé auprès d'une vingtaine d'entreprises en 2008,
- sensibiliser les managers de demain au handicap en participant aux programmes *Handi-Management*,
- déployer des actions concrètes en direction des élèves et des étudiants handicapés avec l'association ARPEJEH : offrir aux élèves et étudiants handicapés un accès privilégié aux entreprises et organisations partenaires de ARPEJEH pour des stages professionnels ou de découvertes, des visites d'entreprises, ou encore des présentations des différents métiers via des rencontres avec les interlocuteurs métiers.

## Section 12

## L'impact territorial et régional

### 12.1. Impact territorial et régional

L'impact territorial des activités de Vivendi est difficilement mesurable du fait de l'implantation du groupe dans un grand nombre de pays. La réalité du terrain et la disponibilité des projets diffèrent considérablement d'un pays à un autre. Pour toutes ces raisons, une clarification méthodologique mise en place en 2008 définit chaque stagiaire dans l'entreprise comme un projet dans la rubrique enseignement. En 2008, Vivendi a ainsi noué des relations, créé des partenariats ou participé à des projets avec 3 611 institutions, individus ou associations dans divers secteurs de l'économie locale ou régionale où le groupe est implanté contre 911 en 2007 et 462 en 2006. La majorité (98 %) des projets dans lesquels Vivendi s'implique est liée aux projets éducatifs.

	Activision Blizzard			Universal Music Group			SFR			Maroc Telecom			Groupe Canal+			Corporate			Autres			Total		
	2008	2007	2006	2008	2007	2006	2008	2007	2006	2008	2007	2006	2008	2007	2006	2008	2007	2006	2008	2007	2006	2008	2007	2006
Insertion	1	5	5	18	18	13	9	6	-	1	1	1	3	5	4	6	-	-	2	-	na*	40	35	23
Enseignement	52	19	2	830	167	256	1052	117	87	716	451	6	819	51	25	40	26	24	17	9	na*	3526	840	400
Environnement	-	-	-	1	1	1	9	12	7	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	na*	11	15	8
Consommateurs	-	-	-	-	-	-	15	12	12	-	-	-	9	5	5	-	-	-	-	-	na*	24	17	17
Riverains	1	-	-	1	1	2	5	-	9	-	-	-	-	-	-	3	3	3	-	-	na*	10	4	14
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>24</b>	<b>7</b>	<b>850</b>	<b>187</b>	<b>272</b>	<b>1090</b>	<b>147</b>	<b>115</b>	<b>718</b>	<b>454</b>	<b>7</b>	<b>831</b>	<b>61</b>	<b>34</b>	<b>49</b>	<b>29</b>	<b>27</b>	<b>19</b>	<b>9</b>	<b>na*</b>	<b>3611</b>	<b>911</b>	<b>462</b>

na\* : non applicable.

### 12.2. Contribution au développement de l'emploi

#### 12.2.1. Engagements

En 2004, Vivendi s'est engagé auprès des pouvoirs publics à contribuer à la création d'emplois dans des régions particulièrement touchées par le chômage et les restructurations industrielles, sous deux formes :

- la création, par l'intermédiaire de sous-traitants, de deux centres d'appels liés à l'activité du groupe, l'un à Belfort (territoire de Belfort) fin 2005, l'autre à Douai (Nord) fin 2006, à raison de 300 emplois équivalents temps plein chacun, soit 600 emplois au total,
- l'aide à la création, dans des bassins choisis par le Ministère de l'économie, des finances et de l'emploi, de 1 000 emplois en trois ans et de 1 500 emplois sur cinq ans, non liés à l'activité du groupe Vivendi, en apportant un soutien financier à des projets viables de création ou de développement d'entreprises, à hauteur de 5 millions d'euros par an pendant cinq ans, soit pour un montant total de 25 millions d'euros.

#### 12.2.2. Résultats

##### Centres d'appels

Au 31 décembre 2008, 863 emplois avaient été créés sur l'ensemble des deux centres d'appels :

- 497 à Belfort,
- 332 à Douai,

soit 829 équivalents à temps plein.

Les engagements ont été non seulement tenus mais dépassés quantitativement et réalisés plus vite que prévu.

Le pourcentage de femmes recrutées dépasse les 70 % dans les deux cas.

Enfin, Téléperformance et Duacom développent l'activité des centres en contractant avec des clients nouveaux.

## Section 12

## L'impact territorial et régional

**Bassins d'emploi****Les emplois**

Au 31 décembre 2008, les emplois validés en comité d'engagement s'élevaient à 3 874, et les créations réelles d'emplois à 2 535, soit 65 % des emplois validés.

Les premiers bassins d'emploi ayant démarré en mars 2005, Vivendi a dépassé de 70 % en à peine quatre ans son engagement global sur cinq ans sur les onze bassins d'emplois opérationnels.

Le détail est le suivant :

Début de mission	Bassins	(a) Emplois validés	Emplois créés
Mars 2005	Sarrebourg	363	271
	Arles	546	487
	Oise	570	533
Février 2006	Dreux	458	280
	Chalon	338	179
	Pas-de-Calais	443	240
Février 2007	Somme	381	205
	Thann-Cernay	244	101
	Tonnerrois	218	165
Juin 2007	Autun Château-Chinon	238	74
Mars 2008	Haut Jura	75	-
<b>Total</b>		<b>3 874</b>	<b>2 535</b>

(a) Emplois validés : emplois en cours de création correspondant à des dossiers validés par les comités d'engagement, auxquels participent, outre le préfet ou le sous-préfet et le représentant de Vivendi, les représentants des services décentralisés de l'Etat (DRIRE, DIACT, DDTE, TPG), le représentant de la Banque de France, les comités de développement des agglomérations, la CCI et la Chambre des Métiers.

Sur les premiers bassins, les créations réelles d'emplois dépassent les objectifs de 77 % dans l'Oise et de 62 % à Arles.

Dreux et le Pas-de-Calais ont atteint l'objectif et Chalon est sur le point de l'atteindre.

En à peine deux ans, les emplois validés dans la Somme dépassent l'objectif de création à trois ans de 52 %, et les emplois réellement créés atteignent déjà 82 % de l'objectif.

Les trois premières missions (Sarrebouurg et Château-Salins, l'Oise et Arles) sont terminées, en ce qui concerne la prospection, l'instruction des dossiers et leur examen en comité d'engagement, dont les derniers ont eu lieu en décembre 2007. Les sociétés de développement économique concernées restent sur les territoires pour suivre le bon déroulement des projets aidés et s'assurer de la transformation des emplois programmés en création réelle.

Les validations d'emplois augmentant trop rapidement sur les bassins de Dreux, de Chalon, du Pas-de-Calais et de la Somme, les opérations ont dû y être suspendues en juin 2008, en accord avec les Pouvoirs publics.

A Château-Salins, les fonds récupérés à la faveur de quelques défaillances d'entreprises aidées ont permis de financer des projets de création d'emplois supplémentaires. Le bassin du Haut Jura, qui a commencé en mars 2008, évolue normalement, avec de bonnes perspectives industrielles.

**Les entreprises**

80 % des entreprises aidées sur l'ensemble des bassins appartiennent aux secteurs de l'industrie, de l'agro-alimentaire, du BTP et des services à l'industrie. 15 % relèvent du commerce et de l'artisanat. Le solde concerne les services à la personne et le tourisme.

70 % des projets accompagnés concernent le développement d'entreprises existantes, 26 % des créations d'entreprises et 4 % des reprises d'entreprises.

93 % des entreprises aidées sont des PME et des TPE, 7 % des filiales de groupes de taille moyenne.

## Section 12

### L'impact territorial et régional

En général, 87 % des projets validés sont portés par des entrepreneurs originaires des bassins considérés. A Dreux, 60 % des projets proviennent d'entreprises non implantées sur le bassin.

#### **Le financement**

Sur un engagement contractuel global sur les onze bassins de 26,01 millions d'euros depuis 2005, 22,91 millions ont été réellement versés au terme du quatrième exercice, en excédant de plus de 10 % les objectifs.

Les prêts et subventions aux entreprises représentent 70 % du total, les 30 % restant étant destinés aux honoraires des prestataires de service.

## Section 13

### Les oeuvres sociales

En France, la notion d'œuvre sociale recouvre des activités sociales et culturelles établies dans l'entreprise prioritairement au bénéfice des salariés ou de leur famille (par exemple, la subvention au Comité d'entreprise dans les sociétés de plus de 50 salariés). Cette notion est difficile à appréhender au niveau mondial. La politique et la contribution de chaque entité sont laissées à sa propre appréciation.

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
	10,27	6,65	7,15

En 2008, le montant est en augmentation notamment du fait du changement de périmètre (entrée de Neuf Cegetel), et de l'intégration de la subvention de l'UES Canal+ et de Gabon Télécom. Le périmètre couvert par cet indicateur comprend les sociétés françaises, Maroc Telecom et ses filiales ainsi que la société Sédaci, une société du Groupe Canal+ implantée en Côte d'Ivoire, et la société sénégalaise Canal Horizon.

## Section 14

### La sous-traitance

La sous-traitance est une notion difficile à cerner globalement. L'utilisation de ce terme dans le langage courant manque de précision : les prestataires de service, les consultants et les activités externalisées se confondent. Dans l'optique de clarifier la notion de la sous-traitance, la définition légale française a été complétée en 2008 par celle du Conseil économique et social. Ainsi, la sous-traitance est définie comme une opération par laquelle un entrepreneur confie, via un sous-traité et sous sa responsabilité, à une autre personne appelée sous-traitant, tout ou partie de l'exécution du contrat d'entreprise ou du marché public conclu avec le maître d'ouvrage (Art. 1, Loi n° 75-1334, 31/12/1975). La sous-traitance est également définie comme l'opération par laquelle une entreprise confie à une autre le soin d'exécuter pour elle et selon un certain cahier des charges préétabli, une partie des actes de production et de services dont elle conserve la responsabilité économique finale (Conseil économique et social, JO 26 avril 1973, page 305). Cette double définition a contribué à mieux identifier l'objet de cet indicateur en 2008. Les chiffres sont donnés à titre indicatif, les variations constatées témoignent du manque de stabilité de cet indicateur. Pour mémoire, chaque entité est garante de la fiabilité des données qu'elle transmet.

Dans cette rubrique figure le nombre de missions de sous-traitance effectuées dans le groupe pour une durée minimum d'une semaine. Le groupe Vivendi est moins concerné par la sous-traitance que les entreprises à forte population de travailleurs manuels ; de plus, la présence de Vivendi dans les pays moins développés est limitée.

Les chiffres de 2007 et 2006 ont été établis à partir de la définition juridique seule.

Nombre de missions effectuées par des sous-traitants	2008	2007	2006
Activision Blizzard	52	3	-
Universal Music Group	98	86	125
SFR	4 918	ND	ND
Maroc Telecom	-	-	-
Groupe Canal+	888	3	13
Corporate	-	6	-
Autres	-	-	-
<b>Total</b>	<b>5 956</b>	<b>98</b>	<b>138</b>

## Section 15

## La main-d'œuvre extérieure à la société (intérimaires)

Un travailleur intérimaire est défini comme une personne mise à la disposition provisoire pour l'exécution d'une tâche précise et temporaire (non durable) dénommée « mission » ; l'utilisateur la fait travailler et rémunère la société d'intérim à cet effet. Une personne ayant effectué plusieurs missions est comptée autant de fois que de missions réalisées. La majorité (99 %) des intérimaires est engagée dans les secteurs des jeux, de la musique et des télécoms, principalement dans trois pays : la France métropolitaine (41 %), l'île de la Réunion (22 %) et les Etats-Unis (36 %).

Nombre de missions d'intérim	2008	2007	2006
Activision Blizzard	1 023	832	582
Universal Music Group	975	1 276	1 421
SFR	1 921	1 731	2 793
Maroc Telecom	4	14	-
Groupe Canal+	913	898	820
Corporate	-	9	19
Autres	10	3	-
<b>Total</b>	<b>4 846</b>	<b>4 763</b>	<b>5 635</b>

## Section 16

## Le Programme de vigilance du groupe

Depuis 2002, Vivendi s'est attaché à définir et mettre en œuvre un Programme de vigilance incluant les règles d'éthique générales applicables à chaque collaborateur du groupe quels que soient son niveau hiérarchique et ses fonctions.

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

Ce Programme a pour objectif de responsabiliser les collaborateurs, de leur donner un outil de référence en fixant des repères susceptibles de les aider à déterminer leur ligne de conduite.

Ces règles générales sont déclinées en aval, par chaque entité opérationnelle, sur l'ensemble des territoires où le groupe est présent afin d'y intégrer les spécificités des activités des filiales ainsi que les particularités des législations locales. Certaines entités ont ainsi mis en place un code d'éthique additionnel plus spécifiquement consacré à leurs activités.

La mise en œuvre du Programme de vigilance est suivie par le Secrétariat général de Vivendi assisté des équipes juridiques et le « *compliance officer* » des principales entités opérationnelles et du groupe.

Au début de chaque année, les filiales du groupe font parvenir à Vivendi un rapport sur les actions menées l'année précédente. Ce rapport est présenté par le Secrétaire général au Comité d'audit qui le valide puis est envoyé aux responsables des différentes filiales.

Le Programme de vigilance est disponible sur le site Internet de Vivendi ([www.vivendi.com](http://www.vivendi.com)).







INTERNET

TELECOMS

TELECOMS

TELECOMS  
TELEVISION CINÉMA JEUX  
MUSIQUE  
TELECOMS

INTERNET

TELECOMS  
TELEVISION CINÉMA JEUX  
MUSIQUE  
TELECOMS

## Politique environnementale

Engagements environnementaux	26
Informations environnementales	27

## Politique environnementale

Vivendi s'est engagé depuis plusieurs années à identifier, mesurer, évaluer et, dans la mesure du possible, limiter les impacts de ses activités sur l'environnement grâce à une gestion plus efficace et productive, tout en veillant aux conditions d'hygiène, de santé et de sécurité de ses salariés, partenaires et clients.

Poursuivant cet engagement, Vivendi a continué en 2008 les initiatives suivantes :

- programmes internes visant à assurer la conformité aux réglementations relatives à l'environnement, à la santé et à la sécurité en vigueur dans toutes ses installations et dans les différents pays où le groupe est présent,
- programmes internes de formation destinés à renforcer la connaissance technique et l'expertise des salariés du groupe en matière d'environnement et à renforcer l'importance des questions de santé et de sécurité dans leur travail,
- évaluations régulières de ses différents sites opérationnels et établissements afin de s'assurer de leur bon fonctionnement et du respect des normes réglementaires en vigueur en matière d'environnement, de santé et de sécurité,
- participation à l'effort des industriels et des pouvoirs publics pour améliorer la protection de l'environnement et favoriser la diminution de l'impact des activités du groupe sur l'environnement.

Chaque année, le rapport de développement durable présente les engagements du groupe et les progrès réalisés dans la protection de l'environnement, de la santé et de la sécurité.

## Section 1

## Engagements environnementaux

Pour garantir le succès durable de sa politique environnementale, le groupe s'est formellement doté d'une Charte environnementale qui fixe les engagements suivants :

- définir des objectifs de performance environnementale pertinents,
- évaluer, de manière quantitative, les impacts environnementaux des activités du groupe,
- assurer la conformité avec les réglementations environnementales applicables,
- identifier les moyens de limiter l'impact environnemental des activités du groupe et les risques associés à celles-ci,
- participer à des activités de recherche et développement visant à développer des technologies sans danger pour l'environnement,
- identifier et mettre en place des mesures permettant de réduire les déchets et la consommation de matières premières,
- promouvoir et participer au dialogue avec les acteurs et partenaires environnementaux concernés,
- mettre en place des programmes de formation destinés à renforcer et à améliorer les compétences techniques des salariés dans les domaines de l'environnement, de la santé et de la sécurité,
- informer régulièrement le public des activités et des progrès réalisés,
- utiliser les technologies de l'information et de la communication afin de construire et mettre en place des systèmes de gestion de l'environnement adaptés à l'activité de chaque filiale dans les sites d'exploitation concernés.

Par ailleurs, en mars 2008, Vivendi a rejoint le Pacte mondial des Nations unies. Ce Pacte mondial demande aux entreprises d'adopter, de soutenir et d'appliquer un ensemble de principes universels relatifs aux droits de l'homme, à des normes du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption. En matière d'environnement, les signataires du Pacte mondial sont invités à :

- appliquer le principe de précaution face aux problèmes touchant à l'environnement,
- entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement,
- favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

## Section 2

## Informations environnementales

	<p>Les informations relatives à l'impact des activités de Vivendi sur l'environnement sont données en fonction des activités et de leurs effets, conformément à la loi sur les Nouvelles réglementations économiques (loi NRE).</p>
<p><b>2.1. Ressources en eau, matières premières et énergie – Utilisation des sols – Rejets dans l'air, l'eau et le sol – Nuisances sonores, olfactives et déchets</b></p>	<p>Les activités de Vivendi n'entraînent que peu de rejets dans l'air et dans l'eau ayant un impact direct sur l'environnement.</p> <p>Compte-tenu des mouvements de périmètre intervenus au cours des derniers exercices, Vivendi continue à examiner pour la période 2009-2013 de nouveaux objectifs potentiels relatifs aux émissions de gaz carbonique et à la production de déchets.</p> <p><b>2.1.1. Eaux usées</b></p> <p>A quelques exceptions près, toutes les eaux usées générées par les activités du groupe sont d'une composition similaire aux eaux usées domestiques et sont rejetées directement dans des systèmes municipaux de collecte et de traitement des eaux usées où elles sont traitées avant d'être rejetées dans la nature. Selon le site, ces eaux usées reçoivent un traitement primaire, secondaire ou tertiaire, conformément à la pratique et à la réglementation en vigueur dans chaque site.</p> <p><b>2.1.2. Rejets dans l'air</b></p> <p>Les émissions directes dans l'air provenant des diverses activités de Vivendi sont extrêmement faibles. La majeure partie des émissions de gaz carbonique provient de l'utilisation de générateurs de secours en cas de panne électrique, de chauffage de site par convection et des véhicules de la flotte du groupe. Les émissions de gaz carbonique indirectement attribuables aux activités de Vivendi proviennent essentiellement de la consommation électrique et des déplacements dans le cadre professionnel.</p> <p>Les bureaux du siège et ceux du bureau de New York font l'objet d'analyses d'air régulières. Les résultats de ces analyses sont transmis par la Direction au Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT).</p> <p><b>2.1.3. Déchets</b></p> <p>Les différentes activités de Vivendi produisent des déchets, composés principalement de papiers, cartons et emballages, plastiques, bois, petit bois d'œuvre, verre, batteries commerciales et grand public, déchets d'huiles et de solvants, résidus de peinture, ainsi que des déchets d'équipements électriques et électroniques. Tous les déchets sont gérés conformément aux réglementations en vigueur. Les différents déchets générés par le groupe sont, dans la mesure du possible, recyclés.</p> <p><b>2.1.4. Nuisances olfactives et sonores</b></p> <p>Les activités de Vivendi ne produisent quasiment aucune nuisance olfactive ou sonore significative. Le peu de pollution sonore est généré par le fonctionnement de la machinerie et des véhicules dans les enceintes des établissements du groupe. Les effets sonores éventuellement nuisibles sont atténués par la structure des bâtiments ou par d'autres solutions techniques. Le groupe assure un contrôle strict de ses sites et vérifie régulièrement que le volume sonore n'excède pas 80 décibels sur une période prolongée. La majeure partie des sites du groupe est soumise à des niveaux sonores généralement inférieurs en moyenne à 40 décibels.</p>

## Section 2

## Informations environnementales

## 2.1.5. Reporting environnemental

Conformément aux engagements pris pour mesurer et réduire l'impact des activités du groupe sur l'environnement, Vivendi continue à identifier, évaluer et mesurer les répercussions environnementales de ses activités. Les données présentées ci-après sont consolidées à partir des sites du groupe qui respectent des seuils précis en termes d'impact sur l'environnement (nombre de salariés, consommation annuelle d'eau et d'électricité, production de déchets, etc.).

Le périmètre du reporting environnemental comprend désormais un certain nombre de plus petits sites dont l'impact environnemental était auparavant considéré comme non-significatif au regard du groupe. De plus, ces deux dernières années, à la suite de nouvelles opérations, le groupe a étendu le nombre de ses sites et de ses équipements, ce qui a été pris en compte par le reporting environnemental. En raison de ces mouvements de périmètre, les données ne sont pas comparables d'un exercice à l'autre.

Pour chaque exercice, les données sont fournies par les services techniques ou environnementaux dédiés à chaque entité opérationnelle du groupe. Ces données sont ensuite agrégées et examinées au niveau du siège.

Émissions de gaz carbonique (en milliers de tonnes)	2008	2007	2006
Activision Blizzard (a)	7,3	4,0	2,8
Universal Music Group (b)	13,0	13,1	13,8
SFR (c)	43,7	32,0	30,3
Maroc Telecom (d)	135,3	108,3	27,1
Groupe Canal+ (e)	8,7	7,3	5,6
Corporate (f)	0,7	0,7	0,8
<b>Total</b>	<b>208,7</b>	<b>165,5</b>	<b>80,4</b>

Consommation d'eau (en milliers de mètres cubes)	2008	2007	2006
Activision Blizzard (a)	18,6	3,7	3,1
Universal Music Group (b)	56,6	70,3	88,8
SFR (c)	68,1	72,4	115,2
Maroc Telecom (d)	299,6	327,0	325,7
Groupe Canal+ (e)	40,9	38,8	30,6
Corporate (f)	14,1	16,2	18,4
<b>Total</b>	<b>497,9</b>	<b>528,4</b>	<b>581,8</b>

Génération de déchets (en tonnes)	2008	2007	2006
Activision Blizzard (a)	410,0	119,3	214,0
Universal Music Group (b)	489,0	583,9	555,0
SFR (c)	892,0	1 292,6	1 179,1
Maroc Telecom (d)	98,0	132,3	197,6
Groupe Canal+ (e)	257,0	495,3	691,0
Corporate (f)	61,0	83,5	100,2
<b>Total</b>	<b>2 207,0</b>	<b>2 706,9</b>	<b>3 548,8</b>

- (a) Les données 2008 incluent des activités acquises au cours de l'exercice.  
 (b) Les données 2007 et 2008 incluent les sites acquis au cours de l'exercice.  
 (c) Les données 2008 incluent des activités acquises au cours de l'exercice.  
 (d) Les données 2007 et 2008 incluent des sites qui n'avaient pas fait l'objet d'un reporting en 2006.  
 (e) Les données 2007 et 2008 incluent des activités acquises au cours de l'exercice.  
 (f) La rubrique « Corporate » correspond au siège de Vivendi et au bureau de New York.

## Section 2

## Informations environnementales

### 2.2. Mesures prises pour limiter les atteintes à l'équilibre biologique, aux milieux naturels et aux espèces animales et végétales protégées

Les activités de Vivendi ont peu d'impact sur l'équilibre biologique, les milieux naturels et les espèces animales et végétales protégées.

Vivendi s'est fixé pour objectif de mieux intégrer ses sites dans le paysage environnant. Les installations du groupe peuvent avoir différents effets sur l'environnement : impact visuel des bâtiments, nuisances sonores et éclairages nocturnes, circulation, développement d'infrastructures et antennes de téléphonie. Vivendi emploie une planification rigoureuse de ses projets de construction qui prend en considération des principes de développement durable, la réduction des consommations d'eau et d'énergie et l'intégration des bâtiments dans le paysage.

En France, SFR, tout en poursuivant ses efforts pour améliorer la couverture du territoire, s'est engagé depuis plus de cinq ans dans un vaste programme d'intégration paysagère de ses antennes-relais dans l'environnement. À cet effet, SFR utilise tous les moyens techniques possibles pour assurer le déploiement durable des infrastructures dans le respect des populations et de leur cadre de vie. Pour garantir, en outre, le succès d'une telle démarche, SFR agit en concertation avec les élus, les bailleurs, les collectivités locales, et avec le concours d'architectes, d'urbanistes et de paysagistes. Fin 2008, ce sont ainsi plus de 95 % des nouveaux sites qui ont été intégrés à leur environnement (hors sites Société Réunionnaise du Radiotéléphone, TDF et zones blanches). Outre ce bilan positif, SFR a joué un rôle majeur dans le développement d'une politique commune sur l'intégration paysagère des antennes-relais adoptée par l'Association française des opérateurs mobiles.

### 2.3. Démarches aux fins d'évaluation ou de certification en matière d'environnement

Vivendi a mis en place depuis 2001, un programme d'évaluation des procédures relatives à l'environnement, à la santé et à la sécurité appliquées dans les sociétés du groupe. Depuis la mise en place du programme, plus de 95 évaluations d'établissements ont été effectuées. Environ dix sites sont évalués chaque année.

Le programme d'évaluation est le suivant :

- un questionnaire de pré-évaluation est rempli par l'établissement, suivi d'une visite et d'une inspection du site. Lors de ces visites, différents documents ayant trait aux questions d'environnement, de santé et de sécurité du site sont examinés,
- un rapport détaillant les conclusions et recommandations de l'évaluation est transmis à l'établissement. Tous les points de non-conformité avec la réglementation en matière d'environnement, de santé ou de sécurité y sont présentés en détail accompagnés d'éventuelles mesures correctrices à prendre. D'autres améliorations possibles aux programmes environnementaux, de santé ou de sécurité du site, en particulier la mise en place de « pratiques exemplaires » appropriées pour le site, sont également proposées,
- l'établissement doit ensuite rectifier tout point de non-conformité aux réglementations en matière d'environnement, de santé et de sécurité et faire état de ses progrès concernant l'application d'actions correctrices,
- les sites sont ensuite réévalués pendant les trois à cinq années qui suivent, en fonction de la complexité de l'établissement et des résultats de la précédente évaluation.

Les évaluations sont faites sous la supervision directe du Directeur des affaires environnementales, de l'hygiène et de la sécurité du groupe. Chaque évaluation est conduite par des auditeurs ayant un profil adapté à la taille et au type du site. En plus de ce programme interne d'évaluation, les assureurs de Vivendi effectuent, en moyenne, cinq évaluations indépendantes des sites du groupe chaque année. Ces évaluations portent essentiellement sur les conditions d'hygiène, de santé et de sécurité au travail.

Les établissements du groupe sont encouragés à obtenir les certifications environnementales appropriées, notamment les certifications EMAS et ISO 14001. Fin 2008, SFR a obtenu la certification ISO 14001 pour 14 de ses principaux sites notamment son siège social à la Défense, l'ensemble des activités de maintenance de ses sites techniques et la majorité de ses antennes-relais. Par ailleurs, le siège de Vivendi à Paris a entamé sa procédure de certification EMAS en 2008, qui devrait être définitivement acquise en 2009.

## Section 2

## Informations environnementales

**2.4. Mesures prises pour assurer la conformité des activités aux dispositions législatives et réglementaires applicables**

Vivendi a mis en place un programme complet pour assurer la conformité de ses activités aux dispositions législatives et réglementaires applicables en matière d'environnement, de santé et de sécurité. Dans tous les principaux sites, un salarié est chargé des affaires environnementales. Cette personne suit une formation continue adaptée à ses responsabilités.

**2.5. Dépenses engagées pour prévenir les conséquences de l'activité du groupe sur l'environnement**

En 2008, le montant consacré à la protection de l'environnement par les différentes activités de Vivendi est estimé à 1,12 million d'euros contre 0,96 million d'euros en 2007 et 0,98 million d'euros en 2006. Ce chiffre comprend les programmes internes, la surveillance des activités dans les établissements du groupe et les dépenses liées à la protection de l'environnement de chaque site opérationnel.

**2.6. Montant des provisions, garanties et pénalités en matière d'environnement**

En 2008, Vivendi a reçu trois notifications non-significatives d'organismes réglementaires alléguant une absence de conformité aux exigences environnementales, de santé ou de sécurité sur ses différents sites d'exploitation. Vivendi a payé des pénalités s'élevant à un total de moins de 7 000 euros dans le cadre de ces notifications.

**2.7. Services internes de gestion de l'environnement, de formation et d'information des salariés – Moyens consacrés à la réduction des risques – Organisation pour faire face aux accidents de pollution**

Vivendi emploie une équipe chargée de l'établissement de règles et de procédures internes liées aux questions d'environnement, de santé et de sécurité ainsi que de l'organisation de contrôles dans ses différents établissements à travers le monde. Cette équipe établit également le programme d'évaluation des sites les plus importants afin de s'assurer de leur conformité avec les règlements nationaux, régionaux et locaux en vigueur.

Au sein du Secrétariat général, la personne responsable des questions environnementales, de santé et de sécurité pour le groupe est un ingénieur diplômé en techniques environnementales qui possède des certifications professionnelles. Dans chacune des unités d'exploitation, il existe des collaborateurs spécialisés chargés des questions d'environnement, de santé et de sécurité. Parmi eux, on compte des ingénieurs, des hygiénistes et des spécialistes de la sécurité. Si besoin, le groupe fait appel à des consultants possédant une expertise donnée.

Tous les principaux sites ont un salarié chargé des questions d'environnement, de santé et de sécurité. Outre ses activités quotidiennes, cette personne est tenue de signaler immédiatement tout point de non-conformité. Dans chaque établissement important, une équipe est en place pour intervenir en cas d'accident ou de déversement susceptible de nuire à l'environnement. Ces équipes travaillent en étroite collaboration avec les équipes d'intervention locales (notamment les organismes de lutte contre les incendies) pour assurer la protection nécessaire.

Vivendi compte neuf personnes ayant pour principale responsabilité le suivi des questions d'environnement, de santé et de sécurité (une au siège social et huit dans les métiers).





Conception : Addison Corporate Marketing, Londres



Imprimé sur les presses de l'Imprimerie Nouvelle,  
sur papier Cyclus Print 100 % recyclé.



Société Anonyme à Directoire et Conseil de surveillance  
au capital de 6 436 133 181,50 euros

**Siège social**

42 avenue de Friedland / 75380 Paris Cedex 08  
343 134 763 RCS Paris

**Informations actionnaires**

Tél. : 0811 902 209 (prix d'un appel local à partir d'un poste fixe)

[www.vivendi.com](http://www.vivendi.com)

**vivendi**