

Cet engagement se traduit par la mise en place de plans d'actions et de mesures de progrès social venant renforcer les dispositions existantes. Ces plans d'actions répondent à plusieurs objectifs : renforcer la parité dans les recrutements et respecter l'égalité en matière d'accès à l'emploi ; veiller à l'égalité des chances dans les parcours de carrière ; garantir l'égalité salariale entre les femmes et les hommes à métier équivalent pour un même niveau de compétences, de responsabilités et de résultats ; garantir l'égalité en matière d'évolution professionnelle et salariale en cas d'interruption de carrière dans le cadre d'un congé parental, de maternité, de paternité ou d'adoption ; et assurer une meilleure conciliation entre vie privée et vie professionnelle.

Des accords en matière de mixité sont ainsi en vigueur dans la quasi-totalité des entités françaises du groupe :

- ▶ accords ou plans d'action sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, en conformité avec la loi du 23 mars 2006 prévoyant la mise en place d'un éventail complet de mesures (recrutement, promotion, rémunération, maternité), ainsi que des indicateurs de suivi des dispositifs créés ;
- ▶ accords ou chartes de parentalité, favorisant l'égalité de traitement entre les deux parents ;
- ▶ accords sur le temps de travail facilitant l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée et mesures favorisant les congés parentaux y compris pour les hommes.

En France, Vivendi renforce son engagement en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes en offrant de maintenir 100 % du salaire des bénéficiaires du congé deuxième parent et ce, pendant la durée totale du congé, qui peut aller au-delà des obligations légales dans certaines entités comme Groupe Canal+ et Dailymotion.

En France, l'index de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes permet de mesurer le fruit des efforts des entités du groupe pour permettre aux femmes de progresser au même niveau de rémunération et de carrière que les hommes. Peuvent être cités les index de Vivendi SE (88), Canal+ (90), Canal+ International (89), Interforum (90) et SEJER (91) pour Edf, Prisma Media (86), Dailymotion (91), ainsi que BETC (91), BETC Digital (92), Havas Media France (87), Havas SA (80) et Havas Paris (84) pour Havas Group.

Parmi les autres initiatives des métiers, Groupe Canal+, Prisma Media et Dailymotion ont pris l'engagement de systématiquement proposer la candidature d'une femme et d'un homme pour tout poste ouvert, et ont mis en place la neutralisation des périodes de congé de maternité dans l'évaluation annuelle ainsi que l'identification des écarts de rémunération à poste équivalent et les actions correctrices associées. Havas Group s'est également engagé dans une politique active sur l'égalité salariale entre les femmes et les hommes dont le plan d'action se déroule en trois étapes : effectuer un diagnostic, apporter les ajustements nécessaires et mettre en place un suivi.

Rassembler et respecter les différences

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 de l'égalité de traitement entre les personnes.

54 % des équipes de recrutement (1) formées à la non-discrimination sur les 24 derniers mois

(1) En pourcentage de l'effectif de reporting social, i.e. hors entités entrant dans le périmètre, et notamment hors Prisma Media, et hors entités dont l'effectif au 31 décembre est inférieur à 15 (se reporter à la note méthodologique relative au reporting extra-financier section 7.1.).

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 RH et des managers. Ils proposent des initiatives auprès des collaborateurs pour mieux comprendre et mieux gérer les préjugés ou jugements sur les autres. Les plans d'actions mis en œuvre 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 ou le développement de partenariats avec des structures engagées (Télémaque, NQT, Club 21^e siècle, TETU Connect...), 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, Groupe Canal+ et Prisma Media 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 Edf ont rejoint la liste des signataires en 2019. Également signataire de cette charte, 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 4.2.1.2.). Un large programme de conférences est proposé chaque mois sur l'un de ces piliers et un guide sur l'inclusion des personnes LGBTQ+ a été lancé.

Depuis 2018, Havas Group développe en continu de nombreuses initiatives avec son programme *All In* consacré à la diversité, l'équité et l'inclusion (DE&I) axé autour d'un large répertoire d'initiatives DE&I, en lien notamment avec la représentation ethnique et culturelle, l'égalité des sexes, l'inclusion des LGBTQ+, le handicap, le bien-être, l'âge et d'autres sujets. Havas Group, conscient que les enjeux varient considérablement selon le pays, la culture et l'agence, adopte une approche locale pour définir sa stratégie DE&I. Un grand nombre de ces initiatives locales et de témoignages sont mis en ligne sur le blog *All In* et partagés avec les collaborateurs chaque semaine via la newsletter *Life@Havas* et les réseaux sociaux.

Par ailleurs, 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 et déployé dans d'autres territoires, intitulé *#CommitToChange*, destiné à soutenir, investir et développer ses communautés *Black, Indigenous, People of Color* (BIPOC). Un comité consultatif, composé notamment de neuf dirigeants Media, Creative et Health & You représentant les communautés noire, asiatique, hispanique et LGBTQ+, supervise la stratégie et les initiatives DE&I et s'assure que les engagements du plan *#CommitToChange* en Amérique du Nord sont respectés. Le comité a élargi son champ d'action pour inclure trois groupes de travail : la stratégie annuelle du programme DE&I, la mise en œuvre et le soutien *d'employee resource groups* (ERG, groupes de collaborateurs volontaires qui se rassemblent pour agir en faveur d'une cause commune liée à la diversité et servir ainsi les communautés asiatique, noire, latine, féminine et LGBTQ+), et l'accessibilité et le handicap.

Havas Group s'attache également à donner un accès plus important à ses métiers, 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 (Havas Emerge) et aux mentorats. Havas Group poursuit la réorganisation de ses process de recrutement et d'évaluation dans le cadre de cette initiative.

Fin 2021, Vivendi a accueilli le premier *Workplace Inclusion Forum* de Mixity à l'occasion du lancement de l'indice international de mesure de l'empreinte sociale des entreprises. Ce nouveau référentiel de Mixity a été coconstruit en partenariat avec Vivendi et testé auprès de quatre entités de Groupe Canal+ et de Dailymotion, permettant ainsi de couvrir quatre zones géographiques différentes (France, États-Unis, Royaume-Uni et Vietnam) et de tenir compte des spécificités et des cultures propres à ces pays. Prisma Media a mesuré son empreinte sur les cinq thématiques majeures de la diversité et de l'inclusion que sont l'égalité entre les femmes et les hommes, le handicap, le multigénérationnel, le multiculturel et l'identité de genre. D'autres entreprises du groupe souhaitent également utiliser cet indice afin d'identifier, sur la base de données chiffrées, leurs forces et leurs axes de progrès.

S'adapter au handicap et l'intégrer

Vivendi est un groupe handi-accueillant qui s'engage à promouvoir l'insertion et la non-discrimination des personnes en situation de handicap. Cet engagement s'articule autour de plusieurs axes permettant une approche globale tout en tenant compte des spécificités des métiers et des législations locales : le recrutement et l'intégration de personnes en situation de handicap ; la création de conditions favorables permettant aux collaborateurs de déclarer leur handicap afin de pouvoir mettre en œuvre une prise en charge adaptée des emplois et des postes ; la mise en place de partenariats avec des experts ou des associations permettant de faire progresser l'inclusion ; la formation et la sensibilisation des collaborateurs, des managers, des équipes RH et de la Direction générale ; l'accessibilité des espaces et l'aménagement du temps de travail, ainsi que l'accessibilité numérique.

Depuis 2019, un groupe de travail sur le handicap, incluant toutes les entités de Vivendi, se réunit au moins deux fois par an. Ce groupe a pour objectif d'échanger autour des meilleures pratiques de chaque entité, de fédérer des actions communes, et de faire émerger des solutions en sollicitant, le cas échéant, des experts externes.

En France, 2,2 % des collaborateurs du groupe sont en situation de handicap

Le taux de handicap du groupe en France s'élève à 2,2 %. Malgré tous les efforts du groupe, il demeure inférieur aux 6 % légaux, notamment parce qu'il existe une difficulté persistante à déclarer son handicap, et plus particulièrement dans le cas de handicaps invisibles (80 % des handicaps en France). Par ailleurs, les salariés en situation de handicap sont majoritairement non-cadres, alors que le groupe est constitué de 73 % de cadres en France, ce qui accroît la difficulté des entités du groupe à recruter, malgré leur volonté de faire évoluer la situation.

Vivendi contribue à changer l'image du handicap au travail en étant partenaire de LADAPT (L'Association pour l'insertion sociale et professionnelle des personnes en situation de handicap) pour la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH), et ce depuis quatre ans.

C'est ainsi que, pour la deuxième année consécutive, les différentes entités de Vivendi se sont mobilisées pour l'organisation de la SEEPH 2021 qui s'est tenue du 15 au 21 novembre. Une plateforme interne de sensibilisation et de pédagogie sur le handicap a été ouverte aux collaborateurs en France. Tout au long de cette semaine, des contenus vidéos textes et quiz ont été proposés afin de faire bouger les lignes sur le handicap et informer sur les engagements de chaque entité en matière de handicap. Par ailleurs, la majorité des entités du groupe a participé, durant la SEEPH 2021, au Duoday, dispositif national qui permet d'accueillir au sein de l'entreprise pendant une journée, une personne vivant avec un handicap et éloignée de l'emploi. Malgré les contraintes sanitaires, plus de 30 duos ont ainsi pris forme au sein du groupe, en France et en Outre-mer.

En 2021, le groupe Vivendi a également poursuivi son soutien au Psychodon, association œuvrant pour la déstigmatisation des maladies psychiques, et malgré la situation sanitaire, la quatrième édition de la soirée du Psychodon a pu être organisée le 12 juin 2021 à l'Olympia et diffusée en prime time sur la chaîne C8.

Chacun des métiers mène par ailleurs des actions spécifiques en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes en situation de handicap.

Groupe Canal+ est engagé depuis de nombreuses années dans une politique de long terme d'insertion des collaborateurs en situation de handicap grâce à sa mission Handi+. La signature en 2020 de son quatrième accord consécutif sur l'emploi des travailleurs en situation de handicap témoigne de son engagement. Cet accord comporte notamment un objectif de recrutement de 20 personnes en situation de handicap sur trois ans. En plus des mesures déjà établies en faveur du recrutement, Canal+ fait appel depuis 2020 à un prestataire spécialisé afin d'aller à la rencontre des profils adaptés vivant avec un handicap, dans les écoles et universités, et leur proposer des offres de stages et d'alternance.

Au-delà, en signant la charte *Cancer@work*, Groupe Canal+ s'engage également à faire de l'inclusion de la maladie au travail (cancer ou maladie chronique) qui crée une situation handicapante, une réalité partagée et se mobilise pour soutenir l'insertion, le maintien dans l'emploi et la qualité de vie au travail des personnes touchées. Cet engagement vise à mettre en œuvre des actions concrètes, comme le lancement du Guide sur la conciliation de la maladie et de la vie professionnelle pour accompagner les collaborateurs concernés.