

INDICATEURS

ENJEUX SPÉCIFIQUES

Vivendi a structuré dès 2008 la remontée d'informations sociétales liées à ses trois enjeux spécifiques de développement durable. En 2011, Vivendi a fait évoluer son reporting extra-financier. La loi dite « Grenelle II » précise et renforce la dimension sociétale. Pour s'y conformer, Vivendi a défini des indicateurs sociétaux directement liés à ses activités et a intégré ses trois enjeux spécifiques dans le champ des « actions engagées en faveur des droits humains ». Pour la première fois cette année, les indicateurs identifiés par le signe ✓ ont été vérifiés par l'un des Commissaires aux comptes de Vivendi (voir le Rapport d'examen p. 91).

Les données consolidées au 31/12/2011, relatives à ces trois enjeux spécifiques, sont présentées ici.

Investissements de contenus et industriels

2011							2010	2009
------	--	--	--	--	--	--	------	------

Investissements bruts de contenus (en millions d'euros)

Donnée consolidée							2 265	2 366	2 384
AB ^[1]	UMG ^[1]	SFR	GMT ^[1]	GVT	GC+ ^[1]	Autres			
143	592	-	-	-	1 527	3			

Les investissements bruts de contenus regroupent les avances versées par Activision Blizzard au titre des jeux et développement des jeux, les avances versées par UMG aux artistes, les droits de diffusion d'événements sportifs, de films et de programmes télévisés du Groupe Canal+, ainsi que les investissements de contenus réalisés par VME (Vivendi Mobile Entertainment) à hauteur de 3 millions d'euros (colonne « Autres »).

Investissements industriels, nets (en millions d'euros)

Donnée consolidée							3 340	3 357	2 562
AB	UMG	SFR	GMT	GVT	GC+	Autres			
52	52	1 809	466	705	251	5			

La colonne « Autres » regroupe les investissements industriels, nets liés à la « Holding et Corporate » et aux « Activités non stratégiques et autres ». En 2011, les investissements industriels nets relatifs aux activités de télécommunications (SFR, groupe Maroc Telecom et GVT) ont représenté 2 980 millions d'euros.

Impact et audience

2011		2010	2009
------	--	------	------

Base de clients des filiales du groupe (en millions)

Donnée consolidée		88,9	82,9	73,1
AB	• Près de 10,2 millions d'abonnés à World of Warcraft®			
UMG	na			
SFR	• Près de 24 millions de clients mobiles (abonnés, prépayés et pour compte de tiers) • Plus de 5 millions de clients abonnés Internet haut débit et fixe			
GMT	• Plus de 26,7 millions de clients mobiles pour l'ensemble du groupe Maroc Telecom, dont 17,1 millions au Maroc (clients abonnés et prépayés) et 9,6 millions dans les filiales africaines du groupe • Plus de 2,2 millions de clients Internet haut débit et fixe pour l'ensemble du groupe Maroc Telecom, dont plus de 1,8 million au Maroc et près de 0,4 million dans les filiales africaines du groupe			
GVT	• Plus de 6,3 millions de lignes en service			
GC+	• Plus de 12,9 millions d'abonnements à la télévision payante, dont 11,2 en France (Métropole et Outre-mer) et en Afrique, et 1,7 à l'international (Pologne et Vietnam)			

na / Non applicable

[1] AB: Activision Blizzard; UMG: Universal Music Group; GMT: Maroc Telecom et ses filiales subsahariennes (Onatel au Burkina Faso, Sotelma au Mali, Mauritel en Mauritanie et Gabon Telecom au Gabon); GC+: Groupe Canal+ [Note valable pour l'ensemble des indicateurs].

Protection et accompagnement de la jeunesse

2011

2010

2009

Existence d'un engagement formel en matière de déontologie des contenus (production et / ou distribution), dont une partie porte plus spécifiquement sur la protection des jeunes publics

Donnée consolidée	✓ Oui						Oui	Oui
	AB	UMG	SFR	MT	GVT	GC+		
	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui		

Engagement pris en conformité avec la Charte sur la protection des données et des contenus adoptée par Vivendi en septembre 2008, laquelle stipule:

« 2.1. Déontologie des contenus

Il est important de respecter la liberté d'expression mais également indispensable de lutter contre la diffusion de contenus illégaux.

Vivendi joue un rôle actif dans la recherche de cet équilibre, tout particulièrement en faveur de la protection des enfants.

Vivendi s'engage à :

- promouvoir les moyens de choix ou de contrôle des contenus (outils de filtrage et autres moyens de sélection);
- coopérer activement avec les autorités compétentes dans la lutte contre les contenus illégaux;
- promouvoir des règles déontologiques pour accompagner le développement de ses activités;
- promouvoir la sensibilisation des parents et des enfants sur les usages des nouveaux médias ».

Existence d'outils de contrôle parental

Donnée consolidée	Oui						Oui	Oui
	AB	UMG	SFR	MT	GVT	GC+		
	Oui	Oui	Oui	À l'étude	Oui	Oui		

Actions de sensibilisation en faveur d'une utilisation / consommation responsable des produits et services

Donnée consolidée	Oui						Oui	Oui
	AB	UMG	SFR	MT	GVT	GC+		
	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui		

Promotion de la diversité culturelle

2011

2010

2009

Diversité des talents et des répertoires musicaux

UMG	• Près de 60 % des ventes physiques et numériques d'Universal Music Group réalisées par des artistes locaux dans un périmètre de 59 pays	Plus de 60 % (59 pays)	Près de 65 % (56 pays)	
	• Répartition du chiffre d'affaires des ventes d'Universal Music France par genre musical			
	Variété française	43,5 %	41,6 %	42,7 %
	Variété internationale	26,0 %	24,2 %	20,4 %
	Compilations	12,6 %	18,9 %	19,6 %
	Classique	5,4 %	4,5 %	4,7 %
	Jazz	2,7 %	3,0 %	4,6 %
	Rap / RnB / Urbain	4,5 %	2,2 %	2,9 %
	Bandes originales de films	1,1 %	0,8 %	2,2 %
	Techno / Dance	2,8 %	2,2 %	1,6 %
	Musiques du monde	1,4 %	2,6 %	1,3 %
	• Répartition du chiffre d'affaires des ventes d'Universal Music Group aux États-Unis par genre musical			
	Pop	27 %	26 %	24 %
	Rock	19 %	17 %	20 %

Promotion de la diversité culturelle (suite)

	2011	2010	2009
Diversité des expressions audiovisuelles et cinématographiques			
GC+	<ul style="list-style-type: none"> Financement de 57 % des films d'initiative française agréés par le CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée), soit 118 films sur 207 Financement de 30 premiers films d'initiative française agréés par le CNC, soit 41,1 % des premiers films d'initiative français agréés Investissement de 29 millions d'euros dans des films dont le budget est inférieur à 4 millions d'euros Collaboration de Studiocanal avec 80 producteurs français et étrangers 	65 % 133 films / 203	66,5 % 121 films / 182
		35 56 %	41 53 %
		28 millions d'euros	25 millions d'euros
		12 français et 13 étrangers	15 français et 23 étrangers
<p><i>Extraits du Rapport 2011 du CNC:</i></p> <p><i>L'investissement de Canal+ a augmenté de 4,5 % par an en moyenne entre 2002 et 2011.</i></p> <p><i>Canal+ continue d'intervenir dans des films aux devis variés: en 2011, la chaîne a acheté 70,9 % des films d'initiative française dont le devis est compris entre 1 M€ et 15 M€. Elle a également préacheté 6,4 % des films dont le devis est inférieur à 1 M€ et 83,3 % des films d'initiative française dont le devis est supérieur à 15 M€. Pour répondre à sa clause de diversité, Canal+ a financé 42 des 117 films d'initiative française dont le devis est inférieur à 4 M€ (soit 35,8 %).</i></p>			

Promotion linguistique

AB	<ul style="list-style-type: none"> <i>World of Warcraft</i>® de Blizzard Entertainment est disponible en 10 langues (anglais, français, allemand, espagnol, espagnol latino-américain, russe, chinois traditionnel, chinois simplifié, portugais et coréen) <i>Starcraft II</i>®: <i>Wings of Liberty</i>® de Blizzard Entertainment est disponible en 12 langues (anglais, français, allemand, espagnol, espagnol latino-américain, russe, chinois traditionnel, chinois simplifié, portugais, coréen, polonais et italien) <i>Call of Duty</i>®: <i>Modern Warfare 3</i>® d'Activision Publishing est disponible en 8 langues (anglais, français, allemand, espagnol, russe, italien, polonais, japonais) 	<ul style="list-style-type: none"> Disponible en 8 langues Disponible en 11 langues nd <i>Guitar Hero</i>®: <i>World Tour</i> d'Activision Publishing est disponible en 5 langues 	
UMG	<ul style="list-style-type: none"> 44 langues chantées par les artistes du catalogue d'UMG 36 langues chantées par les artistes du catalogue d'Universal Music France 	<ul style="list-style-type: none"> 36 langues chantées par les artistes du catalogue d'Universal Music France 	
GMT	<ul style="list-style-type: none"> Maroc Telecom (Maroc) <ul style="list-style-type: none"> Terminaux mobiles: 3 langues (arabe, français, amazigh) Service Bouquet Info (actualités économiques, politiques, sportives et culturelles reçues par SMS): 3 langues (arabe, français, anglais) Programmes diffusés « TV et Radio sur ADSL »: 8 langues (arabe, amazigh, français, anglais, allemand, portugais, espagnol, chinois) Onatel (Burkina Faso): 3 langues (français, mooré, dioula) Sotelma (Mali): 8 langues (français, bambara, peulh, soninké, sonraï, tamachèque, bodo, minianka) Mauritel (Mauritanie): 5 langues (arabe, poular, soninké, wolof, français) Gabon Telecom (Gabon): 2 langues (français, anglais) 	<ul style="list-style-type: none"> 2 langues (arabe et amazigh) disponibles dans l'offre de téléphonie mobile de Maroc Telecom 2 langues (arabe et français) proposées par Menara, portail de Maroc Telecom 7 langues présentes sur les chaînes du bouquet TV ADSL de Maroc Telecom 	
GC+	<ul style="list-style-type: none"> 44 sous-titrages de films en 9 langues différentes et 33 doublages de films en 14 langues différentes par Studiocanal 100 % des films étrangers (soit 244 films en 2011) diffusés par Canal+ l'ont été en version multilingue 	<ul style="list-style-type: none"> 51 sous-titrages (10 langues) et 36 doublages (6 langues) 100 % (240 films) 	<ul style="list-style-type: none"> 157 sous-titrages (15 langues) et 38 doublages (6 langues)

Partage des connaissances

	2011	2010	2009
Taux de couverture mobile			
SFR	<ul style="list-style-type: none"> SFR (France): 99,45 % 		nc
GMT	<ul style="list-style-type: none"> Maroc Telecom (Maroc): 98,71 % Onatel (Burkina Faso): 91 % Sotelma (Mali): 75 % Mauritel (Mauritanie): 90 % Gabon Telecom (Gabon): 94 % 		nc

nc / En raison de la réorganisation du reporting extra-financier en 2011, les données 2009 et 2010 relatives au partage des connaissances ne sont pas comparables avec celles collectées en 2011. Elles sont cependant présentées dans les rapports d'activité et de développement de 2009 et de 2010 disponibles sur le site de Vivendi.

Partage des connaissances (suite)

	2011	2010	2009
Couverture Internet			
SFR	<ul style="list-style-type: none"> SFR (France): 98,40 % 		nc
GMT	<ul style="list-style-type: none"> Taux de couverture Internet 3G par Maroc Telecom (Maroc): 54,5 % (1,1 million de clients Internet 3G) Part de marché Maroc Telecom 3G: 42,5 % Part de marché Maroc Telecom ADSL: 99,9 % Nombre de ligne ADSL et/ou accès CDMA: <ul style="list-style-type: none"> Maroc Telecom (Maroc): 589 000 Onatel (Burkina Faso): 31 000 Sotelma (Mali): 37 000 Mauritel (Mauritanie): 7 000 Gabon Telecom (Gabon): 24 000 		nc
GVT	<ul style="list-style-type: none"> Part de marché nationale Internet haut débit de GVT (Brésil): 9 % Taux de pénétration Internet haut débit: 92 % de la base client de GVT Débit moyen de 10,8 Mbp/s supérieur au débit moyen de 1,9 Mbp/s au Brésil 		nc
Déploiement de la fibre optique			
SFR	<ul style="list-style-type: none"> SFR (France): 3,3 millions de foyers raccordés (en cumulé) 		nc
GMT	<ul style="list-style-type: none"> Maroc Telecom (Maroc): 26 480 km de câble à fibre optique déployés (dont 2 980 km en 2011) Onatel (Burkina Faso): 1 300 km de câble à fibre optique déployés (dont 80 km en 2011) Sotelma (Mali): 2 235 km de câble à fibre optique déployés Mauritel (Mauritanie): 754 km de câble à fibre optique déployés Gabon Telecom (Gabon): 244 km de câble à fibre optique déployés 		nc
GVT	<ul style="list-style-type: none"> 10 163 km de câble à fibre optique déployés 1 063 nouveaux bâtiments raccordés 1 816 km de câble réseau longue distance déployés 		nc
Réduction de la fracture numérique			
SFR	<ul style="list-style-type: none"> SFR (France): 7 552 communes rurales nouvellement couvertes 		nc
GMT	<ul style="list-style-type: none"> 19,5 % des investissements réseaux de Maroc Telecom consacrés à la réduction de la fracture numérique au Maroc 1 707 communes rurales nouvellement couvertes par le groupe Maroc Telecom <ul style="list-style-type: none"> Maroc Telecom (Maroc): 1 384 Onatel (Burkina Faso): 55 Sotelma (Mali): 186 Mauritel (Mauritanie): 26 Gabon Telecom (Gabon): 56 		nc
GVT	<ul style="list-style-type: none"> Déploiement dans 22 nouvelles villes, portant à 119 le nombre de villes couvertes par GVT 		nc