

Présents sur cinq continents et dans plus de 77 pays, avec 68 % de collaborateurs exerçant hors de France, Vivendi place les femmes et les hommes au cœur de sa stratégie pour répondre aux enjeux d'aujourd'hui et anticiper ceux de demain.

La diversité, l'équité et l'inclusion sont des enjeux stratégiques portés à tous les niveaux du groupe afin qu'ils soient une réalité pour l'ensemble des collaborateurs, un engagement managérial et une priorité quotidienne pour les équipes des ressources humaines.

21 % des collaborateurs (1) ont participé à un programme de sensibilisation sur la diversité et l'inclusion en 2021

(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.).

Avec *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.

Égalité entre les femmes et les hommes

L'égalité entre les femmes et les hommes est un engagement fort de Vivendi, porté par le Conseil de surveillance et par l'ensemble des entités du groupe.

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 des femmes et de la parité.

La part des femmes au sein des instances dirigeantes du groupe est de 35 % en 2021

- ▶ Comité de direction de Vivendi SE : 29 % ;
- ▶ Comité exécutif de Groupe Canal+ où une femme a été nommée Secrétaire générale du groupe en 2021 : 29 % ;
- ▶ Comité exécutif de Havas Group : 38 % ;
- ▶ Comité exécutif d'Editis où le poste de Directrice générale est occupé par une femme : 38 % ;
- ▶ Comité exécutif de Prisma Media où une femme a été nommée Directrice générale en 2021 : 57 % ;
- ▶ Comité exécutif de Gameloft dont le secteur d'activité est très peu féminisé : 11 % ;
- ▶ Comité exécutif de Vivendi Village : 45 % ;
- ▶ Comité exécutif de Dailymotion : 40 %.

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 18 novembre 2021, a fixé pour objectif de porter le taux de féminisation au sein des instances dirigeantes du groupe, dont les secteurs d'activité sont différemment féminisés, à 38 % en 2022 puis à 40 % en 2023.

La politique de mixité au sein des instances dirigeantes est suivie par le Directoire de Vivendi et comporte notamment une plus grande collégialité dans le processus de nomination des dirigeants pour favoriser la diversité et une évaluation sur des objectifs de diversité.

Par ailleurs, en 2021, dans le cadre du mouvement *HeforShe* de l'Organisation des Nations unies, Havas Group s'est engagé à mettre tout en œuvre, d'ici à 2025, pour essayer de passer de 27 % à 45 % ou plus de représentation des femmes aux postes de direction dans le secteur de la création, à mesurer l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes et à combler les écarts de rémunération identifiés.

Actions spécifiques en faveur de la carrière des femmes et de la parité

Pour un renforcement de la mixité au sein des postes à responsabilité, une politique générale de lutte contre le plafond de verre est déployée par Vivendi. Celle-ci est articulée autour du réseau de femmes Andiamo créé en mars 2012, à la demande du Conseil de surveillance, à l'intention des femmes occupant un poste à responsabilité pour les promouvoir dans les instances de direction, en leur proposant des espaces de coaching collectifs et individuels. Au-delà du développement du leadership individuel, Andiamo est aussi une communauté de ressources pour ses membres par le partage d'informations, d'expériences et de pratiques managériales. Andiamo se veut également une communauté d'expérimentation de nouveaux modes de leadership. La communauté est composée d'une soixantaine de femmes. Andiamo s'inspire aussi du programme *Learning Expedition* (voir section 4.3.1.3.) pour devenir un réseau au service des projets du groupe.

D'autres programmes et actions favorisant le développement du leadership des femmes et en faveur de l'évolution des comportements sont également engagés au niveau des entités.

Depuis son lancement en 2018, plus de 150 participantes de 57 agences dans 23 pays ont suivi le programme *Femmes Forward* de Havas Group en faveur de la promotion des femmes dans les postes de direction. Avec *Femmes Forward ON AIR*, une plateforme digitale pour l'avancement de carrière lancée en 2021, Havas Group continue d'offrir aux femmes du monde entier la possibilité d'améliorer leurs compétences en leadership et de réfléchir à ce qu'elles attendent de leur carrière. À la fin 2021, *Femmes Forward ON AIR* s'est déroulé au Royaume-Uni, en Amérique latine, en France, en Belgique et en Asie-Pacifique avec près de 100 participantes. D'autres initiatives, comme *Fight Club* lancée par Havas Health & You, répondent à la volonté de Havas Group de développer le leadership des femmes.

Groupe Canal+ a lancé un programme de leadership des femmes dénommé *Boost'Her* auquel une centaine de femmes ont participé depuis sa création et mène une politique active permettant d'améliorer la promotion des femmes et de changer les mentalités, notamment avec la journée *Sister's Day*, ouverte à toutes les femmes du groupe souhaitant travailler sur leur ambition professionnelle et la levée des biais inconscients limitants.

En 2021, Gameloft a lancé le programme *She plays*, une communauté de femmes leaders, dont l'objectif est d'améliorer la visibilité des femmes dans un secteur où elles sont peu représentées, de changer les mentalités et d'attirer les talents féminins dans cette industrie.

Le taux d'emploi des femmes est de 53 % et la part des femmes cadres dans le groupe est de 52 %

57 % des collaborateurs promus en 2021 sont des femmes

Vivendi recherche la parité à tous les niveaux et à chaque étape du parcours professionnel de ses collaborateurs : recrutement, promotion et développement. Cet objectif, partagé par tous les métiers, est identifié et développé en fonction des spécificités professionnelles ou culturelles qui induisent des leviers d'actions diversifiés.

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.