

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE 2019/2020





« Pour la quatrième année consécutive, nous renouvelons notre attachement aux enjeux du développement durable. C'est un engagement majeur qui s'appuie sur les valeurs qui nous animent car l'humain est et restera toujours au cœur de nos préoccupations. »

GILLES SALLÉ

Fondateur et Président Directeur Général

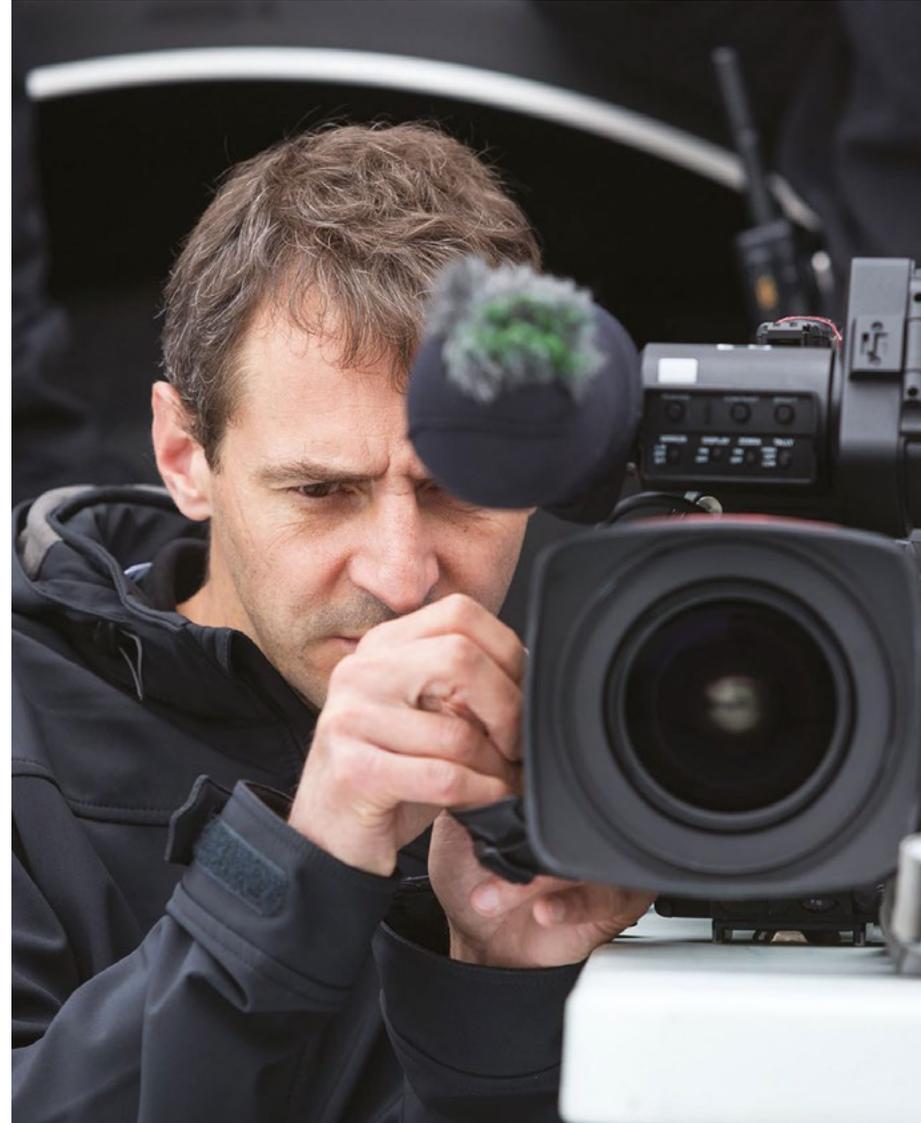
MODÈLE D'AFFAIRES

AMP VISUAL TV est l'un des **principaux prestataires européens de tournages télévisés.**

Nous mettons à la disposition de nos clients **notre savoir-faire et notre passion** à toutes les étapes du tournage, en studios ou en extérieur, en France ou à l'étranger.

Depuis 1986, l'entreprise a fédéré **des équipes fidèles et enthousiastes** qui ont su créer et développer un état d'esprit unique constitué d'engagement, de volonté, de curiosité, d'imagination et de recherche permanente d'excellence. Avec 382 salariés permanents (sur exercice consolidé), un savoir-faire largement reconnu et un parc technique conséquent, AMP VISUAL TV est devenu l'un des premiers prestataires de référence au monde.

Parce qu'elle est **bien structurée et dotée des ressources adéquates**, l'entreprise est en capacité de délivrer vite et bien des dispositifs techniques, simples ou complexes, proches ou loin de ses bases opérationnelles.



LES CHIFFRES CLÉS

111 MILLIONS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

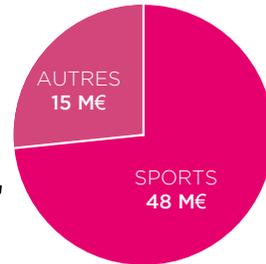


60% 
DE PARTS DE MARCHÉ
EN FRANCE

CHIFFRE D'AFFAIRES
AMP VISUAL TV



ACTIVITÉS
CARS RÉGIE ET HF



 **17 000**
HEURES DE PROGRAMMES
RÉALISÉES ANNUELLEMENT

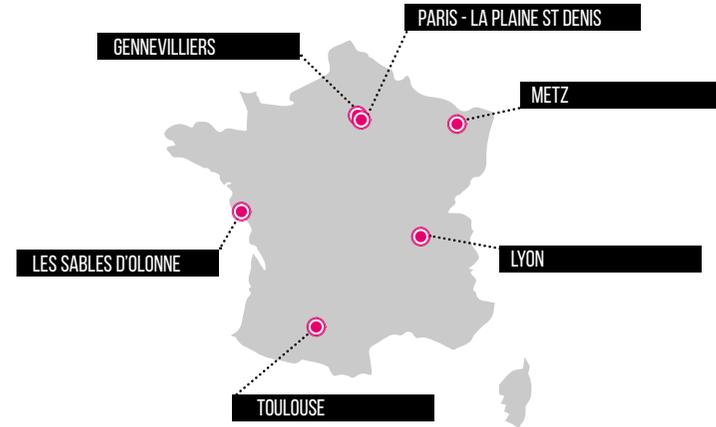
4900 
PRESTATIONS
PAR AN

382  SALARIÉS
PERMANENTS

3000 COLLABORATEURS
INTERMITTENTS
CHAQUE MOIS

AMP VISUAL TV EN FRANCE ET DANS LE MONDE

NOS IMPLANTATIONS EN FRANCE



202 TOURNAGES À L'ÉTRANGER
DANS **71 PAYS** (HORS FRANCE)



NOS ACTIVITÉS

VIDÉOMOBILE



PREMIUM

La Vidéomobile porte sur la réalisation de tournages audiovisuels en extérieur réalisés avec des moyens techniques mobiles (cars-régie, régie fly etc.)

Les conceptions, les tailles et les performances de nos cars-régie nous permettent de nous adresser à tous les segments du marché français de la télévision, de répondre aux exigences les plus sévères des grandes opérations internationales et aux nouveaux enjeux de l'économie digitale.



29 UNITÉS MOBILES



14 UNITÉS MOBILES



PRODUCTION SIMPLIFIÉE

La production simplifiée est une offre spécifique de vidéomobile pour des productions agiles à coûts maîtrisés.

HF



Un service entièrement dédié aux configurations techniques HF, liaisons courtes distances complexes, moyennes et longues distances avec ou sans relai aérien sur de grands événements ou sur des épreuves cyclistes, courses à la voile, marathons, triathlons, athlétisme... ou sports mécaniques sur lesquels nous avons bâti une réputation internationale.



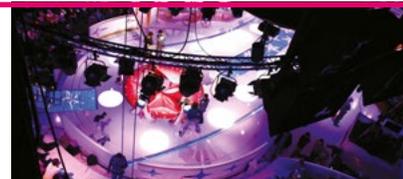
100 LIAISONS HD/UHD
10 MOTOS/SCOOTERS
2 CARS-RÉGIES
2 AVIONS PRÉSSURISÉS

PLATEAUX



STUDIOS DE FRANCE (avec AMP VISUAL TV et STUDIOS PARIS SUD) réunissent une offre exceptionnelle de Studios TV.

Depuis Paris intramuros ou aux portes de la capitale, nos studios affichent les caractéristiques les plus exigeantes en terme d'équipements audiovisuels, de volume, d'insonorisation, de climatisation ou de distribution électrique.



29 PLATEAUX
DE 40 À 2090 M²

DIGITAL



LETSEE propose une gamme de services pour réaliser et diffuser des programmes digitaux (habillage, remote production, streaming live...).

Une offre entièrement consacrée aux enjeux actuels de l'audiovisuel permettant de fournir avec agilité et rapidité toutes les prestations dont les producteurs et les détenteurs de droits ont besoin pour la diffusion multicanaux de leurs programmes.



1 MEDIA CENTER
1 STUDIO DIGITAL
1 REMOTE CONTROL ROOM

52 MILLIONS d'Euros
de chiffre d'affaires



1233 
PRESTATIONS
SPORTIVES
PAR AN

1810
TOURNAGES
PAR AN 

11 MILLIONS d'Euros
de chiffre d'affaires



500 
TOURNAGES PAR AN

22 
COURSES CYCLISTES
45 JOURS DE PRODUCTION

42 MILLIONS d'Euros
de chiffre d'affaires



687 
TOURNAGES PAR AN

5 
QUOTIDIENNES
EN DIRECT

2 MILLIONS d'Euros
de chiffre d'affaires



631 
PRESTATIONS PAR AN

2000 
DE DIFFUSION LIVE STREAMING
DE COURSE AUTOMOBILE

1000 
MATCHS DE
FOOTBALL
PAR AN

5000 **H**
DE DIFFUSION LIVE/REPLAY/
VOD/CLIPPING STREAMING
SUR LES RESEAUX SOCIAUX



NOTRE POSITION SUR LE MARCHÉ

PRODUCTION



PRODUCTEUR

- A l'initiative du projet
- En détient les droits
- La vend à un diffuseur



PRODUCTEUR DÉLÉGUÉ

- Assure toute ou partie de la responsabilité de la production
- Peut détenir une partie des droits en contrepartie



PRODUCTEUR EXÉCUTIF

- Effectue la réalisation
- Gère les équipes artistiques (réalisateur...)
- Est rémunéré pour cette prestation
- Est responsable de la conformité et qualité des livrables

Banijay Group
TFI
Fremantle Media
Satisfaction
Endemol
France TV
Canal +
M6
etc.

FABRICATION



PRESTATAIRE DE TOURNAGE

- Effectue le tournage
- Peut aussi assurer des prestations connexes (habillage, streaming...)
- Gère les équipes techniques
- Est rémunéré pour cette prestation



AUTRE PRESTATAIRE

- Post-production, gestion des flux, stockage, etc...



NEP
France TV
Imagina
Euro Media Group

DIFFUSION



DIFFUSEUR

- Achète le droit de diffusion de l'émission
- La diffuse

France Télévisions
Canal +, M6, Arte C8,
W9, TMC, TFX Amazon,
Netflix, NRJ12,
LCI, France info, LCP,
BFMTV, C NEWS, C
STAR, Gulli, Bangumi,
France Ô, L'équipe
23, RMC, Chérie 25,
6ter, LCI

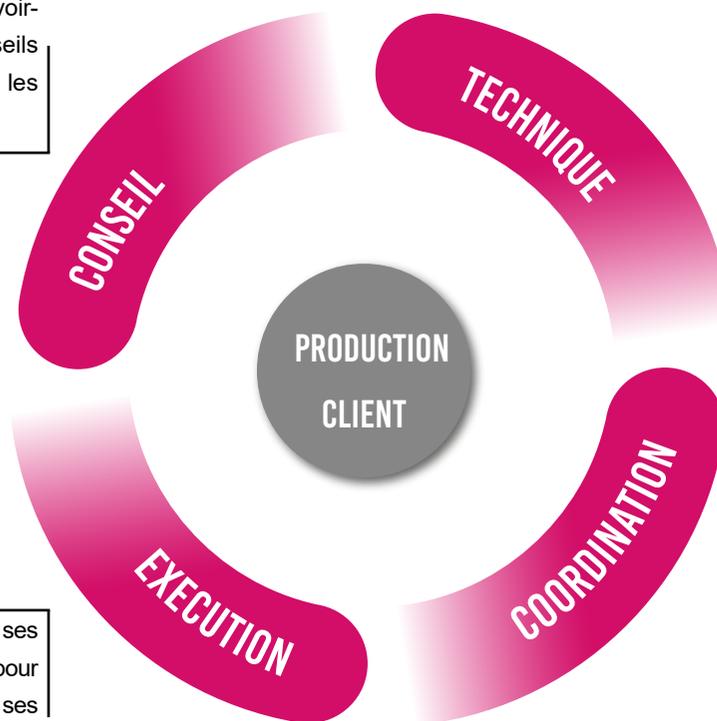




...ET NOTRE CHAÎNE DE VALEURS

Avec et pour ses clients, AMP VISUAL TV **imagine et conçoit les dispositifs des tournages** (en extérieur ou en studios), leur enrichissement et leur diffusion. Grâce à l'expérience et au savoir-faire des équipes, l'entreprise apporte conseils et préconisations tant sur la technique que les process à mettre en œuvre.

AMP VISUAL TV est un prestataire. En ce sens, ses équipes **exploitent le matériel mis en œuvre** pour répondre aux cahiers des charges établis avec ses clients. L'entreprise s'appuie sur des collaborateurs permanents et sur des salariés intermittents.



AMP VISUAL TV **assemble** des technologies existantes pour concevoir et mettre au point des outils techniques uniques et exploiter ainsi **une large gamme de produits aptes à répondre à toutes les demandes du marché.**

Notre entreprise se charge de toute **l'organisation des personnels et des matériels** en vue du bon déroulement des opérations (plannings, déplacements, hébergements, restaurations, etc.). Nos équipes font également **un travail de liaison avec les éventuels autres prestataires, intervenants et autorités extérieures** afin que leurs interventions s'insèrent efficacement dans le process global.

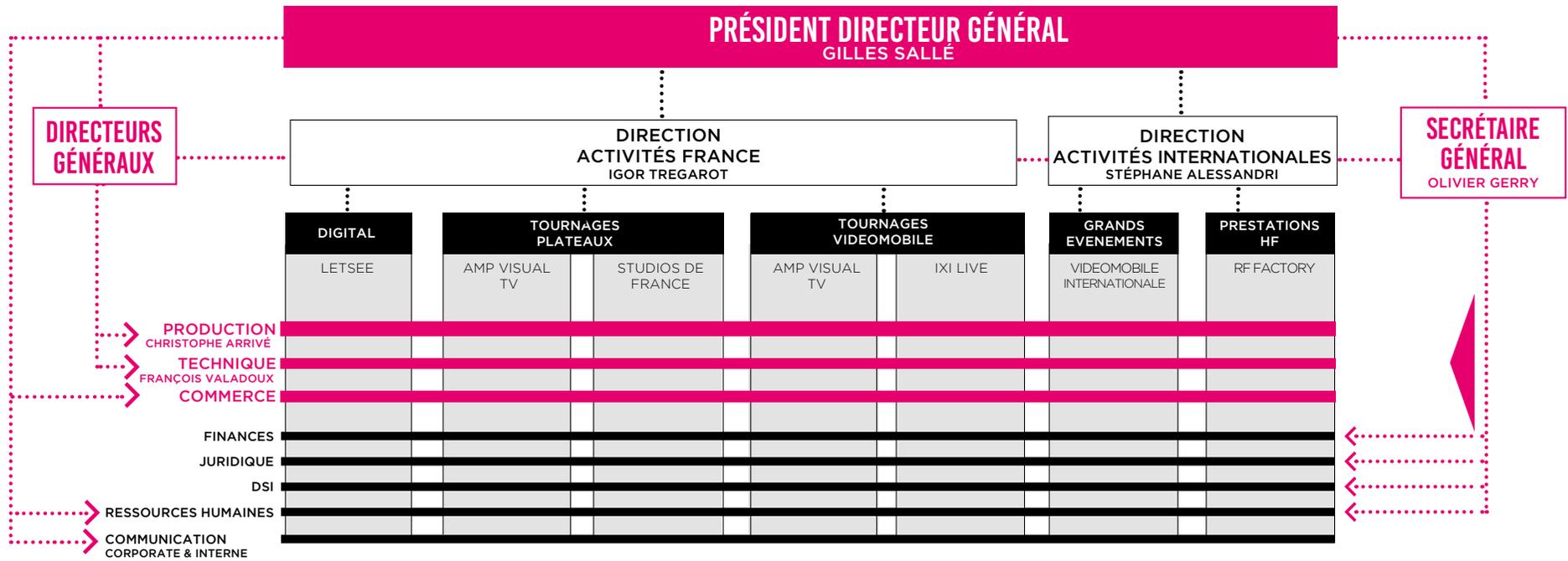
NOTRE ORGANISATION

Une organisation dans laquelle clients et salariés sont connus et reconnus.

L'entreprise est organisée en **entités opérationnelles** qui répondent aux enjeux du marché et aux attentes de nos clients. Ce fonctionnement permet aux salariés d'être proches des clients. La hiérarchie est courte, identifiée, les collaborateurs agissent en autonomie. Les prises de décisions sont plus rapides et les informations circulent aisément.

L'intérêt pour les relations sociales, les valeurs d'humilité, de curiosité et de cohésion sont les marques d'un état d'esprit qui règne dans l'entreprise depuis sa création.





PERSPECTIVES...

Une concentration des acteurs

Depuis 15 ans, le nombre de prestataires techniques s'est considérablement réduit soit par disparition soit par phénomène de concentration. Nous sommes ainsi passés d'une petite quinzaine à 3 acteurs majeurs.

L'un d'entre eux, MEDIAPRO (société d'origine catalane, à capitaux chinois), a acquis la majeure partie des droits du football pour les 3 prochaines saisons. Il a annoncé son intention de les réaliser avec ses moyens propres.

Concentration des donneurs d'ordres

(TF1, M6, Discovery / Eurosport...)

Emergence des GAFAN

(Google, Apple, Facebook, Amazon et surtout Netflix)

Des technologies émergentes :

- Les changements de formats nous contraignent en permanence à de lourds investissements (UHD, HDR, IP...)
- La technologie va nous obliger à repenser totalement les process de production (Digital/OTT, IA, Remote Production...). Ces bouleversements impactent déjà nos organisations, ils représentent autant des risques que des opportunités

Malgré un bon exercice 2019/20 et l'absence de crainte sur la pérennité à court terme du groupe, les prochaines années seront donc essentielles pour prendre les bonnes options stratégiques et conforter notre situation financière.

Les évolutions de la demande en France

Une segmentation accrue des demandes vers deux segments d'offres :

- Les tournages dits « Premium » qui s'opèrent à partir de nos gammes de cars de gros gabarits (Optimum, Extender, Millenium et Millenium Signature) caractérisant le métier « historique » du Groupe en vidéomobile.
 - Les tournages en « productions simplifiées » (généralement de 2 à 6 caméras) répondent aux demandes des productions à audience généralement nationale avec un nombre de livrables restreints. Elles sont réalisées à partir de mélangeur automatisant une partie des fonctions supports au réalisateur
- Une crise sanitaire qui réduit notre CA de 50% pendant 6 mois de mi-mars à mi-août 2020
 - En conséquence :
 - Une concurrence régionale qui s'intensifie sur ce segment. La barrière d'entrée étant abaissée, de nouveaux acteurs émergent avec des process et des moyens techniques très adaptés.
 - Certains marchés structurants se réduisent ou disparaissent induisant également une diminution de la demande PREMIUM en région – Dont pour nous le football qui représente 10% de notre CA et dont nous n'effectuerons que pas ou peu de prestations.





...ET STRATÉGIES

Capitalisation sur nos fondamentaux

- Des marques fortes qui incarnent nos métiers et nos offres

Autour de l'activité premium de l'entreprise, elles adressent des segments de marchés complémentaires en créant des synergies génératrices de valeurs.

- Le service auprès de nos clients

Se différenciant sur l'excellence et le professionnalisme de nos salariés, pour qu'il soit mieux reconnu.

- L'engagement des équipes

Un socle social basé sur le respect mutuel et la confiance, pour une meilleure expression des compétences et la reconnaissance de l'esprit d'initiative.

- Une entreprise leader en France et dans le top 5 mondial

Fruit d'un projet stratégique pertinent et d'une organisation éprouvée. Il faut conserver les activités performantes et adapter les autres.

Nos objectifs

- Les usages & les marchés

Adaptons nos offres à la multiplication des supports et aux nouveaux usages de la consommation des médias.

- Les technologies

Innovons et investissons pour répondre aux besoins des clients et pouvoir maintenir notre rang en France et à l'international

- Les profils clients

Transformons nos méthodes selon les évolutions de nos clients, de leurs attentes et ouvrons-nous auprès de nouveaux donneurs d'ordres

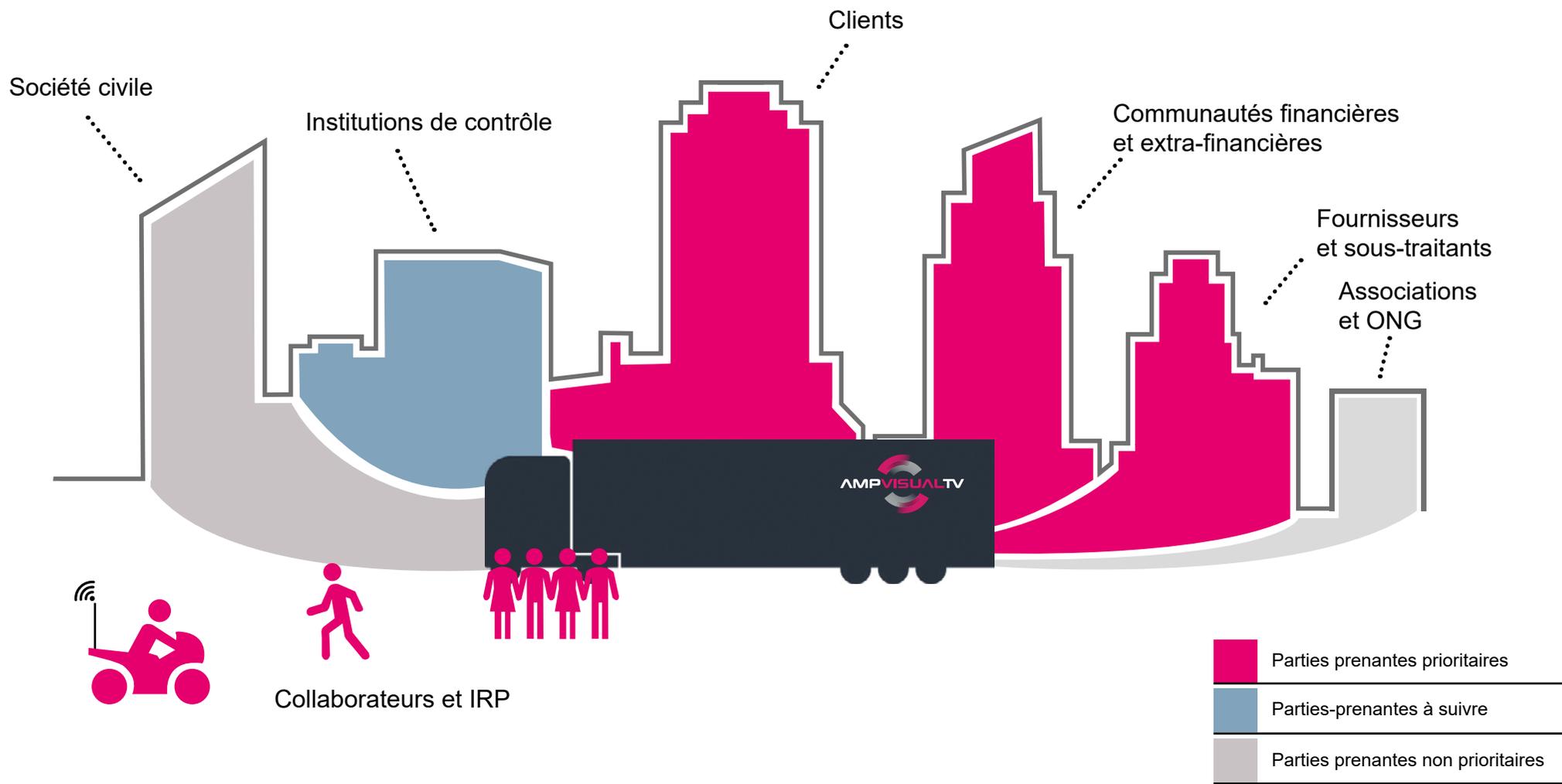
- Notre économie

Finalisons la transformation de notre modèle économique pour établir une rentabilité pérenne.

- Nous

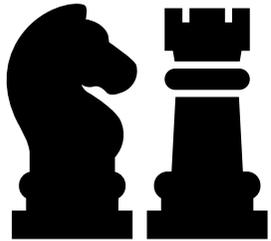
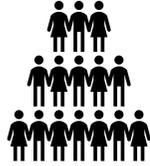
Développons notre socle social sur la base de la confiance et de l'engagement pour une entreprise responsable, vertueuse et durable.

CARTOGRAPHIE DES PARTIES PRENANTES



DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES

Parties prenantes d'AMP VISUAL TV	Modes de dialogue
<p>Clients (Producteurs, diffuseurs, organisateurs d'évènements) * Nous plaçons nos clients au cœur de nos valeurs, raison pour laquelle ils sont désignés comme partie prenante prioritaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conseils aux clients • Proximité de nos équipes avec des interlocuteurs dédiés • Rapport de production • Sites web dédiés • Plaquettes institutionnelles • Réseaux sociaux : LinkedIn, Twitter, Instagram, Facebook • Organisation d'évènements annuels • Réponse aux questionnaires de notation extra-financière de nos clients
<p>Collaborateurs et Instances Représentatives du Personnel (IRP) *Le souci des relations sociales, des valeurs d'humilité, curiosité et de cohésion font des collaborateurs et des IRP une partie prenante prioritaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dialogue social avec les partenaires sociaux • Entretiens annuels et entretiens professionnels • Communication interne : intranet, écrans d'information, magazines, journaux internes, Master pitch • Organisation d'évènement
<p>Communautés financières et extra-financières : investisseurs, actionnaires, prêteurs, banques, assurances et juridique * Notre besoin au cours de cet exercice est de renégocier notre dette fait de la communauté financière et extra-financière une partie prenante prioritaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Assemblées générales des actionnaires • Présentations dédiées aux investisseurs, notes trimestrielles, rapports annuels et semestriels • Communication régulière et transparente avec nos assureurs et nos experts comptables • Rencontres avec les analystes financiers • Communication régulière avec nos avocats et nos banques pour anticiper les difficultés • Communication régulière avec nos actionnaires sur les perspectives de l'entreprise
<p>Société civile</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Partenariat avec le Réseau Entreprendre Vendée • Adhésion à des syndicats professionnels (FICAM)
<p>Fournisseurs et sous-traitants *Nous avons décidé d'affirmer le caractère prioritaire de nos relations avec nos fournisseurs et sous-traitants qui sont essentiels à la qualité de notre activité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Charte d'achats responsables • Suivi régulier des sous-traitants • Dialogue régulier avec les fournisseurs et sous-traitants
<p>Associations et ONG</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Implication des salariés dans des actions associatives lors des journées et des congés solidaires (Solidays) • Démarche de mécénat, soutenant principalement des actions associatives et culturelles locales • Adhésions à des organismes porteurs de valeurs (OTA, ECOPROD, UN Global Compact etc.)
<p>Administrations et Institutions de contrôle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dialogue ouvert et constructif avec la branche inspection du travail de la DIREECTE • Contrôle de la sincérité de la DPEF par un OTI • Contrôle des CAC



CARTOGRAPHIE DES RISQUES ET DES ENJEUX

Pour établir cette cartographie, le secrétariat général s'est basé sur le référentiel Grenelle II pour déterminer nos risques et nos enjeux majeurs.

Pour ce faire, nous avons sélectionné au cours du premier trimestre 2020 les thématiques les plus pertinentes par rapport à notre activité et aux événements survenus lors du dernier exercice pour faire en sorte que cette cartographie des risques et des enjeux puisse naturellement trouver sa place dans notre stratégie d'entreprise.

Thèmes	Risques	Enjeux
SOCIAL		
Relations sociales	Dégradation de la communication entre parties prenantes internes	L'organisation d'un dialogue social constructif avec les IRP et de consultation du personnel, participant au bien-être au travail, illustrée par : > Le nombre de jours d'absences et le nombre et la qualité des accords signés avec les instances
Santé et sécurité	Les accidents de travail et de trajet affectant gravement la santé des collaborateurs	Assurer le maintien d'un niveau de formation et de sensibilisation régulière des collaborateurs quant à leur sécurité, traduit par : > Taux de fréquence et taux de gravité , le nombre de stagiaires formés sur l'année
Formation	La déperdition progressive du savoir-faire ou de compétences spécifiques en interne	La mise en place de politiques en matière de formation, illustrées par : > Le budget formations , le nombre total d'heures de formations et la création de programmes de formation interne
Egalité des traitements	Cas d'inégalités salariales et de discrimination à l'embauche entre hommes et femmes ou encore dû au handicap	Mises en place de mesures en faveur de l'égalité F/H, de l'emploi et de l'insertion de personnes handicapées, illustrées par : > Contribution Agefiph, nombre de bénéficiaire RQTH , nombre d'embauches, l'évolution des rémunérations et la répartition F/H
ENVIRONNEMENTAL		
Gestion des déchets	Pollutions via le non-traitement des déchets de l'entreprise	Mise en place de mesures de prévention, recyclage et d'éliminations des déchets, illustrées par : > La collecte de piles usagées sur les sites du groupe, le tri de matières déchets sur les sites du groupe, la collecte des métaux sur les sites du groupe
Préservation des ressources	La génération croissante de nouveaux déchets	Lutter contre l'obsolescence des matériels acquis, illustré par : > Acquisition de matériel de seconde main, diminution de l'achat de plastique à usage unique
Politique générale en matière environnementale	Le gaspillage énergétique Le dérèglement climatique	Mise en œuvre d'actions pour diminuer les consommations énergétiques, illustrées par : > Le renouvellement de la flotte véhicules , l'optimisation des transports, la remote production, le co-voiturage, les scooters électriques, les kits motos Mise en place d'action pour diminuer l'empreinte environnementale du groupe, illustrées par : > La consommation de papier, d'encre, d'électricité, de gaz, d'eau, de carburant
SOCIÉTAL		
Impact territorial	Perte de dynamique dans le territoire initial d'implantation du groupe	Valoriser les sociétés locales pour participer au développement du territoire, illustré par : > Le nombre de sociétés fournisseurs implantées en Vendée > Le nombre de mécénats/partenariats
Loyauté des pratiques	Implication au sein de pratiques déloyales	Adhérer à des organismes porteurs de valeurs, illustré par : > L'adhésion au pacte mondial des Nations Unies, à la Ficam, au collectif Ecoprod, et à l'OTA
Sous-traitance et fournisseurs	Le non-respect des valeurs RSE au sein de la chaîne d'approvisionnement	Mise en place d'une politique d'achats responsables, la conformité des sous-traitants et des fournisseurs et de leur bonne santé financière, illustrées par : > La charte achats responsables

ENGAGÉS

AMP VISUAL TV perpétue cette année encore son engagement de faire état de ses actions pour **le développement durable**.

Au cours de cet exercice, AMP VISUAL TV a choisi d'aller plus loin en adhérant au Pacte Mondial des Nations Unies et en acceptant ainsi de rendre compte, chaque année, de nos actions et de nos évolutions en faveur des grands principes défendus par cette ONG.

A ce titre, nous avons confronté notre politique RSE aux 17 objectifs de développement durable de l'ONU (ODD). Cinq objectifs que nous avons qualifiés de prioritaires et quatre de significatifs, font l'objet de notre engagement pour répondre favorablement à l'ambitieux défi de changer le monde auquel les Nations Unies nous proposent de participer par la mise en œuvre de ce programme.



OBJECTIFS  **DE DÉVELOPPEMENT DURABLE**



NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU

Objectifs prioritaires



3 Bonne santé & bien-être



10 Inégalités réduites



5 Égalité entre les sexes



12 Consommation et production responsables



8 Travail décent et croissance économique

Objectifs significatifs



1 Pas de pauvreté



13 Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques



11 Villes et communautés durables



17 Partenariats pour la réalisation des objectifs

RESPONSABLES AVANT TOUT

Pour la quatrième année consécutive, AMP VISUAL TV rend compte de ses actions en faveur du **développement durable**, et continue de faire contrôler sa démarche par un organisme tiers indépendant.

Nos engagements en faveur de l'éco-responsabilité ont pour but de contribuer aux trois piliers du développement durable, véritables outils de construction d'une prospérité environnementale, sociale et sociétale à l'échelle globale et pour laquelle nous souhaitons être acteurs.

Par souci d'efficacité, AMP VISUAL TV a choisi de cibler ses actions et d'intégrer directement dans les sujets développés ses contributions aux ODD pertinents pour son activité.





SOCIAL



- Dialogue social
- Santé et sécurité
- Egalité des traitements
- Formation

ENVIRONNEMENTAL



- Consommation d'énergie
- Recyclage : l'affaire de tous
- Actions menées pour limiter ou compenser les rejets de CO2

SOCIÉTAL



- Garantir l'éthique des affaires et promouvoir nos valeurs
- Sous-traitance et fournisseurs : achats responsables
- Impact territorial et mécénat-partenariats
- Innovations



SOCIAL

DIALOGUE SOCIAL

Maintenir le dialogue social

Le dialogue au sein d'AMP VISUAL TV est nourri quotidiennement par une communication interne réactive et variée. AMP VISUAL TV informe en continu ses collaborateurs sur l'actualité de l'entreprise, en s'appuyant sur les nouveaux réseaux de communication (Facebook, Yammer, Twitter, Instagram...) et par le biais d'affichages dynamiques sur plusieurs de nos sites de la région parisienne.

Depuis le début de l'année 2017, la société dispose également d'un journal interne, « AMP VISUAL TV NEWS ». Chaque trimestre, le magazine part à la découverte d'une agence, d'un site ou d'un service, zoom sur les métiers d'AMP VISUAL TV (techniques, administratifs, internationaux, hyper-technologiques...) et transmet les témoignages de nos clients. Il permet également communiquer sur la situation du groupe.

Depuis 2019, nous avons décidé d'aller plus loin en mettant au profit du dialogue social notre savoir-faire. Chaque premier mercredi du mois, nous proposons un direct live sur une plateforme digitale interne que nous appelons « Master pitch ». Ces émissions ont pour but de présenter et d'expliquer des métiers, des services ou certains projets. Au sein d'AMP VISUAL TV, le dialogue social se caractérise également

par de nombreux échanges entre les instances de direction et le Comité Social et Economique (CSE) mis en place au sein de l'UES le 24 avril 2019.

Au cours de cet exercice marqué par un contexte économique tendu, la qualité du dialogue social a été essentielle à la pérennisation de l'entreprise.

Ainsi, 6 accords ont été signés au cours de l'année 2019 :

- Avenant n°3 au protocole d'accord portant sur la constitution d'une UES signé le 25/01/2019 – Extension de l'UES à la société STUDIOS DE France ;
- Accord Mise en place et fonctionnement CSE signé le 25/01/2019 ;
- Protocole d'accord préélectoral UES signé le 13/02/2019 ;
- Accord collectif majoritaire sur un PDV pour motif économique signé le 26/09/2019 ;
- Accord de Performance Collective signé le 26/09/2019 ;
- Accord de méthode dans le cadre du projet de réorganisation dit « CAP 24 » concernant l'UES Broadcast Services signé le 04/07/2019.

INDICATEUR CLÉ BIEN ÊTRE AU TRAVAIL:

Atlantic Média, Studios de France & Studios Paris Sud

Nombre de journées d'absence totale : 4 167 en 2019 contre 5 095 en 2018

Atlantic Média

Nombre de journées d'absence : a augmenté de 6,8% par rapport à 2018 uniquement sur cette entité juridique. Cela est principalement due à l'augmentation du nombre de jours de congés pris pour maternité ou paternité.

RÉSEAUX SOCIAUX EN 2020 :

- Facebook : **5 865** contre 5 461 abonnés en 2019
- Instagram : **1 122** contre 719 abonnés en 2019
- Twitter : **2 458** contre 2 307 abonnés en 2019
- LinkedIn : **10 928** contre 8 349 abonnés en 2019
- Yammer : **299** salariés inscrits en 2020 sur ce réseau interne



CONTRIBUTION AUX ODD :



1



3



5



8



10

SANTÉ ET SÉCURITÉ

Garantir la santé et la sécurité de nos collaborateurs

La santé, la sécurité et les conditions de travail constituent un objectif essentiel d'AMP VISUAL TV. Il s'agit de préserver la santé des collaborateurs, mais aussi de proposer des conditions de travail motivantes, afin de contribuer à la performance globale et durable de l'entreprise.

Nous avons gagné en efficacité dans la réalisation de notre programme de sécurité au sein d'Atlantic Média en la structurant. Les enjeux de cette démarche sont nombreux et fondamentaux :

- Réduire les risques, les accidents et les maladies liées au travail et améliorer les conditions de travail ;
- Renforcer l'image d'entreprise responsable en interne et en externe ;
- Sensibiliser l'ensemble des managers et collaborateurs sur les bonnes pratiques en matière de sécurité ;
- Réduire les coûts directs liés aux cotisations accidents de travail (auprès de la CARSAT) et indirects liés à l'absentéisme et à la perturbation de l'activité

Au cours de cet exercice et suite à l'accompagnement réalisé par le cabinet ACTIFORCES via le financement de l'AFDAS, le groupe de référents

sécurité a pu mettre en place une démarche de prévention des risques portée par la Direction et par les représentants du personnel. Une réunion des référents sécurité a lieu une fois par mois et permet d'échanger sur les différentes problématiques liées à la sécurité et ainsi envisager des actions conjointes.

Les premières réunions ont débuté en octobre 2019 et avaient pour objectif de finaliser le Document Unique d'Evaluation des Risques.

En 2019, on constate une baisse de 21,57% des accidents de travail, toute population confondue. Le nombre d'accident du travail ayant entraîné un arrêt de travail est en légère baisse depuis l'année 2017.



Parce que la communication est indispensable pour maintenir la dynamique de prévention, nous avons mis en place des focus sécurité à destination de l'ensemble des collaborateurs. Ces focus visent à sensibiliser les collaborateurs en leur donnant des conseils pratiques afin de préserver leur santé.



INDICATEUR CLÉ ACCIDENTS DU TRAVAIL

Atlantic Média

Taux de fréquence: 7,25 en 2019 contre 7,43 en 2018.

Taux de gravité: 0,12 en 2019 contre 0,27 en 2018.

Studios de France

Taux de fréquence: 23,87 en 2019 contre 38,97 en 2018.

Taux de gravité: 3,60 en 2019 contre 2,25 en 2018.

Studios Paris Sud

Taux de fréquence: 0 en 2019.

Taux de gravité: 0 en 2019.

INDICATEUR CLÉ FORMATION SANTÉ ET SÉCURITÉ

Le nombre de stagiaires formés à la sécurité au sein d'Atlantic Média et de Studios de France est de 57 pour l'année 2019.

De plus, le montant des dépenses allouées à la formation dans la sécurité est de 12 332€ pour la même période.

Aucun salarié de Studios Paris Sud n'a été formé sur cette thématique.



CONTRIBUTION À L'ODD



3



EGALITÉ DES TRAITEMENTS

Pour une meilleure intégration des travailleurs en situation de handicap

Mise en œuvre d'un projet démarche Handicap

Afin de nous accompagner dans nos réflexions, nous avons obtenu une subvention de la part de l'AGEFIPH pour financer une prestation de conseil par un cabinet spécialisé sur le Handicap : LB DEVELOPPEMENT. La prestation d'une durée de 10 à 15 jours entièrement financée par l'AGEFIPH est déclinée en deux axes principaux :

- **La phase diagnostic :** étude des différents documents, indicateurs RH, pratiques, process et également la réalisation d'entretiens individuels avec un panel de collaborateurs définis.
- **La phase action :** selon les conclusions de l'audit, proposition d'un plan d'action concret afin de poser les jalons de notre politique Handicap.

La phase diagnostic ayant été réalisée au cours du dernier exercice, nous sommes passés à la seconde phase en définissant en 2019/2020 un plan d'action permettant de déployer la démarche Handicap au sein du groupe.

Mise en œuvre d'une politique de recrutement diversifié

AMP VISUAL TV poursuit son engagement en matière d'emploi et d'insertion au travers de ses politiques de recrutement et de diversité. Nous favorisons le recrutement des jeunes salariés de moins de 25 ans afin de promouvoir au maximum les promotions internes et ainsi proposer un certain nombre de plans de carrière. Le recrutement se réalise notamment grâce au partenariat avec l'enseignement des filières de l'audiovisuel via les contrats d'alternance, souvent embauchés en CDI.

INDICATEUR CLÉ

Pour ATLANTIC MEDIA, le montant de la contribution AGEFIPH a diminué entre 2018 et 2019 en passant de 107 396 € à 84 452 €.

Le nombre de Bénéficiaire de la RQTH (Reconnaissance de La Qualité de Travailleur Handicapé) est passé de 8,09 unités à 8,15.

En revanche concernant Studios de France la contribution AGEFIPH a augmenté passant de 2 411 € à 8 064€.

INDICATEUR CLÉ

De manière générale, ATLANTIC MEDIA a réalisé moins d'embauches comparativement aux années précédentes.

Cette diminution s'explique par le contexte social de l'année 2019 au sein de l'entreprise et la mise en œuvre d'un PDV.

4 embauches en CDI (contre 15 en 2018).

Les salariés de moins de 25 ans représentent 7% de l'effectif global de l'UES.



CONTRIBUTION À L'ODD





Préservation des acquis d'égalité hommes/femmes

AMP VISUAL TV a mis en œuvre une politique de préservation de l'égalité hommes/femmes dès le 1er janvier 2015 par un accord sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes signé le 17 octobre 2014. Celui-ci prévoit notamment :

- L'égalité de rémunération entre les femmes et les hommes à poste égal et à compétences égales.
- Garantir l'équité de traitement dans l'octroi des augmentations individuelles.
- Sur les postes de direction à pourvoir, à compétences égales, privilégier une candidature féminine.
- Poursuivre la discrimination positive en faveur du recrutement des femmes pour les postes techniques dit de « terrain ».
- Favoriser la participation des salariés à toutes les réunions de l'entreprise, par le respect d'horaires facilitant l'articulation des temps de vie : entre 10h et 18h.

Ces principes déjà bien ancrés dans l'entreprise doivent faire l'objet d'un nouvel accord collectif qui est à l'ordre du jour des réunions prévues pour l'exercice 2020/2021.

Notre activité technique avec des emplois qui occasionnent beaucoup de déplacements en semaine et le week-end, nous a permis de constater que les femmes

qui intègrent les sociétés de ce secteur demandent rapidement à pouvoir évoluer vers des postes plus sédentaires et à horaires fixes.

Cette masculinisation des emplois est stable. Dans le temps, la répartition hommes/ femmes apparaît stable et peu susceptible de rééquilibrage.

AMP VISUAL TV s'est engagée dans une politique globale de non-discrimination et de diversité notamment par des actions en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, en nommant par exemple trois référents harcèlements sexuels.

Pour l'année 2019 le Groupe affiche un index égalité professionnelle de 89 points sur 100. Nous rappelons que l'Index est calculé au niveau de l'Unité Économique et Sociale « Broadcast Services » et porte sur 5 indicateurs.



Ecarts de rémunérations

39/40



Ecarts de taux de promotions

15/15



Ecarts de taux d'augmentations

20/20



Augmentation au retour d'un congé maternité

15/15



Sous représentation des plus hautes rémunérations

0/10

INDICATEUR CLÉ RÉMUNÉRATIONS

Les minima conventionnels de la grille des salariés permanents ont donc été augmentés de 1,6% en mars 2019.

Le contexte difficile de l'année 2019 n'a pas permis d'augmentation autre que celle mentionnée ci-dessus.

INDICATEUR CLÉ EVOLUTION EFFECTIF DES FEMMES

Entre 2018 et 2019, la part des femmes dans l'UES a augmenté de 2 points passant de 20% à 22% environ.

En comparaison avec les données de la DPEF de l'année N-1, nous constatons une évolution lente mais constante de la part des femmes dans l'UES.



CONTRIBUTION À L'ODD



5



FORMATION

Développer les compétences des salariés et renforcer l'attractivité de l'entreprise

La formation professionnelle est le processus d'apprentissage qui permet à un salarié d'acquérir le savoir et les savoir-faire nécessaires à l'exercice d'un métier. Le développement des talents et des compétences passe donc nécessairement par la formation. De plus, l'activité d'AMP VISUAL TV nécessite de maîtriser un savoir-faire particulier. En créant la Master School, notre école interne de formation, nous valorisons nos salariés tout en maintenant l'attractivité du groupe. Nous avons identifié 12 formateurs internes capables de former les autres salariés.



EN 2019 POUR L'UES

212 personnes ayant suivi au moins une formation

5 501 heures de formation réalisées

LES PROJETS DE FORMATION MOBILISATEURS 2019

Projet Convergence IT 2020 : réseaux et normes IP

98 salariés formés

13 sessions de formation réalisée en intra entreprise

Investissement : **34 450 € HT** pour les coûts pédagogiques et **4 500 € HT** de matériel (PC informatique dédiés à la formation)

Projet English Programs / CPF

49 parcours de formation individuels lancés

5 490 heures prévues soit une moyenne de

112 heures par salariés

Investissement : **71 580 €** financé sur la contribution versée au titre du CPF (33 376€) auprès de l'AFDAS

INDICATEUR CLÉ

Atlantic Media

Budget formation 2019 (versement plan de formation volontaire à l'AFDAS) : 98 709 € soit 92 795€ de budget net de frais de gestion.

Montant financé sur le plan de formation : 93 462 € (contre 44 987 € en 2018)

L'entreprise a également bénéficié de 63 334€ de financement sur le dispositif du CPF.

L'ensemble des indicateurs (dépenses formation, nombre de stagiaires formés...) sont en augmentation de + de 100% entre 2018 et 2019.

Studios de France

Budget formation 2019 (versement plan de formation volontaire à l'AFDAS) : 16 672 € soit 15 671€ de budget net de frais de gestion.

Montant financé sur le plan de formation : 2 459€

L'entreprise a bénéficié de 2 238€ de financement sur le dispositif CPF.

Studios Paris Sud

En 2019, 325 € de formation ont été financés sur les versements opérés auprès de l'AFDAS pour la formation d'un collaborateur (Projet Convergence IT 2020 via l'organisme IIFA).



CONTRIBUTION AUX ODD





LA FORMATION INTERNE EN 2019



FORMA

18 PROGRAMMES FORMALISÉS

VIDEO

VSM, Mélangeur SONY MVS, RFA

AUDIO

MT 128, EVS, BOLERO STANDALONE

HF

Extender 5, basique d'exploitation HF, Mesures RF, GPS et tracking antenne, HEVC HF, Antennes

POST-PROD

Initiation au montage Avid Media Composer, Avid Interplay et workflow

TRANSVERSESES

Powerpoint, cours de sophrologie

16 formations réalisées

33 stagiaires formés

159 heures de formations émargées





CONSOMMATION D'ÉNERGIE

Maîtriser et assurer le suivi de nos consommations



Nombre de cartouches d'encres livrées : 97 en 2019 contre 105 en 2018. Notre consommation est en diminution constante.

CONSOMMATION D'ENCRE

Au cours de cet exercice 2019/2020, le nombre d'impressions était de 847 079. En 2018/2019 nous décomptons 2 702 impressions par salarié contre 2 386 pour l'exercice 2019/2020 soit une diminution de 11 %. Depuis l'exercice 2017/2018 ce chiffre est en constante diminution.

CONSOMMATION DE PAPIER

Le montant de la consommation de carburant des véhicules non techniques a diminué de 25% pour Atlantic Media. Ce montant a également diminué de 10% pour ses véhicules de techniques. Cette diminution s'explique par le fait que nous avons eu moins de tournages très éloignés des sites de rattachement de nos véhicules.

CONSOMMATION DE CARBURANT

CONSOMMATION D'ELECTRICITÉ

La consommation d'électricité globale 2019/2020 s'élève à 6 022 596 KWH contre 7 175 292 KWH en 2018/2019. La consommation d'électricité des plateaux a également diminué en passant de 6 165 477 KWH en 2018/2019 à 5 237 319 KWH. Cette diminution de 16,5% s'explique par le fait que nous avons réduit le nombre de plateaux au cours des exercices précédents.

CONSOMMATION DE GAZ

La consommation totale de gaz pour l'exercice 2019/2020 est de 431 941 KWH. Cette diminution de consommation s'explique par les bâtiments que nous avons quittés au cours du dernier exercice.

CONSOMMATION D'EAU

La consommation d'eau ne subit pas de variation significative depuis 2017.



CONTRIBUTION À L'ODD



RECYCLAGE : L'AFFAIRE DE TOUS

S'impliquer dans le recyclage des déchets

Le recyclage de nos déchets liés aux tournages que nous réalisons est un enjeu majeur de notre politique environnementale.

En raison de nos contraintes métier, nous utilisons beaucoup de piles. Afin de limiter nos déchets, nous proposons à nos collaborateurs de les réutiliser pour leur usage personnel.

Toutefois, les piles ayant vocation à être jetées, font l'objet d'un recyclage réalisé par la société Corepile avec laquelle nous travaillons depuis 2005. La quantité de piles enlevées (en Kg) a été divisée par 2 entre 2017 et 2018. Cette diminution s'explique par le fait que le dernier enlèvement a été réalisé en début d'année 2019. Depuis lors, nous avons la quantité totale de piles enlevées en 2019 qui nous permet de constater que nous sommes sur les mêmes quantités que les années précédentes. Il n'y a pas eu d'enlèvement au cours du premier trimestre 2020.

Pour les autres déchets, nos sites de Gennevilliers, ceux situés à la Plaine-Saint-Denis, d'Olonne-Sur-Mer, de Metz et de Lyon bénéficient d'une solution de collecte des déchets dite en mélange. Une fois collectés, ces déchets font l'objet d'un tri réalisé par notre fournisseur. Concernant Olonne-sur-Mer, la quantité de déchets a diminué de 30m3. Cela peut s'expliquer par le fait que nous avons eu moins de tournage dans la région.

En revanche, grâce aux nouvelles statistiques dont nous disposons, nous pouvons constater que Studios de France génère à elle seule seulement 9 tonnes de moins qu'Atlantic media.

Enfin, le matériel que nous utilisons pour notre métier étant principalement métallique nous avons choisi de valoriser ces déchets en les confiant à la société SOREVO qui se charge du recyclage des métaux. La quantité de métaux recyclés est liée à la vétusté de nos matériels.



En janvier 2020, AMP VISUAL TV a décidé d'offrir à tous ses salariés un mug afin de limiter l'utilisation de gobelets en plastique. En février 2020, nous installons une fontaine à eau sur notre site des Sables d'Olonne pour éviter les bouteilles en plastique. Ces démarches constituent une première étape en vue de la suppression à venir de tous les objets jetables en plastique.



INDICATEURS CLÉS

PILES

Corepile	2017	2018	2019
Quantité enlevée (en kg)	1 442	693	1 467

INDICATEURS CLÉS

DÉCHETS

Déchets (en m ³ ou T)	2017	2018	2019
Les Sables d'Olonne	121,125 m ³	131 m ³	105,5m ³
Gennevilliers	25 T	10 T	52,310 T
Studio 107	-	18,39 T	
Autres bâtiments Ile de France	-	-	
Lyon	4,020 T	5,705 T	2,960 T
Metz	116 T	2,880 T	2,880 T
Toulouse	-	-	-
STUDIOS DE FRANCE	-	-	46,510 T

INDICATEURS CLÉS

MÉTAUX

Métaux (en kg)	2018/2019	2019/2020
Ferraille platinage	780	0
Câble cuivre – plastique (tout venant)	800	810
Cisaille	700	460
Ferraille à cisailier	380	900
Métaux ferrés	1 711	640
TOTAL	4371	2810



CONTRIBUTION À L'ODD



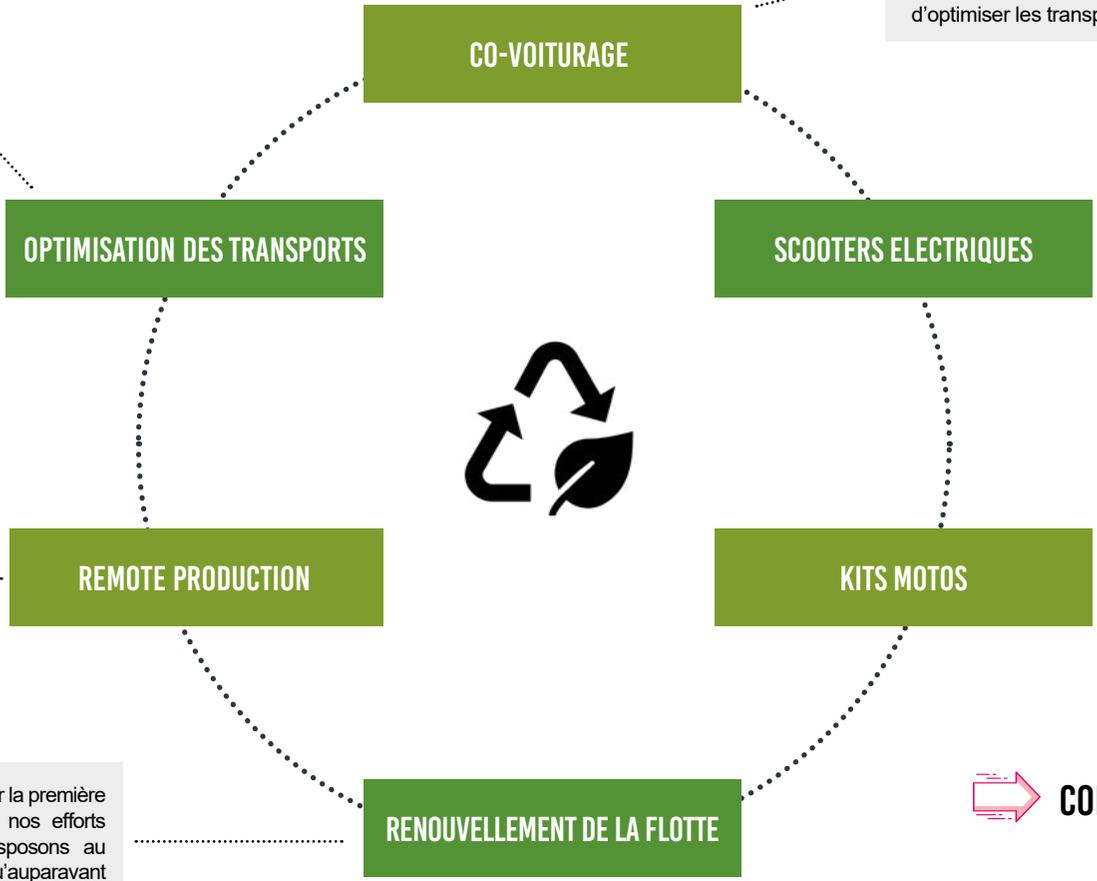


ACTIONS MENÉES POUR LIMITER OU COMPENSER LES REJETS EN CO2

- Utilisation systématique des remorques motos
- Prise en charge des abonnements de transports en commun
- Imposer le covoiturage aux équipes de production
- Privilégier des hôtels à proximité des lieux de tournage
- Uniformisation des technologies employées dans les cars régies (technologies liées à la réalisation des programmes) afin de pouvoir les échanger entre différents tournages et ne pas générer des déplacements supplémentaires et donc des émissions de GES.

La Remote Production est un pas majeur vers la dématérialisation de la production audiovisuelle. Les gains sont économiques mais également environnementaux dans la mesure où ce mode de production induit moins de déplacements et de ce fait, une meilleure maîtrise des émissions de gaz à effet de serre lors des tournages. La Remote Production est de plus en plus prisée par nos clients

Le nombre de véhicules en norme euro 6 a pour la première fois diminué depuis 2017. Nous continuons nos efforts de renouvellement des véhicules. Nous disposons au 31/03/2020 de moins de véhicule de tourisme qu'auparavant ce qui explique la diminution constatée sur cet exercice.



Après notre campagne de formation sur l'éco-conduite, nous avons lancé une plateforme interne de covoiturage afin de trouver des solutions pendant les grèves des transports en commun de 2019. Nous avons choisi de laisser cette plateforme en fonctionnement afin d'optimiser les transports de nos collaborateurs.

Le service HF dispose de deux scooters 100% électriques BMW pour le tournage d'évènements sportifs. Nous avons adapté notre matériel afin de pouvoir louer partout dans le monde ce type de scooter et ainsi être en mesure de proposer systématiquement ce dispositif à nos clients.

Le service HF dispose de 6 kits transportables pour équiper les motos afin de réaliser nos prestations à l'international. Nous sommes le seul prestataire au monde qui n'a pas l'obligation de déplacer ses motos pour réaliser ses tournages. Les kits sont démontables et permettent d'acheminer le matériel nécessaire pour l'installer sur des motos louées sur place.



CONTRIBUTION AUX ODD



11



13



NOS PLATEAUX IMPLANTÉS DANS UN PARC TOURNÉ VERS LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

73% des plateaux du Groupe AMP VISUAL TV sont situés au Parc des Portes de Paris dont ICADE est propriétaire et gestionnaire. Conscient du passé industriel de ce site qui était auparavant un lieu de stockage de nourriture et de charbon, ICADE a choisi de faire de ce parc un « **quartier d'affaire démonstrateur de la ville intelligente et durable** ».

AMP VISUAL TV s'associe à cette démarche en concentrant son activité plateaux dans ce lieu. Notre groupe exploite donc ses studios dans un cadre certifié ISO 14001 et favorisant 4 grands items repris par la charte usagers :

- Se déplacer : favoriser les transports en commun, mise en place d'une navette fluviale électrique, abris vélo, bornes de recharges électriques...
- Habiter/travailler : améliorer la qualité d'usage en favorisant le confort, les services de proximité, et en créant des mixités fonctionnelles sectorielles et entrepreneuriales
- Produire/consommer: créer un parc zéro gaspillage et à énergie positive
- Créer/socialiser: Eco-pâturage, centre sportifs, lieux de co-working, promouvoir la diversité, améliorer la qualité de travail et de vie...

Par ailleurs, depuis 2016, ICADE intègre des critères précis dans les contrats de ses gestionnaires d'espaces verts. Cette démarche de gestion écologique a d'ailleurs été récompensée par le label ÉcoJardin, attribué au Parc des portes de Paris. La preuve en image ci-contre; les espaces verts situés autour de nos plateaux sont notamment tondus par des moutons.

Le Parc des Portes de Paris dispose également d'une des plus grandes fermes urbaines de France. La « Farmhouse Aubervilliers » c'est 1000 m² dédiés à la production maraîchère en potager vertical et à l'aquaponie.



CONTRIBUTION À L'ODD





GARANTIR L'ÉTHIQUE DES AFFAIRES ET PROMOUVOIR NOS VALEURS

Adhérer à des organisations porteuses de valeurs qui nous ressemblent...



Avec le Pacte mondial, les Nations Unies, visent à mobiliser un mouvement mondial d'entreprises et de parties prenantes en faveur de la création d'un monde durable.

ATLANTIC MEDIA a adhéré au pacte mondial des nations unies en 2019 et va faire état de sa première « Communication On Progress » au cours de l'année 2020.



La Fédération des Industries du Cinéma, de l'Audiovisuel et du Multimédia est une organisation syndicale patronale, qui regroupe environ 150 entreprises dont l'activité couvre l'ensemble des métiers et du savoir-faire technique de l'image et du son. La FICAM représente, promeut et défend les intérêts nationaux et internationaux de la filière des Industries Techniques de la Création.

AMP VISUAL TV est représentée au comité de direction de cette fédération.



Le collectif ECOPROD a élaboré une « Charte ECOPROD pour l'entreprise de l'Audiovisuel » pour engager les acteurs du secteur de l'audiovisuel signataires dans une démarche d'amélioration continue d'information, de réflexion et de mise en œuvre, encadrée et aidée par les outils et services mis à disposition par le collectif.

ATLANTIC MEDIA est adhérente de cette charte.



L'Observatoire de la Transformation Audiovisuelle (OTA) est le Think tank de référence pour la description et la compréhension des mutations de l'industrie de l'image.



CONTRIBUTION À L'ODD



... et surtout contribuer à la promotion de ces valeurs.



SEPTEMBRE 2019

AMP VISUAL TV
a contribué
au projet de Charte RSE
de la FICAM



JANVIER 2020

AMP VISUAL TV était invité au salon
des lieux de tournages pour un retour
d'expérience sur l'éco-responsabilité.



NOVEMBRE 2019

Nous avons consacré
un Master Pitch
à la RSE



MARS 2020

Sous l'impulsion de l'OTA,
nous participons à la
première Table-ronde sur
l'Eco-Production réunissant
les acteurs majeurs de
l'audiovisuel.





SOUS-TRAITANCE ET FOURNISSEURS ACHATS RESPONSABLES

Dans le contexte de formalisation de notre démarche RSE, nous avons souhaité rédiger et partager avec nos acheteurs notre charte des achats responsables.

CHARTRE ACHATS RESPONSABLES

Nos engagements :

- Promouvoir le respect de la réglementation sociale applicable
- Maîtriser l'impact environnemental de notre activité et développer des services et procédés innovants à moindre impact environnemental
- Veiller à la responsabilité territoriale
- Un comportement éthique partagé avec l'équipe des acheteurs
- Garantir le dialogue avec nos parties prenantes
- Impliquer les fournisseurs et partenaires dans le déploiement de la stratégie RSE

En adhérant aux principes de cette charte, les fournisseurs et sous-traitants d'AMP VISUAL TV s'engagent à accompagner AMP VISUAL TV dans le déploiement de sa stratégie RSE.

Nous persistons dans notre démarche de suivi des sous-traitants qui s'effectue depuis notre exercice 2017/2018 via la plateforme e-attestations.com.





IMPACT TERRITORIAL

AMP VISUAL TV privilégie les fournisseurs locaux ou les antennes locales d'enseignes nationales.

Ainsi, la plupart de ses fournisseurs de services dit « non-métier » sont des acteurs économiques situés dans le département vendéen.

Au cours de cet exercice, le nombre de fournisseurs basés en Vendée est passé de 43 à 49. Pour Studios de France et Studios Paris Sud le nombre de fournisseurs vendéens n'a pas subi de variation significative.

MÉCÉNAT - PARTENARIAT

AMP VISUAL TV est très impliquée dans les événements sportifs locaux, mais aussi dans certaines manifestations nationales. Ainsi elle s'est portée partenaire de près d'une dizaine d'événements sportifs ou sociaux à proximité de ses implantations.

Au cours de l'exercice 2019/2020, AMP VISUAL TV conserve 16 partenariats.

INDICATEUR CLÉ IMPACT TERRITORIAL

		2017 /2018	2018 /2019	2019 /2020
Nombre de sociétés fournisseurs implantées en Vendée	Atlantic Media	40	43	49
	Studios Paris Sud	/	4	3
	Studios de France	/	6	6

INDICATEUR CLÉ MÉCÉNAT - PARTENARIAT

		2017 /2018	2018 /2019	2019 /2020
Nombre de mécénats/ partenariats	Atlantic Media	10	16	16
	Studios Paris Sud	/	1	1



INNOVATIONS

Passionnés de technique, les équipes d'AMP VISUAL TV se placent dans la dynamique de **l'innovation en se dotant sans cesse des outils les plus performants et les plus novateurs.** AMP VISUAL TV est reconnu pour cela dans le monde entier.

Depuis une quinzaine d'années, ces innovations dépassent le simple cadre technique. Elles accompagnent les bouleversements des usages des téléspectateurs. Le digital apporte des fonctionnalités infinies qui obligent à un changement radical de modèle de production.

Ce sont des nouveautés qui obligent tous les acteurs à repenser leurs méthodes de production et AMP VISUAL TV s'attache à être en pointe sur ces sujets.

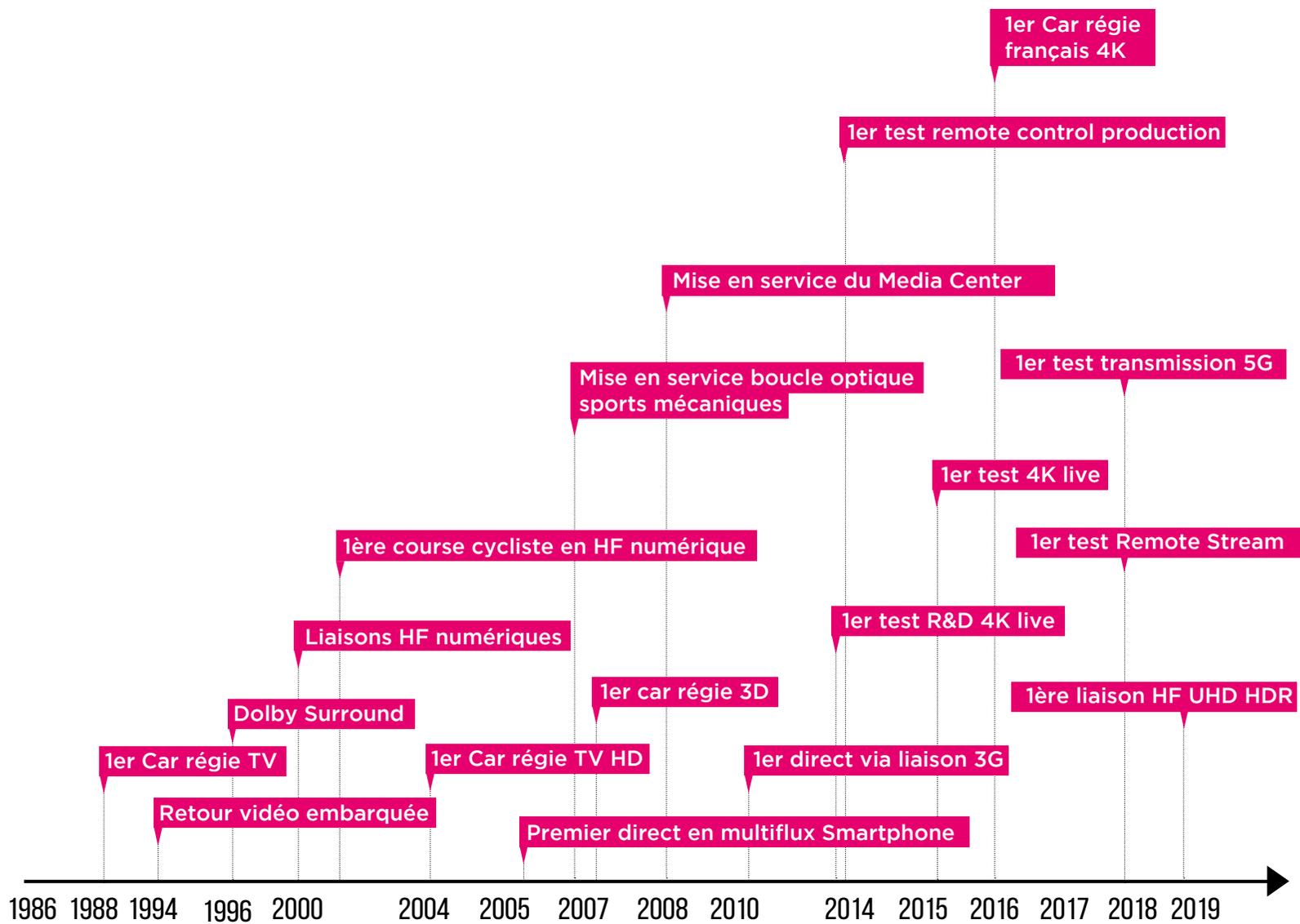
Technologie, process, management, tous les aspects de la vie de l'entreprise sont impactés par cette transformation.

Elle est dans son ADN.



CONTRIBUTION À L'ODD





NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Préambule

Conformément aux nouvelles dispositions de l'article L 225-102-1 du code de commerce, le Groupe AMP VISUAL TV®, et notamment sa holding, la société AMP INVESTISSEMENT, rend compte dans son rapport de gestion 2019-2020 de performance extra-financière dont la sincérité des informations est attestée par un Organisme Tiers Indépendant, le Groupe Y.

Cette note a pour objectif d'expliquer la méthodologie de reporting appliquée par AMP VISUAL TV pour sa déclaration de performance extra-financière (DPEF). Elle précise l'organisation du processus de collecte, de validation et de consolidation des indicateurs, les responsabilités aux différents niveaux du processus et les définitions utiles à la bonne compréhension des données demandées.

Période de reporting

La période retenue pour cette déclaration de la performance extra-financière est le dernier exercice clos soit du 1er avril 2019 au 31 mars 2020. En revanche, pour l'ensemble des données sociales, le périmètre couvert est du 1er janvier au 31 décembre 2019.

Périmètre

Le périmètre de publication des informations extra-financière dans le rapport de gestion doit être le périmètre

de consolidation financière du groupe.

Pour cet exercice, nous avons privilégié un périmètre France pour notre reporting en nous focalisant sur les structures juridiques faisant partie de notre UES. Ainsi, cette déclaration porte sur les données des sociétés Atlantic Média, Studios de France, et Studios Paris Sud dont les liens capitalistiques sont illustrés ci-après et couvrent en moyenne 97,48% des effectifs permanents consolidés. Cette augmentation du taux de couverture est liée à la réduction d'effectifs que nous avons constaté sur ce dernier exercice.

Cependant nous mettons en place une démarche d'intégration pour les prochains exercices.

Historique

Afin de pouvoir comparer les résultats d'une année sur l'autre, l'historique des informations reportées, lorsqu'il est disponible, couvre les années N et N-1, avec les méthodologies correspondantes.

Collecte des données

Les données sont recueillies directement auprès des contributeurs des pôles d'activités ou auprès des directions concernées (Direction Technique, Direction des activités France, Direction des Ressources humaines, etc.) par le

Secrétariat Général.

Le calendrier s'articule sur une production des indicateurs au cours du deuxième trimestre de l'année puis une rédaction des commentaires associés.

Indicateurs sociaux : Les informations sociales sont collectées de manière centralisée par la Direction Ressources Humaines. Les données RH sont établies sur les mêmes définitions et bases de calcul que celles du bilan social d'Atlantic Média et celles de la BDES de l'UES Broadcast Services.

Indicateurs environnementaux : les informations environnementales sont collectées par le Secrétariat Général à partir des sources suivantes : fichiers de suivi sous Excel, factures, rapport de consommation électrique, bordereaux de suivi des déchets, etc.

Indicateurs sociétaux : les informations sociétales sont collectées par le Secrétariat Général à partir des sources suivantes : fichiers de suivi sous Excel, factures, etc.

NB : certains indicateurs n'étant pas pertinents pour notre activité, tels que la lutte contre le gaspillage et la précarité alimentaire, ou encore le respect du bien-être animal, nous avons alors choisi de les écarter.

Taux de couverture DPEF 2019-2020

Le taux de couverture global de notre DPEF est de 88,19% et se décompose comme suit : Social (effectifs du périmètre) : 99,83% Sociétal : 100% Environnemental : 94,09%

Objectifs 2020/2021

Nous souhaitons persister dans nos efforts en faveur de la mise en œuvre de nos objectifs 2019/2020 et mettre l'accent sur les enjeux environnementaux et sociétaux. Pour faire face à la crise sanitaire mondiale du COVID-19 survenue en début d'année 2020, la France a pris des mesures de confinement afin de limiter la propagation du virus.

L'activité du groupe AMP VISUAL TV ayant été impactée, il a été contraint de mettre en chômage partiel certains de ses effectifs durant cette période.

Les conséquences de cette crise sanitaire sur AMP VISUAL TV ne sont pas encore mesurables précisément à la date d'établissement de la présente déclaration de performance extra-financière.

Néanmoins, AMP VISUAL TV surveille attentivement ses expositions face à l'épidémie, notamment l'impact de la crise sanitaire sur la protection de ses salariés, de son environnement et de sa situation économique et financière.

Retour sur nos objectifs 2019/2020

Nous nous étions fixés pour objectifs RSE 2019/2020 les cinq axes suivants:

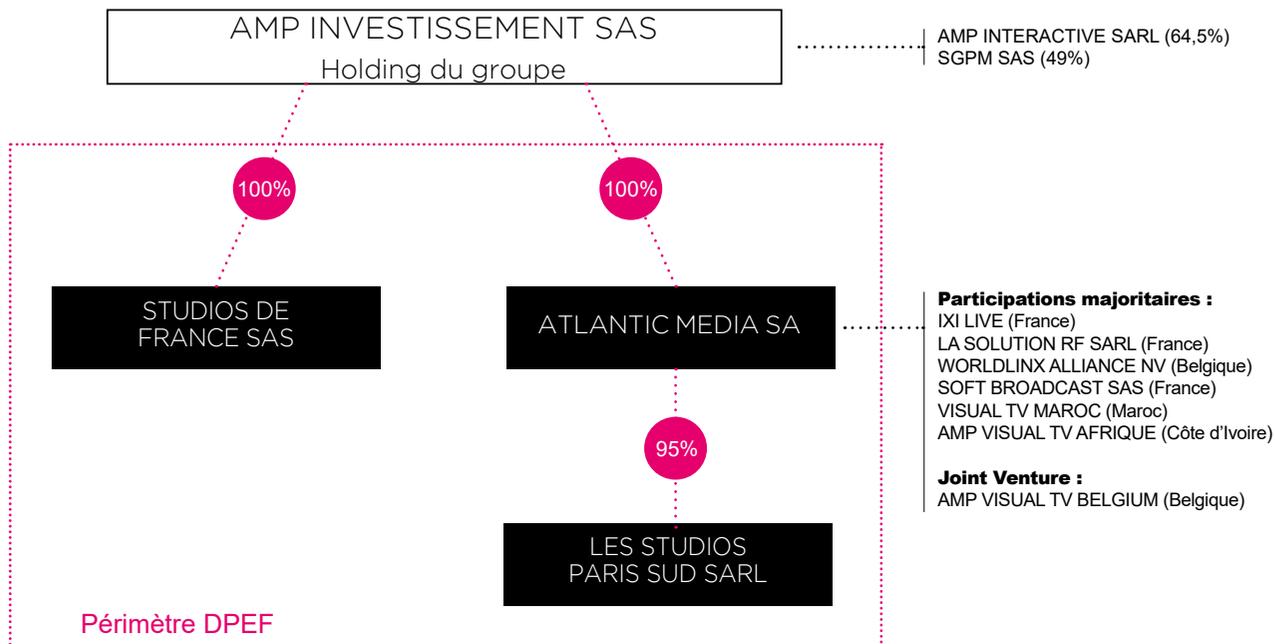
- Ancrer notre politique RSE à long terme 🕒
- Agir en faveur de l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes ✓
- Accentuer les efforts fournis pour limiter notre empreinte carbone 🌱
- Promouvoir nos engagements d'achats responsables et en faveur de l'environnement ✓
- Valoriser le savoir-faire interne ✓



En cours de réalisation



Objectif atteint mais le travail continue



AVIS DE SINCERITE DE L'OTI



NIORT
53 rue des Marais
CS 18421
79024 NIORT Cedex
Tél. : 05 49 32 49 01
www.groupey.fr

AMP INVESTISSEMENT

Rapport de l'organisme tiers indépendant (OTI) relatif à la vérification des informations sociales, environnementales et sociétales figurant dans le rapport de gestion

Exercice clos le 31 Mars 2020

Aux actionnaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1103 (dont la portée est disponible sur le site www.cofrac.fr), nous vous présentons notre rapport sur la déclaration de performance extra-financière relative à l'exercice clos le 31/03/2020 (ci-après la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion en application des dispositions légales et réglementaires des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Responsabilité de l'entité

Il appartient au Conseil d'administration d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance. La Déclaration a été établie en appliquant les procédures de l'entité. (ci-après le « Référentiel ») dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les textes réglementaires, le code de déontologie de la profession inséré dans le décret du 30 mars 2012 relatif à l'exercice de l'activité d'expertise comptable et prend en compte les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes professionnelles et des textes légaux et réglementaires applicables.

GRUPE Y AUDIT

Société d'Expertise Comptable en de Commissariat aux Comptes
Inscrite au tableau de l'Ordre de la Région Poitou-Charentes-Vendée – Membre de la Compagnie Régionale de Poitiers
Membre indépendant du réseau Nexia International – Membre de l'Association Technique A.T.H.

SAS au capital de 37 000 €
Siège social : 53 rue des Marais – CS 18421 – 79024 NIORT Cedex – Tél. : 05 49 32 49 01
RC NIORT 8 377 540 365 – APE 69202 – TVA : FR 02 377 530 563

FONTEVAIE-LE-COMTE – FUTUROSCOPE – LA ROCHE-SUR-YON – LUÇON – NANTES – NIORT – PARIS



Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques, ci-après les « Informations ».

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables, notamment, en matière de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Nature et étendue des travaux

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du code de commerce déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission et selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

Nous avons mené des travaux nous permettant d'apprécier la conformité de la Déclaration aux dispositions réglementaires et la sincérité des Informations :

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation, de l'exposé des principaux risques sociaux et environnementaux liés à cette activité, et, le cas échéant, de ses effets quant au respect des droits de l'homme et à la lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ainsi que des politiques qui en découlent et de leurs résultats ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et les principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance ;
- nous avons vérifié, lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ou des politiques présentés, que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 ;
- nous avons apprécié le processus de sélection et de validation des principaux risques ;
- nous nous sommes enquis de l'existence de procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité ;

AMP INVESTISSEMENT
Exercice clos le 31 Mars 2020
Version 1 – Imprimée le 04/08/2020

- nous avons apprécié la cohérence des résultats et des indicateurs clés de performance retenus au regard des principaux risques et politiques présentés ;
- nous avons vérifié que la Déclaration comprend une explication claire et motivée des raisons justifiant l'absence de politique concernant un ou plusieurs de ces risques ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- nous avons apprécié le processus de collecte mis en place par l'entité visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- nous avons mis en œuvre pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants¹ :

- des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
- des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés au niveau des entités Atlantic Media SA, Studio de France SAS, Studios Paris Sud SARL et couvrent entre 94,1% et 100% des données sélectionnées des indicateurs clés de performance et résultats sélectionnés pour ces tests ;

- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation ;

Nous estimons que les travaux que nous avons menés en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

¹ **Informations sociales :** Santé et sécurité : « les conditions de santé et de sécurité au travail » via les taux de fréquence & taux de gravité. Formation « le nombre total d'heures de formation ». Organisation de travail : « l'absentéisme » via le nombre total de jours d'absences. Egalité de traitement : « les mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes » via la part des femmes dans les effectifs ; « les mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées » via le nombre de bénéficiaires RQTH.

Informations environnementales : Economie circulaire « les mesures de prévention, de recyclage, de réutilisation, d'autres formes de valorisation et d'élimination des déchets » via le poids et volumes des déchets triés. Utilisation durable des ressources : « la consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables » via la consommation énergétique électriques. Utilisation durable des ressources : « la consommation de matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation » via le nombre d'impressions de l'année sur le nombre d'employés enregistré.

Informations sociales : Engagements sociétaux en faveur du développement durable : « l'impact de l'activité de la société en matière d'emploi et de développement local » via le nombre de fournisseurs Vendéens référencés ; « les actions de partenariat ou de mécénat » via le nombre de partenariats & mécénats.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 3 personnes et se sont déroulés sur le mois de juillet 2020 sur une durée totale d'intervention d'environ 2 semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociale.

Nous avons réalisé dix entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration auprès des directions en charge des processus de collecte des informations et, le cas échéant, responsables des procédures de contrôle interne et de gestion des risques.

Conclusion

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Commentaires

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus et conformément aux dispositions de l'article A. 225-3 du code de commerce, nous formulons le commentaire suivant :

- Nous attirons votre attention sur la nécessité de renforcer à la fois la fiabilité des canaux de collecte des indicateurs clés de performance, mais aussi la traçabilité des données chiffrées des exercices précédents au travers des fiches indicateurs et des tableaux de suivi de la DPEF, aux fins d'assurer une cohérence et une comparabilité de ces indicateurs clés de performance.

Fait à Niort, le 04 Août 2020

L'ORGANISME TIERS INDEPENDANT

GROUPE Y Audit



Arnaud MOYON

Associé Département Développement Durable

