

**Données sociales**  
**Politique environnementale**

**2009**

**vivendi**

groupe français leader mondial de la communication



# Sommaire

**1**

**Données sociales**

**2**

**2**

**Politique environnementale**

**20**

# 1

## Données sociales 2009

<b>Effectifs</b>	<b>05</b>		
1.1. Effectif par activités	05		
1.2. Répartition géographique de l'effectif	05		
1.3. Parité hommes-femmes	05		
<b>Entrées</b>	<b>06</b>		
2.1. Entrées dans le groupe	06		
2.2. Embauches en France	06		
2.3. Difficultés de recrutement	06		
<b>Mouvements d'effectifs dus aux changements de périmètre</b>	<b>07</b>		
3.1. Acquisitions	07		
3.2. Cessions	07		
<b>Licenciements dans le monde et leurs motifs</b>	<b>07</b>		
4.1. Informations relatives aux plans de réduction des effectifs et de sauvegarde de l'emploi	07		
4.2. Efforts de reclassement et mesures d'accompagnement	07		
4.3. Réembauches	08		
4.4. Sorties pour autres motifs	08		
<b>Temps de travail</b>	<b>08</b>		
5.1. Temps de travail des salariés à temps plein	08		
5.2. Temps de travail des salariés à temps partiel	08		
5.3. Heures supplémentaires	08		
5.4. Absentéisme	09		
5.4.1. Absentéisme dans le groupe	09		
5.4.2. Absentéisme dans le groupe en France	09		
<b>Frais de personnel</b>	<b>09</b>		
<b>Formation et développement</b>	<b>10</b>		
7.1. Dépenses totales de formation rapportées à la masse salariale	10		
7.2. Durée moyenne de formation (en heures) par salarié formé		10	
7.3. Heures de formation par salarié formé en France		10	
7.4. Finalité de la formation		11	
<b>Intéressement et participation</b>		<b>12</b>	
<b>Relations professionnelles et bilan des accords collectifs</b>		<b>12</b>	
<b>Conditions d'hygiène et de sécurité</b>		<b>12</b>	
10.1. Instances dédiées à l'étude de l'hygiène et de la sécurité		12	
10.2. Nombre de salariés formés à la sécurité		13	
10.3. Taux de fréquence des accidents de travail (avec arrêt)		13	
10.4. Taux de gravité des accidents de travail (avec arrêt)		14	
<b>Egalité professionnelle</b>		<b>14</b>	
11.1. Taux d'emploi des femmes dans le groupe		14	
11.2. Pourcentage de femmes dans le management		15	
11.3. Emploi et insertion des travailleurs handicapés		15	
11.4. Emploi et insertion des jeunes en contrat de professionnalisation		16	
<b>Impact territorial et régional</b>		<b>16</b>	
12.1. Impact territorial et régional		16	
12.2. Contribution au développement de l'emploi		16	
12.2.1. Engagements		16	
12.2.2. Résultats		17	
<b>Oeuvres sociales</b>		<b>18</b>	
<b>Sous-traitance</b>		<b>18</b>	
<b>Main-d'œuvre extérieure à la société (intérimaires)</b>		<b>19</b>	
<b>Programme de Vigilance du groupe</b>		<b>19</b>	



## 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, à l'exception d'Activision Blizzard en 2009.

Une série de contrôles de cohérence automatiques est opérée par l'outil informatique pendant la saisie. D'autres contrôles et une première validation sont effectués par chaque filiale. Des contrôles de cohérence et une deuxième validation sont effectués au niveau de chaque métier. Ces indicateurs, 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 2009 ; à VME en 2008 ; et à VU Net, Vivendi Telecom International (VTI) et à VME en 2007. En 2009, Global Village Telecom (GVT) et la société Sotelma au Mali ont intégré le périmètre de reporting de Vivendi : ces deux sociétés figurent dans les seuls tableaux concernant l'effectif en 2009. Les données des sociétés de Neuf Cegetel sont consolidées depuis le mois d'avril 2008 au niveau de SFR. Celles de Mobisud France pour l'année 2009 sont consolidées au niveau de SFR et pour 2008 et 2007 au niveau de Groupe Maroc Telecom.

**Les données du périmètre d'Activision Blizzard sont celles d'Activision Blizzard France SAS à l'exception de celles couvrant les effectifs. Les données 2007 et 2008 publiées ont été retraitées en conséquence.**

## Section 1

## Effectifs

## 1.1. Effectif par activités

Les effectifs du groupe ont augmenté de 13 % en 2009 pour atteindre 49 004 salariés, contre 43 208 au 31 décembre 2008, et 37 223 au 31 décembre 2007.

La hausse des effectifs en 2009 résulte principalement des variations du périmètre (cf. Section 3.1).

Le tableau ci-dessous présente les effectifs du groupe par activités au 31 décembre 2009, 2008 et 2007.

	2009	2008	2007
Activision Blizzard	7 382	7 408	4 437
Universal Music Group (UMG)	7 524	7 720	8 114
SFR	9 945	10 086	6 209
Groupe Maroc Telecom	14 152	13 411	14 075
GVT	5 289	–	–
Groupe Canal+	4 347	4 252	4 061
Corporate	254	250	262
Autres	111	81	65
<b>Total</b>	<b>49 004</b>	<b>43 208</b>	<b>37 223</b>

## 1.2. Répartition géographique de l'effectif

Le tableau ci-dessous présente les effectifs du groupe par zones géographiques au 31 décembre 2009, 2008 et 2007. La rubrique « France » couvre l'effectif des sociétés en France métropolitaine et dans les DOM-TOM.

	2009	2008	2007
France	15 360	15 717	11 869
Amérique du Nord	7 649	7 520	5 448
Amérique du Sud et Amérique Centrale	5 654	405	391
Asie-Pacifique	1 455	1 459	1 478
Afrique	14 328	13 583	14 218
Europe (hors France)	4 558	4 524	3 819
<b>Total</b>	<b>49 004</b>	<b>43 208</b>	<b>37 223</b>

## 1.3. Parité hommes-femmes

	2009		2008		2007	
	% femmes	% hommes	% femmes	% hommes	% femmes	% hommes
Activision Blizzard	19	81	20	80	18	82
Universal Music Group	46	54	46	54	45	55
SFR	41	59	41	59	46	54
Groupe Maroc Telecom	24	76	24	76	23	77
GVT	45	55	–	–	–	–
Groupe Canal+	52	48	52	48	51	49
Corporate	54	46	56	44	56	44
Autres	33	67	40	60	31	69
<b>Moyenne</b>	<b>35</b>	<b>65</b>	<b>34</b>	<b>66</b>	<b>34</b>	<b>66</b>

En 2009, la répartition hommes-femmes dans le groupe Vivendi reste globalement stable par rapport aux deux exercices précédents avec une moyenne de 35 % de femmes contre 34 % en 2008 et 2007.

## 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 de l'Europe. En effet, les travaux d'été effectués par des étudiants ou les entrées de courte durée sont considérés comme des embauches. Pour ces raisons, les tableaux ci-après représentent 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 2009, le nombre d'entrées dans le groupe Vivendi est en baisse modérée.

## 2.1. Entrées dans le groupe

Nombre d'entrées	2009	2008	2007
Activision Blizzard	1 438	1 719	2 013
Universal Music Group	1 204	1 247	1 371
SFR	1 394	1 359	1 095
Groupe Maroc Telecom	(b) 215	506	447
Groupe Canal+	738	1 000	788
Corporate	34	26	30
Autres	68	(a) 34	(a) 53
<b>Total</b>	<b>5 091</b>	<b>5 891</b>	<b>5 797</b>

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

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

## 2.2. Embauches en France

Cet indicateur couvre les entités du groupe en France métropolitaine. Depuis 2008, les DOM-TOM sont intégrés. Le taux d'embauche en CDI correspond au nombre de CDI rapporté aux embauches totales de chaque métier.

Embauches	2009			2008			2007		
	Total	En CDI	% CDI	Total	En CDI	% CDI	Total	En CDI	% CDI
Activision Blizzard	95	93	98	149	144	97	176	148	84
Universal Music Group	86	37	43	152	106	70	105	45	43
SFR	1 394	549	39	1 359	707	52	1 095	561	51
Groupe Maroc Telecom (a)	–	–	–	16	16	100	20	16	80
Groupe Canal+	660	109	17	906	280	31	733	218	30
Siège	33	23	70	23	14	61	26	13	50
Autres	68	11	16	34	26	76	53	46	87
<b>Total/moyenne</b>	<b>2 336</b>	<b>822</b>	<b>35 %</b> moyenne	<b>2 639</b>	<b>1 293</b>	<b>49 %</b> moyenne	<b>2 208</b>	<b>1 047</b>	<b>47 %</b> moyenne

(a) Correspond à Mobisud France, filiale de Groupe Maroc Telecom en 2008 et 2007 ; en 2009, Mobisud a intégré le périmètre de SFR.

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 35 % en 2009 comparé à 49 % en 2008 et 47 % en 2007. Ce recul chez Blizzard Entertainment France, UMG et Groupe Canal+ s'explique par la révision des plans de recrutement lors de l'intégration de nouvelles sociétés et la conjoncture plus difficile en 2009.

Chez SFR, les besoins en recrutement en 2009 ont été révisés à la suite de l'intégration de Neuf Cegetel dans le groupe.

## 2.3. Difficultés de recrutement

Compte tenu du faible taux de rotation dans les métiers et hors croissance externe, l'effectif reste stable dans le groupe. Aucune filiale n'a signalé de difficultés particulières de recrutement au cours des trois derniers exercices.

## Section 3

## Mouvements d'effectifs dus aux changements de périmètre

## 3.1. Acquisitions

Au cours de l'exercice 2009, quelque 6 000 salariés sont entrés dans le périmètre de reporting social :

- Activision Blizzard – 7 Studios et Sledgehammer (Etats-Unis) ; Activision Blizzard au Danemark, Norvège, Royaume-Uni, Singapour (7 salariés),
- Universal Music Group – Genius, UMG Publishing Turkey et Kapagama (63 salariés),
- SFR – Jet Multimédia Facilities, Mobisud France et Débitel (45 salariés),
- Groupe Maroc Telecom – Sotelma (852 salariés),
- Groupe Canal+ – Digital Satellite TV, Canal+ Events et Canal Horizons Cameroun (105 salariés),
- Groupe Vivendi – GVT (5 289 salariés) et Wengo (23 salariés).

En 2008, près de 8 000 salariés étaient entrés dans le périmètre de reporting social contre près de 5 000 en 2007.

## 3.2. Cessions

En 2009, les cessions sont en fort repli : 30 salariés sont sortis du périmètre du groupe contre 693 en 2008 et 1 849 en 2007.

## 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 de 818 en 2009, contre 1 380 en 2008 et 800 en 2007, principalement en raison de la fin des mesures de restructuration ou des plans de départs volontaires, notamment chez UMG, SFR et Gabon Telecom. Le nombre de licenciements économiques chez UMG est de 390 en 2009, contre 563 en 2008 et 586 en 2007. Chez SFR, le nombre de départs volontaires en 2009 s'élève à 427 à la suite du rapprochement avec Neuf Cegetel.

## 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 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, Vivendi a géré les départs selon les pratiques du pays en respectant les règles de conduite éthiques du groupe.

## 1

## Section 4

## Licenciements dans le monde et leurs motifs

## 4.3. Réembauches

Vivendi donne la préférence aux salariés licenciés pour raisons économiques lorsqu'un poste devient vacant. En 2009, six salariés ont été réembauchés par le groupe Vivendi : cinq par UMG (deux en République Tchèque et trois en Chine) et un par Groupe Maroc Telecom (Casa Net) ; en 2008, quatre salariés au Danemark, en Inde et au Maroc ont bénéficié de cette disposition, contre une centaine en 2007, principalement aux Etats-Unis et en Irlande.

## 4.4. Sorties pour autres motifs

Le tableau ci-dessous recense les sorties du groupe en 2009 pour toutes raisons hors départs économiques : démissions, licenciements individuels, fin de contrats à durée déterminée, retraite, ou départs pour toute autre raison. Ce repli s'explique par une baisse non négligeable de démissions et de licenciements individuels en 2009. Chez UMG par exemple, le nombre de départs est passé à 1 060 en 2009, contre 1 474 en 2008 et 1 389 en 2007, soit une baisse de 28 %.

	2009	2008	2007
<b>Total</b>	<b>3 524</b>	<b>4 431</b>	<b>4 376</b>

## Section 5

## Temps de travail

## 5.1. 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 34,4 heures au Japon, 35 heures en Europe (notamment en France), et 48 heures dans certains pays d'Amérique Centrale et d'Amérique du Sud, notamment en Colombie, au Costa Rica et au Pérou. En France, l'ensemble des filiales de Vivendi applique la loi sur les 35 heures de travail hebdomadaire. Le travail à temps plein est défini comme la durée de travail la plus répandue dans l'entreprise pour des salariés à temps plein.

Les variations des durées de travail hebdomadaire et annuelle entre 2007 et 2009 sont en voie de stabilisation. Elles sont dues à une meilleure appréhension de la réalité du temps de travail dans certains pays, notamment dans les pays émergents où le concept de durée annuelle n'existe pas.

(en heures)	Durée du travail hebdomadaire			Durée du travail annuel		
	2009	2008	2007	2009	2008	2007
<b>Moyenne</b>	<b>36,3</b>	<b>37,3</b>	<b>37,6</b>	<b>1 662</b>	<b>1 705</b>	<b>1 713</b>

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

La durée du temps de travail des salariés à temps partiel reste globalement stable dans le groupe, passant à 29,7 heures en 2009 contre 29,1 en 2008 et 29,2 heures en 2007. La durée varie entre 10 heures en Pologne et 37 heures au Royaume-Uni par semaine, avec une durée moyenne de 29,7 heures hebdomadaires.

(en heures)	Durée du travail hebdomadaire			Durée du travail annuel		
	2009	2008	2007	2009	2008	2007
<b>Moyenne</b>	<b>29,7</b>	<b>29,1</b>	<b>29,2</b>	<b>1 356</b>	<b>1 324</b>	<b>1 334</b>

## 5.3. Heures supplémentaires

Les heures supplémentaires correspondent aux heures travaillées au-delà du nombre d'heures contractuel. Leur utilisation est fortement ancrée dans la culture locale, notamment aux Etats-Unis et en Afrique. En fonction des besoins des sociétés et de l'évolution des législations locales, ces heures peuvent varier considérablement d'une année à l'autre. Durant les trois derniers exercices, elles ont augmenté : 550 702 en 2009 contre 534 283 en 2008 et 462 256 en 2007.

## Section 5

## Temps de travail

## 5.4. 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 toutes les sociétés du groupe en France. Les suspensions de contrat ne sont pas comptabilisées. En revanche, la totalité des jours d'absence pour raisons médicales, y compris les maladies de longue durée, est comptée.

En 2008, une modification méthodologique a été adoptée pour cette étude afin de mieux refléter la nature des absences dans le groupe. En conséquence, les données de 2007, analysées selon une autre méthode, n'apparaissent pas ci-dessous. La moyenne d'âge étant moins élevée chez SFR, Groupe Canal+ et VME (rubrique « Autres ») que dans les autres métiers, on y constate davantage d'absences pour motifs familiaux (congés de maternité, de paternité et d'adoption).

## 5.4.1. 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 connu). Globalement, les absences pour raisons familiales, pour accidents et pour autres raisons sont en repli en 2009. Cette dernière catégorie 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 formation de réserviste militaire ou examen. En 2009, ces absences sont en léger recul.

	Pour maladie		Pour raisons familiales		Pour accident		Pour autres raisons	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008
<b>Moyenne</b>	<b>3,86</b>	<b>3,72</b>	<b>1,83</b>	<b>2,36</b>	<b>0,25</b>	<b>0,28</b>	<b>0,46</b>	<b>0,51</b>

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

## 5.4.2. Absentéisme dans le groupe en France

	Pour maladie		Pour raisons familiales		Pour accident		Pour autres raisons	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Activision Blizzard								
France SAS	7,46	4,68	0,18	1,10	0,12	0,04	1,47	-
Universal Music Group	4,32	4,35	1,68	2,56	0,37	0,27	(a) 4,82	(a) 3,61
SFR	7,06	6,86	2,86	3,84	0,26	0,34	0,49	0,53
Groupe Canal+	7,21	7,39	3,74	4,90	0,32	0,25	0,21	0,24
Groupe Maroc								
Telecom (b)	-	4,06	-	-	-	-	-	-
Siège	4,00	3,68	2,63	4,46	0,09	0,12	-	-
Autres	(c) 5,51	2,63	2,18	3,28	(d) 2,15	0,22	0,48	-
<b>Moyenne</b>	<b>6,92</b>	<b>6,68</b>	<b>2,89</b>	<b>3,91</b>	<b>0,29</b>	<b>0,30</b>	<b>0,68</b>	<b>0,60</b>

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

(b) Mobisud France, filiale de Groupe Maroc Telecom en 2008.

(c) Un arrêt maladie de longue durée.

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

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

## Section 6

## Frais de personnel

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

(en millions d'euros)	2009	2008	2007
<b>Total</b>	<b>2 956</b>	<b>2 688</b>	<b>2 390</b>

## Section 7

## Formation et développement

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

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

A titre d'exemple, Groupe Maroc Telecom continue son effort important de formation des salariés, notamment en offrant des formations approfondies aux nouvelles techniques dans la téléphonie et dans l'informatique. En 2009, la construction du nouveau centre de formation à Rabat a été achevée. Sur les trois derniers exercices, en moyenne, les dépenses de formation rapportées à la masse salariale dépassent 3,1 % chez SFR, 5,1 % pour Groupe Maroc Telecom et 2,8 % 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 UMG est fortement implanté. Dans ce pays, des formations bi-annuelles sont organisées systématiquement dans le domaine de l'informatique et de la prévention du harcèlement sexuel. En 2009, seuls les salariés qui n'avaient pas bénéficié de ces programmes en 2008 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, les heures passées et les frais qui en découlent échappent aux statistiques sur la formation.

Masse salariale consacrée à la formation (en pourcentage)	2009	2008	2007
Moyenne	2,2	2,8	2,1

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

La durée moyenne de la formation est calculée en rapportant le nombre total d'heures de formation au nombre de salariés formés dans l'année. Dans ce calcul, chaque salarié formé compte pour un, quel que soit le nombre de formations suivies. L'objectif (*Vision Statement*) 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 à des niveaux tant professionnel que managérial.

Dans la plupart des pays où Activision Blizzard et Universal Music Group sont implantés, il n'y a pas d'obligation légale de formation des salariés comme en France ; ainsi, les chiffres de la formation sont plus fluctuants dans ces métiers. La durée moyenne d'heures de formation pour le groupe Vivendi en 2009 est de 27,7 heures par salarié formé contre 28,5 en 2008, et 22,2 en 2007. Pour les trois derniers exercices chez SFR, elle s'établit à 34,4 heures. Chez Maroc Telecom et dans ses filiales, elle augmente en 2009 pour atteindre 34,2 contre 34 en 2008 et 25,7 heures en 2007. Et elle est de 28,7 heures chez Groupe Canal+.

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

En 2009, le niveau d'heures de formation reste soutenu, avec 30,6 contre 33,7 en 2008 et 30,6 heures en 2007.

A la différence d'autres pays du monde, la législation française est très favorable à la formation continue des salariés. Ainsi, les heures de formation par salarié formé en France sont considérables, avec une moyenne de 30,6 heures pour les filiales du groupe Vivendi en France en 2009 et notamment, 31,3 chez SFR, 30,3 chez Groupe Canal+ et 23,1 heures au siège.

(en heures)	2009	2008	2007
Activision Blizzard France SAS	na	(a) 23,0	20,0
Universal Music Group	16,7	18,3	24,6
SFR	31,3	36,1	35,7
Groupe Canal+	30,3	33,0	26,6
Siège	23,1	20,8	28,3
Autres	17,3	(b) 25,7	16,0
<b>Durée Moyenne</b>	<b>30,6</b>	<b>33,7</b>	<b>30,6</b>

(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 uniquement.

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

## Section 7

## Formation et développement

## 7.4. 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, restituées sous forme de pourcentage, sont indiquées, par filiale, dans le tableau ci-après. Dans ce calcul, un salarié ayant suivi plusieurs formations est compté autant de fois. Le périmètre couvert par cet indicateur inclut les sociétés françaises et marocaines du groupe ainsi que la société Sedaci, une société du Groupe Canal+ implantée en Côte d'Ivoire, et la société sénégalaise Canal Horizon.

Les formations d'adaptation au poste de travail ont pour objet l'acquisition des compétences adéquates. Elles lui sont spécifiques et ne sont pas transférables sur un autre poste.

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

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

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

(en pourcentage)	Adaptation au poste de travail			Évolution du poste de travail			Développement des compétences		
	2009	2008	2007	2009	2008	2007	2009	2008	2007
Activision Blizzard									
France SAS	na	88	4	na	4	78	na	8	18
Universal Music Group	66	72	82	–	–	1	34	28	17
SFR	49	30	17	48	59	74	3	11	9
Groupe Maroc Telecom	35	38	40	26	22	19	39	40	41
Groupe Canal+	59	54	35	4	4	10	37	(c) 42	55
Siège	3	19	5	(d) 60	15	13	37	(b) 66	(a) 82
Autres	2	100	–	71	–	–	27	–	100
<b>Moyenne</b>	<b>45</b>	<b>41</b>	<b>31</b>	<b>36</b>	<b>32</b>	<b>36</b>	<b>19</b>	<b>26</b>	<b>33</b>

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

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

(c) 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.

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

## Section 8 Intéressement et participation

Cet indicateur comprend les sociétés du groupe en France qui ont mis en place des accords collectifs d'intéressement et/ou de participation. 16 accords existent dans le groupe en France.

(en millions d'euros)	2009	2008	2007
Intéressement	107,2	84,2	86,8
Participation	43,3	50,2	50,5

## Section 9 Relations professionnelles et bilan des accords collectifs

Les accords et les avenants signés en 2009 couvrent les thèmes principaux suivants : rémunérations (39 %), dialogue social (15 %), santé et sécurité (12 %), restructurations (11 %) et autres thèmes (23 %).

Parmi les autres accords recensés figurent des thèmes tels que l'intégration des salariés handicapés (SFR) ; les élections et la constitution des instances représentatives et la signature d'une nouvelle convention collective (Groupe Maroc Telecom) ; un accord « cadre » englobant la rémunération et les conditions de travail chez Onatel (filiale de Groupe Maroc Telecom au Burkina Faso).

Un accord ou un plan d'action en faveur de l'emploi des seniors a été signé dans toutes les entités du groupe Vivendi en France.

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

74 % des accords ont été signés chez UMG et SFR en 2009, soit respectivement 35 et 20 accords, en raison du nombre important de leurs entités opérationnelles. Par ailleurs, environ la moitié des accords en 2009, 2008 et 2007 (respectivement 37 sur 74, 50 sur 89 et 35 sur 68) ont été signés dans les filiales françaises du groupe Vivendi.

## Section 10 Conditions d'hygiène et de sécurité

### 10.1. 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. L'évolution du nombre d'instances s'explique par des variations du périmètre du reporting social au cours des trois derniers exercices.

Cet indicateur recense le nombre de ces comités. Chez SFR, le nombre et le périmètre des Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) ont été revus à la suite des élections professionnelles de juin 2009. De nouveaux comités ont été établis en 2009 pour UMG en Pologne et pour Groupe Canal+ au Sénégal et en Nouvelle Calédonie.

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	2009	2008	2007
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>71</b>	<b>64</b>

## Section 10

## Conditions d'hygiène et de sécurité

## 10.2. Nombre de salariés formés à la sécurité

Nombre de salariés formés à la sécurité	2009	2008	2007
<b>Total</b>	<b>4 103</b>	<b>3 367</b>	<b>2 802</b>

Le nombre de salariés formés à la sécurité est en croissance constante. A titre d'exemple :

- 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. Universal Music France 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 de 2009 sur la protection de l'environnement, Universal Music France a sollicité l'organisme de contrôle Bureau Veritas en 2009. Des actions seront entreprises en 2010 afin de formaliser par écrit les consignes d'exploitation.
- Le programme de prévention sécurité chez SFR en 2009 comporte trois points phares :
  - promouvoir une culture de sécurité : un module multimédia de sensibilisation à la sécurité « Sécurité : enjeux et bonnes pratiques au quotidien » est inclus dans le cadre du parcours d'intégration de tout nouveau collaborateur. En 2009, ce module a été décliné sous forme d'*e-learning* pour le rendre accessible à l'ensemble des collaborateurs embauchés. Par ailleurs, tous les sites de SFR sont équipés d'un ou plusieurs défibrillateurs automatiques. Dans ce cadre, des forums flash sur les gestes de premiers secours ont été organisés en partenariat avec la Croix Rouge et ont réuni près de 600 personnes,
  - former les collaborateurs à la sécurité : 129 nouveaux sauveteurs secouristes du travail (SST) ont été formés, portant leur nombre à 339. 127 personnes ont été formées à l'habilitation électrique et 84 personnes au travail en hauteur,
  - mesurer et contrôler : 1 328 sites techniques ont été audités via un audit interne (soit plus de 7,11 % du parc SFR qui comprend 18 600 sites). Par ailleurs, 6 021 visites d'inspection ont été organisées sur des sites techniques. Ces audits et visites ont permis de détecter les risques pour les intervenants et de planifier des actions de prévention. Chaque site tertiaire SFR a également fait l'objet d'un audit sécurité au cours de l'année 2009.
- 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 sur les 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. Ainsi, 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 en 2009.

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

Le taux de fréquence des accidents de travail a globalement baissé (dû en partie à des modifications de périmètre, notamment chez UMG) : 2,03 en 2009, contre 3,14 en 2008 et 2,90 en 2007.

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 en 2009.

Taux de fréquence des accidents de travail (avec arrêt)	2009	2008	2007
Activision Blizzard France SAS	0,46	0,88	(a) 4,34
Universal Music Group	1,06	2,44	2,39
SFR	1,90	3,17	3,50
Groupe Maroc Telecom	3,07	3,49	3,00
Groupe Canal+	3,29	3,63	(b) 2,53
Corporate	2,25	2,29	2,18
Autres	–	–	–
<b>Moyenne</b>	<b>2,03</b>	<b>3,14</b>	<b>2,90</b>

(a) Cinq accidents ont entraîné exceptionnellement 93 jours d'arrêt en 2007.

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

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

## 1

## Section 10

## Conditions d'hygiène et de sécurité

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

Le taux de gravité des accidents de travail (avec arrêt) a continué à baisser en 2009. Aucun accident de travail mortel n'est à déplorer dans le groupe en 2009.

Taux de gravité des accidents de travail (avec arrêt)	2009	2008	2007
Activision Blizzard France SAS	0,01	–	(a) 0,08
Universal Music Group	0,01	0,02	0,02
SFR	0,08	0,08	0,11
Groupe Maroc Telecom	0,15	0,20	0,26
Groupe Canal+	0,05	(b) 0,05	0,03
Corporate	0,01	0,02	0,02
Autres	–	–	–
<b>Moyenne</b>	<b>0,08</b>	<b>0,11</b>	<b>0,14</b>

(a) Cinq accidents ont entraînés exceptionnellement 93 jours d'arrêt en 2007.

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

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

## Section 11

## Égalité professionnelle

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

Deux indicateurs ont été retenus chez Vivendi pour illustrer l'égalité professionnelle : le taux d'emploi des femmes dans l'entreprise et leur pourcentage dans le management.

Le pourcentage de femmes chez Vivendi, resté stable depuis 2007, augmente légèrement en 2009 pour atteindre 35 % de l'effectif. Cette augmentation est due notamment à l'entrée dans le périmètre de GVT. 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 dans la rubrique « Autres » a baissé, notamment en raison de l'intégration de Neuf Cegetel et Wengo, des sociétés à effectif plus masculin.

Pourcentage de femmes	2009	2008	2007
Activision Blizzard France SAS	19	20	18
Universal Music Group	46	46	45
SFR	41	41	46
Groupe Maroc Telecom	24	24	23
GVT	45	–	–
Groupe Canal+	52	52	51
Corporate	54	56	56
Autres	33	40	31
<b>Moyenne</b>	<b>35</b>	<b>34</b>	<b>34</b>

## Section 11

## Egalité professionnelle

## 11.2. Pourcentage de femmes dans le management

Pour l'année 2009, le pourcentage de femmes dans le management est resté stable et s'établit à 35 % dans le groupe Vivendi. Leur faible présence à ces postes chez GVT s'explique par le faible nombre de managers dans la société. Une augmentation est à noter dans le secteur des jeux où les femmes managers sont traditionnellement moins nombreuses.

Pourcentage de femmes dans le management	2009	2008	2007
Activision Blizzard France SAS	26	24	19
Universal Music Group	40	40	41
SFR	31	31	33
Groupe Maroc Telecom	27	27	25
GVT	17	–	–
Groupe Canal+	47	47	45
Corporate	48	50	50
Autres	33	40	31
<b>Moyenne</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>36</b>

## 11.3. Emploi et insertion des travailleurs handicapés

La définition de « travailleur handicapé » retenue pour cet indicateur est celle prévue par la législation nationale de chaque pays ou, à défaut, la définition de la Convention 159 de l'Organisation internationale 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 2009, le nombre de salariés handicapés dans le groupe reste globalement stable par rapport à 2008. Ce nombre a augmenté de 25 % en 2009 dans le Groupe Canal+.

Les efforts déployés par SFR en faveur des salariés handicapés demeurent considérables. En 2009, SFR a signé son 3<sup>ème</sup> accord handicap ; cet accord entend poursuivre les actions prévues dans le précédent. En matière d'aménagements de poste et d'adaptations du temps de travail, de nouvelles dispositions sont prévues : bilans de compétences, jours de congés accordés pour les démarches de reconnaissance, offre de Chèque emploi service universel (Cesu) pour les collaborateurs handicapés nouvellement déclarés, etc. Ainsi, en 2009, 12 postes de travail ont été aménagés (zoom text, PC portables légers, sièges ergonomiques) et deux salariés handicapés ont pu bénéficier de bilans de compétence dédiés. En ce qui concerne la collaboration avec le secteur protégé, l'objectif est d'atteindre 4,7 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2011, aux termes de l'accord (1,3 million d'euros en 2009). Par ailleurs, SFR s'engage à financer une filière du secteur protégé ainsi que des formations pour les personnes handicapées travaillant dans ces entreprises.

**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. Le but est d'aider les élèves handicapés à faire une carrière professionnelle. En à peine un an, 60 stages ont été organisés en entreprise ainsi que plusieurs ateliers « découverte métiers » dans des collèges. Aujourd'hui, ARPEJEH, présidée par le Directeur des ressources humaines du groupe Vivendi, compte 21 entreprises dont L'Oréal, LVMH, Air France, RTE (Réseau de transport et d'électricité).

SFR prévoit également de développer le plan d'embauches de personnes handicapées avec un objectif de 10 recrutements par an. En 2009, 14 recrutements ont été réalisés. Enfin, pour accompagner les collaborateurs SFR dont les proches sont atteints de handicap, le nouvel accord prévoit : l'octroi de jours d'absences rémunérés, la mise en place d'une hotline dédiée (aide juridique, psychologique, administrative) et la possibilité, pour les parents d'un enfant handicapé, de prendre un congé parental jusqu'à ses huit ans.

Nombre de travailleurs handicapés	2009	2008	2007
<b>Total</b>	<b>234</b>	<b>228</b>	<b>245</b>

## 1

## Section 11

## Egalité professionnelle

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

En 2009, 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 se sont engagées à accroître le nombre de contrats en alternance proposé.

## Section 12

## Impact territorial et régional

## 12.1. Impact territorial et régional

L'impact territorial des activités de Vivendi est difficilement mesurable du fait de l'implantation du groupe dans un grand nombre de pays. En 2009, Vivendi a ainsi noué des relations, créé des partenariats ou participé à des projets avec 4 333 institutions, individus ou associations dans divers secteurs de l'économie locale ou régionale où le groupe est implanté, contre 3 558 en 2008 et 887 en 2007. 95 % des projets dans lesquels Vivendi s'est impliqué en 2009 sont liés aux projets éducatifs.

	Activision Blizzard France SAS			Universal Music Group			SFR			Groupe Maroc Telecom			Groupe Canal+			Corporate			Autres			Total		
	2009	2008	2007	2009	2008	2007	2009	2008	2007	2009	2008	2007	2009	2008	2007	2009	2008	2007	2009	2008	2007	2009	2008	2007
Insertion	–	–	–	2	18	18	11	9	6	2	1	1	3	3	5	1	6	–	2	2	–	21	39	30
Enseignement*	–	–	–	1 039	830	167	880	1 052	117	1 199	716	451	904	819	51	48	40	26	28	17	9	4 098	3 474	821
Environnement	–	–	–	–	1	1	7	9	12	2	1	2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	9	11	15
Consommateurs	–	–	–	–	–	–	15	15	12	2	–	–	11	9	5	–	–	–	–	–	–	28	24	17
Riverains	1	1	–	1	1	1	171	5	–	–	–	–	–	–	4	3	3	–	–	–	177	10	4	
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>–</b>	<b>1 042</b>	<b>850</b>	<b>187</b>	<b>1 084</b>	<b>1 090</b>	<b>147</b>	<b>1 205</b>	<b>718</b>	<b>454</b>	<b>918</b>	<b>831</b>	<b>61</b>	<b>53</b>	<b>49</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>19</b>	<b>9</b>	<b>4 333</b>	<b>3 558</b>	<b>887</b>

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

## 12.2. Contribution au développement de l'emploi

## 12.2.1. Engagements

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

- la création, par l'intermédiaire de sous-traitants, de deux centres d'appels liés à l'activité du groupe, l'un à Belfort (territoire de Belfort) fin 2005, l'autre à Douai (Nord) fin 2006, à raison de 300 emplois équivalents temps plein chacun, soit 600 emplois au total,
- l'aide à la 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). 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'appel, 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.

Les premiers bassins d'emplois au titre de ce nouvel engagement ont été désignés à Vivendi par le Ministère de l'économie et le Ministère de l'industrie : il s'agit de Châtelleraut, Montluçon et de l'Oise.

## Section 12

## Impact territorial et régional

## 12.2.2. Résultats

**Centres d'appels**

Au 31 décembre 2009, 925 emplois ont été créés sur les deux centres d'appels :

- 518 emplois à Belfort, centre géré par Téléperformance, équivalents à 485 temps plein,
- 407 emplois à Douai, centre géré par Duacom, équivalents à 403 temps plein,

Soit au total 888 emplois en équivalent temps plein.

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

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

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

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

Au 31 décembre 2009, les emplois validés en comité d'engagement s'élèvent à 4 854, et les créations réelles d'emplois à 3 203, soit 66 % 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 qui peut être fait à fin 2009 de la convention quinquennale (2005/2009) n'est que provisoire. A fin 2009, Vivendi a dépassé de 73 % en emplois validés et de 14 % en emplois déjà créés son engagement global sur l'ensemble des bassins d'emplois, alors même que les missions se poursuivent dans six des onze bassins au-delà de 2009. Le détail est le suivant :

Début de mission	Bassins	Emplois validés (a)	Emplois créés
Mars 2005	Sarrebouurg	363	335
	Arles	546	487
	Oise	570	519
Février 2006	Dreux	559	402
	Chalon	433	249
	Pas-de-Calais	502	275
Février 2007	Somme	583	244
	Thann-Cernay	411	277
Juin 2007	Tonnerrois	240	193
Mars 2008	Autun Château-Chinon	301	122
	Haut Jura	346	100
<b>Total</b>		<b>4 854</b>	<b>3 203</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 (Industrie, Travail-Emploi, TPG), 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.

Sur les premiers bassins, les créations réelles d'emplois dépassent les objectifs de 73 % dans l'Oise, de 62 % à Arles, de 61 % à Dreux et de 34 % à Sarrebouurg.

La Somme, le Pas-de-Calais et Thann-Cernay ont atteint leurs objectifs de créations effectives d'emplois ; Chalon-sur-Saône et le Tonnerrois sont sur le point de les atteindre. Dans plusieurs de ces bassins, un certain nombre de créations d'emplois sont encore à venir. Ainsi, dans la Somme, les créations d'emplois déjà constatées atteignent l'objectif final, alors que les créations validées et programmées (jusqu'en 2011) se chiffrent à 233 % de cet objectif.

Les trois premières missions (Sarrebouurg et Château-Salins, l'Oise et Arles) sont terminées. 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.

A Château-Salins, les fonds récupérés à la faveur de quelques défaillances d'entreprises aidées ont permis de financer des projets de création d'emplois supplémentaires.

## Section 12

## Impact territorial et régional

La mission du Pas-de-Calais qui devait s'achever à mi-2009 a été prolongée jusqu'à fin 2010, en accord avec les Pouvoirs publics, pour permettre au territoire de bénéficier d'un reliquat de fonds non consommés. La mission de Thann-Cernay pourrait également être prolongée.

A fin 2009, six des onze missions étaient encore en phase de prospection active de projets : La Somme, le Tonnerrois, Thann-Cernay et Autun-Château-Chinon dont l'échéance normale est le 1<sup>er</sup> semestre 2010, le Pas-de-Calais (prolongation jusqu'à fin 2010) ainsi que le Haut-Jura dont le terme normal est mars 2011.

Ce bassin du Haut Jura (Saint-Claude) évolue très favorablement, avec de bonnes perspectives industrielles, notamment dans les secteurs de la lunetterie et de la plasturgie : à fin 2009, les créations d'emplois validées atteignent déjà 138 % de l'objectif final de créations d'emplois.

**Les entreprises**

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

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

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

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

**Le financement**

A fin 2009, sur l'ensemble des onze bassins d'emplois, 27,2 millions d'euros ont été consacrés par Vivendi à la création d'emplois. Les prêts participatifs et les subventions aux entreprises représentent 70 % du total, les 30 % restant étant destinés aux honoraires des sociétés de revitalisation industrielle.

## Section 13

## Oeuvres sociales

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

(en millions d'euros)	2009	2008	2007
<b>Total</b>	<b>11,77</b>	<b>10,22</b>	<b>6,62</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 14

## 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 a été complétée en 2008 par celle du Conseil économique et social. Ainsi, la sous-traitance est définie comme une opération par laquelle un entrepreneur confie, via un sous-traité et sous sa responsabilité, à une autre personne appelée sous-traitant tout ou partie de l'exécution du contrat d'entreprise ou du marché public conclu avec le maître d'ouvrage (Art. 1, Loi n°75-1334, 31/12/1975). La sous-traitance est également définie comme l'opération par laquelle une entreprise confie à une autre le soin d'exécuter pour elle et selon un certain cahier des charges préétabli, une partie des actes de production et de services dont elle conserve la responsabilité économique finale (Conseil Economique 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.

## Section 14

## 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 7 240 en 2009 contre 5 904 en 2008. Le groupe Vivendi est moins concerné par la sous-traitance que les entreprises à forte population de travailleurs manuels. De plus, la présence de Vivendi dans les pays en voie de développement est limitée.

Les chiffres de 2008 et 2009 ont été définis à partir de la double définition ci-dessus, ceux de 2007 à partir de la définition juridique seule.

Nombre de missions effectuées par des sous-traitants	2009	2008	2007
<b>Total</b>	<b>7 240</b>	<b>5 904</b>	<b>(a) 95</b>

(a) Modification méthodologique expliquée ci-dessus.

## Section 15

## 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 dans le groupe Vivendi de 16 % entre 2009 et 2008. Chez SFR, ce nombre est de 1 431 en 2009 contre 1 921 en 2008, soit une baisse de 26 %. Chez Groupe Canal+, la baisse est également sensible : il est descendu à 695 en 2009 contre 913 en 2008 et 898 en 2007, soit une baisse de 24 %. En 2009, les travailleurs intérimaires ont été engagés : en France et dans les DOM-TOM pour 68 %, aux Etats-Unis pour 21 % et au Royaume-Uni pour 6 %.

Nombre de missions d'intérim	2009	2008	2007
<b>Total</b>	<b>3 240</b>	<b>3 841</b>	<b>3 958</b>

## Section 16

## 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 générales sont déclinées en aval par chaque entité opérationnelle, sur l'ensemble des territoires où le groupe est présent, afin d'y intégrer les spécificités des activités des filiales et les particularités des législations locales. Aujourd'hui, la plupart des entités a mis en place un code d'éthique additionnel correspondant 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 public et disponible sur le site Internet de Vivendi ([www.vivendi.com](http://www.vivendi.com)).

# 2

## Politique environnementale

<b>Engagements environnementaux</b>	<b>23</b>
<b>Informations environnementales</b>	<b>23</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>23</b>
2.1.1. Eaux usées	23
2.1.2. Rejets dans l'air	23
2.1.3. Déchets	24
2.1.4. Nuisances olfactives et sonores	24
2.1.5. Reporting environnemental	24
<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>25</b>
<b>2.3. Démarches aux fins d'évaluation ou de certification en matière d'environnement</b>	<b>25</b>
<b>2.4. Mesures prises pour assurer la conformité des activités aux dispositions législatives et réglementaires applicables</b>	<b>26</b>
<b>2.5. Dépenses engagées pour prévenir les conséquences de l'activité du groupe sur l'environnement</b>	<b>26</b>
<b>2.6. Montant des provisions, garanties et pénalités en matière d'environnement</b>	<b>26</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>27</b>



# 2

## 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 mis en œuvre, en 2009, les initiatives suivantes :

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

Le groupe 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 associés à celles-ci,
- participer à des activités de recherche et développement visant à développer des technologies sans danger pour l'environnement,
- identifier et mettre en place des mesures permettant de réduire les déchets et la consommation de matières premières,
- promouvoir et participer au dialogue avec les acteurs et partenaires environnementaux concernés,
- mettre en place des programmes de formation destinés à renforcer et 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.

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

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

## Section 2

## Informations environnementales

Vivendi opère dans le secteur de la communication et du divertissement. 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. 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 réglementations 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.

Vivendi continue à examiner pour la période 2010–2015 de nouveaux objectifs potentiels relatifs à la consommation d'eau, à la production de déchets et à l'émission de gaz à effet de serre.

**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. Selon le site, ces eaux usées reçoivent un traitement primaire, secondaire ou tertiaire, conformément à la pratique et à la réglementation en vigueur dans chaque site.

**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 activités de Vivendi ne rejettent aucun composé organique volatil ni autres émissions soumises à réglementation dans l'atmosphère.

Les bureaux du siège de Paris et New York font l'objet d'analyses d'air régulières. Les résultats de ces analyses sont transmis par la Direction au Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT).

## 2

## Section 2

## Informations environnementales

## 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. Tous les déchets sont gérés conformément aux réglementations en vigueur. Les différents déchets générés par le groupe sont 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. Le peu de pollution sonore est généré par le fonctionnement de la machinerie et des véhicules dans les enceintes des établissements du groupe. Les effets sonores éventuellement nuisibles sont atténués par la structure des bâtiments ou par d'autres solutions techniques. Le groupe assure un contrôle strict de ses sites et vérifie régulièrement que le volume sonore n'excède pas 80 décibels sur une période prolongée. La majeure partie des sites du groupe est soumise à des niveaux sonores généralement inférieurs en moyenne à 40 décibels.

## 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 sont consolidées à partir des sites du groupe qui respectent des seuils précis en termes d'impact sur l'environnement (nombre de salariés, consommation annuelle d'eau et d'électricité, production de déchets, etc.).

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 trois dernières années, à la suite de nouvelles opérations, le groupe a étendu le nombre de ses sites et de ses équipements. En raison de ces mouvements de périmètre, les données ne sont pas comparables d'un exercice à l'autre comme indiqué aux tableaux d'indicateurs.

Pour chaque exercice, les données sont fournies par les services techniques ou environnementaux dédiés à chaque entité opérationnelle du groupe. Ces données sont ensuite agrégées et examinées au niveau du siège. 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 vérifier la précision et le caractère représentatif des informations ainsi communiquées.

Émissions de gaz carbonique (en milliers de tonnes)	2009	2008	2007
Activision Blizzard (a, b)	19,1	7,3	4,0
Universal Music Group (c)	12,3	13,0	13,1
SFR (d)	58,8	43,7	32,0
Maroc Telecom	148,4	135,3	108,3
Groupe Canal+ (e)	8,6	8,7	7,3
Corporate (f)	0,7	0,7	0,7
<b>Total</b>	<b>247,9</b>	<b>208,7</b>	<b>165,5</b>

Consommation d'eau (en milliers de mètres cubes)	2009	2008	2007
Activision Blizzard (a, b)	55,8	18,6	3,7
Universal Music Group (c)	100,9	56,6	70,3
SFR (d)	90,8	68,1	72,4
Maroc Telecom	328,2	299,6	327,0
Groupe Canal+ (e)	45,7	40,9	38,8
Corporate (f)	15,5	14,1	16,2
<b>Total</b>	<b>636,9</b>	<b>497,9</b>	<b>528,4</b>

## Section 2

## Informations environnementales

Génération de déchets (en tonnes)	2009	2008	2007
Activision Blizzard (a, b)	401,0	410,0	119,0
Universal Music Group (c)	1 015,0	489,0	584,0
SFR (d)	1 162,0	892,0	1 293,0
Maroc Telecom	561,0	98,0	132,0
Groupe Canal+ (e)	552,0	257,0	495,0
Corporate (f)	79,0	61,0	84,0
<b>Total</b>	<b>3 770,0</b>	<b>2 207,0</b>	<b>2 707,0</b>

(a) Les données 2008 incluent des activités acquises au cours de l'exercice.

(b) Les données 2009 incluent tous les sites d'Activision nés de la fusion de «Vivendi Games» et d'«Activision Inc».

(c) Les données 2008 incluent les sites acquis au cours de l'exercice.

(d) Les données 2009 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) La rubrique «Corporate» correspond au siège de Vivendi et au bureau de New York.

## 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, 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 cinq ans dans un vaste programme d'intégration paysagère de ses antennes-relais dans l'environnement. À cet effet, SFR utilise tous les moyens techniques possibles pour assurer le déploiement durable des infrastructures dans le respect des populations et de leur cadre de vie. Pour garantir, en outre, le succès d'une telle démarche, SFR agit en concertation avec les élus, les bailleurs, les collectivités locales, et avec le concours d'architectes, d'urbanistes et de paysagistes. Fin 2009, ce sont ainsi plus de 89 % des nouveaux sites qui ont été intégrés à leur environnement (hors sites Société Réunionnaise du Radiotéléphone, TDF et zones blanches). Outre ce bilan positif, SFR a joué un rôle majeur dans le développement d'une politique commune sur l'intégration paysagère des antennes-relais adoptée par l'Association française des opérateurs mobiles.

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

Vivendi a mis en place, depuis 2001, un programme d'évaluation des procédures relatives à l'environnement, à la santé et à la sécurité appliquées dans les sociétés du groupe. Depuis la mise en place du programme, plus de 105 évaluations d'établissements ont été effectuées. Environ dix sites sont évalués chaque année.

Le programme d'évaluation est le suivant :

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

## 2

## Section 2

## Informations environnementales

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. Ces évaluations portent essentiellement sur les conditions d'hygiène, de santé et de sécurité au travail.

Les établissements du groupe sont encouragés à obtenir les certifications environnementales appropriées, notamment les certifications EMAS et ISO 14001. Fin 2009, SFR a obtenu la certification ISO 14001 pour 14 de ses principaux sites, notamment son siège social à la Défense, l'ensemble des activités de maintenance de ses sites techniques et la majorité de ses antennes-relais. Par ailleurs, le siège de Vivendi à Paris a obtenu ses certifications ISO 14001 et EMAS en 2009. Et Activision Blizzard a obtenu la première certification ISO 14 001 pour les entrepôts et les bureaux de son site de Birmingham (Grande-Bretagne).

**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 2009, le montant consacré à la protection de l'environnement par les différentes activités de Vivendi est estimé à 1 million d'euros contre 1,12 million d'euros en 2008 et 0,96 million d'euros en 2007. 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 2009, Vivendi n'a reçu aucune notification d'organismes réglementaires alléguant une absence de conformité aux exigences environnementales, de santé ou de sécurité sur ses différents sites d'exploitation.

## Section 2

## Informations environnementales

**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 neuf personnes (une au siège et huit 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 unités d'exploitation, 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 nécessaire.

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 6 758 727 200,50 euros

**Siège social**

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

**Informations actionnaires**

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

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