

## Indicateurs de développement durable 2009

# Indicateurs enjeux spécifiques

### Investissements réalisés par Vivendi en 2009

**2,5 milliards d'euros dans les contenus**

**2,4 milliards d'euros dans les réseaux**

#### Impact et audience

<b>Activision Blizzard</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plus de 11 millions d'abonnés à <i>World of Warcraft</i></li> <li>Trois des dix jeux vidéo les plus vendus dans le monde</li> </ul>
<b>Universal Music Group</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plus d'un quart des CD vendus dans le monde; plus d'un tiers des CD vendus aux États-Unis</li> <li>UMG est présent dans 77 pays</li> </ul>
<b>SFR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>20,4 millions de clients téléphonie mobile</li> <li>4,4 millions de clients Internet haut débit</li> <li>8,4 millions de clients 3G/3G+</li> <li>3 millions d'abonnés à l'offre TV-vidéo mobile</li> <li>17 millions de consommations de VoD fixe</li> </ul>
<b>Groupe Maroc Telecom</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Près de 22 millions de clients au Maroc et dans quatre autres pays (Mauritanie, Burkina Faso, Gabon et Mali)</li> <li>Près de 15,3 millions de clients mobiles au Maroc (plus de 4,2 millions en Mauritanie, au Burkina Faso, au Gabon et au Mali)</li> <li>Près d'1,3 million de lignes fixes au Maroc (près de 295 000 en Mauritanie, au Burkina Faso, au Gabon et au Mali)</li> <li>Près de 0,5 million de lignes Internet au Maroc (55 700 en Mauritanie, au Burkina Faso, au Gabon et au Mali)</li> <li>30 000 clients Maroc Telecom TV (abonnés TV par ADSL et abonnés MTBox)</li> <li>Près de 174 000 clients Internet mobile 3G au Maroc</li> <li>Près de 1,5 million de visiteurs uniques mensuels en 2009 sur Menara, le portail Internet de Maroc Telecom</li> </ul>
<b>GVT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plus de 2,8 millions de lignes en service</li> <li>Près de 669 000 abonnements haut débit (ADSL)</li> </ul>
<b>Groupe Canal+</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>12,5 millions d'abonnements, dont 10,8 en France (métropole et outre-mer) et en Afrique, et 1,7 à l'international (Pologne et Vietnam)</li> </ul>

#### Protection et accompagnement de la jeunesse (voir p. 70-73)

	Code de déontologie*	Outils de contrôle parental	Actions de sensibilisation
<b>Activision Blizzard</b>	✓	✓	✓
<b>Universal Music Group</b>	✓	✓	✓
<b>SFR</b>	✓	✓	✓
<b>Groupe Maroc Telecom</b>	En cours	En cours	En cours
<b>GVT</b>	✓	✓	✓
<b>Groupe Canal+</b>	✓	✓	✓

\* Ou déclinaison de la Charte sur la protection des données et des contenus de Vivendi.

#### Témoignage

**Katherine Miles**, GRI Media Sector Supplement Manager

L'un des impacts majeurs du secteur des médias en termes de développement durable concerne ce qu'on appelle « l'empreinte intellectuelle ». Le mode de gestion et d'évaluation de l'impact du contenu des médias sur les consommateurs constitue un point central auquel le groupe de travail du supplément sectoriel Médias de la GRI réfléchit.

C'est également une question fondamentale en matière de reporting. À la lecture des rapports de développement durable, chacun a son idée sur l'importance des questions de développement durable appliquées aux médias et ses attentes sur la manière dont une société de médias doit gérer et évaluer ses performances dans ce domaine. Grâce au processus participatif et

féderateur du groupe de travail rassemblant différentes parties prenantes afin d'élaborer le supplément sectoriel Médias de la GRI, les principes de reporting ainsi définis auront pour but de mieux appréhender les nombreuses questions que se posent les parties prenantes concernant l'impact des sociétés de médias sur l'économie, l'environnement et la société.





© Forum d'Avignon

## Témoignage

**Christian de Boissieu**, professeur à l'université de Paris 1 (Panthéon-Sorbonne), conseiller économique de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris (CCIP)

Le développement durable est trop souvent réduit à l'aspect environnemental. Les économistes eux-mêmes intègrent trop peu la dimension culturelle. Or la culture est l'un des piliers du développement durable.

Les réflexions plus ou moins récentes autour de la croissance, du bien-être et de leur mesure concluent au caractère insuffisant d'un indicateur comme le PIB (produit intérieur brut) pour refléter la réalité. Il faut élargir le calcul des indicateurs tradition-

nels. Ainsi, notre repositionnement sur un sentier de croissance de long terme doit intégrer la croissance verte et la croissance grise, laquelle recouvre les champs intellectuel et culturel.

Le rôle des industries culturelles est ici essentiel. Elles doivent définir des indicateurs spécifiques pour mesurer et apprécier la contribution de la culture à l'innovation, au bien-être, à la richesse d'une communauté, d'un pays. Il faut s'attendre à des difficultés de mesure, puisque nous

sommes dans un domaine encore insuffisamment pris en compte par les études statistiques. À quand des indicateurs comme l'intensité culturelle d'une activité économique ou un critère de diversité culturelle pour évaluer l'intérêt d'un projet?

Dans cette perspective, l'identification par Vivendi, dès 2003 de ses enjeux spécifiques de développement durable, ainsi que les efforts déployés depuis pour évaluer et mesurer son empreinte intellectuelle et culturelle de par le monde doivent être salués.

## Promotion de la diversité culturelle (voir p. 74-77)

Diversité musicale	<b>Universal Music Group</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plus de 50 labels musicaux</li> <li>Près de 65 % des ventes réalisées par des artistes locaux (périmètre de 56 pays)</li> <li>Répartition du chiffre d'affaires des ventes physiques par genre musical</li> </ul>
	<b>SFR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Première plateforme de musique sur mobile en France avec plus de 10 millions de titres téléchargés</li> <li>SFR Jeunes Talents Music : 16 000 œuvres, 12 000 artistes en ligne, 47 groupes se sont produits sur les plus grandes scènes et festivals, plus de 20 groupes ont signé un contrat avec une maison de disque</li> </ul>
Diversité audiovisuelle	<b>Groupe Canal+</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Financement de 66,5 % des films d'initiative française agréés par le CNC</li> <li>Financement de 41 premiers films</li> <li>Collaboration de StudioCanal avec 15 producteurs français et 23 producteurs étrangers</li> </ul>
	<b>SFR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SFR Jeunes Talents Photo : 101 000 œuvres, 7 000 artistes en ligne, lauréat du Grand Prix 2009 présent à Paris Photo</li> <li>SFR Jeunes Talents Vidéo : 1 100 œuvres, 1 400 artistes en ligne, lauréats du concours diffusés lors de la nuit « Arte Video Night »</li> </ul>
Promotion des langues	<b>Activision Blizzard</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>World of Warcraft</i> est disponible en 8 langues</li> <li><i>Guitar Hero</i> est disponible en 5 langues</li> </ul>
	<b>Universal Music Group</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>36 langues chantées par les artistes inscrits dans le catalogue d'Universal Music France</li> </ul>
	<b>Groupe Canal+</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>157 sous-titrages de films en 15 langues différentes et 38 doublages de films en 6 langues différentes par StudioCanal</li> <li>Programmes d'initiation à la langue des signes sur les chaînes Piwi et Canal+ Family</li> </ul>
	<b>SFR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SFR Jeunes Talents Texte : 7 400 œuvres, 1 000 artistes en ligne</li> </ul>
	<b>Groupe Maroc Telecom</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 langues (arabe et français) proposées par Menara, le portail Internet de Maroc Telecom</li> <li>Alphabét tamazight disponible sur un modèle de téléphone portable conçu en partenariat avec un fabricant</li> <li>Présence de sept langues sur les chaînes TV du bouquet TV ADSL de Maroc Telecom</li> </ul>

## Partage des connaissances (voir p. 78-81)

Voir sur le site les tableaux relatifs à la couverture mobile/Internet et au déploiement de la fibre optique

Réduction de la fracture numérique	<b>SFR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programme zones blanches :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- près de 98 % des communes couvertes à fin 2009</li> <li>- 364 communes supplémentaires retenues par SFR pour intégrer le programme (seront couvertes dans les années à venir)</li> <li>- 100 % des communes zones blanches couvertes en GPRS</li> <li>- 434 stations de base wi-fi déployées couvrant des zones blanches ADSL</li> </ul> </li> <li>Dans le cadre du plan « France numérique 2012 », lancement d'une offre d'accès à Internet via satellite (voir p. 77)</li> </ul>
	<b>Groupe Maroc Telecom</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Troisième convention d'investissement avec l'État pour un montant de 10,5 milliards de dirhams entre 2009 et 2011</li> <li>Prise en charge de 80 % du programme de service universel Pacte (couverture de 7 338 localités d'ici 2011, 35 % réalisée fin 2009)</li> <li>Prise en charge de 70 % du financement du programme Nafid@</li> <li>Près de 1 300 BTS supplémentaires installées au Maroc, et augmentation de 50 % de la bande passante Internet internationale</li> <li>Communes rurales nouvellement raccordées au réseau de téléphonie fixe : 390 au Burkina Faso, 121 au Mali, 46 en Mauritanie</li> <li>Nouveaux raccordements à Internet : plus de 6 300 au Burkina Faso, plus de 7 300 au Mali, 6 400 en Mauritanie</li> </ul>
	<b>GVT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fin 2009, 39 % des clients Internet avaient un accès <math>\geq</math> à 10 Mbp/s</li> <li>Internet haut débit fixe jusqu'à 100 Mbp/s déployé dans 64 villes à fin décembre</li> <li>Programme « Educando GVT » (voir p. 66-69)</li> </ul>
Accessibilité des offres et des produits	<b>SFR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accessibilité des offres aux personnes handicapées (neuf logiciels proposés, 804 logiciels installés)</li> <li>Offre mobile dédiée aux seniors (voir p. 33)</li> </ul>
	<b>Groupe Maroc Telecom</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offres adaptées aux besoins spécifiques des populations scolaires et universitaires (4 500 élèves ingénieurs équipés d'ordinateurs et abonnements Internet, près de 80 000 connexions 3G fournies à des établissements scolaires et universitaires) (voir p. 37)</li> </ul>
	<b>GVT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offres et tarifications adaptées aux profils des clients</li> </ul>
	<b>Groupe Canal+</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100 % des programmes de Canal+ accessibles aux personnes sourdes et malentendantes</li> <li>7 films sous-titrés en version « sourds et malentendants » diffusés par mois</li> </ul>