

4.3. INDICATEURS SOCIÉTAUX

4.3.1. Impact territorial, économique et social de l'activité

4.3.1.1. IMPACT EN MATIÈRE D'EMPLOI ET DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

Vivendi s'efforce d'évaluer sa contribution au développement des territoires dans lesquels il est présent. Cette analyse se concentre sur trois zones géographiques, comparables en matière d'effectifs : le Brésil, l'Afrique et la France.

Les indicateurs ci-après prennent en compte les filiales suivantes :

- * Brésil : UMG, Activision Blizzard, GVT ;
- * Afrique : Groupe Canal+ (Cameroun, Côte d'Ivoire, Sénégal), UMG (Afrique du Sud), groupe Maroc Telecom (Burkina Faso, Gabon, Mali, Maroc, Mauritanie) ;
- * France : Groupe Canal+, Universal Music France, Activision Blizzard, SFR, Siège.

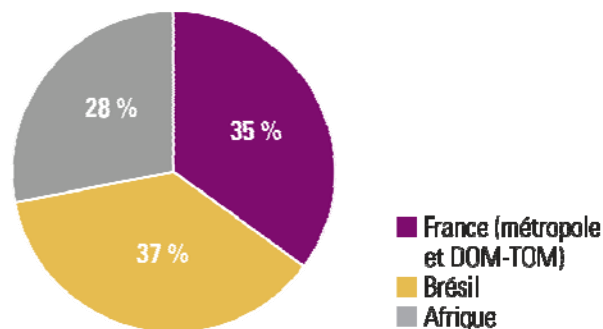
<input checked="" type="checkbox"/> Nombre de salariés par pays ou zone (France, Brésil, Afrique)	GRI LA1	PM -	OCDE II.A.3, V.5
--	-------------------	----------------	----------------------------

	2012
Donnée consolidée	44 858 (77 %)
France (métropole et DOM-TOM)	15 870 (27 %)
Brésil	16 411 (28 %)
Afrique	12 577 (22 %)

		France (métropole et DOM-TOM)	Brésil	Afrique
GC+	4 526	4 118	-	408
UMG	852	703	110	39
AB	552	547	5	-
SFR	9 990	9 990	-	-
GMT	12 130	-	-	12 130
GVT	16 296	-	16 296	-
Autres	512	512	-	-

« Autres » regroupe ici les données de Vivendi SA ainsi que celles des entités suivantes : Digitick, Infoconcert, Jurytravail, Satori Billetterie, Vivendi Mobile Entertainment, Wengo, Zepass.

Répartition des salariés par pays ou zone (France, Brésil, Afrique)



Ratio entre les dépenses totales de formation et la masse salariale (France, Brésil, Afrique)

GRI	PM	OCDE
LA11	-	II.A.4

	2012
Donnée consolidée	3,45 %
France	2,90 %
<i>Métropole</i>	2,82 %
<i>DOM-TOM</i>	5,18 %
Brésil	3,93 %
Afrique	4,98 %

Une hausse des dépenses de formation en 2012 dans les DOM-TOM a entraîné une augmentation significative du ratio.

 Estimation du nombre d'emplois indirects localement créés (France, Brésil, Afrique)

GRI	PM	OCDE
EC9	-	II.A.3, V.5

	2012
Donnée consolidée	Plus de 350 000
GC+	31 000
UMG	2 700
AB	-
SFR	Plus de 50 000
GMT	Plus de 210 000
GVT	Près de 58 000

Cet indicateur vise à estimer le nombre d'emplois indirects créés localement sur chaque territoire du périmètre défini et d'y évaluer l'impact économique des filiales de Vivendi.

Le Protocole de reporting définit la notion d'« emploi indirect » comme tout emploi généré par l'activité d'approvisionnement et/ou tout emploi relevant du secteur, c'est-à-dire :

- * les emplois de l'industrie liés en amont : producteur, chaîne d'approvisionnement ;
- * les emplois des services marchands liés en aval : distributeurs, revendeurs, redistributeurs, centres d'appels ;
- * les emplois des services immobiliers ;
- * les emplois des services marchands connexes, hors intérim : notariat, assurances, banques, restaurants...

Chaque filiale a choisi sa méthode d'estimation :

- * l'estimation fournie par Groupe Canal+ ne concerne que la France (données non disponibles pour l'Afrique) et correspond aux emplois générés par les sous-traitants directs, les chaînes éditées par des tiers et distribuées par CanalSat, ainsi que les filières cinématographiques et sportives françaises ;
- * UMG a utilisé les données transmises par ses fournisseurs tiers ;
- * SFR s'est fondé sur une étude réalisée en 2012 pour la Fédération française des télécoms (FFT, étude Arthur De Little), qui propose une estimation du nombre total d'emplois directs et indirects générés par les opérateurs télécoms en France. Sur

environ 175 000 emplois indirects, on applique la part de marché mobile de SFR (28,8 % au second semestre 2012), ce qui donne une estimation de plus de 50 000 emplois indirects créés en France par l'opérateur ;

- * pour évaluer le nombre d'emplois indirects localement créés, Maroc Telecom a additionné une estimation du nombre d'emplois liés à la vente indirecte (la donnée de plus de 113 000 a été obtenue en multipliant le nombre d'emplois moyen selon le type de point de vente par le nombre de revendeurs estimé à fin 2012) et le nombre d'emplois indirects liés à la sous-traitance (plus de 3 000, estimation réalisée à partir des prestations de services enregistrées auprès des services centraux). Les filiales de l'opérateur ont également procédé à leur propre estimation, selon des méthodes différentes. Elles obtiennent un résultat de près de 94 500 emplois indirects créés au Burkina Faso, au Gabon, au Mali et en Mauritanie ;
- * GVT s'est focalisé sur sa chaîne d'approvisionnement et s'est appuyé sur une étude réalisée par l'Institut brésilien de recherche économique appliquée (IPEA). Ce dernier fait état d'un rapport de 8,3 emplois indirects pour 1 emploi direct dans le secteur des services aux familles et aux entreprises. Cette étude ne mentionnant pas de rapport spécifique pour les services de télécommunication, GVT a revu le sien à la baisse (3,5), en raison notamment de l'intégration des équipes des centres d'appels dans ses effectifs, ce qui n'est habituellement pas le cas.

4.3.1.2. IMPACT SUR LES POPULATIONS RIVERAINES OU LOCALES

Pourcentage des investissements consacré à la réduction de la fracture numérique (géographique)	GRI	PM	OCDE		
	IO1, PA1	1, 2	IV, IX.1		
Maroc Telecom	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">2012</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">21,77 %</td> </tr> </table>			2012	21,77 %
2012					
21,77 %					

En 2012, Maroc Telecom a consacré 21,77 % de ses investissements à la réduction de la fracture numérique (géographique). Cette donnée prend en compte trois éléments : la couverture mobile de zones rurales éloignées, la connectivité des filiales (fibre optique reliant le Maroc, la Mauritanie, le Mali et le Burkina Faso) et la connectivité internationale (autres qu'entre filiales).

Nombre de communes rurales et/ou isolées couvertes dans l'année (SFR, GMT)	GRI	PM	OCDE		
	PA1, PA4	1, 2	IV, IX.1		
Donnée consolidée	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">2012</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4 196</td> </tr> </table>			2012	4 196
2012					
4 196					

SFR	3 086
GMT	1 110
<i>Maroc Telecom (Maroc)</i>	<i>1 011</i>
<i>Onatel (Burkina Faso)</i>	<i>25</i>
<i>Mauritel (Mauritanie)</i>	<i>18</i>
<i>Sotelma (Mali)</i>	<i>9</i>
<i>Gabon Télécom (Gabon)</i>	<i>47</i>

4.3.2. Relations avec les parties prenantes

4.3.2.1. LES CONDITIONS DU DIALOGUE

	GRI	PM	OCDE
<input checked="" type="checkbox"/> Moyens de dialogue mis en place avec les parties prenantes	4.16, SO1, M6, PR5	1	II.A.14

La démarche de responsabilité de Vivendi est fondée sur un dialogue riche et soutenu avec l'ensemble de ses parties prenantes (voir « Une création de valeur partagée » pp. 6-7). Les filiales attachent une importance particulière à instaurer un dialogue constructif avec l'ensemble des acteurs concernés.

4.3.2.2. LES ACTIONS DE SOUTIEN, DE PARTENARIAT OU DE MÉCÉNAT

	GRI	PM	OCDE
<input checked="" type="checkbox"/> Budget consolidé alloué aux fondations d'entreprises, programmes de solidarité, actions de mécénat (€)	EC1, EC8, EC9, SO1	-	-

	2012
Donnée consolidée	Plus de 24 millions

4.3.3. Sous-traitance et fournisseurs

4.3.3.1. PRISE EN COMPTE DES ENJEUX SOCIÉTAUX, SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX DANS LA POLITIQUE D'ACHAT

	GRI	PM	OCDE
<input checked="" type="checkbox"/> Existence d'un engagement formel en référence à des principes fondateurs dans la politique d'achat	4.8, DMA HR	1 - 10	II.A.13, IV

	2012
Donnée consolidée	Oui

GC+	Oui
UMG	Oui
AB	Oui
SFR	Oui
GMT	Oui
GVT	Oui

4.3.3.2. IMPORTANCE DE LA SOUS-TRAITANCE ET PRISE EN COMPTE DE LA RSE DANS LES RELATIONS AVEC LES FOURNISSEURS ET LES SOUS-TRAITANTS

	GRI	PM	OCDE
<input checked="" type="checkbox"/> Existence de critères de sélection des fournisseurs et sous-traitants fondés sur leurs performances sociétales, sociales et/ou environnementales	DMA HR	1 - 10	II.A.13, IV

(Voir le champ d'action « Vigilance à l'égard des fournisseurs » pp. 51-53)

4.3.4. Loyauté des pratiques

4.3.4.1. ACTIONS ENGAGÉES POUR PRÉVENIR LA CORRUPTION

	GRI	PM	OCDE
<input checked="" type="checkbox"/> Définition des axes prioritaires de la politique de lutte contre la corruption	DMA SO volet Corruption	10	II, VII

(Voir le champ d'action « Ethique et conduite des affaires » pp. 20-23)

	GRI	PM	OCDE
Existence, dans les relations d'affaires, d'une clause relative à la lutte contre la corruption	DMA SO volet Corruption	10	VII

	2012
Donnée consolidée	Oui

GC+	Oui
UMG	Oui
AB	Oui
SFR	Oui
GMT	Oui
GVT	Oui

4.3.4.2. MESURES PRISES EN FAVEUR DE LA SANTÉ ET DE LA SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS

4.3.4.2.1. PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

	GRI	PM	OCDE
<input checked="" type="checkbox"/> Existence d'un engagement formel en faveur de la protection des données personnelles	DMA PR volet Respect de la vie privée, DM HR MSS	1, 2	VIII.6

	2012
Donnée consolidée	Oui

GC+	Oui
UMG	Oui
AB	Oui
SFR	Oui
GMT	Oui
GVT	Oui

Existence d'un « CIL » (correspondant informatique et liberté) ou d'une personne désignée pour encadrer ces risques

GRI	PM	OCDE
DMA PR volet Respect de la vie privée, DM HR MSS	1, 2	VIII.6

	2012
Donnée consolidée	Oui
GC+	Oui
UMG	Oui
AB	Oui
SFR	Oui
GMT	Oui
GVT	-

4.3.4.2.2. SANTÉ ET RADIOFRÉQUENCES **Nombre de réunions d'information sur le sujet de la santé et des radiofréquences auprès des parties prenantes**

GRI	PM	OCDE
SO1	7, 8	VI.2, VIII.7

	2012
Donnée consolidée	726
SFR	585
MT	141

 Nombre de mesures de champs électromagnétiques réalisées à proximité des antennes-relais

GRI	PM	OCDE
-	7, 8	VI.1, VIII.1

	2012
Donnée consolidée	1 905
SFR	443
MT	1 462

<input checked="" type="checkbox"/> Pourcentage de conformité des mesures de champs électromagnétiques à la réglementation	GRI	PM	OCDE		
	-	7, 8	VI.1, VIII.1		
Donnée consolidée	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">2012</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">100%</td> </tr> </table>			2012	100%
2012					
100%					
SFR	100%				
MT	100%				

4.3.4.2.3. MARKETING RESPONSABLE

Existence d'un engagement formel en faveur d'une communication et d'un marketing responsables	GRI	PM	OCDE		
	DMA PR volet Marketing responsable	-	VI.6.c, VIII.2 & 4		
Donnée consolidée	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">2012</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Oui</td> </tr> </table>			2012	Oui
2012					
Oui					
GC+	Oui				
UMG	-				
AB	Oui				
SFR	Oui				
GMT	Oui				
GVT	Oui				

Existence de dispositifs pour contrôler la conformité de la communication et du marketing avec les engagements pris	GRI	PM	OCDE		
	PR6	-	VI.6.c, VIII.2 & 4		
Donnée consolidée	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">2012</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Oui</td> </tr> </table>			2012	Oui
2012					
Oui					
GC+	Oui				
UMG	-				
AB	Oui				
SFR	Oui				
GMT	Oui				
GVT	Oui				

4.3.5. Actions engagées en faveur des droits humains

4.3.5.1. PROTECTION ET ACCOMPAGNEMENT DE LA JEUNESSE

	GRI	PM	OCDE		
<input checked="" type="checkbox"/> Déclinaison de l'engagement formel en matière de déontologie des contenus (production et/ou distribution), dont une partie porte plus spécifiquement sur la protection des jeunes publics	4.8, DMA PR MSS Création et distribution de contenus, TSS PA7	1, 2	II, IV, VIII		
Donnée consolidée	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">2012</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Oui</td> </tr> </table>			2012	Oui
2012					
Oui					
GC+	Oui				
UMG	Oui				
AB	Oui				
SFR	Oui				
GMT	Oui				
GVT	Oui				

	GRI	PM	OCDE
<input checked="" type="checkbox"/> Description des mécanismes de mise en place et de suivi de cet engagement	4.8, DMA PR MSS Création et distribution de contenus, TSS PA7	1, 2	II, IV, VIII

(Voir le champ d'action « Protection et accompagnement de la jeunesse » pp. 24-30)

4.3.5.2. PROMOTION DE LA DIVERSITÉ CULTURELLE

4.3.5.2.1. DIVERSITÉ MUSICALE

<input checked="" type="checkbox"/> Pourcentage des ventes réalisées par les répertoires locaux dans leurs pays (dans un périmètre de 59 pays)	GRI	PM	OCDE
	MSS M3	1, 2	II, IV

UMG

2012

Plus de 60 %

Répartition des ventes physiques et numériques d'UMG par catégorie de musique	GRI	PM	OCDE
	MSS M3	1, 2	II, IV

Classique

2012

4,7 %

Jazz

2,6 %

Autre

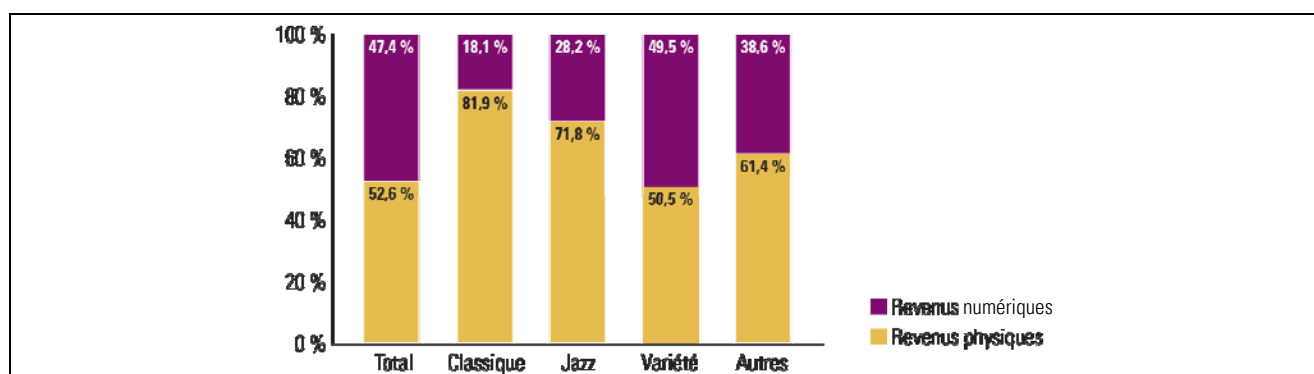
0,2 %

Variété

92,5 %

		Classique	Jazz	Variété	Autres
Revenus numériques	47,4 %	18,1 %	28,2 %	49,5 %	38,6 %
Revenus physiques	52,6 %	81,9 %	71,8 %	50,5 %	61,4 %

		Revenus	
		numériques	physiques
Classique		1,8 %	7,3 %
Jazz		1,5 %	3,5 %
Variété		96,5 %	88,9 %
Autres		0,2 %	0,3 %



4.3.5.2.2. DIVERSITÉ AUDIOVISUELLE

<input checked="" type="checkbox"/> Pourcentage de films d'initiative française agréés par le CNC financés par Canal+ et montants associés	GRI	PM	OCDE
	MSS M3	1, 2	II, IV

	2012
Groupe Canal+	54,1 % (175,67 millions €)

N.B. : D'après les chiffres consolidés et finalisés publiés par le CNC dans son rapport annuel sur 2012 (mars 2013).

<input checked="" type="checkbox"/> Nombre de premiers films financés par Canal+	GRI	PM	OCDE
	MSS M3	1, 2	II, IV

	2012
Groupe Canal+	27 (35,1 %)

N.B. : D'après les chiffres consolidés et finalisés publiés par le CNC dans son rapport annuel sur 2012 (mars 2013).

Nombre de deuxièmes films financés par Canal+	GRI	PM	OCDE
	MSS M3	1, 2	II, IV

	2012
Groupe Canal+	24 (66,7 %)

N.B. : D'après les chiffres consolidés et finalisés publiés par le CNC dans son rapport annuel sur 2012 (mars 2013).

<input checked="" type="checkbox"/> Liste, par nationalité, des réalisateurs dont les films ont été produits ou coproduit par StudioCanal pendant l'année	GRI	PM	OCDE
	MSS M3	1, 2	II, IV

	2012
Française	Alexandre Charlot et Franck Magnier (<i>Boule & Bill</i>) Michel Gondry (<i>L'Écume des jours</i>) Charles Nemes (<i>Hotel Normandy</i>) Josiane Balasko (<i>Nenette</i>) Nicolas Mercier (<i>Le Grand Départ</i>) Nicolas Cuche (<i>Max le millionnaire</i>) Cédric Klapisch (<i>Casse-tête chinois</i>)
Britannique	Paul King (<i>Paddington</i>) Dan Mazer (<i>I Give It a Year</i>) Jeremy Lovering (<i>In Fear</i>)
Belge	Ben Stassen (<i>Thunder & the Enchanted House, African Safari 3D</i>)
Espagnole	Jorge Dorado (<i>Mindscape</i>) Jaume Collet Serra (<i>Non Stop</i>)
Iranienne	Hossein Amini (<i>Two faces of January</i>)
Canadienne	Ed Gass-Donnelly (<i>Last exorcism 2</i>)
Américaine	Joel & Ethan Coen (<i>Inside Llewyn Davis</i>)

Nombre de films du catalogue de StudioCanal exploités sur les trois territoires (UK, France, Allemagne) et hors de ces trois territoires

GRI	PM	OCDE
MSS M3	1, 2	II, IV

	2012
Films exploités sur au moins des trois territoires	2 595
Films exploités en dehors des trois territoires	Environ 1 000

4.3.5.2.3. PROMOTION DES LANGUES

Nombre de langues dans lesquelles sont disponibles les principaux produits et services

GRI	PM	OCDE
M4, PA2	1, 2	II, IV, VIII.8

AB	<i>World of Warcraft</i> est disponible en 11 langues ¹ <i>StarCraft II : Wings of Liberty</i> est disponible en 12 langues ² <i>Call of Duty : Black Ops 2</i> est disponible en 10 langues ³
GMT	
<i>Maroc Telecom</i>	Terminaux mobiles : 3 langues disponibles (arabe, français, amazigh) Service Bouquet Info : 3 langues (arabe, français, anglais)
<i>Onatel</i>	4 langues (français, anglais, mooré, dioula)
<i>Sotelma</i>	8 langues (français, bambara, peulh, soninké, sonraï, tamachèque, bodo, minianka)
<i>Mauritel</i>	5 langues (français, arabe, poular, soninké, wolof)
<i>Gabon Télécom</i>	2 langues (français, anglais)

Nombre de langues chantées par les artistes au catalogue d'UMG dans les albums sortis sur le territoire national

GRI	PM	OCDE
M2	1, 2	II, IV

	2012
UMG	44⁴

Pourcentage des films doublés et sous-titrés diffusés par les chaînes du Groupe Canal+

GRI	PM	OCDE
M2	1, 2	II, IV

	2012
Films doublés	100 %
Films sous-titrés	100 %

¹ Anglais, français, allemand, espagnol, espagnol latino-américain, russe, chinois traditionnel, chinois simplifié, portugais, coréen et italien.

² Anglais, français, allemand, espagnol, espagnol latino-américain, russe, chinois traditionnel, chinois simplifié, portugais, coréen, polonais et italien.

³ Anglais, français, allemand, espagnol européen, espagnol d'Amérique du sud, russe, italien, polonais, portugais brésilien et japonais.

⁴ Anglais, français, portugais, allemand, espagnol, grec, danois, suédois italien, catalan, hongrois, polonais, tchèque, slovaque, japonais, sanskrit, hindi, panjabi, gujarati, tamil, urdu, népalais, sindhi, bengali, kashmiri, marathi, malais, afrikaans, zoulou, xhosa, basotho, tsonga, nigérien, venda, cantonais, mandarin, coréen, tagalog, pampangan, arabe, swahili, russe, néerlandais, thaï.

Nombre de films doublés et sous-titrés par StudioCanal, et nombre de langues utilisées	GRI	PM	OCDE
	M2	1, 2	II, IV
	2012		
Films doublés	28 en 4 langues¹		
Films sous-titrés	91 en 6 langues²		

4.3.5.3. PARTAGE DES CONNAISSANCES

4.3.5.3.1. PLURALISME DES CONTENUS

<input checked="" type="checkbox"/> Existence un d'engagement formel en faveur du pluralisme	GRI	PM	OCDE
	4.8, PR MSS Création de contenus	1, 2	II, IV
	2012		
Groupe Canal+	Oui		

4.3.5.3.3. FACILITER L'ACCESSIBILITÉ DES OFFRES, DES PRODUITS ET DES CONTENUS

<input checked="" type="checkbox"/> Initiatives en faveur de l'accessibilité des offres, produits et services	GRI	PM	OCDE
	MSS M4, TSS PA1, PA3	1, 2	II, IV

(Voir le champ d'action « Partage des connaissances » pp. 37-42)

¹ Français, italien, portugais brésilien, espagnol d'Amérique latine.² Français, italien, espagnol, japonais, allemand, anglais.