

Alors que tous les contenus destinés à la jeunesse d'Editis sont contrôlés a posteriori par la Commission de surveillance et de contrôle des publications destinées à l'enfance et à l'adolescence, organe mixte instauré par la loi du 16 juillet 1949 précitée, ils sont aussi surveillés par plusieurs parties prenantes du groupe : les parents d'élèves (en association ou non), les associations de professeurs, les fédérations professionnelles, le grand public, les médias et les réseaux sociaux. Tout signalement émanant de l'un de ces canaux est examiné et donne lieu à une réponse ou à une correction.

Quant à Gameloft, les jeux sont présentés – visuels et descriptions – avec la plus grande transparence et classifiés de façon visible à travers un système de notation en fonction de l'âge sur les stores numériques. Ils sont dotés d'un système qui invite le joueur à valider son âge pour accéder au contenu, l'accès aux jeux n'ayant pas vocation à être tous

publics étant alors bloqué aux utilisateurs âgés de moins de 13 ans. Dans certains cas, seuls des éléments spécifiques, comme les publicités ciblées, sont supprimés. Les jeux sont aussi équipés de points de contacts qui permettent aux utilisateurs d'alerter sur tout contenu haineux, discriminant ou dégradant.

Enfin, Dailymotion demeure très investi en matière de protection des jeunes internautes. Il est signataire de la Charte européenne de protection des mineurs sur Internet associée au programme Internet sans crainte. La prévention et la protection sont assurées grâce à un filtre parental activé par défaut et une priorité donnée aux signalements concernant les contenus pédopornographiques ou présentant des violences sur mineurs. Dailymotion collabore sur ces sujets avec la plateforme PHAROS et l'Office central de lutte contre la criminalité liée aux technologies de l'information et de la communication.

4.3. *Creation With All* : construire ensemble un monde responsable

4.3.1. NOTRE PRIORITÉ : ŒUVRER POUR UN MONDE PLUS INCLUSIF

Les métiers de Vivendi sont faits de passion, de créativité et de talents. La diversité, l'équité et l'inclusion sont au cœur de leur identité et font partie des engagements majeurs du groupe, présent dans 82 pays.

Parce que les différences de chacun sont sources de richesse, Vivendi place les compétences individuelles au cœur de la performance collective. Rendre ses activités plus inclusives est un engagement de longue date du groupe, qui se décline autant en interne qu'à l'extérieur de l'entreprise, notamment par le soutien apporté par Vivendi Create Joy aux personnes œuvrant pour un plus large accès aux métiers de la création. Plus

récemment, Vivendi a renforcé sa démarche par le lancement de groupes de travail multimétiers sur les enjeux du handicap et de l'égalité des chances et la création d'une task force internationale Inclusion & Diversité, chargée d'élaborer des propositions d'actions communes portées au niveau du groupe.

Avec le programme *Creation With All*, Vivendi fixe un cadre global à ces actions afin de renforcer l'intensité et l'impact de son engagement pour contribuer à construire un monde plus inclusif.

4.3.2. PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ, L'ÉQUITÉ ET L'INCLUSION

■ 4.3.2.1. Lutte contre les discriminations

Lutter contre toutes les formes de discriminations constitue l'un des axes des programmes sur la diversité, l'équité et l'inclusion mis en œuvre dans le groupe par les différents métiers. Le groupe s'engage à accorder une égale opportunité de recrutement, de mobilité, de promotion, de formation, de rémunération à chacun, sans aucune distinction d'origine ethnique, sociale ou culturelle, de genre, de religion, d'âge, d'orientation sexuelle, de situation de vie privée ou de situation de handicap.

Afin de créer un environnement en adéquation avec sa culture, ses valeurs et ses enjeux, chaque société du groupe s'attache à promouvoir la diversité au sein de son organisation et mène une politique active en faveur de l'égalité des chances et l'égalité de traitement entre les personnes.

Les métiers de Vivendi mettent en place des programmes de formation et de sensibilisation aux enjeux de la diversité et de l'inclusion notamment auprès des équipes des ressources humaines (RH) et des managers, acteurs clés de leur promotion dans l'entreprise. Ils proposent des initiatives auprès des salariés pour mieux comprendre et mieux gérer les préjugés ou jugements sur les autres. Les plans d'actions mis en œuvre dans ce cadre tiennent compte des enjeux locaux et culturels en matière de discrimination et couvrent généralement trois aspects complémentaires : la signature de chartes engageantes auprès d'organismes de référence, la mise en place de groupes de travail inclusifs pour impulser

et veiller à la mise en œuvre du changement et la mise en place de groupes ad hoc permettant d'adresser des thématiques spécifiques.

En France, Vivendi et Groupe Canal+ sont des signataires historiques de la Charte de la diversité de l'association Les entreprises pour la Cité. Gameloft et le pôle Éducation et Référence (Sejer) du groupe Editis ont rejoint la liste des signataires en 2019. Également signataire de cette chartre, BETC (Havas Group) a aussi signé en 2016 la Charte Entreprise et Territoire en faveur du développement local du département de Seine-Saint-Denis.

Groupe Canal+ a défini sa politique de diversité et d'inclusion autour de cinq axes prioritaires couvrant l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, la santé et le handicap, la mixité générationnelle, la mixité des origines et la communauté LGBTQ+. Deux comités dédiés ont été mis en place par Groupe Canal+ afin de définir et mettre en œuvre des plans d'actions. Le Comité *Et ta sœur ?* est plus spécifiquement axé sur la mixité et le Comité *Et ton frère ?* sur la diversité (voir section 4.2.2.2 du présent chapitre). En 2020, pour la quatrième année consécutive, Groupe Canal+ a donné une chance aux jeunes issus de tous les horizons en leur proposant de participer au Grand Match de l'égalité des chances, avec l'objectif de trouver les meilleurs talents pour les équipes éditoriales, tout en favorisant la diversité au sein de ces équipes, devant comme derrière la caméra.

Face à la prise de conscience accrue du racisme systémique, UMG a créé en 2020 le groupe de travail *Task Force for Meaningful Change* (TFMC) pour renforcer la politique de diversité, d'inclusion et de justice sociale déjà existante au sein d'UMG. L'équipe de TFMC dans laquelle est impliqué le haut management s'emploie à : amplifier et développer les programmes existants ; imaginer de nouvelles initiatives ; soutenir les communautés marginalisées dans la lutte permanente pour l'égalité, la justice et l'inclusion, avec notamment l'aide et le soutien financier des organisations investies dans différents domaines (logement, aide juridique, services de santé mentale et de santé physique, etc.) ; identifier et adopter des règles et initiatives pour l'ensemble du groupe en réponse au racisme, à l'intolérance et aux préjugés ; revoir les procédures internes afin d'améliorer l'accès, le recrutement, l'évolution et la rétention des talents issus de la diversité à tous les niveaux, y compris aux postes de direction. Par ailleurs, UMG, déjà engagé depuis 2017 auprès de l'USC *Annenberg Inclusion Initiative*, un grand groupe de réflexion mondial axé sur la progression de l'inclusion dans le divertissement et notamment la participation des femmes et des femmes de couleur dans l'entreprise, a renforcé ce partenariat en 2020 pour s'attaquer aux questions urgentes liées à la justice raciale et à l'équité dans le secteur de la musique.

La volonté de s'associer à la dénonciation générale du racisme et le constat de la faible représentation des talents issus de la diversité dans le secteur de la publicité ont amené Havas Group à renforcer son engagement en la matière, avec la mise en place d'un plan ambitieux initié aux États-Unis, intitulé *#CommitToChange*. Ce plan, présenté en juillet 2020, s'inscrit dans le programme global *All In*, lancé en 2018 sur la diversité, l'équité et l'inclusion, et qui a proposé en 2020 plus de 150 actions dans 42 agences et villages (contre 100 actions dans 39 agences en 2019) sur ces thématiques.

Le plan *#CommitToChange* repose sur sept engagements spécifiques à la population *Black, Indigenous, People of Color* (BIPOC). Ainsi, Havas Group a mis en place une campagne de sensibilisation et un cursus complet de formation destinés à l'ensemble des salariés quel que soit leur niveau hiérarchique, et auquel les cadres supérieurs participent activement. Parmi les autres initiatives prises dans le cadre de *#CommitToChange*, Havas Group s'attache à réserver une part importante de ses stages aux talents issus de la diversité ainsi qu'à favoriser leur accès aux formations de développement du leadership et aux mentorats.

Un comité consultatif sur ces thèmes couvrant l'Amérique du Nord a été constitué. Ce comité, composé de neuf hauts dirigeants des réseaux Media, Creative et Health représentant les communautés noire, asiatique, hispanique et LGBTQ+, s'assure que les engagements du plan *#CommitToChange* sont respectés. Par ailleurs, aux États-Unis, UMG et Havas North America mettent en place des programmes de stages destinés aux étudiants ou aux jeunes diplômés en établissant des partenariats privilégiés avec des *Historically Black Colleges and Universities* (HCBU) ou en participant à des forums d'emplois comme HAATBP (*Here Are All the Black People*), *AfroTech*, *Power to Fly* ou *Congressional Black Caucus*, organisations tournées vers la communauté afro-américaine. Toujours aux États-Unis, de nombreux groupes de salariés volontaires se sont constitués (*Employee Resource Groups* ou ERG), permettant aux salariés de se rassembler et d'agir en faveur d'une cause commune liée à la diversité et de servir ainsi les communautés asiatique, noire, latine, féminine et LGBTQ+. Ces groupes, gérés et menés par les salariés, facilitent le réseautage et permettent de connecter les équipes entre elles, renforçant ainsi le sentiment d'appartenance à l'entreprise.

■ 4.3.2.2. Égalité entre les femmes et les hommes

L'égalité entre les femmes et les hommes est l'un des engagements clés de Vivendi, porté par le Conseil de surveillance et par l'ensemble des entités du groupe. Elle favorise une culture d'inclusion et contribue à la capacité d'innovation, indispensable à nos métiers.

Vivendi attache ainsi la plus haute importance aux enjeux de mixité et de diversité au sein des équipes de direction, avec la volonté de faire progresser la part des femmes au plus haut niveau de l'ensemble des entités du groupe, en mettant en place des actions spécifiques en faveur de la promotion du leadership féminin et de la parité.

La mixité au sein des instances dirigeantes

En application de l'article 7 du Code AFEP-MEDEF révisé en janvier 2020, le Directoire de Vivendi, sur avis du Conseil de surveillance, dans sa séance du 16 novembre 2020, a fixé pour objectif de porter le taux de féminisation au sein des instances dirigeantes du groupe, qui est de 32 % pour l'année 2020, à 34 % en 2021 puis 35 % en 2022.

La part des femmes au sein des instances dirigeantes du groupe est de 32 %

La politique de mixité au sein des instances dirigeantes est suivie par le Directoire de Vivendi :

- ▶ le taux de féminisation du Comité de direction de Vivendi est de 33 % ;
- ▶ chez UMG, deux femmes sont membres du Comité exécutif depuis 2015 ;
- ▶ après l'annonce, fin 2019, de la nomination d'une femme comme Directrice générale de Studiocanal, celle-ci a été nommée au Comité exécutif de Groupe Canal+, faisant progresser la part des femmes dans cette instance, qui s'élève désormais à 30 % ;
- ▶ le taux de féminisation au sein des Comités opérationnel et exécutif de Havas Group s'élève à 29 % ;
- ▶ au sein du groupe Eeditis, le taux de féminisation du Comité exécutif est de 45 % et une femme occupe le poste de Directrice générale ;
- ▶ l'industrie des jeux est un secteur d'activité peu féminisé. En nommant deux femmes entre 2019 et 2020, Gameloft a renforcé la part des femmes au sein de son Comité exécutif, qui est désormais de 18 % ;
- ▶ le Comité exécutif de Vivendi Village est le plus féminisé, avec un taux de 50 % de femmes à la fin 2020.

Actions spécifiques en faveur de la promotion du leadership féminin et de la parité

Pour un meilleur développement de la place des femmes dans le groupe et un renforcement de la mixité au sein des postes à responsabilité, des programmes favorisant le développement du leadership au féminin sont proposés par Vivendi, UMG, Havas Group et Groupe Canal+. Des actions en faveur de l'évolution des comportements et contre les stéréotypes sont ainsi engagées : développement du leadership féminin et accompagnement individualisé ; échanges avec des personnalités « rôles modèles » permettant de s'inspirer des parcours de réussite de femmes à des postes majoritairement occupés par des hommes ; organisation de rencontres régulières avec les dirigeants permettant de les sensibiliser sur le sujet de la mixité.