

vivendi

14 juin
2013



Communication sur le progrès 2012

Pacte mondial des Nations unies

SOMMAIRE

▪ Présentation de Vivendi	p. 3
▪ Déclaration du Président du Directoire	p. 7
▪ Mise en œuvre des dix principes au sein de Vivendi en 2012	
▪ Droits de l'homme	p. 8
▪ Droit du travail	p. 14
Focus / Droits de l'homme & droit du travail / Fournisseurs	p. 16
▪ Environnement	p. 17
▪ Lutte contre la corruption	p. 19
Annexe	p. 21
▪ Le Programme de vigilance de Vivendi	

PRESENTATION DE VIVENDI

Vivendi est l'un des rares groupes multimédia dans le monde à être présent sur toute la chaîne de valeur numérique : il crée et édite des contenus tout en développant des réseaux qui les diffusent et des plateformes qui les distribuent.

Le groupe s'appuie sur le savoir-faire de ses collaborateurs et la force de ses marques pour offrir à ses clients des services et des produits numériques à haute valeur ajoutée.

Aujourd'hui, Vivendi regroupe plusieurs entreprises leaders dans les contenus, les médias et les télécommunications.

Dans les contenus et les médias



N°1 français de la télévision payante et **N°1 en Europe** de la production et de la distribution de films.



Leader mondial de la musique, présent dans une soixantaine de pays et détenant un catalogue de plus de 2 millions de titres enregistrés.



N°1 mondial des jeux vidéo, avec des franchises connues dans le monde entier comme *Call of Duty*, *Skylanders* ou *World of Warcraft*.

Dans les télécommunications



1er opérateur alternatif de télécommunications en France et en Europe.



1er opérateur de télécommunications fixe et mobile au Maroc, également présent au Burkina Faso, au Gabon, en Mauritanie et au Mali.



1er opérateur alternatif de télécommunications au Brésil, avec un réseau haut débit performant et des services de nouvelle génération dans la téléphonie fixe, l'Internet et la télévision payante.

Par ailleurs, Vivendi détient d'autres sociétés leaders sur leurs marchés : **Digitick** et **See Tickets** (billetterie), **Wengo** (conseil d'experts par téléphone) et **Watchever** (service de vidéo à la demande par abonnement en Allemagne).

En 2012, Vivendi a réalisé un chiffre d'affaires de 29 milliards d'euros et un résultat net ajusté de 2,55 milliards d'euros.

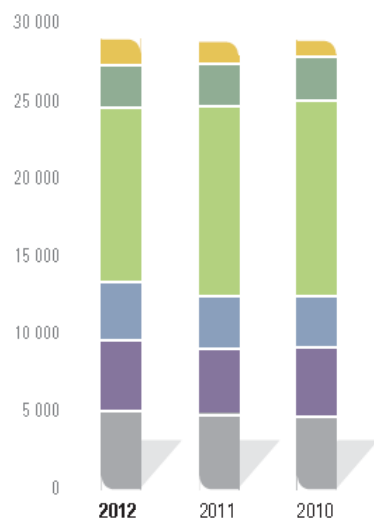
2,6 milliards d'euros ont été investis dans les jeux vidéo, la musique, le cinéma et les programmes audiovisuels. 4,5 milliards d'euros ont été consacrés aux investissements industriels nets, dont 4,1 milliards aux activités de télécommunications.

Au 31 décembre 2012, le groupe compte plus de 58 000 collaborateurs, répartis sur tous les continents.

Chiffres clés (au 31/12/2012)

Chiffre d'affaires par activité

au 31 décembre – en millions d'euros



	2012	2011	2010
Groupe Canal+ (1)	5 013	4 857	4 712
Universal Music Group (2)	4 544	4 197	4 449
Activision Blizzard	3 768	3 432	3 330
SFR	11 288	12 183	12 577
Groupe Maroc Telecom	2 689	2 739	2 835
GVT	1 716	1 446	1 029
Activités non stratégiques et autres, et élimination des opérations intersegment	(24)	(41)	(54)
TOTAL	28 994	28 813	28 878

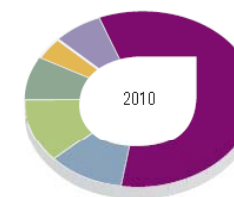
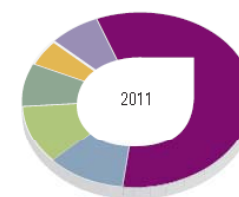
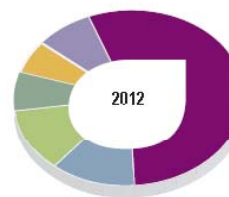
(1) Y compris D8 et D17, consolidées depuis le 27 septembre 2012, et « n », consolidé depuis le 30 novembre 2012.

(2) Y compris EMI Recorded Music, consolidé depuis le 28 septembre 2012.

Chiffre d'affaires par zone géographique

au 31 décembre – en millions d'euros

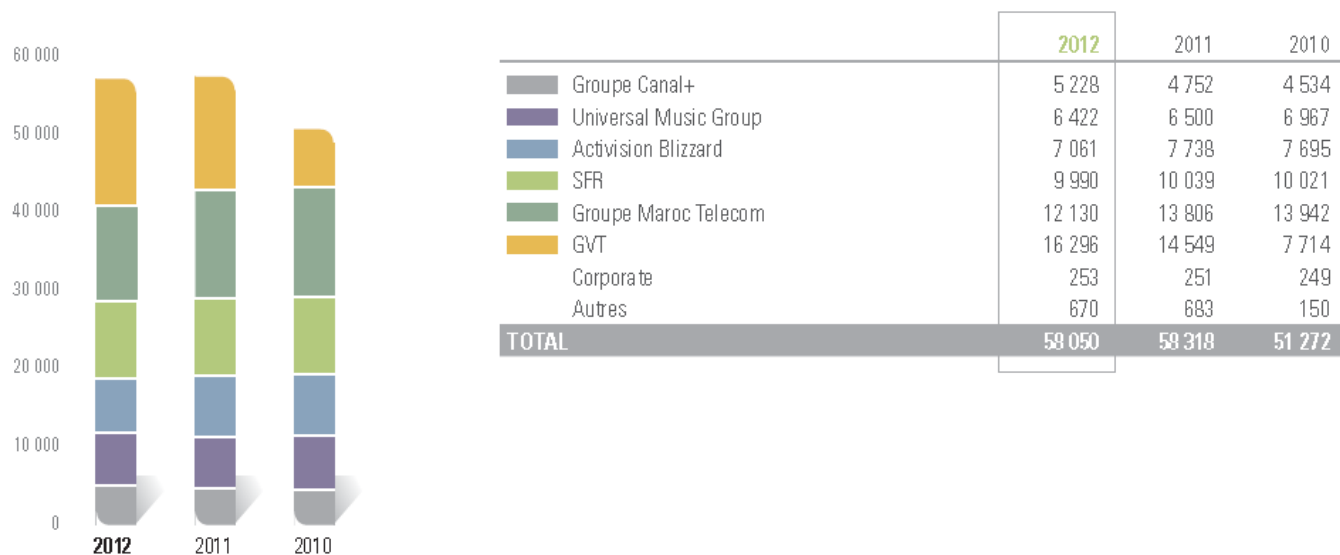
	2012	2011	2010
France	15 955	16 800	17 097
Reste de l'Europe	3 393	3 173	3 061
États-Unis	3 395	3 085	3 375
Maroc	2 029	2 166	2 296
Brésil	1 797	1 527	1 084
Reste du monde	2 425	2 062	1 965
TOTAL	28 994	28 813	28 878



Chiffres clés (au 31/12/2012) - suite

Effectif par activité

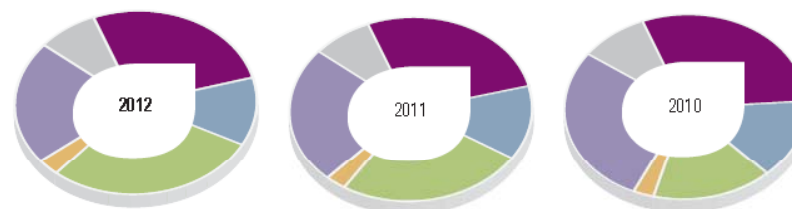
au 31 décembre



Effectif par zone géographique

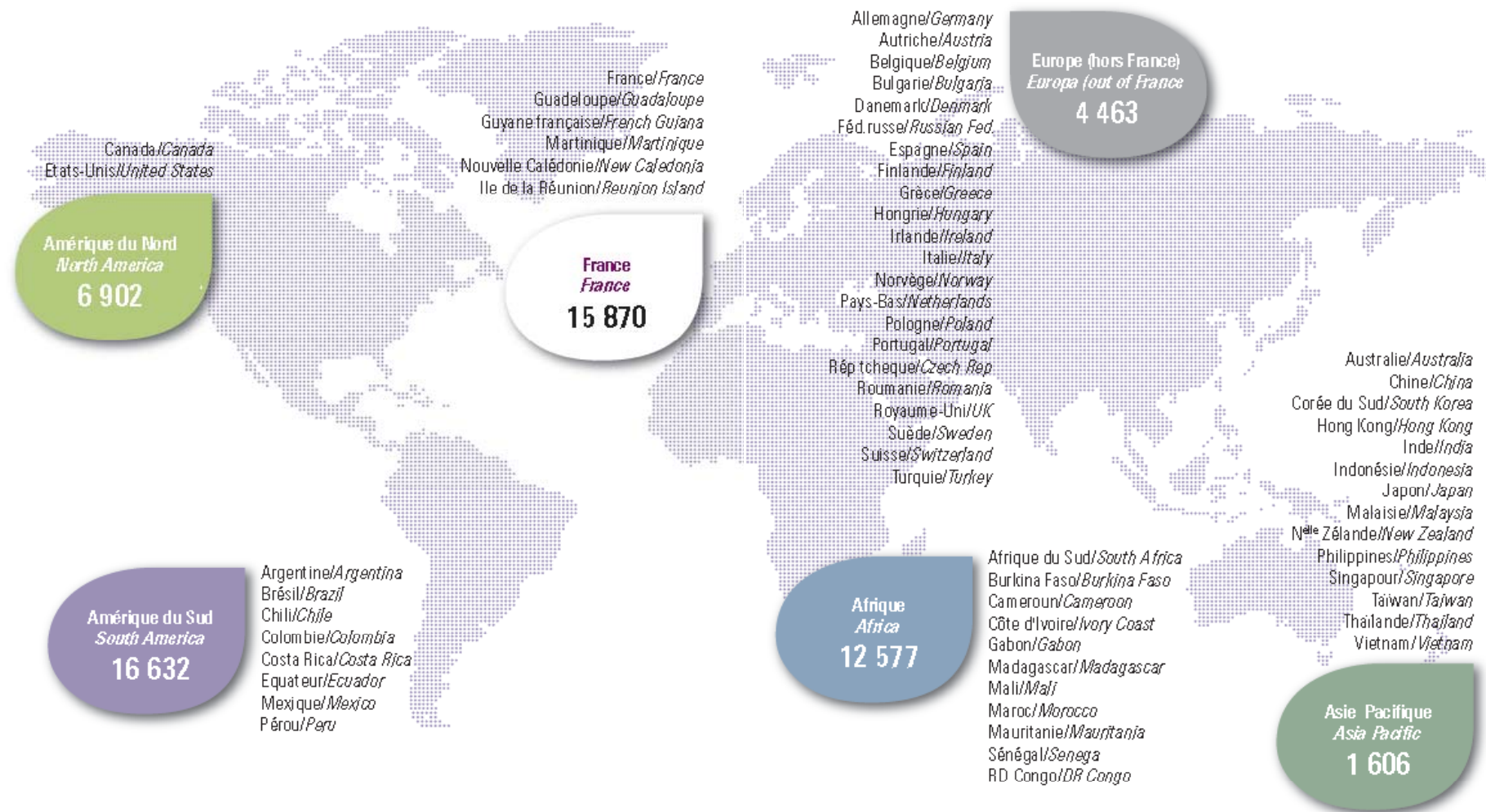
au 31 décembre

	2012	2011	2010
France	15 870	15 691	15 447
Amérique du Nord	6 902	7 435	7 419
Amérique du Sud et Amérique centrale	16 632	14 868	8 051
Asie-Pacifique	1 606	1 542	1 609
Afrique	12 577	14 069	14 127
Europe (hors France)	4 463	4 713	4 619
TOTAL	58 050	58 318	51 272



Chiffres clés (au 31/12/2012) - suite

58 050 collaborateurs



DECLARATION DU PRESIDENT DU DIRECTOIRE

Vivendi est fier d'être signataire du Pacte mondial des Nations unies. Le présent document, notre « Communication sur le progrès » pour l'année 2012, nous permet de présenter et d'expliquer notre engagement en faveur du respect et de la promotion des dix principes de ce Pacte. Nous y démontrons comment le Groupe a pleinement intégré chacune des quatre grandes thématiques couverte par le Pacte mondial - à savoir les droits de l'homme, le droit du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption - au sein de notre stratégie, de nos activités et de notre politique de développement durable.

La contribution de Vivendi au développement durable est particulière. Il s'agit de permettre aux générations actuelles et futures de satisfaire leur besoin de communiquer, de nourrir leur curiosité, de développer leurs talents et d'encourager le dialogue interculturel. Vivendi entend ainsi promouvoir les droits humains par son activité de production et de distribution de contenus et son offre de services numériques. Les métiers du groupe jouent en effet un rôle majeur pour renforcer la compréhension mutuelle et le lien social. En choisissant de promouvoir la diversité culturelle sur les différents continents où le groupe est présent, en investissant massivement dans les contenus et les réseaux, Vivendi a l'ambition d'encourager la participation de ses clients à la vie culturelle, de faciliter leurs échanges grâce aux technologies de l'information et de la communication, et de favoriser l'esprit d'ouverture entre les peuples et les générations.

Nos trois enjeux stratégiques de responsabilité sociétale, définis dès 2003 (protection et accompagnement de la jeunesse ; promotion de la diversité culturelle et partage des connaissances), sont directement liés aux activités du groupe. Ils relèvent des droits humains et se réfèrent à des textes internationaux fondateurs tels que la Convention des droits de l'enfant des Nations unies de 1989, la Déclaration universelle de l'Unesco sur la diversité culturelle de 2001 ou encore, bien sûr, la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948. Celle-ci rappelle en effet, dans son article 27, le droit de toute personne de prendre part librement à la vie culturelle de la communauté et de jouir des arts.

J'ai à cœur de reconnaître la culture et le dialogue interculturel comme étant des piliers du développement durable et de m'engager pour que Vivendi contribue activement à les promouvoir.

Paris, le 13 juin 2013

Jean-François Dubos,
Président du Directoire

MISE EN ŒUVRE DES DIX PRINCIPES DU PACTE MONDIAL AU SEIN DE VIVENDI EN 2012

Droits de l'homme

1

Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme dans leur sphère d'influence ;

- Vivendi contribue, dans sa sphère d'influence, à promouvoir les droits de l'homme et veille à sensibiliser ses collaborateurs.

→ Vivendi poursuit un [dialogue nourri avec ses parties prenantes](#) et réunit régulièrement collaborateurs et représentants de la société civile autour des enjeux de développement durable et de la promotion des droits de l'homme.

- Vivendi doit concilier le développement d'offres de contenus et de services favorisé par les nouvelles technologies et la protection des jeunes publics face à des usages ou des comportements qui peuvent leur être préjudiciables.

→ Vivendi a identifié dès 2003 la [protection de la jeunesse](#) comme l'un des enjeux stratégiques de sa politique de responsabilité sociétale et contribue à évaluer l'impact de ces offres et services sur les jeunes publics en termes d'opportunités ou de risques, et à appréhender les approches générationnelles des pratiques culturelles et médiatiques.

- Vivendi partage la vision de l'UNESCO qui, dans sa Convention sur la protection et la promotion des expressions culturelles entrée en vigueur en mars 2007, affirme que la diversité culturelle est « *un ressort fondamental du développement durable des communautés, des peuples et des nations* ».

→ Vivendi a identifié dès 2003 la [promotion de la diversité culturelle](#) comme l'un des enjeux stratégiques de sa politique de responsabilité sociétale et contribue à valoriser la richesse ainsi que la variété de ses contenus et de leurs formes d'expressions.

- Vivendi s'engage à promouvoir le partage des connaissances et l'accès aux nouvelles technologies (8^{ème} objectif des Objectifs du millénaire pour le développement définis par les Nations unies).

→ Vivendi a identifié dès 2003 le [partage des connaissances](#) comme l'un des enjeux stratégiques de sa politique de responsabilité sociétale. Le groupe contribue à fournir des contenus de qualité et pluralistes destinés à satisfaire des publics vastes et divers et à faciliter l'accès à ces contenus et aux technologies.

2

et à veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'homme.

- Vivendi s'engage à soutenir et appliquer les principes fondamentaux dans les domaines des droits de l'homme et entend associer ses fournisseurs et prestataires au respect de ces principes.

→ Vivendi a formalisé ses engagements en matière de droits de l'homme dans son [Programme de vigilance](#) qui établit et définit les règles de conduite du groupe. Le respect de ces règles de conduite est une condition d'appartenance à Vivendi et leur mise en place fait l'objet d'un rapport d'évaluation au sein des entités du groupe établi chaque année par le Secrétariat général et remis au Comité d'audit.

Exemples illustrant la mise en œuvre des principes relatifs aux droits de l'homme :

En 2012, Vivendi a fait **évoluer son reporting extra-financier**. Il satisfait aux exigences de l'article 225 de la **loi dite Grenelle II** et intègre le supplément sectoriel médias de la Global Reporting Initiative (**GRI**), auquel Vivendi a activement contribué. Dès 2007, Vivendi avait organisé la remontée d'**informations sociétales** liées à ses trois enjeux stratégiques (protection et accompagnement de la jeunesse, promotion de la diversité culturelle et partage des connaissances). Celles-ci sont intégrées dans le champ des « **actions engagées en faveur des droits humains** ». Les **Commissaires aux comptes** ont apprécié la matérialité de nos données extra-financières : 35 % des données du Protocole de reporting figurent dans le Document de référence du Groupe et ont fait l'objet d'une vérification.

Nos enjeux stratégiques relèvent des droits humains



- La protection et l'accompagnement de la jeunesse s'inscrivent dans la Convention des droits de l'enfant des Nations unies de 1989 (art.17) ainsi que dans les « Droits de l'enfant et principes régissant les entreprises » établis par le Pacte mondial des Nations unies, l'Unicef et *Save the Children* (mars 2012).
- La promotion de la diversité culturelle s'appuie notamment sur la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948 (art.27), la Déclaration universelle de l'Unesco sur la diversité culturelle de 2001 (art. 5) ou encore la Convention de l'Unesco sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de 2005 (art.2).
- Le partage des connaissances contribue pleinement à l'exercice des droits humains comme le rappellent la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne (2000) dans son article 11 relatif à la liberté d'expression et d'information ou les Nations unies dans leurs Objectifs du millénaire pour le développement (2000).

Champ d'action

Protection et accompagnement de la jeunesse

- Protéger la jeunesse (Promouvoir des règles de déontologie, mener des actions de sensibilisation, offrir aux parents des outils appropriés)
- Accompagner les jeunes publics (Favoriser l'éducation aux médias, prendre en compte leur expertise, faire connaître les métiers des industries créatives et culturelles).

Champ d'action

Promotion de la diversité culturelle

- Encourager la création dans toute sa diversité
- Promouvoir les jeunes et nouveaux talents
- Renforcer les capacités locales de production en Afrique
- Valoriser le patrimoine

Champ d'action

Partage des connaissances

- Promouvoir le pluralisme de l'information et la qualité des contenus
- Favoriser le dialogue interculturel
- Sensibiliser au développement durable
- Faciliter l'accès aux TIC et aux contenus : lutter contre les fractures numériques

Protection et accompagnement de la jeunesse (1/2)

L'enjeu de la protection et de l'accompagnement de la jeunesse fait l'objet d'une mobilisation transverse au sein de Vivendi. En mars 2012, la Direction du développement durable a organisé la 2^{ème} édition du **Séminaire de développement durable** du groupe. Ce séminaire interne a réuni environ 120 participants et 30 intervenants parmi lesquels les principaux dirigeants du siège et des filiales du monde entier.

Une session portant sur le sujet « Jeunes et vie numérique : quels enjeux ? », a été introduite par Jean-François Dubos et était ouverte au public. Elle était articulée autour de deux thématiques principales, l'une consacrée aux « Risques : réputation en ligne, vie privée, usages excessifs » et l'autre aux « Opportunités : donner la parole aux jeunes, acteurs de la vie publique ». Ces sessions, qui ont rassemblé des représentants de la Commission européenne, de l'Internet Governance Forum, de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) et des experts de la société civile, ont été co-animées par des jeunes ambassadeurs du programme **Pan-EU Youth** (photo ci-contre).



Vivendi a apporté son soutien à l'ENS Cachan et à l'Université Sorbonne nouvelle pour l'organisation du colloque « Translittératies : enjeux de citoyenneté et de créativité » qui a eu lieu en novembre 2012. Ce colloque a réuni des experts internationaux afin d'approfondir les questions d'**éducation aux médias et à l'information**. Vivendi a associé à cet événement les jeunes ambassadeurs européens du **Pan-EU Youth** qui ont ainsi eu la possibilité d'échanger avec les différents experts internationaux présents à propos de leurs pratiques numériques.

Dans le cadre de son partenariat avec le **Safer Internet**, sous l'égide de la Commission européenne, Vivendi est intervenu lors de l'édition 2012 de la conférence annuelle au sein de la table ronde consacrée au thème « Promouvoir des comportements et des usages en ligne responsables et positifs ». Ce rendez-vous réunit environ trois cents représentants de l'industrie, du milieu académique, des ONG, des institutions nationales et européennes ainsi que des jeunes ambassadeurs venus des 27 Etats membres.



L'accompagnement des jeunes dans leurs pratiques numériques et médiatiques passe aussi par la connaissance des métiers des **industries culturelles et créatives**.

Partenaire de la **Journée nationale des jeunes**, qui a eu lieu le 30 novembre 2012, Vivendi a organisé au siège une matinée de **découverte de métiers** comme réalisateur, juriste, producteur de musique ou encore chef de projet jeu vidéo. Cette initiative a représenté une occasion privilégiée pour ces jeunes lycéens de rencontrer et de poser toutes leurs questions à des professionnels et artistes, tels que Michel Vuillermoz de la Comédie française ou le jeune réalisateur Stéphane Cazes. Ce sont d'ailleurs des parcours mis à l'honneur de la rubrique « **Métiers de la création** » du site [Culture\(s\) with Vivendi](#) qui propose des interviews inédites de professionnels des trois secteurs : musique, cinéma et jeux vidéo.

Pour la deuxième année consécutive, l'un des **Commissaires aux comptes** de Vivendi a **vérifié** les indicateurs portant sur la protection et l'accompagnement de la jeunesse : « Existence d'un engagement formel en matière de déontologie des contenus (production et/ou distribution), dont une partie porte plus spécifiquement sur la protection des jeunes publics » et « Description des mécanismes de mise en place et de suivi de cet engagement ».

Protection et accompagnement de la jeunesse (2/2)

En juin 2012, CanalSat et Viacom International Media Networks France ont lancé Mon Nickelodeon Junior, la première **chaîne de télévision ludo-éducative** entièrement personnalisable par les parents et sans publicité. A partir du catalogue de programmes jeunesse de la chaîne Nickelodeon Junior (Dora, Diego...), les parents peuvent créer une chaîne pour leur enfant, en fonction de plusieurs critères, notamment son âge et le temps de visionnage souhaité.



En février 2012, GVT a participé à la 5^{ème} édition de la Campus Party, un des plus grands **forums mondiaux consacrés à l'innovation et aux nouvelles technologies**, qui se tient chaque année à São Paulo au Brésil. Ce forum réunit 200 000 personnes pendant cinq jours autour de conférences, débats, ateliers numériques et concours portant sur Internet, les réseaux sociaux, les jeux vidéo ou encore la musique en ligne. GVT a contribué



aux discussions sur les enjeux de sécurité sur Internet.

Au Brésil, GVT met à disposition des enfants, des parents et des enseignants un **site web éducatif** dédié au bon usage de l'Internet, (www.internetresponsavel.com.br). En 2012, le **Guide de l'usage responsable d'Internet** a été enrichi de 10 nouvelles bandes dessinées ludiques sur des thématiques comme la technologie 3G, la classification parentale, les fraudes sur Internet et le téléchargement illégal. La publication de ce guide et le site Internet sont le fruit d'une initiative lancée en 2008 en partenariat avec le CDI (Comité pour la démocratisation des technologies de l'information), ONG pionnière de l'insertion numérique en Amérique latine, elle-même soutenue par le *Safenet* (une organisation qui lutte contre la cybercriminalité et pour la défense des droits de l'homme sur Internet).



CEO Coalition to make the Internet a better place for kids

Vivendi est membre fondateur de la **CEO Coalition to make the Internet a better place for children**. Cette initiative, lancée par Neelie Kroes, Vice-Présidente de la Commission européenne en charge de la stratégie numérique, rassemble 30 entreprises des médias et des télécommunications.

Elles ont travaillé sur cinq champs d'action :

- développer des outils de signalement simples et efficaces
- fixer des paramètres de confidentialité adaptés à l'âge
- étendre l'utilisation des systèmes de classification en fonction du contenu
- accroître la disponibilité et l'utilisation du contrôle parental
- rendre plus efficace le retrait de matériel pédopornographique

En 2012, un rapport rédigé avec les filiales a été remis par Vivendi à la Commission européenne. En rejoignant la CEO Coalition, le groupe manifeste clairement sa volonté de bâtir un univers numérique plus sûr et plus responsable à l'égard des jeunes publics.



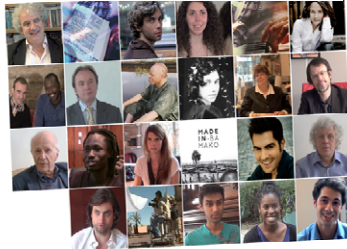
En novembre 2012, SFR



s'est associé à *leasecom*, *itslearning*, *Maxicours.com* et *SMART Technologies* dans le but de créer une offre unique destinée à simplifier l'accès au numérique dans les établissements scolaires. L'offre « e-école pour tous » est la seule du marché à bénéficier d'une telle complémentarité d'acteurs réunis pour créer une **solution clé en main** (installation du matériel, accès Internet haut débit sécurisé fourni par SFR avec filtrage des sites web et une protection contre les cyber-attaques, espace numérique de travail, contenus pédagogiques, accompagnement à l'usage et assistance), qui est, aujourd'hui, la plus aboutie pour accompagner les établissements vers une **démarche numérique**.

Promotion de la diversité culturelle

CULTURE(S) with vivendi



A l'occasion de la **journée mondiale de la diversité culturelle pour le dialogue et le développement**, le 21 mai 2012, Vivendi a lancé un site institutionnel intitulé « **Culture(s) with Vivendi : un voyage dans la diversité culturelle** ».

Ce site vise à promouvoir la diversité culturelle et le dialogue entre les cultures, et à établir une passerelle entre les jeunes et les métiers des industries culturelles.

Il se compose de trois parties qui répondent à des objectifs précis :

- « **Inspirations d'artistes** » a pour objectif de faciliter l'accès des jeunes publics à des répertoires de musiques ou de films diversifiés et parfois méconnus d'eux ;
- « **Métiers de la création** » vise à encourager les jeunes à s'investir dans les industries culturelles et à mieux connaître les différents maillons professionnels de nos métiers (cinéma, musique, jeux vidéo) ;
- « **Dialogue interculturel** » est une invitation à mieux connaître les différentes cultures et à comprendre comment l'univers numérique constitue une passerelle privilégiée d'échanges, de joies et de découvertes.

En France, Canal+ participe activement **au soutien de la création** en finançant **54,1 %** des films français agréés par le CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée).

Canal+ a également financé **27 premiers films** d'initiative française agréés par le CNC, soit 35,1% des premiers films d'initiative française agréés. La chaîne a financé 43 des 129 films d'initiative française dont le **budget est inférieur à 4 millions d'euros**. [Chiffres du CNC, étude mars 2013]

STUDIOCANAL

StudioCanal, studio européen et filiale du Groupe Canal+, a mis en production **17 longs métrages** de réalisateurs de **7 nationalités** différentes.

Canal+ Afrique apporte son soutien à de nombreuses productions cinématographiques africaines. Ainsi, en 2012, **7 projets** ont été cofinancés.

La diversité cinématographique est l'un des piliers de la ligne éditoriale de la chaîne Canal+, dont **90 %** des abonnés affirment que les films diffusés sont de genres variés et dont **86 %** se sont déclarés satisfaits de l'offre cinéma fin 2012.

Afin de promouvoir la culture en tant que pilier du développement durable, Vivendi a pris la parole dans plusieurs enceintes nationales et internationales : **audition au Parlement européen** « Promouvoir les secteurs créatifs et culturels européens comme sources de croissance économique et d'emploi » (avril 2013) ; **colloque** international « **Culture & Développement durable** » (novembre 2012) co-organisé par les ministères français et québécois de la Culture ; **Forum de Lille** sur l'économie responsable (novembre 2012) ; table ronde « Quelle place pour la culture dans l'ISR ? » organisée par le **Comité Médecis d'Amundi** (juin 2012).

2^{ème} édition du *Activision Independent Games Competition* destiné à encourager **les créateurs et studios indépendants**.

En 2012, plus de **60 %** des ventes d'Universal Music Group ont été réalisées par des **artistes locaux**, dans un périmètre de 59 pays.

Six **Gramophone Awards**, les Oscars de la musique classique, ont été attribués à des artistes des labels Decca Classics et Deutsche Grammophon en septembre 2012.



Au Mali, l'album « Made in Bamako », coordonné par No Format!, a été réalisé à l'occasion de la 8^{ème} session de **formation d'ingénieurs du son**, un programme soutenu par Vivendi depuis 2006. Ce programme se déroule à Bamako dans le studio de l'auteur-compositeur Salif Keita, un artiste Universal Music France, que Vivendi accompagne dans sa volonté de faire du Moffou une plaque tournante culturelle du Mali. L'album illustre la capacité des apprentis à enregistrer et à mixer les productions d'artistes, des plus prometteurs jusqu'aux plus confirmés.

Partage des connaissances

Vivendi a eu l'honneur d'être invité par les **Nations unies** à intervenir lors du 5^{ème} **Forum de l'Alliance des civilisations** (UNAOC), qui s'est tenu les 27 et 28 février 2013 à Vienne. En présence notamment de Ban Ki-Moon, Secrétaire général des Nations unies, cet événement a rassemblé des responsables politiques, chefs d'entreprise et représentants de la société civile autour d'un objectif : inscrire la diversité culturelle et le dialogue interculturel dans l'agenda mondial du développement durable.



En mars 2012, SFR a reçu le Disability Matters Award, dans la catégorie Market Place pour son **service client adapté** aux personnes sourdes ou malentendantes.



Le programme de **Téléphonie Solidaire** (partenariat SFR et Emmaüs Défi) compte aujourd'hui près de 2 500 bénéficiaires. Ceux-ci peuvent disposer d'un mobile pour rester en contact avec la société, appeler des employeurs potentiels, ou encore chercher un logement si nécessaire. Une nouvelle expérimentation, Connexions solidaires, propose une solution d'accès à Internet.



CALL OF DUTY Créé par Activision Blizzard en octobre 2009, le *Call of Duty Endowment* a pour objectif d'aider les vétérans à **réintégrer la vie professionnelle** civile. En 2012, Activision Publishing a fait une donation de 6,3 millions de dollars pour soutenir ce programme et ainsi contribuer à ce que les vétérans de l'armée américaine retrouvent un emploi.

Depuis juin 2012, les enfants malentendants polonais peuvent regarder des séries animées en **langue des signes** sur les chaînes MiniMini+ et teleTOON+

Le **projet éditorial** « Kindia 2015 » de Canal+ s'inscrit à contre-courant des reportages et émissions ponctuelles en proposant de suivre sur le long-terme un processus de **développement** dans sa durée dans la ville de Kindia, en Guinée Conakry. Il donnera lieu à quatre documentaires diffusés en prime-time entre 2012 et 2015. Parallèlement, Groupe Canal+ a mis en place un fonds de dotation au bénéfice des associations suivies par les caméras.



Pour Vivendi, contribuer au **dialogue interculturel** se traduit par des échanges avec l'Alliance des civilisations des Nations unies. Ainsi, en 2012, pour la deuxième année consécutive, Vivendi a reçu les jeunes du *MENA Fellowship Program*. Ce programme permet à de jeunes dirigeants du monde arabe de mieux connaître et comprendre la réalité en Europe aux Etats-Unis, et vice-versa pour de jeunes dirigeants européens et américains. Ces rencontres sont l'occasion de présenter les orientations stratégiques de Vivendi en matière de développement durable et de partager avec ces jeunes dirigeants le rôle clé joué par les médias pour établir des passerelles entre les cultures dans le respect des droits humains.

Droit du travail	3	Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective ;	<ul style="list-style-type: none"> Vivendi s'engage à établir un dialogue social constructif avec les instances compétentes dans le respect de leurs prérogatives. 	→ Vivendi mène une démarche de dialogue et de concertation avec les partenaires sociaux afin de favoriser l'échange et la collaboration au sein du groupe.
	4	L'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire ;	<ul style="list-style-type: none"> Vivendi s'engage à soutenir et appliquer les principes fondamentaux dans le domaine des droits du travail et entend associer ses fournisseurs et prestataires au respect de ces principes. 	→ Vivendi a fait du respect des droits sociaux, de la dignité et de la vie privée dans les conditions de travail une règle de conduite expressément formulée dans son Programme de vigilance .
	5	L'abolition effective du travail des enfants ;		
	6	L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.	<ul style="list-style-type: none"> Vivendi affirme son attachement à la diversité dans le recrutement et à la lutte contre les discriminations qui constituent un facteur indispensable à la performance du groupe. 	→ Vivendi a fait de la lutte contre toute forme de discrimination fondée sur des critères de sélection illégitimes tels que le sexe, l'âge, les mœurs, l'appartenance à une race, à une ethnie ou à une nationalité, les handicaps, les opinions ou engagements religieux, politiques ou syndicaux, une règle de conduite expressément formulée dans son Programme de vigilance .

Exemples illustrant la mise en œuvre des principes relatifs au droit du travail :

En 2012, les **partenaires sociaux** du Comité de groupe, de l'Instance de dialogue social européen (ISDE) et du Comité d'entreprise du siège de Vivendi ont régulièrement été informés de la stratégie du groupe, de sa situation financière, de sa politique sociale et des principales réalisations de l'exercice. La session de formation annuelle de deux jours commune au Comité du groupe et à l'ISDE a permis à leur représentants de mieux connaître la stratégie du groupe en matière de Responsabilité sociétale d'entreprise et, plus globalement, les métiers de Vivendi.

L'année 2012 a été marquée par la volonté accrue d'associer les partenaires sociaux du groupe à des échanges sur la stratégie, la politique d'actionariat et la mise en adéquation des instances avec la géographie du groupe. Pour la première fois, un accord d'attribution de **50 actions gratuites** a été signé par les organisations syndicales de Vivendi SA en concertation avec celles du Comité de groupe.

La totalité des salariés basés en France métropolitaine et dans les DOM-TOM sont couverts par des **conventions collectives**. C'est également le cas, au niveau mondial, pour plus de 90 % des salariés du groupe Maroc Telecom et pour 100 % des salariés de Groupe Canal + et GVT.

Vivendi a inscrit les droits des salariés parmi les règles de conduite énoncées au sein du [Programme de vigilance](#) :

« *L'éthique est l'une des valeurs fondamentales auxquelles Vivendi a affirmé son attachement. Agir avec probité, respecter la légalité, **respecter la dignité et les droits individuels des salariés**, protéger la confidentialité, subordonner la recherche de la performance économique au respect de l'éthique commerciale, protéger les biens et les ressources du Groupe sont autant de principes qui doivent guider le comportement professionnel des collaborateurs pour que les activités du Groupe s'exercent selon l'éthique et le droit. (...)*

*Assurer partout la **sécurité** de ses collaborateurs, veiller au **respect de leurs droits sociaux**, donner à chacun d'eux des chances de recrutement, d'emploi et de promotion fondées sur la compétence et le sens des responsabilités, préserver des conditions de travail respectueuses de la dignité et de la vie privée des personnes, sont les ressorts essentiels qui dictent l'**ambition sociale** de Vivendi dans le cadre d'un dialogue social constructif avec les instances compétentes et dans le respect de leurs prérogatives. »*

Au 31/12/2012, **9 %** des salariés du groupe avaient moins de 25 ans, **86 %** étaient âgés de 25 à 55 ans et **5 %** avaient plus de 55 ans. L'âge moyen au sein du groupe est de 37,3 ans et l'ancienneté moyenne est de 9 ans.

L'**apprentissage** est une clé pour l'emploi des jeunes et un atout pour l'entreprise qui diversifie ainsi ses sources de recrutement. En 2012, Vivendi poursuit ses engagements en employant **647 contrats en alternance** en France (contre 606 en 2010 à périmètre constant).

Convaincu que la féminisation des postes à responsabilité est un gage de réussite pour le groupe, le Conseil de surveillance de Vivendi a validé en 2011 un programme de *mentoring* et de mise en réseau pour favoriser la mixité au plus haut niveau. Le **réseau ANDIAMO**, créé en mars 2012, rassemble une vingtaine de femmes. A travers des témoignages de « rôles modèles » ainsi que d'ateliers de co-développement et de coaching, ce réseau a pour ambition d'accompagner les femmes dans leur développement.

Situation de la mixité au sein du groupe, au 31 décembre 2012 :

- Avec **quatre femmes parmi ses 11 administrateurs**, Vivendi est classé à la troisième place des sociétés du CAC 40 dans le classement du mensuel Challenges d'octobre 2012. Deux d'entre elles sont Présidentes de comités : le Comité de gouvernance et de nomination et le Comité des ressources humaines ;
- le taux d'emploi de femmes dans le groupe est de **35 %** contre 34% en 2011 ;
- la part de femmes cadres est de **35 %**, soit en ligne avec leur taux d'emploi.

En vertu des autorisations données par l'Assemblée générale des actionnaires du 21 avril 2011, l'**augmentation annuelle de capital**

réservée aux salariés des entreprises du groupe dans le cadre du PEG a été décidée par le Directoire du 10 mai 2012 et validée le 19 juillet 2012. Pour la cinquième année consécutive, l'opération a été marquée par le lancement simultané d'une opération classique (en France) et d'une opération française et internationale à effet de levier et à capital garanti, **Opus 12**. Le renouvellement de ces opérations a permis aux salariés du groupe de franchir pour la première fois le seuil de 3 % du capital social de Vivendi, donnant la possibilité de nommer un **représentant des actionnaires salariés** au Conseil de surveillance de Vivendi dès 2013, à la suite d'une élection ouverte aux actionnaires salariés de tous les pays concernés.

Au total, le volume d'actions nouvelles souscrites par les salariés en 2012 représente 0,95 % du capital social de Vivendi, contre 0,75 % pour l'opération de 2011. A l'issue de l'augmentation de capital réservée en juillet 2012, les salariés du groupe possèdent ensemble **3,38 %** du capital social de Vivendi, contre 2,68 % un an plus tôt.



Focus / Droits de l'homme & droit du travail / Fournisseurs

En 2012, Vivendi a enrichi les indicateurs intégrés pour la première fois dans son **Protocole de reporting extra-financier**. Ainsi, cinq indicateurs relatifs à la sous-traitance et aux fournisseurs y figurent :

- l'existence d'un engagement formel en référence à des principes fondateurs dans la politique d'achat,
- le pourcentage de fournisseurs et sous-traitants significatifs (top 25 selon le chiffre d'affaires réalisé) adhérant à ces principes fondateurs,
- l'existence de critères de sélection des fournisseurs et sous-traitants fondés sur leurs performances sociétales, sociales et/ou environnementales
- le nombre d'audits ou évaluations contenant les critères sociétaux, sociaux et/ou environnementaux réalisés au cours des 12 derniers mois,
- le pourcentage de salariés des équipes achats sensibilisés ou formés aux achats responsables.

Cette année, l'un des **Commissaires aux comptes** de Vivendi a **vérifié** deux de ces indicateurs portant sur la prise en compte des enjeux sociétaux, sociaux et environnementaux dans la politique d'achat : « Existence d'un engagement formel en référence à des principes fondateurs dans la politique d'achat » et « Existence de critères de sélection des fournisseurs et sous-traitants fondés sur leurs performances sociétales, sociales et/ou environnementales. »

En 2012, **trois fournisseurs** d'Activision Blizzard en Chine ont été **audités**, sur l'ensemble des éléments couverts par le *Vendor Code of Conduct*, par le département de l'Audit interne d'Activision Blizzard.



CANAL+ GROUPE Chez Canal +, l'ensemble des équipes achats a suivi une formation « Achats solidaires » en 2012.

GVT a initié en 2012 un ambitieux **programme de formation** des équipes en charge des achats : déployé en 2013, plus de 90 % des salariés concernés seront formés, d'ici à la fin de l'année, aux achats responsables tels que présentés dans le Protocole de reporting du groupe



SFR a lancé une campagne de réévaluation : **90 fournisseurs** (anciens et nouveaux) ont été évalués ou réévalués en 2012 sur leurs critères RSE.

Dans le cadre de sa démarche solidaire, SFR a augmenté de l'ordre de 30 % en 2012 par rapport à 2011 le montant des commandes à destination des entreprises des secteurs adapté et protégé.

Maroc Telecom a mené en 2012 des audits auprès de **10 fournisseurs** pour vérifier le respect des clauses de développement durable figurant dans les contrats (respect des principes fondamentaux en matière de droits de l'homme et de droit du travail, respect des engagements relatifs à la protection de l'environnement et des engagements en matière de lutte contre la corruption).



BRAVADO a été sélectionnée par le Comité d'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de Londres pour être l'un de ses **fournisseurs officiels**. Le Comité d'organisation a fait du développement durable un critère décisif dans le choix de ses fournisseurs officiels. Ces derniers ont dû témoigner, dans leur acte de candidature, de leurs engagements en matière de respect des droits humains et de protection de l'environnement et ont dû adhérer au Code d'approvisionnement responsable du Comité d'organisation. La démarche de BRAVADO en matière de développement durable a été saluée par le SEDEX, qui promeut les améliorations responsables et éthiques au niveau des pratiques en vigueur au sein des chaînes d'approvisionnement.



Environnement

7

Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant à l'environnement ;

8

À entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ;

9

À favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

- Vivendi défend le respect de l'environnement et prend pleinement en compte sa responsabilité dans ce domaine, bien qu'évoluant dans des secteurs d'activité relativement peu exposés aux risques environnementaux.

→ Vivendi a fait du [respect de l'environnement](#) une règle de conduite expressément formulée dans son [Programme de vigilance](#) et a également mis en place en 2000 un programme de conformité aux normes d'environnement, de santé et de sécurité au travail ainsi qu'une Charte environnement, applicables au sein d'un groupe.

Exemples illustrant la mise en œuvre des principes relatifs à l'environnement :

La septième règle du Programme de vigilance définit l'engagement de Vivendi en matière d'environnement :

« Vivendi s'engage à promouvoir le **respect de l'environnement** dans chacune de ses activités. Il appartient à chaque collaborateur de contribuer, dans le périmètre de ses fonctions, à l'effort du groupe en matière de protection de l'environnement :

- en s'attachant à connaître et à respecter les réglementations ainsi que les consignes et les procédures définies par son entreprise ;
- en signalant immédiatement, aux responsables habilités à gérer ces situations les défauts de conformité à une réglementation, les situations de risque et les incidents dont il a connaissance. »

Le processus de **reporting** des données environnementales, déjà amélioré l'année dernière, a de nouveau fait l'objet d'une révision en 2012.

Le volet environnemental de notre Protocole de **reporting**, référentiel en matière de reporting extra-financier pour les entités du groupe, a été entièrement revu en 2012. Ainsi, une définition améliorée de chaque indicateur a permis une meilleure harmonisation des mesures. Parmi les principales évolutions, on peut noter que :

- Pour la première fois cette année, les achats de plastiques pour les produits de grand public ainsi que l'utilisation de matériaux d'emballages ont été introduits dans notre reporting ;
- La mesure d'achats de papier a été scindée en papier pour usage externe (publications, rapports publics) et papier pour usage interne (bureautique).

En juin 2012, le siège de Vivendi a obtenu le renouvellement de son enregistrement au titre du règlement européen **EMAS** (*Eco-Management and Audit Scheme*) de la part du ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie. Ce système de management environnemental déployé au siège de Vivendi permet d'évaluer, d'améliorer et de mieux rendre compte de la performance environnementale de Vivendi auprès des parties prenantes.



Activision Blizzard a mis l'accent sur la réduction de la consommation de matières premières utilisées pour les **emballages** produits. Un peu plus de 2 000 tonnes de papier, plastiques et de cartons ont ainsi pu être économisées cette année.



Pour la 6^{ème} année consécutive, le siège d'UMG à Santa Monica a obtenu la certification **Energy Star** délivrée par l'Agence de Protection pour l'Environnement des Etats-Unis (EPA)

L'article 75 de la loi dite Grenelle II oblige les grandes entreprises à publier un bilan de leurs émissions de gaz à effet de serre (GES). Il recense l'ensemble des gaz à effet de serre générés par les activités du groupe sur l'année précédant la publication du bilan, à savoir l'exercice 2011.

En France, plusieurs filiales sont concernées par cette obligation de bilan GES (Groupe Canal+, Universal Music France, Blizzard Entertainment et SFR). Vivendi a souhaité consolider l'ensemble des bilans des émissions de GES réalisés par les différentes filiales afin de présenter un « Bilan des émissions de GES groupe France ». Dans un souci d'exhaustivité, ce Bilan carbone® intègre celui du siège, bien que ce dernier ne soit pas rendu obligatoire par la réglementation. Il est disponible sur le site institutionnel de Vivendi.

Canal+ Afrique a lancé une opération « Kits solaires » dans certains pays. En phase pilote à Kinshasa (RDC) et en Nouvelle Calédonie, l'objectif est de permettre une continuité de l'approvisionnement électrique des décodeurs et des téléviseurs grâce à l'énergie solaire. Proposé en partenariat avec Goal Zéro, spécialiste de l'énergie solaire, les abonnés de Canal+ ont pu bénéficier d'importantes réductions sur les kits solaires.



Pour la septième année consécutive, SFR a obtenu la **certification ISO 14001** de son Système de Management Environnemental (SME), même si le périmètre des activités concernées a été sensiblement réduit. Le SME reste l'élément structurant et fédérateur qui permet de coordonner de façon concrète et efficace les principaux objectifs environnementaux de SFR tout en renforçant la mobilisation de ses collaborateurs. La certification ISO 14001 couvre différentes activités (déploiement, maintenance, exploitation, hébergement) certains types de sites (tertiaires et sites technique de réseau).

SFR a adopté la **carte**



SIM papier, composée uniquement de fibres naturelles de bois, recyclables et biodégradables (hors puce électronique). Cette initiative est destinée à réduire de 30 % les émissions de gaz à effet de serre.

En 2012, deux sites de GVT ont fait l'objet d'évaluations énergétiques quant à leur activité tertiaire et de centres d'appels. Avec l'installation d'un système de climatisation fondé sur le débit de réfrigérant variable (DRV) dans son centre administratif de *Vila Hauer*, GVT espère réaliser un gain d'énergie de 20 %.

Maroc Telecom a participé en 2012 au programme « **Compensation volontaire carbone** » de la Fondation Mohammed VI pour l'environnement.

Maroc Telecom a inauguré son service d'**e-facturation** qui permet aux clients de consulter en ligne et de télécharger leurs factures de téléphonie mobile, fixe et d'Internet. Le service d'e-facturation doit progressivement remplacer la facture papier et contribue à réduire la consommation de papier ainsi que la distribution « physique », participant en cela à la préservation de l'environnement.



Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

- Vivendi s'engage à agir contre la corruption sous toutes ses formes et à veiller au respect de ce principe par ses fournisseurs et prestataires dans tous les pays où le groupe est présent.

→ Vivendi a fait de la lutte contre la corruption et du refus de tout avantage indu, de quelque nature que ce soit et par quelque moyen que ce soit, dans le but d'obtenir un traitement de faveur, une règle de conduite expressément formulée dans son [Programme de vigilance](#).

Exemples illustrant la mise en œuvre des principes relatifs à la lutte contre la corruption :

Les règles de conduite énoncées dans le Programme de vigilance de Vivendi 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. Le 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. Les principales entités ont mis en place un code d'éthique additionnel spécifiquement consacré à leurs activités. Le responsable du Programme de vigilance pour le groupe et les responsables dédiés dans chaque entité opérationnelle – les « *compliance officers* » – assurent sa mise en œuvre. Au début de chaque année, les filiales du groupe font parvenir à Vivendi un rapport sur les actions menées au cours de l'exercice précédent. Ce rapport est présenté par le Secrétaire général au Comité d'audit qui le valide, au Conseil de surveillance, au Directoire puis est envoyé aux « *compliance officers* » des filiales.

Chaque année, les filiales rendent compte de leur conformité au Programme de vigilance et des actions menées. Cette année, les filiales ont répondu au questionnaire qui leur a été adressé sur le thème « A l'heure des réseaux sociaux – Du bon usage du numérique », notamment sous l'angle de l'enjeu des **données personnelles**. La synthèse de ce questionnaire a permis d'établir un rapport qui a été présenté par le Secrétaire général au Comité d'audit, qui s'est réuni le 15 février 2013.

La lutte contre la corruption est l'un des thèmes du Code d'éthique de Maroc Telecom. Celui-ci réaffirme l'engagement du groupe à **lutter contre la corruption** sous toutes ses formes (active, passive, directe, indirecte). Il exige en particulier le respect des lois anti-corruption ainsi qu'une vigilance particulière dans les relations avec les tiers. En effet, chaque collaborateur doit avoir avec les clients et les fournisseurs des rapports loyaux et honnêtes dans le strict respect des contrats souscrits et des lois et règlements applicables.



La démarche entreprise par Maroc Telecom a été saluée en janvier 2012 par l'agence de notation Vigeo qui lui a décerné le trophée du « **Top performer RSE 2011** » dans les domaines de l'éthique aux affaires et l'engagement sociétal, notamment pour sa politique volontaire de lutte contre la corruption.

Ci-contre, Nicole Notat (à gauche), Présidente de Vigeo, remet le trophée du « Top performer RSE 2011 » à Abdeslam Ahizoune (à droite), Président du Directoire de Maroc Telecom. © Photothèque Maroc Telecom

En décembre 2012, chaque employé d'Activision Blizzard a dû remplir sa certification annuelle du Code de conduite via le module en ligne déployé en 2011. Lors de la publication de ce rapport, plus de 89 % d'entre eux (soit plus de 6 200 employés) avaient signé leur certification. Le top management doit également aller plus loin en répondant à un questionnaire en ligne portant sur certains sujets clés du Code de conduite. Cette démarche a été élargie à l'ensemble des directeurs en 2012, passant de 200 collaborateurs concernés à plus de 500. A ce jour, 515 cadres dirigeants (soit plus de 99 % des destinataires du questionnaire) ont complété ce questionnaire.

En avril 2012, SFR a rejoint les entreprises **signataires du Pacte mondial des Nations unies**, dont fait déjà partie Vivendi. Cette adhésion s'inscrit dans la continuité des engagements de l'opérateur et apporte une dimension internationale à sa responsabilité d'entreprise. SFR entend en faire progresser les principes et renforcer leur intégration dans la stratégie du groupe, ses plans d'actions et ses modes opératoires.

Les salariés d'Activision Blizzard et d'Universal Music Group peuvent appeler une **hotline** susceptible d'être saisie dans le monde entier 24h/24, 7j/7, en cas de suspicion de fraude, corruption ou autre violation du code. Cette procédure est anonyme si le salarié le souhaite.

En 2012, 100 % des dirigeants d'UMG ont été sensibilisés aux **règles antitrust**, lesquelles sont régulièrement rappelées à l'ordre du jour des réunions de direction.

En plus d'une procédure de **whistleblowing** similaire à celles décrites ci-contre, les salariés de GVT peuvent faire appel à un **médiateur (ombudsman)**, lequel reçoit les éventuels rapports sur des violations éthiques ou légales, fournit des conseils et gère les conflits d'intérêts.

En 2012, 21 directeurs et responsables de division de GVT ont été sensibilisés aux **pratiques anticoncurrentielles**. Il s'agit des dirigeants des entités particulièrement sensibles au sujet, comme la réglementation, le marketing, les ventes, les services clients, la communication, les opérateurs internationaux.

En novembre 2012, Maroc Telecom a réaffirmé sa responsabilité sociétale en **adhérant au Pacte mondial des Nations unies**.

En 2012, **2 360** salariés de Maroc Telecom ont été sensibilisés aux mécanismes de détection et de prévention de la **fraude**.

Annexe

LE PROGRAMME DE VIGILANCE DE VIVENDI

[Disponible sur le site institutionnel de Vivendi](#)



- 1 Droits des salariés**
- 2 Sincérité et protection de l'information**
- 3 Prévention des conflits d'intérêts**
- 4 Ethique commerciale**
- 5 Utilisation des biens et ressources appartenant à Vivendi**
- 6 Ethique financière**
- 7 Respect de l'environnement**