

**Données sociales  
Politique environnementale**



**vivendi**

Les plus belles émotions du numérique



1

Données sociales

4

2

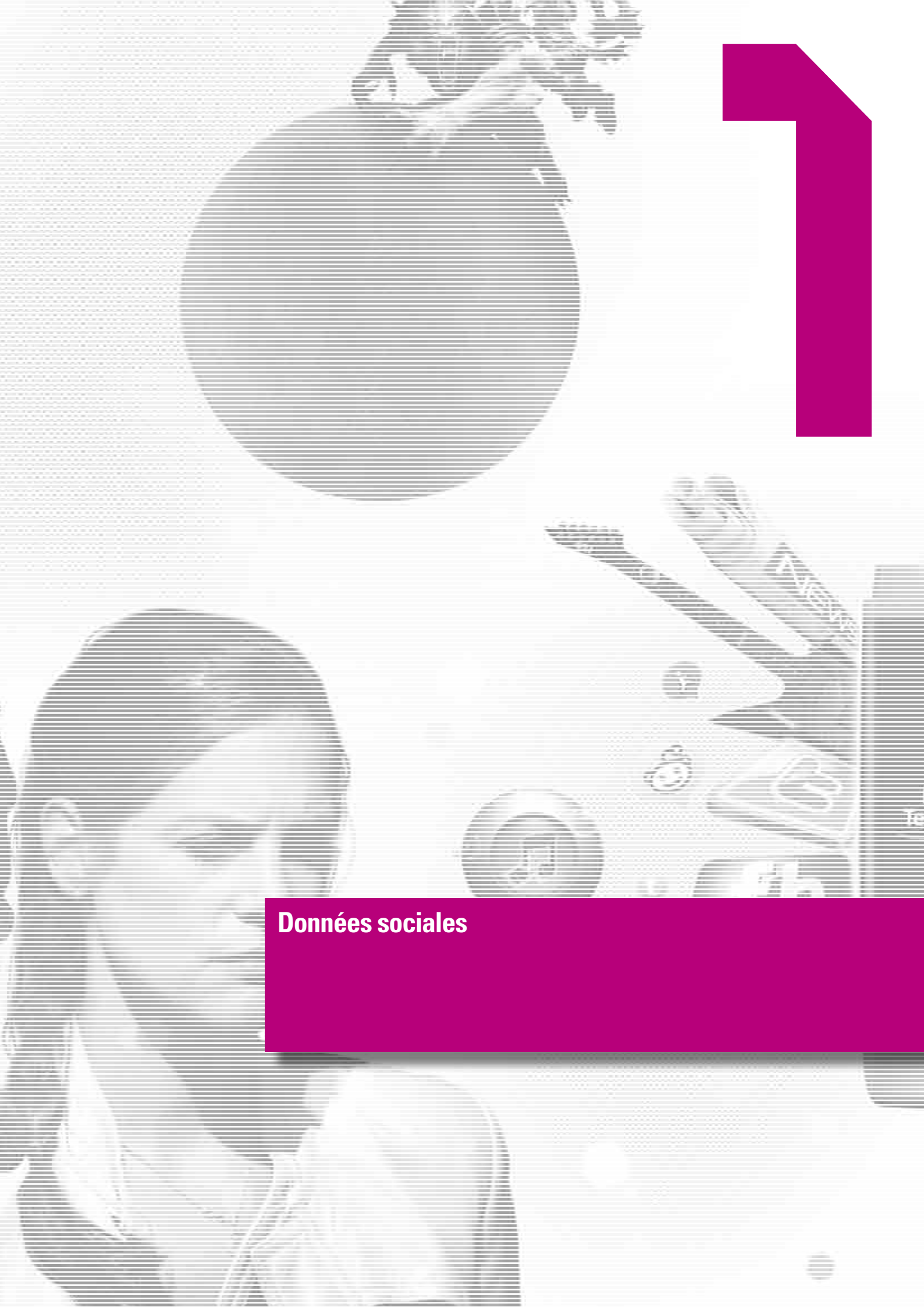
Politique environnementale

26

sommaire

<b>1. Effectifs</b>	<b>05</b>
1.1. Effectifs par activités	05
1.2. Répartition géographique de l'effectif	05
1.3. Parité hommes-femmes	05
1.4. Age moyen	06
1.5. Ancienneté moyenne	06
<b>2. Entrées</b>	<b>07</b>
2.1. Entrées dans le groupe	07
2.2. Embauches en France	07
2.3. Difficultés de recrutement	07
<b>3. Mouvements d'effectifs dus aux changements de périmètre</b>	<b>08</b>
3.1. Acquisitions	08
3.2. Cessions	08
<b>4. Licenciements dans le monde et leurs motifs</b>	<b>09</b>
4.1. Informations relatives aux plans de réduction des effectifs et de sauvegarde de l'emploi	09
4.2. Efforts de reclassement et mesures d'accompagnement	09
4.3. Réembauches	09
4.4. Sorties pour autres motifs	09
<b>5. Diversité</b>	<b>10</b>
5.1. Diversité dans l'emploi	10
5.1.1. Emploi des jeunes	10
5.1.2. Emploi des seniors	10
5.2. Emploi et insertion des travailleurs handicapés	10
<b>6. Egalité professionnelle</b>	<b>12</b>
6.1. Taux d'emploi des femmes dans le groupe	12
6.2. Pourcentage de femmes managers	12
6.3. Emploi et insertion des jeunes en contrats de professionnalisation	12
<b>7. Frais de personnel</b>	<b>13</b>

<b>8. Formation et développement</b>	<b>13</b>
8.1. Dépenses totales de formation rapportées à la masse salariale	13
8.2. Durée moyenne de formation (en heures) par salarié formé	13
8.3. Heures de formation par salarié formé en France et dans les DOM-TOM	14
8.4. Finalité de la formation	14
<b>9. Intéressement et participation</b>	<b>15</b>
<b>10. Relations professionnelles et bilan des accords collectifs</b>	<b>15</b>
<b>11. Conditions d'hygiène et de sécurité</b>	<b>16</b>
11.1. Instances dédiées à l'étude de l'hygiène et de la sécurité	16
11.2. Nombre de salariés formés à la sécurité	16
11.3. Taux de fréquence des accidents de travail (avec arrêt)	17
11.4. Taux de gravité des accidents de travail (avec arrêt)	17
<b>12. Temps de travail</b>	<b>18</b>
12.1. Temps de travail des salariés à temps plein	18
12.2. Temps de travail des salariés à temps partiel	18
12.3. Heures supplémentaires	18
12.3.1. Heures supplémentaires en France	18
12.3.2. Heures supplémentaires à l'international	18
12.4. Absentéisme	18
12.4.1. Absentéisme dans le groupe	19
12.4.2. Absentéisme dans le groupe en France	19
<b>13. Impact territorial et régional</b>	<b>20</b>
13.1. Impact territorial et régional	20
13.2. Contribution au développement de l'emploi	20
13.2.1. Engagement	20
13.2.2. Résultat	20
<b>14. Œuvres sociales</b>	<b>22</b>
<b>15. Sous-traitance</b>	<b>22</b>
<b>16. Main-d'œuvre extérieure à la société (intérimaires)</b>	<b>23</b>
<b>17. Programme de Vigilance du groupe</b>	<b>23</b>



## Données sociales

## Données sociales

---

Le rapport sur les données sociales a été établi conformément aux dispositions de l'article L. 233-3 du Code du commerce.

Vivendi utilise un système informatique dédié pour la remontée d'informations sociales relatives à toutes ses filiales, à l'exception d'Activision Blizzard (hors France) en 2010.

Une série importante 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 avant de valider leurs informations. Des contrôles de cohérence et une deuxième validation sont effectués au niveau de chaque métier. Ces indicateurs, dont les filiales garantissent la fiabilité, sont ensuite agrégés et contrôlés et une troisième validation est opérée lors de la consolidation.

Dans les tableaux qui suivent, sauf mention contraire, la rubrique «Corporate» correspond au siège de Paris et au bureau de New York. La rubrique «Autres» correspond à Vivendi Mobile Entertainment (VME) et Wengo en 2010 et 2009 ; et à VME en 2008. En 2010, Canal+ Madagascar a intégré le périmètre de Groupe Canal+. Conformément au *Protocole de Reporting des Données environnementales et Sociales des Sociétés du groupe Vivendi* au regard des sociétés entrant dans le périmètre de reporting en cours d'exercice, cette société figure dans les seuls tableaux concernant l'effectif en 2010. Les données des sociétés de Neuf Cegetel sont consolidées depuis le mois d'avril 2008 au niveau de SFR. Celles de Mobisud France, qui a quitté le périmètre de Vivendi en 2010, sont consolidées au niveau de SFR en 2009 et au niveau de Groupe Maroc Telecom en 2008.

**Les données du périmètre d'Activision Blizzard sont celles d'Activision Blizzard France à l'exception de celles couvrant les effectifs.**

## Section 1 Effectifs

### 1.1. Effectifs par activités

Les effectifs du groupe ont augmenté de 5 % en 2010 pour atteindre 51 272 salariés contre 49 004 au 31 décembre 2009 et 43 208 au 31 décembre 2008. Cette hausse résulte principalement de la croissance interne de GVT au Brésil.

Le tableau ci-dessous présente les effectifs du groupe par activités au 31 décembre 2010, 2009 et 2008.

	2010	2009	2008
Activision Blizzard	7 695	7 382	7 408
Universal Music Group	6 967	7 524	7 720
SFR	10 021	9 945	10 086
Groupe Maroc Telecom	13 942	14 152	13 411
GVT	7 714	5 289	–
Groupe Canal+	4 534	4 347	4 252
Corporate	249	254	250
Autres	150	111	81
<b>Total</b>	<b>51 272</b>	<b>49 004</b>	<b>43 208</b>

### 1.2. Répartition géographique de l'effectif

Le tableau ci-dessous présente les effectifs du groupe par zones géographiques au 31 décembre 2010, 2009 et 2008. La rubrique « France » couvre l'effectif des sociétés en France métropolitaine et dans les DOM-TOM.

	2010	2009	2008
France	15 447	15 360	15 717
Amérique du nord	7 419	7 649	7 520
Amérique du Sud et Amérique Centrale	8 051	5 654	405
Asie-Pacifique	1 609	1 455	1 459
Afrique	14 127	14 328	13 583
Europe (hors France)	4 619	4 558	4 524
<b>Total</b>	<b>51 272</b>	<b>49 004</b>	<b>43 208</b>

### 1.3. Parité hommes-femmes

En 2010, la répartition hommes-femmes dans le groupe Vivendi reste globalement stable par rapport aux deux exercices précédents, avec une légère augmentation de la présence des femmes (36 % contre 35 % en 2009 et 34 % en 2008).

	2010		2009		2008	
	% femmes	% hommes	% femmes	% hommes	% femmes	% hommes
Activision Blizzard	21	79	19	81	20	80
Universal Music Group	47	53	46	54	46	54
SFR	41	59	41	59	41	59
Groupe Maroc Telecom	24	76	24	76	24	76
GVT	46	54	45	55	–	–
Groupe Canal+	51	49	52	48	52	48
Corporate	53	47	54	46	56	44
Autres	38	62	33	67	40	60
<b>Moyenne</b>	<b>36</b>	<b>64</b>	<b>35</b>	<b>65</b>	<b>34</b>	<b>66</b>

## Section 1 Effectifs

### 1.4. Age moyen

L'âge moyen pondéré des salariés du groupe Vivendi est de 38 ans. On distingue un premier groupe constitué de métiers relativement nouveaux (GVT et Activision Blizzard France), dont la moyenne d'âge est d'environ 30 ans ; un deuxième groupe composé d'UMG, SFR et Groupe Canal+ avec une moyenne de 37 ans ; un dernier groupe rassemblant Groupe Maroc Telecom et Vivendi Corporate avec davantage de salariés seniors.

Méthode de calcul/pondération : 
$$\frac{\text{âge moyen de l'unité opérationnelle} \times \text{l'effectif}}{\text{l'effectif}}$$

En années	2010
Activision Blizzard France	30,3
Universal Music Group	38,5
SFR	37,2
Groupe Maroc Telecom	43,8
GVT	30,0
Groupe Canal+	35,8
Corporate	43,9
Autres	32,6
<b>Moyenne pondérée</b>	<b>38,0</b>

### 1.5. Ancienneté moyenne

L'ancienneté moyenne des salariés du groupe est de dix ans. La courbe de l'ancienneté moyenne des salariés est corrélée à celle de l'âge moyen : les sociétés les plus récentes ont l'ancienneté moyenne la plus faible (GVT a le taux d'ancienneté le plus bas, soit deux ans par salarié), et les sociétés implantées depuis plus longtemps ont une ancienneté moyenne plus élevée (Groupe Maroc Telecom, en raison de sa position d'ancien opérateur historique, affiche l'ancienneté la plus forte : 17,7 ans).

Méthode de calcul/pondération : 
$$\frac{\text{ancienneté moyenne de l'unité opérationnelle} \times \text{l'effectif}}{\text{l'effectif}}$$

En années	2010
Activision Blizzard France	2,9
Universal Music Group	8,0
SFR	8,0
Groupe Maroc Telecom	17,7
GVT	2,0
Groupe Canal+	8,3
Corporate	11,8
Autres	3,0
<b>Moyenne pondérée</b>	<b>10,0</b>

## Section 2 Entrées

Aux Etats-Unis, où Vivendi est fortement implanté, les notions de stagiaire et d'embauche sont très différentes de celles de la France et d'autres pays européens. Outre-Atlantique, les travaux d'été effectués par des étudiants ou les entrées de courte durée sont comptés comme des embauches. Pour ces raisons, le tableau ci-après présente les entrées de toutes natures dans le groupe.

Ce commentaire est également applicable à la notion de départ au niveau mondial. Aussi, ces tableaux intègrent les notions requises par la législation française concernant les embauches/entrées et les sorties/départs.

Pour l'exercice 2010, le nombre d'entrées dans le groupe est en hausse. Ceci est dû à la forte croissance interne de GVT (+ 46 %). Groupe Canal+ a également connu une augmentation de son effectif, notamment au Vietnam.

### 2.1. Entrées dans le groupe

Nombre d'entrées	2010	2009	2008
Activision Blizzard	1 407	1 438	1 719
Universal Music Group	988	1 204	1 247
SFR	1 284	1 394	1 359
Groupe Maroc Telecom	197	(a) 215	506
GVT	4 564	–	–
Groupe Canal+	968	738	1 000
Corporate	30	34	26
Autres	51	68	(b) 34
<b>Total</b>	<b>9 489</b>	<b>5 091</b>	<b>5 891</b>

(a) De nombreux postes relatifs au plan de recrutement 2009 ont été anticipés et comptabilisés en 2008.

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

### 2.2. Embauches en France

Cet indicateur couvre les entités du groupe en France métropolitaine et dans les DOM-TOM. Le taux d'embauche en CDI dans le tableau ci-dessous correspond au nombre de CDI rapporté aux embauches totales de chaque métier.

Embauches	2010			2009			2008		
	Total	En CDI	% CDI	Total	En CDI	% CDI	Total	En CDI	% CDI
Activision Blizzard France	78	50	64	95	93	98	149	144	97
Universal Music France	93	43	46	86	37	43	152	106	70
SFR	1 284	408	32	1 394	549	39	1 359	707	52
Groupe Maroc Telecom (a)	–	–	–	–	–	–	16	16	100
Groupe Canal+	751	200	27	660	109	17	906	280	31
Siège	26	12	46	33	23	70	23	14	61
Autres	51	23	45	68	11	16	34	26	76
<b>Total/Moyenne</b>	<b>2 283</b>	<b>736</b>	<b>32 %</b> moyenne	<b>2 336</b>	<b>822</b>	<b>35 %</b> moyenne	<b>2 639</b>	<b>1 293</b>	<b>49 %</b> moyenne

(a) Correspond à Mobisud France, filiale de Groupe Maroc Telecom en 2008 ; en 2009, Mobisud a intégré SFR ; en 2010, il est sorti du périmètre de Vivendi.

A la différence du tableau précédent, cette étude correspond à la notion d'embauche définie par la loi française. Pour les filiales françaises, la moyenne d'embauches en CDI s'établit à 32 % en 2010 comparé à 35 % en 2009 et à 49 % en 2008.

Chez SFR, les besoins en recrutement en 2010 et 2009 ont été révisés à la suite de l'intégration de Neuf Cegetel dans le groupe en 2008. Depuis cette date, ils sont stabilisés.

### 2.3. Difficultés de recrutement

Compte-tenu du faible taux de rotation dans les métiers du groupe et hors croissance externe, l'effectif reste relativement stable. Ainsi, les difficultés particulières de recrutement au cours des trois derniers exercices sont très localisées sur des bassins d'emploi spécifiques, notamment pour SFR et GVT.



## Section 3 Mouvements d'effectifs dus aux changements de périmètre

---

### 3.1. Acquisitions

---

Le périmètre du groupe est resté globalement constant en 2010. Moins de sociétés sont entrées dans le périmètre du reporting social par rapport aux deux années précédentes.

Sont entrés dans le groupe en 2010 :

- Activision Blizzard : Blizzard Singapour (7 salariés),
- Universal Music Group : Kapagama en Allemagne, Johanna & Sibony Records et Love Publishing en Finlande (11 salariés),
- Groupe Canal+ : Canal+ Madagascar (27 salariés),
- « Autres » : Wengo/Astrocenter (24 salariés).

En 2010, seuls 69 salariés sont entrés dans le groupe, comparé à environ 6 000 en 2009 et 8 000 en 2008.

### 3.2. Cessions

---

Depuis deux ans, les sorties du périmètre sont de faible importance : 31 salariés en 2010 (cinq de Mobisud France, filiale de SFR, huit de Mobisud Belgique, filiale de Groupe Maroc Telecom et 18 d'UMG), contre 30 salariés sortis en 2009 et 693 en 2008.



## Section 4 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 est en fort repli et s'établit à 348 en 2010, contre 818 en 2009 et 1 380 en 2008. Ils restent localisés principalement chez UMG.

### 4.2. Efforts de reclassement et mesures d'accompagnement

En France, les mesures de reclassement et d'accompagnement offertes aux salariés concernés par les restructurations sont 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*,
- conseil et information par les Espaces métiers (centre de formation en interne chez SFR),
- mise en place de l'Espace mobilité ou d'une cellule d'assistance personnalisée à la finalisation du projet personnel animée par un cabinet extérieur,
- validation des acquis de l'expérience (VAE).

D'autres mesures d'accompagnement sont proposées aux salariés concernés par ces restructurations :

- aide à la mobilité géographique,
- prolongation de la prise en charge des cotisations de la mutuelle,
- prime de rapidité de reclassement,
- prise en charge du différentiel de salaire,
- service gratuit d'aide juridique.

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

### 4.3. Réembauches

Lorsqu'un poste devient vacant, la politique de Vivendi est de donner la préférence aux salariés licenciés pour raisons économiques.

Pour la première fois depuis le vote de la loi NRE en 2002, aucun salarié n'a bénéficié de cette disposition en 2010, tandis qu'en 2009, six salariés avaient été réembauchés chez UMG (en République Tchèque et en Chine) et par Groupe Maroc Telecom (CasaNet) ; en 2008, quatre salariés au Danemark, en Inde et au Maroc avaient été réembauchés dans le groupe.

### 4.4. Sorties pour autres motifs

Le tableau ci-dessous recense les sorties du groupe en 2010, 2009 et 2008 pour toutes raisons hors départs économiques : démissions, licenciements individuels, fins de contrats à durée déterminée, retraites, ou départs pour toute autre raison. L'augmentation du nombre des départs s'explique notamment par la flexibilité du marché du travail au Brésil : les jeunes salariés chez GVT sont nettement plus mobiles et plus sollicités par les sociétés concurrentes.

	2010	2009	2008
<b>Total</b>	<b>5 920</b>	<b>3 524</b>	<b>4 431</b>

## Section 5 Diversité

### 5.1. Diversité dans l'emploi

L'effectif de Vivendi se répartit de la façon suivante : les moins de 25 ans en représentent 6 %, la tranche 25 à 55 ans 89 %, et les plus de 55 ans 5 %.

#### 5.1.1. Emploi des jeunes

Dans cet indicateur, un salarié « jeune » est défini comme un salarié ayant moins de 25 ans. Les salariés de GVT de cette catégorie représentent 24 % de son effectif total et 6 % de l'ensemble du groupe. Cette société, dont la moyenne d'âge est la plus basse du groupe (cf section 1.4), a embauché 1 868 jeunes en 2010.

	Nombre de jeunes	% de l'effectif
Activision Blizzard France	41	7
Universal Music Group	325	5
SFR	237	2
Groupe Maroc Telecom	157	1
GVT	1 868	24
Groupe Canal+	210	5
Corporate	8	3
Autres	5	3
<b>Total</b>	<b>2 851</b>	<b>6</b>

#### 5.1.2. Emploi des seniors

Dans le tableau suivant, un « senior » est défini comme un salarié ayant plus de 55 ans. Groupe Maroc Telecom et Vivendi Corporate ont les taux de seniors les plus élevés avec respectivement 7 % et 16 %. Le premier, en raison de sa position d'opérateur historique des télécoms au Maroc, le second en raison du niveau d'expertise des salariés, propre à un siège social. Au total, 5 % de l'effectif du groupe a plus de 55 ans.

	Nombre de seniors	% de l'effectif
Activision Blizzard France	–	–
Universal Music Group	641	9
SFR	275	3
Groupe Maroc Telecom	938	7
GVT	41	1
Groupe Canal+	121	3
Corporate	39	16
Autres	–	–
<b>Total</b>	<b>2 055</b>	<b>5</b>

### 5.2. 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 du 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 ».

En 2010, le taux de salariés handicapés a été en croissance dans la majorité des métiers de Vivendi. Il a augmenté de 31 % au niveau du groupe, notamment grâce aux engagements forts de SFR (+13 %) et de Groupe Canal+ (cf. Accord sur l'emploi des travailleurs handicapés, section 10).

Nombre de travailleurs handicapés	2010	2009	2008
<b>Total</b>	<b>307</b>	<b>234</b>	<b>228</b>

## Section 5 Diversité

### ARPEJEH

Partant du constat que la plupart des élèves handicapés arrêtaient leurs études au niveau de la 3<sup>ème</sup>, SFR a initié en 2008 la création de l'association ARPEJEH (Accompagner la réalisation des projets d'études des jeunes élèves et étudiants handicapés) réunissant des entreprises et des acteurs publics de tous secteurs. L'objectif est d'aider à lever l'autocensure en montrant aux élèves handicapés qu'ils peuvent faire une carrière professionnelle de qualité. Pour y parvenir, l'association organise des ateliers « découverte métiers » dans les collèges. Ils sont l'occasion pour les jeunes handicapés de se rendre compte qu'une place existe pour eux dans les entreprises et qu'il est donc essentiel de poursuivre des études. Preuve de l'importance de ces actions, une convention cadre vient d'être signée avec l'Éducation nationale pour les trois académies franciliennes. Aujourd'hui, plus de 100 stages ont été organisés en entreprise ainsi que plusieurs ateliers « découverte métiers » et « découverte de l'entreprise ». Aujourd'hui, ARPEJEH compte près de 40 entreprises dont L'Oréal, LVMH, Air France, et RTE (Réseau de transport et d'électricité). L'association est présidée par Stéphane Roussel, le Directeur des ressources humaines de Vivendi.

Pour les années à venir, ARPEJEH entend bien continuer à être le lien entre les élèves, les étudiants handicapés et le monde du travail. Les stages et les ateliers-découverte seront plus nombreux et une action de tutorat est en cours de déploiement.

En 2010, les programmes, partenariats et engagements de SFR ont été divers et nombreux. La société a notamment :

- mis en place un partenariat avec HANDI'GS et RISE pour des contrats d'alternance de travailleurs handicapés (TH),
- achevé un système de *multiposting* qui permet l'envoi automatique des candidatures vers neuf sites d'emploi dédiés aux travailleurs handicapés tels Jobekia, TH conseil, Hanploi, Agefiph, AFIJ, Handi Up, Handicap-Job, Handijobs, Handisup,
- créé un système d'identification des candidatures des travailleurs handicapés sur le nouvel outil de recrutement,
- ouvert la Hotline Handicap de SFR (accessible en semaine de 8 h à 20 h et de 9 h à 18 h le samedi) dédiée aux services et au support des handicapés,
- réalisé 59 entretiens de suivi de travailleurs handicapés,
- mis sur pied un projet pilote d'accessibilité sur le site de Meudon avec la DISAG (Direction de l'immobilier, de la sécurité et des affaires générales),
- identifié et mis en place l'infrastructure nécessaire pour le travail à distance de trois salariés handicapés,
- ouvert un service client pour les personnes sourdes en partenariat avec une entreprise du service protégé,
- opéré un audit auprès des acheteurs pour identifier les secteurs à confier aux entreprises adaptées,
- mis en place des sessions de formation des managers et des RH à la diversité et notamment aux handicaps de toutes natures,
- affiché dans toutes les cafétérias SFR un journal traitant uniquement des problématiques liées au handicap,
- développé une rubrique dédiée au handicap sur l'Intranet.

Les efforts de SFR pour promouvoir la diversité ont été reconnus et récompensés par :

- le Trophée social Télécoms 2010 pour la mise en place du dispositif de communication interne sur le handicap (décembre 2010),
- le Label Diversité, attribué par l'AFNOR (octobre 2010),
- les 5<sup>èmes</sup> Trophées de la Diversité. SFR est le lauréat « Communication : Faire connaître les vertus des bonnes pratiques : Communication et sensibilisation des collaborateurs à l'égalité des chances et à la non-discrimination, suite aux engagements et fédération autour du Label Diversité » (septembre 2010).

## Section 6 Egalité professionnelle

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

Chez Vivendi, l'égalité professionnelle est notamment illustrée par le taux d'emploi des femmes dans l'entreprise et le pourcentage de femmes managers.

Le pourcentage de femmes au sein du groupe augmente chaque année depuis 2008 pour atteindre 36 % de l'effectif en 2010. Cette augmentation est due notamment à l'entrée dans le périmètre de GVT, et à Groupe Canal+ dont le pourcentage de femmes est plus élevé que celui des hommes depuis plusieurs années. Néanmoins, des écarts en termes de taux d'emploi des femmes entre les métiers du groupe demeurent. Depuis 2008, le pourcentage de femmes chez SFR et Groupe Maroc Telecom reste identique.

La politique de Vivendi est par ailleurs de favoriser l'embauche des femmes à des postes de direction. Le Conseil de surveillance de Vivendi compte 12 membres dont quatre femmes (soit un pourcentage de 33 %).

Méthode de calcul : nombre de salariées femmes rapporté au nombre total des salariés.

Pourcentage de femmes	2010	2009	2008
Activision Blizzard	21	19	20
Universal Music Group	47	46	46
SFR	41	41	41
Groupe Maroc Telecom	24	24	24
GVT	46	45	–
Groupe Canal+	51	52	52
Corporate	53	54	56
Autres	38	33	40
<b>Moyenne</b>	<b>36</b>	<b>35</b>	<b>34</b>

### 6.2. Pourcentage de femmes managers

En France, un cadre est défini comme un salarié disposant d'un réel niveau de responsabilité et d'autonomie, devant atteindre des objectifs et soumis à de réelles obligations de résultats (en exploitation, production, développement, gestion de projet...).

A l'international, la notion de cadre n'existe pas. Elle correspond à celle d'un manager rémunéré au forfait (et non à l'heure). Pour simplifier, nous parlerons ici de « managers », sous-entendant la notion de « cadres » pour la France.

Le pourcentage de femmes managers est resté stable depuis les trois derniers exercices et s'établit à 35 % dans le groupe Vivendi.

Méthode de calcul : nombre de femmes managers rapporté au total des salariés managers.

Pourcentage de femmes managers	2010	2009	2008
Activision Blizzard France	27	26	24
Universal Music Group	41	40	40
SFR	32	31	31
Groupe Maroc Telecom	28	27	27
GVT	25	17	–
Groupe Canal+	47	47	47
Corporate	47	48	50
Autres	36	33	40
<b>Moyenne</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>35</b>

### 6.3. Emploi et insertion des jeunes en contrats de professionnalisation

En 2010, Vivendi a participé, comme 45 des plus grandes entreprises françaises, à la mission Alternance chargée de rédiger pour le Gouvernement un rapport sur la promotion et le développement de l'alternance. A ce titre, les filiales françaises du groupe ont largement honoré leurs engagements en proposant davantage de contrats d'apprentissage ou de professionnalisation (+27 % par rapport à 2009).

A l'international, la législation brésilienne impose de proposer ce type de contrats sur les seuls postes à temps partiel. GVT s'implique dans cette politique en privilégiant les jeunes issus de milieux défavorisés afin de leur permettre d'acquérir des compétences facilitant leur intégration professionnelle.

## Section 7 Frais de personnel

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

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
<b>Total</b>	<b>3 269</b>	<b>2 956</b>	<b>2 688</b>

## Section 8 Formation et développement

### 8.1. 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'a pas la même importance et 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 de la façon suivante : les coûts salariaux représentent 50 % des coûts de formation. A part 2008, qui avait été une année exceptionnelle sur le plan des formations, cet indicateur reste stable.

A titre d'exemple, Groupe Maroc Telecom continue son effort important de formation des salariés, notamment en offrant des formations approfondies sur les nouvelles technologies dans le domaine des télécommunications ainsi que sur les techniques de vente à l'attention de son réseau commercial. La construction du nouveau centre de formation à Rabat, dédié en priorité aux perfectionnements techniques, est désormais achevée. Sur les trois derniers exercices, en moyenne, les dépenses de formation rapportées à la masse salariale dépassent 3,2 % chez SFR, 5,5 % pour Groupe Maroc Telecom et 3 % pour Groupe Canal+.

Chez UMG, les coûts consolidés de formation ont diminué du fait d'une réduction du nombre d'actions de formation, notamment aux Etats-Unis où la société est fortement implantée. Dans ce pays, des formations bi-annuelles sont organisées systématiquement dans les domaines de l'informatique et de la prévention du harcèlement sexuel. En 2010, seuls les salariés qui n'avaient pas bénéficié de ces programmes en 2009 ont été formés. D'autres formations identifiées comme *On the Job training* (formation sur le lieu de travail) ne sont pas répertoriées chez UMG. Ainsi, ces heures de formation, et les frais qui en découlent, échappent aux statistiques sur la formation.

Masse salariale consacrée à la formation (en pourcentage)	2010	2009	2008
<b>Moyenne</b>	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>	<b>2,8</b>

### 8.2. 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 formés dans l'année. Dans ce calcul, chaque salarié formé compte pour un, quel que soit le nombre de formations suivies.

La politique de formation se décline de façon différente selon le pays où elle se déroule. Par exemple, l'objectif de la formation d'Activision Blizzard aux Etats-Unis est « d'influencer l'expérience du salarié en augmentant et développant les opportunités lui permettant de réussir professionnellement ». Leur stratégie est d'élaborer des programmes personnalisés pour répondre aux besoins des salariés en leur proposant un large panel d'offres.

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 sont plus fluctuants dans ces métiers. Cependant, Activision Blizzard, UMG et GVT consacrent une part importante aux e-formations dans leurs plans de formations respectifs.

La durée moyenne d'heures de formation pour le groupe Vivendi est en forte augmentation en 2010. Ceci est dû notamment à l'entrée dans le périmètre de GVT, qui, en 2010, a fait bénéficier ses salariés de formations importantes (49,8 heures de formation par salarié formé). Pour le groupe Vivendi, la moyenne est de 35,8 heures en 2010, contre 27,7 en 2009 et de 28,5 en 2008. La moyenne pour les trois derniers exercices chez SFR s'établit à 32,9 heures. Chez Groupe Maroc Telecom et dans ses filiales, elle a augmenté en 2010 pour atteindre 39,2 heures contre 34,2 en 2009, et 34 en 2008. Chez Groupe Canal+, la moyenne d'heures par salarié est de 29,2 en 2010, de 28,7 en 2009 et de 32 en 2008.

## Section 8 Formation et développement

### 8.3. Heures de formation par salarié formé en France et dans les DOM-TOM

Le niveau d'heures de formation en France et dans les DOM-TOM reste soutenu en 2010 avec 30,1 heures de formation par salarié formé, contre 30,6 en 2009 et 33,7 en 2008.

A la différence d'autres pays du monde, la législation française est très favorable à la formation continue des salariés. Ainsi, le nombre d'heures de formation par salarié en France est considérable, avec une moyenne de 30,1 heures pour les filiales du groupe Vivendi en France en 2010, notamment 31,4 chez SFR et 29,9 chez Groupe Canal+. Selon les dernières statistiques disponibles, le nombre moyen d'heures de formation par salarié formé en France est de 13,4<sup>1</sup>.

(en heures)	2010	2009	2008
Activision Blizzard France	16,7	na	(a) 23,0
Universal Music France	19,8	16,7	18,3
SFR	31,4	31,3	36,1
Groupe Canal+	29,9	30,3	33,0
Siège	17,5	23,1	20,8
Autres	17,0	17,3	(b) 25,7
<b>Durée Moyenne</b>	<b>30,1</b>	<b>30,6</b>	<b>33,7</b>

na: non applicable.

(a) Ces chiffres correspondent aux formations nécessaires à la mise en place de programmes spécifiques pour le jeu *Wrath of the Lich King* en 2008.

(b) Formations chez Vivendi Mobile Entertainment.

### 8.4. Finalité de la formation

Conformément à l'obligation d'information imposée par la loi n°2004-391 du 4 mai 2004 relative à la formation professionnelle tout au long de la vie et au dialogue social, les finalités de la formation professionnelle par salarié formé ont été restituées sous forme de pourcentage. A partir de l'exercice 2010, les rubriques : « évolution du poste de travail » et « développement des compétences » ont été réunies à la demande du législateur sous le titre « développement des compétences ». La définition reste la même et doit se comprendre par opposition à la notion d'adaptation. Les informations dans le tableau ci-après ont été retraitées en conséquence.

Les formations d'adaptation au poste de travail sont définies comme des formations qui ont pour objectif d'adapter les compétences professionnelles du salarié au poste de travail actuel. Elles sont faites pour ajuster une connaissance précise à une pratique appropriée et sont liées directement au poste de travail occupé par le salarié.

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 le développement de l'employabilité de la personne et l'élargissement des compétences des salariés à des domaines connexes, non directement liés au poste de travail occupé. Elles répondent à une logique d'amélioration des potentialités du salarié et peuvent être utilisées dans plusieurs secteurs d'activités.

Dans ce calcul, un salarié ayant suivi plusieurs formations est compté autant de fois. Le périmètre couvert par cet indicateur inclut les sociétés françaises, marocaines et brésiliennes du groupe, ainsi que la société Sedaci, une société de Groupe Canal+ implantée en Côte d'Ivoire, et la société sénégalaise Canal+ Horizon.

1. [http://www.travail-emploi-sante.gouv.fr/IMG/pdf/jaune2011\\_formation\\_professionnelle-3.pdf](http://www.travail-emploi-sante.gouv.fr/IMG/pdf/jaune2011_formation_professionnelle-3.pdf), Loi de Finances, Formation professionnelle, Les Financiers de la Formation professionnelle en 2009, p. 55.

## Section 8 Formation et développement

En pourcentage	Adaptation au poste de travail			Développement des compétences		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008
Activision Blizzard France	55	na	92	45	na	8
Universal Music France	93	66	72	7	34	28
SFR	50	97	89	50	3	11
Groupe Maroc Telecom	91	61	60	9	39	40
GVT	100	–	–	–	–	–
Groupe Canal+	71	63	58	29	37	(a) 42
Siège	18	(b) 63	34	82	37	(c) 66
Autres	90	73	100	10	27	–
<b>Moyenne</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>73</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>26</b>

na: non applicable.

(a) Ce chiffre représente un nombre non négligeable de demandes de Droit individuel à la formation (DIF) et un grand nombre de formations non directement liées aux métiers.

(b) A la différence des deux années précédentes, l'offre de formation au siège en 2009 était centrée sur l'évolution de l'emploi.

(c) Le programme « Comment construire son projet professionnel » a été mis en place au siège en 2008.

## Section 9 Intéressement et participation

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

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Intéressement	54,8	(a) 56,3	(a) 49,1
Participation (b)	65,1	43,3	50,2

(a) Les chiffres ont été retraités pour isoler les sommes versées en France.

(b) Les chiffres relatifs à la réserve spéciale de participation concernent uniquement la France.

## Section 10 Relations professionnelles et bilan des accords collectifs

Les accords et les avenants signés en 2010 sont liés aux thèmes principaux suivants : rémunérations (61 %), santé et sécurité (12 %), dialogue social (8 %), restructurations (4 %) et autres thèmes (15 %).

Pour cet indicateur, chaque accord ou avenant signé compte pour un. En conformité avec l'organisation des entreprises françaises, les accords signés au sein des UES (SFR, Groupe Canal+) sont comptés une seule fois. En revanche, chez GVT et UMG, métiers implantés dans des pays où cette forme juridique est inconnue, chaque accord signé compte pour un.

Pour cette raison, la majorité des accords (57 %) ont été signés chez UMG et GVT en 2010, soit respectivement 30 et 22 accords. Par ailleurs, un peu moins de la moitié des accords ont été signés dans les filiales françaises du groupe Vivendi, soit en 2010 (35 sur 91), en 2009 (37 sur 74) et en 2008 (50 sur 89).

Des élections ayant eu lieu en 2010, des protocoles d'accords préélectorales ont été signés chez Groupe Canal+ et au siège.

A la suite du rapprochement de différentes entités (Neuf Assistance, Neuf Center...), SFR a signé de nombreux accords visant à harmoniser les régimes de frais de santé, de prévoyance, d'emplois et de classification.

Parmi les autres accords recensés en 2010 figurent des thèmes tels que la gestion des carrières et des compétences (SFR) ; l'accord sur l'emploi des travailleurs handicapés (UES Canal+), l'accord d'établissement dans le domaine de la santé et la sécurité (Sotelma au Mali, filiale de Groupe Maroc Telecom), l'égalité professionnelle hommes-femmes (UES Canal+), l'organisation, l'aménagement et la réduction du temps de travail (Neuf Assistance, Neuf Center), la prévoyance (Groupe Canal+ et siège) et des accords d'intéressement (SFR et Groupe Canal+).



## Section 11 Conditions d'hygiène et de sécurité

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

Vivendi a mis en place des commissions ou des organismes dont font partie des professionnels et des représentants du personnel dédiés à l'étude des problèmes de santé, d'hygiène ou de sécurité au travail, en stricte conformité avec la législation locale de chaque pays où le groupe est implanté. Cet indicateur recense le nombre de ces comités.

L'évolution du nombre d'instances s'explique par des variations du périmètre du reporting social au cours des trois derniers exercices, notamment l'entrée de GVT en 2010 où les comités d'hygiène et de sécurité sont établis dans chaque établissement. Au total, GVT compte 12 instances dédiées à l'hygiène et à la sécurité.

Chez SFR, le nombre et le périmètre des Comités d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT) ont été revus à la suite des élections professionnelles de juin 2009 ; un CHSCT a été supprimé en 2010. De nouveaux comités ont été mis en place cette année à Multi TV Afrique chez Groupe Canal+, chez Sotelma au Mali au sein de Groupe Maroc Telecom et à la holding d'UMG au Royaume-Uni.

En mai 2010, un questionnaire a été distribué aux salariés de l'UES SFR sur les risques psychosociaux avec des questions portant notamment sur la démarche globale de prévention des risques partagée par les CHSCT, les organisations syndicales et la Direction. La restitution et le bilan ont été présentés aux CHSCT au quatrième trimestre 2010. Des actions de formation spécifiques sur les risques psychosociaux ont été menées auprès des équipes RH d'une part et quelques 1 200 managers d'autre part.

Des cellules d'écoute active sont à la disposition de l'ensemble des collaborateurs dans plusieurs sociétés du groupe pour répondre au besoin d'écoute et d'attention de chacun. Ce service, dont l'équipe spécialisée est indépendante de l'entreprise, est accessible de manière totalement anonyme, confidentielle et gratuite, et s'inscrit dans la politique d'innovation sociale.

Universal Music France continue de mettre à disposition les équipements de protection individuels nécessaires et appropriés, en vue de préserver la santé et la sécurité des travailleurs. La société respecte rigoureusement les obligations de prévention et de protection de la santé/sécurité au travail, notamment au travers de contrôles périodiques sur l'ensemble de ses installations. Faisant suite aux modifications législatives sur la protection de l'environnement, Universal Music France a sollicité l'organisme de contrôle Bureau Veritas afin d'effectuer des contrôles concernant les prélèvements et analyses destinés à la consommation humaine, et la société Energie Foudre afin d'étudier la remise en conformité des installations permettant de protéger le site contre les risques directs et indirects liés à la foudre. Comme annoncé en 2009, les consignes d'exploitation ont été formalisées par écrit en 2010.

Les objectifs poursuivis par les organismes compétents du groupe sont notamment :

- 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	2010	2009	2008
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>70</b>	<b>71</b>

### 11.2. Nombre de salariés formés à la sécurité

Nombre de salariés formés à la sécurité	2010	2009	2008
<b>Total</b>	<b>6 037</b>	<b>4 103</b>	<b>3 367</b>

Le nombre de salariés formés à la sécurité continue à croître, notamment grâce à l'entrée dans le périmètre de GVT dont 1 423 salariés ont été formés en 2010. Au Maroc, tout nouveau salarié de Groupe Maroc Telecom reçoit une formation sécurité dès sa première journée dans l'entreprise. Au cours du séminaire d'intégration, il est sensibilisé aux aspects importants de la sécurité au travail et de la confidentialité de l'information. En effet, évoluant dans un environnement fortement concurrentiel, chaque salarié du groupe doit connaître les règles de sécurité à adopter au quotidien pour protéger les biens matériels de l'entreprise et les données et informations auxquelles il a accès. Outre une formation sur l'éthique et la qualité, les nouveaux embauchés reçoivent une formation sur les aspects de confidentialité de l'information et sont initiés aux gestes de sécurité à mettre en œuvre dans l'exercice de leurs fonctions. Groupe Maroc Telecom a également proposé des séminaires à ses salariés sur l'importance de la sécurité de l'environnement.

## Section 11 Conditions d'hygiène et de sécurité

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

Le taux de fréquence des accidents de travail a augmenté en 2010 sans toutefois atteindre celui de 2008. Cette augmentation est due, en partie, à des modifications de périmètre. Dans les petites structures, un faible écart en données absolues peut entraîner une variation considérable en valeurs relatives : à titre d'exemple, le taux de fréquence des « Autres » représente un seul accident de travail avec un arrêt d'une semaine.

Le taux d'accidents de travail est historiquement faible chez Vivendi. Il est plus élevé dans les métiers de terrain (SFR, Groupe Maroc Telecom et Groupe Canal+) où des programmes de prévention spécifiques existants ont été renforcés. Ces efforts sont notamment visibles chez Groupe Maroc Telecom où la baisse a été importante en 2010.

Taux de fréquence des accidents de travail (avec arrêt)	2010	2009	2008
Activision Blizzard France	(a) 5,25	(c) 5,56	0,88*
Universal Music Group	1,37	1,06	2,44*
SFR	3,26	(b) 1,90	3,17*
Groupe Maroc Telecom	2,71	3,07*	3,49*
Groupe Canal+	3,12	3,29*	3,63*
GVT	1,95	–	–
Corporate	2,29	2,25*	2,29*
Autres	4,16	–	–
<b>Moyenne</b>	<b>2,58</b>	<b>2,03*</b>	<b>3,14*</b>

(a) Cinq accidents ont entraîné exceptionnellement 54 jours d'arrêt au total chez Activision Blizzard France, à comparer aux six accidents de travail correspondant à 77 jours d'arrêt en 2009 et un accident de travail avec cinq jours d'arrêt en 2008.

(b) SFR ne disposait pas de la totalité des données compte-tenu du rapprochement récent avec la société Neuf Cegetel.

(c) Retraité pour correspondre au périmètre constant.

\* La notion d'effectif à fin d'année a été utilisée.

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

### 11.4. Taux de gravité des accidents de travail (avec arrêt)

Le taux de gravité des accidents de travail (avec arrêt) a légèrement augmenté en 2010 après une baisse en 2009. Il reste néanmoins en-dessous du niveau de l'exercice 2008. Dans les petites structures, un faible écart en données absolues peut entraîner une variation considérable en valeurs relatives. Aucun accident de travail mortel n'est à déplorer dans le groupe au cours des trois derniers exercices.

Taux de gravité des accidents de travail (avec arrêt)	2010	2009	2008
Activision Blizzard France	0,06	(a) 0,07	–
Universal Music Group	0,01	0,01	0,02
SFR	0,10	0,08	0,08
Groupe Maroc Telecom	0,15	0,15	0,20
GVT	0,07	–	–
Groupe Canal+	0,06	0,05	0,05
Corporate	0,01	0,01	0,02
Autres	0,03	–	–
<b>Moyenne</b>	<b>0,09</b>	<b>0,08</b>	<b>0,11</b>

(a) Retraité pour correspondre au périmètre constant.

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

## Section 12 Temps de travail

### 12.1. 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 entre 35 heures en Europe, notamment en France, mais aussi au Japon, au Canada et aux Etats-Unis, et 48 heures dans certains pays d'Amérique Centrale et d'Amérique du Sud. En France et dans les DOM-TOM, le groupe 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.

(en heures)	Durée du travail hebdomadaire			Durée du travail annuelle		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008
<b>Moyenne</b>	<b>(a) 37,6</b>	<b>36,3</b>	<b>37,3</b>	<b>1 728</b>	<b>1 662</b>	<b>1 705</b>

(a) Cet accroissement est notamment dû à l'entrée de GVT dans le périmètre du groupe.

### 12.2. Temps de travail des salariés à temps partiel

La durée du temps de travail des salariés à temps partiel reste assez stable dans le groupe, passant à 28,3 heures en 2010, contre 29,7 en 2009 et 29,1 en 2008. La durée hebdomadaire peut varier de 10 heures en Pologne à 35 heures en Afrique du Sud.

(en heures)	Durée du travail hebdomadaire			Durée du travail annuelle		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008
<b>Moyenne</b>	<b>28,3</b>	<b>29,7</b>	<b>29,1</b>	<b>1 299</b>	<b>1 356</b>	<b>1 324</b>

### 12.3. Heures supplémentaires

#### 12.3.1. Heures supplémentaires en France

Les heures supplémentaires en France correspondent aux heures travaillées au-delà du nombre d'heures contractuel donnant lieu à une majoration de salaire. Elles sont de 20 645 heures en 2010, contre 30 866 en 2009 et 39 349 en 2008.

#### 12.3.2. Heures supplémentaires à l'international

Les heures supplémentaires à l'international correspondent aux heures travaillées au-delà du nombre d'heures contractuel. Leur utilisation est fortement liée à la culture locale, notamment aux Etats-Unis, en Afrique et en Amérique du Sud. En fonction des besoins de chaque société et de l'évolution de la législation locale, elles peuvent varier considérablement d'une année à l'autre. Elles sont de 1,46 millions d'heures en 2010, contre 0,52 millions en 2009 et 0,50 millions en 2008. L'augmentation en 2010 s'explique par un grand nombre d'heures supplémentaires effectuées par les équipes opérationnelles de GVT.

### 12.4. 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 réduction du temps de travail (RTT). La loi sur les 35 heures est en vigueur dans les sociétés du groupe en France. Les suspensions de contrat ne sont pas comptabilisées dans les tableaux ci-dessous ; en revanche, la totalité des jours d'absence pour raisons médicales, y compris les maladies de longue durée, est comptée.

La moyenne d'âge étant moins élevée chez SFR, Groupe Canal+ et VME (rubrique « Autres »), on y constate davantage d'absences pour motifs familiaux (congés de maternité, de paternité et d'adoption).

## Section 12 Temps de travail

### 12.4.1. Absentéisme dans le groupe

Les tableaux ci-dessous présentent les jours d'absences par motif : maladie, raisons familiales, accidents de travail, y compris accidents de trajet dans les pays où ce concept est reconnu. Dans le groupe Vivendi, les absences pour raisons familiales, accidents et autres raisons sont en légère croissance en 2010.

La catégorie absences « pour autres raisons » reflète les différences de culture au sein du groupe et couvre notamment les absences pour convenance personnelle, les congés sans solde, les absences non rémunérées, les mises à pied disciplinaires, les absences non autorisées (payées ou non), les absences injustifiées, les absences pour enfant malade ou pour événement familial (hors congés de maternité, de paternité et d'adoption), les préavis non effectués payés, ainsi que les absences pour deuil (*compassionate leave*), pour participation obligatoire à des jurys, pour pèlerinage, pour formation de réserviste militaire ou examen. Le nombre d'absences pour « autres raisons » au sein du groupe s'articule également autour des événements politiques, culturels et économiques de l'année dans les pays où Vivendi est implanté.

	Pour maladie			Pour raisons familiales			Pour accident			Pour autres raisons		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008
<b>Moyenne</b>	<b>3,99</b>	<b>3,86</b>	<b>3,72</b>	<b>2,10</b>	<b>1,83</b>	<b>2,36</b>	<b>0,26</b>	<b>0,25</b>	<b>0,28</b>	<b>(a) 0,90</b>	<b>0,46</b>	<b>0,51</b>

(a) Majoritairement en Amérique du sud.

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

### 12.4.2. Absentéisme dans le groupe en France

Dans les petites structures, un faible écart en données absolues peut entraîner une variation considérable en valeurs relatives.

	Pour maladie			Pour raisons familiales			Pour accident			Pour autres raisons		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008
Activision Blizzard France	<b>(a)</b> 9,19	7,46	4,68	<b>(b)</b> 1,40	0,18	1,10	0,19	0,12	0,04	1,17	1,47	-
Universal Music France	3,95	4,32	4,35	1,92	1,68	2,56	0,36	0,37	0,27	2,38	<b>(c)</b> 4,82	<b>(c)</b> 3,61
SFR	7,21	7,06	6,86	2,65	2,86	3,84	0,35	0,26	0,34	0,72	0,49	0,53
Maroc Telecom	-	-	<b>(g)</b> 4,06	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Groupe Canal+	6,76	7,21	7,39	3,77	3,74	4,90	0,30	0,32	0,25	0,16	0,21	0,24
Siège	3,74	4,00	3,68	1,22	2,63	4,46	0,01	0,09	0,12	-	-	-
Autres	<b>(d)</b> 10,18	<b>(e)</b> 5,51	2,63	3,51	2,18	3,28	2,11	<b>(f)</b> 2,15	0,22	0,81	0,48	-
<b>Moyenne</b>	<b>6,99</b>	<b>6,92</b>	<b>6,68</b>	<b>2,83</b>	<b>2,89</b>	<b>3,91</b>	<b>0,34</b>	<b>0,29</b>	<b>0,30</b>	<b>0,68</b>	<b>0,68</b>	<b>0,60</b>

(a) Arrêts longs répétés (au delà de 3 mois) de 10 salariés et un arrêt de plus de 11 mois.

(b) Augmentation importante de naissances en 2010.

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

(d) Arrêts répétés et une maladie longue durée (9 mois).

(e) Un arrêt maladie de longue durée.

(f) Suite à un accident de trajet, un salarié a été absent toute l'année 2009.

(g) Mobisud France (11 salariés) était consolidée en 2008 chez Maroc Telecom.

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

## Section 13 Impact territorial et régional

### 13.1. 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.

En 2010, Vivendi a noué des relations, créé des partenariats ou participé à des projets avec 3 981 institutions, individus ou associations dans divers secteurs de l'économie locale ou régionale où il est implanté. Ce nombre était de 4 333 en 2009 et de 3 558 en 2008. 88 % des programmes et des projets dans lesquels Vivendi s'est impliqué sont liés aux projets éducatifs, contre 95 % en 2009 et 97 % en 2008.

(en pourcentage)	Activision Blizzard France			UMG			SFR			Groupe Maroc Telecom			GVT			Groupe Canal+			Corporate			Autres			Total		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008
Insertion	-	-	-	8	2	18	14	11	9	46	2	1	2	-	-	5	3	3	-	1	6	3	2	2	78	21	39
Enseignement*	-	-	-	1 083	1 039	830	791	880	1 052	(a) 275	1 199	716	404	-	-	(a) 878	904	819	41	48	40	35	28	17	3 507	4 098	3 474
Environnement	-	-	-	-	-	1	14	7	9	4	2	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	20	9	11
Consommateurs	-	-	-	1	-	-	21	15	15	1	2	-	-	-	-	-	11	9	-	-	-	-	-	-	23	28	24
Riverains / Solidarité	-	1	1	3	1	1	(b) 322	171	5	-	-	-	4	-	-	-	-	-	24	4	3	-	-	-	353	177	10
<b>Total</b>	-	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1 095</b>	<b>1 042</b>	<b>850</b>	<b>1 162</b>	<b>1 084</b>	<b>1 090</b>	<b>326</b>	<b>1 205</b>	<b>718</b>	<b>411</b>	-	-	<b>883</b>	<b>918</b>	<b>831</b>	<b>66</b>	<b>53</b>	<b>49</b>	<b>38</b>	<b>30</b>	<b>19</b>	<b>3 981</b>	<b>4 333</b>	<b>3 558</b>

\* Les stagiaires sont comptabilisés dans la rubrique « Enseignement ».

(a) En 2010, Vivendi ayant privilégié les contrats d'apprentissage et de professionnalisation, le nombre total de stagiaires est en repli. Groupe Maroc Telecom a réduit le nombre de stages et enrichi les contenus des missions proposées.

(b) Chez SFR, chaque réunion avec les populations riveraines sur les problématiques de radiofréquences et santé sous la rubrique « Riverains/Solidarité » dans le tableau ci-dessus, compte pour un projet ou une relation entretenue par la société. SFR affiche une volonté de transparence et de pédagogie dans le projet d'accompagnement et de déploiement des antennes relais.

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

#### 13.2.1. 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 revitalisation industrielle et à la création d'emplois non liés à l'activité du groupe Vivendi dans des bassins d'emplois choisis par le ou les Ministère(s) en charge de l'économie, des finances, de l'industrie et de l'emploi. L'objectif fixé était de parvenir à 1 000 créations d'emplois en trois ans et 1 500 en cinq ans (2005/2009). Cet objectif a été revu à la hausse à deux reprises pour atteindre 2 800 créations d'emplois. Vivendi s'est engagé, avec l'aide de consultants spécialisés, à l'apport de conseil et de soutien financier à des projets viables de création ou de développement d'entreprises, à hauteur de cinq millions d'euros par an pendant cinq ans, soit pour un montant total de 25 millions d'euros.

Au premier trimestre 2009, Vivendi a pris de nouveaux engagements auprès de l'Etat en matière de contribution au développement de l'emploi, pour une période de trois ans (2010 à 2012).

Outre le maintien de l'engagement antérieur concernant les centres d'appels, Vivendi s'est engagé à créer 1 800 nouveaux emplois en trois ans dans la suite des emplois créés et à consacrer cinq à six millions d'euros par an à la réalisation de cet objectif.

Au titre de ce nouvel engagement, trois nouvelles missions ont été désignées à Vivendi par le Ministère de l'économie et le Ministère de l'industrie à l'automne 2009 : Châtelleraut, Montluçon et l'Oise. Trois autres missions lui ont été attribuées à l'été 2010 : Ploërmel, Calais et Vendôme.

#### 13.2.2. Résultats

##### Centres d'appels

Fin 2010, 899 emplois ont été créés sur les deux centres d'appels :

- 478 emplois à Belfort, centre géré par Téléperformance, équivalents à 448 temps plein,
- 421 emplois à Douai, centre géré par Duacom, équivalents à 404 temps plein,

Soit au total 852 emplois en équivalent temps plein.

## Section 13 Impact territorial et régional

Les engagements ont été non seulement tenus mais dépassés quantitativement et réalisés plus vite que prévu. Le pourcentage de femmes recrutées dépasse les 70 %. Le centre de Douai (Duacom) a obtenu le label de responsabilité sociale en raison de son action en faveur de l'insertion des travailleurs handicapés. Enfin, Téléperformance et Duacom développent l'activité des centres en contractant avec des clients nouveaux.

### Bassins d'emploi

#### Les emplois

Au 31 décembre 2010, les emplois validés en comité d'engagement s'élèvent à 5 243 et les créations réelles d'emplois à 4 084, soit 78 % des emplois validés.

Les missions sur les premiers bassins d'emplois ont démarré en mars 2005 ; la dernière mission a débuté en mars 2008. Chaque mission a une durée opérationnelle d'au moins trois ans. En conséquence, le bilan à fin 2010 de la convention quinquennale (2005/2009) est encore provisoire. Fin 2010, Vivendi a dépassé de 87 % en emplois validés et de 46 % en emplois déjà créés son engagement global sur l'ensemble des bassins d'emplois, alors même que la phase active des missions (prospection et validation des dossiers) vient seulement de s'achever dans cinq territoires et se poursuivra en 2011 dans l'un des onze bassins (Haut-Jura). Le détail est le suivant :

Bilan provisoire des engagements 2005/2009 :

Début de mission	Bassins	Emplois validés (a)	Emplois créés
Mars 2005	Sarrebouurg	363	335
	Arles	555	773
	Oise	570	519
Février 2006	Dreux	553	428
	Chalon	433	279
	Pas-de-Calais	517	355
	Somme	819	490
Février 2007	Thann-Cernay	478	372
	Tonnerrois	257	200
Juin 2007	Autun Château-Chinon	312	122
Mars 2008	Haut Jura	386	211
<b>Total</b>		<b>5 243</b>	<b>4 084</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 (DIRECCTE, DDFIP, et DREAL), le représentant de la Banque de France, les comités de développement économique locaux, la CCI et la Chambre des métiers. Les dossiers sont instruits et présentés par la société de revitalisation choisie par Vivendi.

Plusieurs missions ont fait l'objet de prolongation de leur phase opérationnelle, au-delà des trois ans, en accord avec les pouvoirs publics et à leur demande, au long de l'année 2010 : Abbeville et Montdidier (Somme), Thann-Cernay (Haut-Rhin), Pas-de-Calais (prolongation centrée sur le bassin de Calais) ainsi que le Tonnerrois (Yonne). Par ailleurs, dans tous les bassins, à l'issue de la phase opérationnelle, 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.

Sur les bassins les plus anciens, les créations réelles d'emplois dépassent les objectifs de 157 % à Arles, de 73 % dans l'Oise, de 71 % à Dreux et de 34 % à Sarrebouurg.

Les objectifs de créations d'emplois ont également été largement dépassés dans plusieurs bassins plus récents : de 96 % dans la Somme, de 50 % à Thann-Cernay, de 42 % dans le Pas-de-Calais et de 12 % à Chalon-sur-Saône. La mission Tonnerrois, elle aussi, a atteint ses objectifs de créations effectives d'emplois. Sur le bassin d'Autun-Château-Chinon, les créations d'emplois programmées dépassent de 25 % l'objectif, mais les créations effectives sont, pour l'instant, en-deçà de l'objectif. Ces emplois devraient se concrétiser en 2011.

#### 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 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.

Plus de 85 % des projets validés sont portés par des entrepreneurs originaires des territoires considérés. Dreux fait exception puisque 60 % des projets proviennent d'entreprises non implantées sur le bassin.

## Section 13 Impact territorial et régional

### Le financement

A la fin de 2010, sur l'ensemble des onze bassins d'emplois, 28,74 millions d'euros ont été consacrés par Vivendi à la création d'emplois depuis 2005 au titre des premiers engagements quinquennaux. Les prêts participatifs et les subventions aux entreprises représentent environ 70 % du total, les 30 % restant étant destinés aux honoraires des sociétés de revitalisation industrielle.

### Nouveaux engagements (2010/2012)

Les premiers bassins d'emplois au titre de cette nouvelle initiative ont été désignés à Vivendi par le Ministère de l'économie et le Ministère de l'industrie, fin 2009. Il s'agit de Châtelleraut (Vienne), Montluçon (Allier) et d'une nouvelle mission dans l'Oise, avec priorité au Beauvaisis.

La mission sur Châtelleraut revêt un caractère particulier puisque l'Etat a demandé à Vivendi de mutualiser sa propre action de revitalisation avec cinq conventions conclues avec des entreprises présentes sur le bassin qui avaient été contraintes de réduire leurs effectifs par voie de PSE. 452 emplois ont été validés à Châtelleraut. Au 31 décembre 2010, 96 d'entre eux ont déjà été créés.

La nouvelle mission Oise a bien démarré : en seulement neuf mois, sur 531 emplois déjà programmés, 65 ont été effectivement créés au 31 décembre 2010. Sur le bassin de Montluçon, la création de 65 emplois a été programmée en 2010. Au total, un programme de 1 048 créations d'emplois a été validé en 2010 sur ces trois bassins.

A l'été 2010, trois nouveaux bassins ont été désignés par les pouvoirs publics : Ploërmel (Morbihan), Vendôme (Loir-et-Cher) et une nouvelle mission à Calais. Ces trois missions ont effectivement démarré au quatrième trimestre 2010.

En 2010, Vivendi a consacré un total de 5,02 millions d'euros au titre du financement de ces nouveaux engagements.

## Section 14 Œuvres 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 leurs familles (par exemple, la subvention au Comité d'entreprise dans les sociétés de plus de 50 salariés). Cette notion, propre aux institutions françaises, 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)	2010	2009	2008
<b>Total</b>	<b>10,86</b>	<b>11,77</b>	<b>10,22</b>

Le périmètre couvert par cet indicateur comprend les sociétés françaises, Groupe Maroc Telecom ainsi que la société Sedaci, une société de Groupe Canal+ implantée en Côte d'Ivoire, et la société sénégalaise, Canal+ Horizon.

## Section 15 Sous-traitance

La sous-traitance est une notion difficile à cerner qui regroupe les prestataires de service, les consultants et les activités externalisées. La définition légale française est complétée 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. Les chiffres sont donnés à titre indicatif et les variations constatées témoignent du manque de stabilité de cet indicateur.

Vivendi est moins concerné par la sous-traitance que les entreprises à forte population de travailleurs manuels. De plus, la présence du groupe dans les pays en voie de développement est limitée.

Afin de sensibiliser les sous-traitants au respect des conventions de l'Organisation internationale du travail, SFR continue son harmonisation des clauses RSE (Responsabilité sociétale des entreprises) dans leurs contrats. Parallèlement, un programme d'évaluations dans le cadre du QRF (Qualité relation fournisseur) se poursuit auprès des sous-traitants. En 2010, une centaine de fournisseurs de SFR a été évaluée au regard du respect des engagements du développement durable de l'entreprise.



## Section 15 Sous-traitance

Dans cette rubrique, figure le nombre de missions de sous-traitance effectuées dans le groupe pour une durée minimum d'une semaine. Elles ont été de 7 516 en 2010, contre 7 240 en 2009 et 5 904 en 2008.

Nombre de missions effectuées par des sous-traitants	2010	2009	2008
<b>Total</b>	<b>7 516</b>	<b>7 240</b>	<b>5 904</b>

## Section 16 Main-d'œuvre extérieure à la société (intérimaires)

Un travailleur intérimaire est défini comme une personne mise à la disposition provisoire, par des sociétés dédiées, pour l'exécution d'une tâche précise et temporaire (non durable), dénommée « mission ». Une personne ayant effectué plusieurs missions est comptée autant de fois que de missions réalisées. L'utilisation de travailleurs intérimaires est en repli de 25 % entre 2008 et 2010 dans le groupe Vivendi. Chez SFR, ce nombre était de 1 243 en 2010, contre 1 431 en 2009 et 1 921 en 2008, soit une baisse de 35 % sur les trois exercices. Chez Groupe Canal+, la baisse est également sensible : il est passé de 913 en 2008 à 732 en 2010, soit un repli de 20 %. En 2010, les travailleurs intérimaires ont été engagés principalement en France et dans les DOM-TOM pour 72 %, aux Etats-Unis pour 10 % et au Brésil pour 7 %.

Nombre de missions d'intérim	2010	2009	2008
<b>Total</b>	<b>2 882</b>	<b>3 240</b>	<b>3 841</b>

## Section 17 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 et de leur donner un outil de référence en fixant des repères susceptibles de les aider à déterminer leur ligne de conduite au sein de l'entreprise.

Ces règles sont déclinées en aval par chaque entité opérationnelle, sur l'ensemble des territoires où le groupe est présent, afin d'intégrer les spécificités des activités des filiales et les particularités des législations locales. Aujourd'hui, la plupart des entités a mis en place un code d'éthique adapté à ses activités.

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

Au début de chaque année, les filiales font parvenir à Vivendi un rapport sur les actions menées l'année précédente. Celui-ci est soumis par le Secrétaire général au Comité d'audit qui le valide et le présente au Conseil de surveillance. Il est ensuite envoyé aux responsables des différentes entités avec d'éventuelles observations.

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



<b>1. Engagements environnementaux</b>	<b>27</b>
<b>2. Informations environnementales</b>	<b>27</b>
<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 – Reporting environnemental</b>	<b>27</b>
2.1.1. Eaux usées	27
2.1.2. Rejets dans l’air	27
2.1.3. Déchets	28
2.1.4. Nuisances olfactives et sonores	28
2.1.5. Reporting environnemental	28
<b>2.2. Mesures prises pour limiter les atteintes à l’équilibre biologique, aux milieux naturels et aux espèces animales et végétales protégées</b>	<b>29</b>
<b>2.3. Démarches aux fins d’évaluation ou de certification en matière d’environnement</b>	<b>30</b>
<b>2.4. Mesures prises pour assurer la conformité des activités aux dispositions législatives et réglementaires applicables</b>	<b>31</b>
<b>2.5. Dépenses engagées pour prévenir les conséquences de l’activité du groupe sur l’environnement</b>	<b>31</b>
<b>2.6. Montant des provisions, garanties et pénalités en matière d’environnement</b>	<b>31</b>
<b>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</b>	<b>31</b>





**Politique environnementale**

## 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 confirmé, en 2010, la mise en œuvre des 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 il est présent,
- programmes visant à associer ses principaux fournisseurs aux efforts du groupe pour mesurer et réduire l'impact de leurs activités sur l'environnement,
- programmes internes de formation destinés à renforcer la connaissance technique et l'expertise des salariés du groupe en matière d'environnement ainsi que 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,
- publication d'un Rapport d'activité et de développement durable pour présenter 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

Vivendi s'est 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 qui leur sont associés,
- 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 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.

Depuis 2008, Vivendi est signataire du Pacte mondial des Nations unies. Ce Pacte 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

Vivendi est au cœur des univers des contenus, des plateformes et des réseaux interactifs. Il opère principalement dans le secteur de la communication et du divertissement, et ses activités n'incluent ni fabrication manufacturière ni d'autres formes d'activités très consommatrices en ressources naturelles. Elles n'ont donc pas d'impacts directs majeurs sur l'environnement. Tous les ans, le groupe participe à plusieurs enquêtes et questionnaires indépendants concernant ses programmes environnementaux et les impacts de ses activités, notamment le *Carbon Disclosure Project*. Les informations relatives à l'impact des métiers de Vivendi sur l'environnement sont données ci-dessous en fonction des activités et de leurs effets, conformément à la loi sur les Nouvelles régulations économiques (loi NRE).

### 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 – Reporting environnemental

Les activités de Vivendi n'entraînent que peu de rejets dans l'air et dans l'eau ayant un impact direct sur l'environnement. La plupart des déchets produits par les activités du groupe sont similaires aux déchets produits par des services administratifs et des ménages. Les rares déchets produits par le groupe, qui posent des problèmes environnementaux spécifiques, sont gérés dans le strict respect des exigences de la réglementation en vigueur.

#### 2.1.1. Eaux usées

D'une façon générale, 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. Elles reçoivent un traitement primaire, secondaire ou tertiaire, conformément à la pratique et à la réglementation en vigueur dans chaque site.

#### 2.1.2. Rejets dans l'air

Les émissions directes dans l'air provenant des diverses activités de Vivendi sont faibles. La majeure partie des émissions de gaz carbonique et autres gaz à effet de serre provient de l'utilisation de générateurs de secours en cas de panne électrique, de chauffage de sites 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. Les différents systèmes de chauffage, de ventilation et de climatisation exploités par le groupe utilisent des réfrigérants qui sont réglementés par le Protocole de Montréal ou d'autres dispositifs réglementaires destinés à protéger la couche d'ozone et à limiter les conséquences du changement climatique mondial. Vivendi a fait l'inventaire des différents types de réfrigérants que le groupe utilise. Sur la majorité de ses sites, il les a remplacés par des solutions qui sont sans conséquences majeures sur l'environnement. Vivendi suit la publication des réfrigérants réglementés et, au cours de l'année 2010, il a indiqué qu'un total de 1 620 kg de réfrigérants soumis à réglementation ont été libérés dans l'atmosphère. Les activités du groupe ne rejettent aucun niveau mesurable de composés organiques volatils, polluants atmosphériques toxiques ni autres émissions soumises à réglementation ou à des permis spéciaux.

## Section 2 Informations environnementales

Les bureaux du siège de Paris et New York et certaines autres filiales effectuent régulièrement des analyses d'air. Les résultats de ces analyses sont transmis par la Direction au Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT).

### 2.1.3. Déchets

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. Ils sont tous gérés conformément aux réglementations en vigueur et recyclés dans la mesure du possible.

### 2.1.4. Nuisances olfactives et sonores

Les activités de Vivendi ne produisent quasiment aucune nuisance olfactive ou sonore significative. La seule pollution sonore existante est générée 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. Vivendi 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 45 décibels.

### 2.1.5. Reporting environnemental

Conformément aux engagements pris pour mesurer et réduire l'impact de ses activités sur l'environnement, Vivendi continue à identifier, évaluer et mesurer leurs répercussions environnementales. Les données présentées ci-après ont été 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.).

Compte-tenu des mouvements de périmètre intervenus au cours des derniers exercices, le périmètre du reporting environnemental comprend désormais un certain nombre de plus petits sites. De plus, ces dernières années, à la suite de nouvelles opérations, le groupe a étendu le nombre de ses sites et de ses équipements. Fin 2009, Vivendi a acquis GVT, une société de télécommunications brésilienne dont les données environnementales sont indiquées pour 2010.

Avant 2010, les données sur les émissions de dioxyde de carbone des activités du groupe ont été rassemblées en utilisant le Protocole des gaz à effet de serre (*GHG Protocol*) et le Calculateur des gaz à effet de serre (*Greenhouse Gas Protocol*) des Nations unies. Pour les données de 2010, le protocole Bilan carbone de l'ADEME a été employé afin de mieux faire coïncider les données aux exigences prévues dans le cadre de la nouvelle législation française, Grenelle II. En outre, au cours des années précédentes, pour les installations louées qui ne mesuraient pas séparément leur consommation d'électricité, d'eau ou d'autres services aux collectivités, Vivendi estimait ces consommations grâce à une pondération des informations collectées auprès du propriétaire de l'installation par le pourcentage de l'espace occupé pour les besoins de la filiale. A partir des données de 2010, Vivendi estime maintenant la consommation de services de distribution (eau, gaz, etc.) sur ces sites en multipliant la surface occupée pour les besoins de la filiale par un facteur de consommation standard.

En raison des changements dans la méthodologie employée et de ces mouvements de périmètre, les données ne sont pas comparables d'un exercice à l'autre comme indiqué dans les tableaux d'indicateurs.

Pour chaque exercice, les données sont fournies par les services techniques ou environnementaux dédiés à chaque entité opérationnelle du groupe. Elles sont ensuite agrégées et examinées au niveau du siège. Par ailleurs, chaque année, l'un des Commissaires aux comptes de Vivendi revoit (1) le protocole qui détaille la démarche du groupe pour mener sa collecte annuelle de données environnementales ; (2) la consolidation de ces données ; et (3), depuis 2008, une sélection de données qui ont été retenues au niveau de certains sites afin de continuer à garantir la précision et le caractère représentatif des informations ainsi communiquées.

Émissions de dioxyde de carbone/gaz carbonique (CO <sub>2</sub> ) (en milliers de tonnes)	2010	2009	2008
Activision Blizzard (a, b)	19,6	19,1	7,3
Universal Music Group (a, b)	17,3	12,3	13,0
SFR (d)	62,4	58,8	43,7
Groupe Maroc Telecom	182	148,4	135,3
Groupe Canal+ (e)	10,4	8,6	8,7
GVT (f)	4,3	NR	NR
Corporate (g)	0,9	0,7	0,7
<b>Total</b>	<b>296,9</b>	<b>247,9</b>	<b>208,7</b>



## Section 2 Informations environnementales

Consommation d'eau (en milliers de mètres cubes)	2010	2009	2008
Activision Blizzard (a, h)	88,4	55,8	18,6
Universal Music Group (c, h)	103,8	100,9	56,6
SFR (d)	134,0	90,8	68,1
Groupe Maroc Telecom	416,4	328,2	299,6
Groupe Canal+ (e)	57,7	45,7	40,9
GVT (f, i)	50,2	NR	NR
Corporate (g)	13,3	15,5	14,1
<b>Total</b>	<b>863,8</b>	<b>636,9</b>	<b>497,9</b>

Génération de déchets (en tonnes)	2010	2009	2008
Activision Blizzard (a, j)	2 657,0	401,0	410,0
Universal Music Group (c, j)	2 173,0	1 015,0	489,0
SFR (d)	935,0	1 162,0	892,0
Groupe Maroc Telecom	754,0	561,0	98,0
Groupe Canal+ (e)	310,0	552,0	257,0
GVT (f, j)	1 835,0	NR	NR
Corporate (g)	81,0	79,0	61,0
<b>Total</b>	<b>8 745,0</b>	<b>3 770,0</b>	<b>2 207,0</b>

- (a) Les données 2008 sont basées sur 8 sites qui répondent aux critères de reporting, celles de 2009 sur 20 et celles de 2010 sur 29 sites.
- (b) En 2010, pour certains sites dont les consommations ne sont pas mesurées directement, la consommation d'électricité a été estimée sur la base du nombre de mètres carrés correspondant à l'espace occupé.
- (c) Les données 2008 sont basées sur 13 sites qui répondent aux critères de reporting, celles de 2009 sur 15 et celles de 2010 sur 22 sites.
- (d) Les données 2009 et 2010 incluent tous les sites issus de l'acquisition de Neuf Cegetel.
- (e) Les données 2008 et 2009 incluent des activités acquises au cours de l'exercice.
- (f) GVT ayant été acquis fin 2009, aucune donnée n'est disponible pour 2008 et 2009.
- (g) La rubrique « Corporate » correspond au siège de Vivendi et au bureau de New York.
- (h) En 2010, pour certains sites dont les consommations ne sont pas mesurées directement, la consommation d'eau a été estimée sur la base du nombre de mètres carrés correspondant à l'espace occupé.
- (i) De manière générale, la consommation d'eau n'est pas calculée directement. Les données 2010 de consommation d'eau ont été estimées sur la base du nombre de mètres carrés correspondant à l'espace occupé.
- (j) En 2010, pour certains sites où les propriétaires gèrent l'enlèvement des déchets, leur production a été estimée sur la base du nombre de mètres carrés correspondant à l'espace occupé.

### 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 a mis en place des directives pour mieux intégrer ses sites dans le paysage environnant. Les installations du groupe peuvent avoir différents effets sur l'environnement : impacts visuels des bâtiments, des infrastructures et des antennes de téléphonie, nuisances sonores et éclairages nocturnes, et circulation. 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 six ans dans un vaste programme d'intégration paysagère de ses antennes-relais dans l'environnement. À cet effet, la société 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 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 2010, ce sont ainsi plus de 98 % 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. En 2010, la société a signé la charte de développement durable de la Fédération française des télécoms en accord avec le ministère de l'Environnement.

## Section 2 Informations environnementales

Les filiales de Vivendi continuent également leurs travaux visant à réduire les impacts environnementaux de leurs produits. Par exemple, SFR a réduit la consommation énergétique de la nouvelle box Internet neufbox Evolution de près de 40 % et Groupe Canal+ a lancé de nouveaux décodeurs de télévision qui offrent des niveaux comparables de réduction de leur consommation énergétique.

Vivendi incite ses principaux fournisseurs de services et de produits à rejoindre le groupe dans ses efforts pour réduire les impacts environnementaux, notamment :

- en ajoutant des exigences de développement durable dans leurs conditions contractuelles et leurs accords de service et,
- en exigeant de ces fournisseurs qu'ils certifient leur conformité aux directives relatives à la limitation de l'utilisation de certaines substances dangereuses dans les équipements électriques et électroniques (RoHS) et à l'enregistrement, l'évaluation, l'autorisation et la restriction des produits chimiques (REACH) ainsi que leur conformité à des programmes similaires qui restreignent l'emploi de matériaux présentant des impacts environnementaux significatifs sur la formulation et la fabrication de produits.

Ces deux dernières années, Vivendi a nommé des fournisseurs clés pour les inclure dans l'enquête sur la chaîne d'approvisionnement du *Carbon Disclosure Project* afin de mieux comprendre et réduire les impacts environnementaux sur sa chaîne logistique.

Pour conclure, Activision Blizzard et Universal Music Group participent à de nombreux programmes avec leurs clients, notamment *WalMart* et *Best Buy*, afin de réduire les impacts environnementaux des produits qu'elles commercialisent par l'intermédiaire de distributeurs.

### 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 115 évaluations d'établissements ont été effectuées. Environ dix sites sont évalués chaque année. Fin 2010, sur quelque 200 grands sites du groupe, 47 % avaient été évalués dans le cadre de ce programme au cours des cinq années précédentes (55 % en excluant les sites GVT acquis fin 2009).

Le programme d'évaluation est le suivant :

- un questionnaire de pré-évaluation est rempli par l'établissement. Il est suivi d'une visite et d'une inspection du site au cours desquels 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 responsabilité du Secrétaire général et du Directeur de la Communication et du développement durable et sous la supervision directe du Responsable 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, trois à cinq évaluations indépendantes des sites du groupe chaque année. Elles 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 2010, SFR a obtenu la certification ISO 14001 pour tous ses sites mobiles, 12 sites commerciaux, deux centres de données et ses établissements situés sur l'île de la Réunion. L'opérateur poursuit activement la certification des anciens établissements de Neuf Cegetel. Du fait de la certification ISO 14001, SFR s'engage notamment à contrôler sa consommation énergétique par un suivi et une optimisation en temps réel, à installer des équipements plus efficaces du point de vue énergétique et à expérimenter des énergies renouvelables sur ses sites. Par ailleurs, le siège de Vivendi à Paris a obtenu ses certifications ISO 14001 et EMAS. Pour sa part, Activision Blizzard possède une certification ISO 14001 pour les entrepôts et les bureaux de son site de Birmingham (Grande-Bretagne). Plusieurs établissements d'Universal Music Group ont reçu les certifications *EnergyStar®* et *Green Business*.



## 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 2010, le montant consacré à la protection de l'environnement par les différentes activités de Vivendi est estimé à 1,31 million d'euro, contre 1 million d'euros en 2009 et 1,12 million d'euros en 2008. 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 2010, Vivendi a reçu deux notifications mineures d'organismes réglementaires alléguant une absence de conformité aux exigences environnementales, de santé ou de sécurité sur ses différents sites d'exploitation. Ces problèmes ont été rectifiés.

### 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 de onze personnes (une au siège et dix dans les métiers) 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. Elle 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.

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 filiales, il existe 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 ou tout autre problème se rapportant à des questions d'environnement, de santé et de sécurité. 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 environnementale.



Crédit photo : Activision Blizzard, Universal Music Group, SFR, Groupe Maroc Telecom, GVT, Xavier Lahache/Canal+.

Conception : Addison, [www.addison.co.uk](http://www.addison.co.uk)



Imprimé sur les presses de l'Imprimerie Nouvelle, sur papier Cocoon silk 100 % recyclé.

**vivendi**

Société Anonyme à Directoire et Conseil de surveillance  
au capital de 6 805 354 094,00 euros.

**Siège social**

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

**Informations actionnaires individuels**

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

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