

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, le Directoire et par l'ensemble des métiers 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 dans l'ensemble des entités du groupe et 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 38 % au 31 décembre 2022, conformément à l'objectif fixé par le Directoire :

- Vivendi SE : 54 % ;
- Groupe Canal+ : 30 % ;
- Havas : 38 % ;
- Prisma Media : 57 % ;
- Gameloft : 10 % ;
- Vivendi Village : 55 % ;
- Dailymotion : 43 % ;
- Editis : 38 %.

En application de l'article 8 du Code AFEP-MEDEF, le Directoire de Vivendi, sur avis du Conseil de surveillance, dans sa séance du 16 novembre 2022, 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 40 % pour les années 2023 et 2024.

La politique de mixité au sein des instances dirigeantes ainsi que le processus de nomination des dirigeants sont suivis par le Directoire de Vivendi, au sein duquel deux femmes ont été nommées en 2022 conformément à l'objectif fixé par le Conseil de surveillance.

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 au sein du groupe. Celle-ci s'articule autour des programmes et des actions engagés par les différents métiers, ainsi qu'au niveau du groupe, autour du réseau de femmes Andiamo créé en mars 2012 par Vivendi à la demande du Conseil de surveillance.

Les femmes leaders, une priorité pour Vivendi

Andiamo est un programme de mise en réseau destiné aux femmes occupant un poste à responsabilité pour les promouvoir dans les instances de direction. Au-delà du développement du leadership individuel, Andiamo est aussi une communauté de ressources à travers le partage d'informations, d'expériences et de pratiques managériales. La communauté Andiamo, composée d'une soixantaine de femmes, s'inspire aussi du programme *Learning Expedition* (voir section 4.3.1.2.) pour être une communauté d'expérimentation de nouveaux modes de leadership au service des projets du groupe.

En 2018, Havas a lancé son programme *Femmes Forward* en faveur de la promotion des femmes dans les postes de direction et 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 (avec, par exemple, *Femmes Forward On Air*, une plateforme digitale créée en 2021 et dédiée à l'avancement de carrière). Ces programmes, auxquels ont participé en 2022 plus de 245 femmes de 33 pays différents, représentent un taux de promotion de 56 %.

Également en 2022, Havas a encore renforcé ses actions en faveur de l'évolution des femmes avec le programme *Femmes Forward Academy*, plus particulièrement destiné aux femmes ayant une expérience d'un à trois ans, permettant ainsi de développer leur confiance, de gérer le stress et d'apprendre des femmes leaders ; ce pilote a été suivi par 210 participantes dans 27 pays. En 2022, Havas a également mis en place le *Creative Women's Advisory Council* composé de femmes créatives de tout le réseau Havas afin de promouvoir l'égalité des sexes et de soutenir l'engagement du groupe pris en 2021 dans *HeforShe*, mouvement de l'Organisation des Nations unies.

Groupe Canal+ a lancé un programme de leadership des femmes dénommé « *Boost Her* » auquel une centaine de femmes a participé depuis sa création. Le groupe mène également une politique active pour améliorer la promotion des femmes et changer les mentalités, notamment avec la journée *Sister's Day*, ouverte à toutes les femmes du groupe souhaitant travailler sur leur ambition professionnelle et sur les biais inconscients obstacles à leur promotion : 250 femmes ont participé à cette journée.

En 2022, Gameloft poursuit son programme *She plays*, destiné à créer une communauté de femmes leaders, avec l'objectif 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.

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.

**Le taux d'emploi des femmes
est de 54 % et la part des femmes cadres
dans le groupe est de 52 %**

Cet engagement se traduit par la mise en place de plans d'action et de mesures de progrès social venant renforcer les dispositions existantes.

Ces plans d'action sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes sont ainsi en vigueur dans la quasi-totalité des entités du groupe. Ils sont articulés autour de mesures et d'actions relatives aux thématiques :

- de recrutement : mixité des offres d'emploi, suppression des biais afin de favoriser la mixité, diversification des viviers, sensibilisation des acteurs à la gestion des candidatures ;
- de rémunération : objectivité des critères, comparaison et analyse de la rémunération et des avantages des postes, à métier équivalent pour un même niveau de compétences, de responsabilités et de résultats, correction des écarts ;
- de formation : égalité d'accès à celle-ci, accompagnement du retour à l'emploi à la suite d'absences longues y compris congé parental, de maternité ou d'adoption ;
- de promotion professionnelle : équilibre du taux de promotion et d'augmentation, accessibilité des femmes aux postes à responsabilité ;
- d'articulation de la vie professionnelle et de la vie personnelle : accès au télétravail, mesures relatives à la parentalité.

59 % des collaborateurs ⁽¹⁾ promus en 2022 sont des femmes, contre 57 % ⁽¹⁾ en 2021

(1) En pourcentage de l'effectif de reporting social, i.e. hors entités entrant dans le périmètre 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.).

C'est ainsi qu'en France Vivendi a renforcé 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. Groupe Canal+, Prisma Media et Dailymotion ont également pris l'engagement de systématiquement proposer la candidature d'une femme et d'un homme pour tout poste ouvert.

En 2022, Groupe Canal+ et Dailymotion ont également signé un accord sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes.

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 (89), Canal+ (90), Canal+ International (94), Prisma Media (78), Dailymotion (97), BETC (92), BETC Digital (92), Havas Media France (86), Havas SA (84) et Havas Paris (86) pour Havas, ainsi qu'Interforum (90) et Sejer (85) pour Editis.

Rassembler et respecter les différences

Lutter contre toutes les formes de discrimination 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 et à chacune, 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 métier 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.

53 % de managers ⁽¹⁾ ont suivi une formation sur la non-discrimination

(1) En pourcentage de l'effectif de reporting social, i.e. hors entités entrant dans le périmètre et hors entités dont l'effectif au 31 décembre 2022 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 déploient ces initiatives auprès des collaborateurs pour mieux comprendre et gérer les préjugés ou les stéréotypes. Les plans d'action 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, l'animation de groupes de travail inclusifs pour impulser et veiller à la conduite 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 Editis ont rejoint la liste des signataires en 2019. Également signataire de cette charte, BETC (Havas) a aussi signé en 2016 la Charte Entreprise et Territoire en faveur du développement local du département de Seine-Saint-Denis.

Depuis 2018, Havas 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 et l'âge. Havas, 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 est mis en ligne sur le blog *All In* et partagé avec les collaborateurs chaque semaine via la newsletter *Life@Havas* et les réseaux sociaux.

Parmi les initiatives fortes de ce programme, *#CommitToChange*, initié aux États-Unis sur la base du constat de la faible représentation des talents issus de la diversité dans le secteur de la publicité, vise à soutenir, investir et développer ses communautés *Black, Indigenous, People of Color* (Bipoc). Ce plan est suivi par un comité consultatif, composé notamment de dirigeants de toutes les divisions du groupe, qui supervise la stratégie annuelle du programme DE&I, ainsi que les initiatives et les engagements du plan *#CommitToChange* en Amérique du Nord. Au Royaume-Uni, une charte sur la diversité existe depuis cinq ans et, en 2022, 3 collaborateurs (dont le DRH) ont été nommés sur la *iList* de l'IPA (Institute of Practitioners in Advertising) qui récompense 30 personnes impactantes grâce à leur engagement en faveur de l'inclusion et de la diversité. D'autres initiatives peuvent être également citées comme *Cabezas Con Alma* en Espagne sur la santé mentale, 50+ au Pérou sur la diversité générationnelle ou encore les multiples initiatives, partenariats, témoignages et conférences proposés par Havas pour renforcer la sensibilisation et le dialogue avec la communauté LGBTQ+.

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 de mettre en œuvre des plans d'action. Le Comité *Et ta sœur ?* est plus spécifiquement axé sur la mixité et le Comité *Et ton frère ?* sur la diversité (voir section 4.2.1.1.). Des conférences sur l'un et l'autre de ces piliers sont proposées chaque mois aux collaborateurs.

Enfin, Vivendi a soutenu en 2022 la deuxième édition du *Workplace Inclusion Forum* de Mixity dont le thème était cette année la diversité et l'inclusion dans les médias et la production des contenus (voir section 1.3.3.). Fin 2021, il en avait accueilli la première édition à l'occasion du lancement de l'indice international de mesure de l'empreinte sociale des entreprises, coconstruit en partenariat avec Vivendi. Groupe Canal+, qui avait participé au pilote, étudie la possibilité d'étendre l'initiative à d'autres entités. En 2021, Prisma Media a également mesuré son empreinte sur les cinq thématiques majeures de la diversité et de l'inclusion (l'égalité entre les femmes et les hommes, le handicap, le multigénérationnel, le multiculturel et l'identité de genre) et définit dans ce cadre des axes d'amélioration prioritaires. Dans la continuité, Prisma Media a participé en tant que membre du jury au premier Grand Prix Diversité & Inclusion 2022, organisé en partenariat avec AFL Diversity et Mixity. Havas Paris et BETC ont également lancé fin 2022 leur projet d'empreinte DE&I avec Mixity.