

# DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE 2018/2019





# EDITO



« NOTRE DPEF DÉMONTRE UNE SOLIDE COLLABORATION ENTRE LES SERVICES ET UNE PRISE DE CONSCIENCE GÉNÉRALE DES ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT DURABLE »

Depuis plus de 30 ans, AMP VISUAL TV a su s'illustrer comme la référence française en matière de tournages télévisés. Dès sa création, notre entreprise s'est toujours adaptée aux mutations et aux innovations technologiques afin de mieux répondre aux besoins de nos clients et nous avons à cœur de conjuguer économie et social pour notre développement. Aujourd'hui, les enjeux environnementaux et sociétaux émergent et poussent les entreprises à prendre conscience de leurs responsabilités. AMP VISUAL TV avait choisi depuis plusieurs années d'agir en faveur de ces enjeux. Ainsi, nous n'avons pas attendu les obligations légales pour commencer à mettre en œuvre des actions nous permettant de connaître et d'optimiser notre impact environnemental et sociétal. L'adhésion au Global Compact des Nations Unies illustre également notre engagement éthique en officialisant notre respect des dix principes des droits de l'Homme, du droit du travail, de la lutte contre la corruption et de la protection de l'environnement.

Nos objectifs RSE s'alignent notamment à nos trois principaux axes stratégiques qui sont organiser, innover et partager. Pour cela, nous faisons preuve d'une forte inventivité afin de compenser l'impact que peut avoir notre activité sur l'environnement. L'optimisation des moyens déplacés lors de prestations internationales afin de réduire notre empreinte carbone, ou la Remote Production (production à distance), pas majeur vers la dématérialisation de

la production audiovisuelle, sont quelques exemple, qui, sur le long terme, réduiront considérablement les émissions de gaz à effet de serre lors des tournages.

Étant à l'écoute des questions liées à notre société, AMP VISUAL TV cherche, plus que jamais, à placer l'humain au cœur de ses préoccupations et à s'inscrire dans la longévité. Par exemple, nous avons donc mis en œuvre une politique promouvant l'égalité de traitement et de l'insertion des personnes handicapées afin de lutter contre les discriminations. Nos prestations étant basées sur les compétences, nous avons également pour projet ambitieux de créer une école de formation interne afin que nos équipes en bénéficient et continue de valoriser notre savoir-faire unique. Bien entendu, nous avons encore plusieurs chantiers à mener, tels que la mise en place de tables rondes internes qui seront des réunions collaboratives ouvertes à tous les salariés, pour lesquels nous gardons à l'esprit la nécessité d'inscrire nos projets dans nos engagements de performance extra-financière.

Notre déclaration de performance extra-financière démontre une solide collaboration entre les services et une prise de conscience générale des enjeux de développement durable.

**GILLES SALLÉ**

Fondateur et Président Directeur Général

# MODÈLE D'AFFAIRES

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

Nos équipes interviennent sur tous les programmes qui nécessitent des dispositifs techniques plus ou moins complexes pour la retransmission des grands événements (sports, divertissements et spectacles vivants).

**Savoir-faire et passion** à toutes les étapes du tournage, en studios ou en extérieur, en France ou partout dans le monde.



# AMPVISUALTV

## TOURNER...

### PREMIUM

UNE GAMME COMPLÈTE D'OUTILS MOBILES DE PRODUCTION POUR LA RÉALISATION DE TOUTS LES TYPES PROGRAMMES TÉLÉVISÉS EN EXTERIEUR OU EN STUDIOS.



+ DE 27 UNITÉS MOBILES  
FLY AWAY & OB VANS



### PRODUCTION SIMPLIFIÉE

UNE OFFRE SPÉCIFIQUE POUR DES PRODUCTIONS AGILES À COÛTS MAÎTRISÉS.



16 UNITÉS MOBILES



### TRANSMISSIONS HF

UN SERVICE ENTIÈREMENT DÉDIÉ AU DÉPLOIEMENT DE SYSTÈMES HF POUR LES LIAISONS SANS FILS ENTRE LES CAMÉRAS ET LA RÉGIE.



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



## ENTRER EN STUDIO...

### STUDIOS TV

TOUTES LES TAILLES DE PLATEAUX À PARIS ET TOUTS LES SERVICES ASSOCIÉS POUR Y RÉALISER SEREINEMENT VOS ÉMISSIONS.



30 PLATEAUX DE 40 À 2090 M²



## ENRICHIR, AUGMENTER, PUBLIER...

### SOLUTIONS DIGITALES

UN DÉPARTEMENT DÉDIÉ ET TOUTS LES SERVICES POUR ADRESSER LES NOUVEAUX MÉDIAS



1 MEDIA CENTER  
1 STUDIO DIGITAL



# 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

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

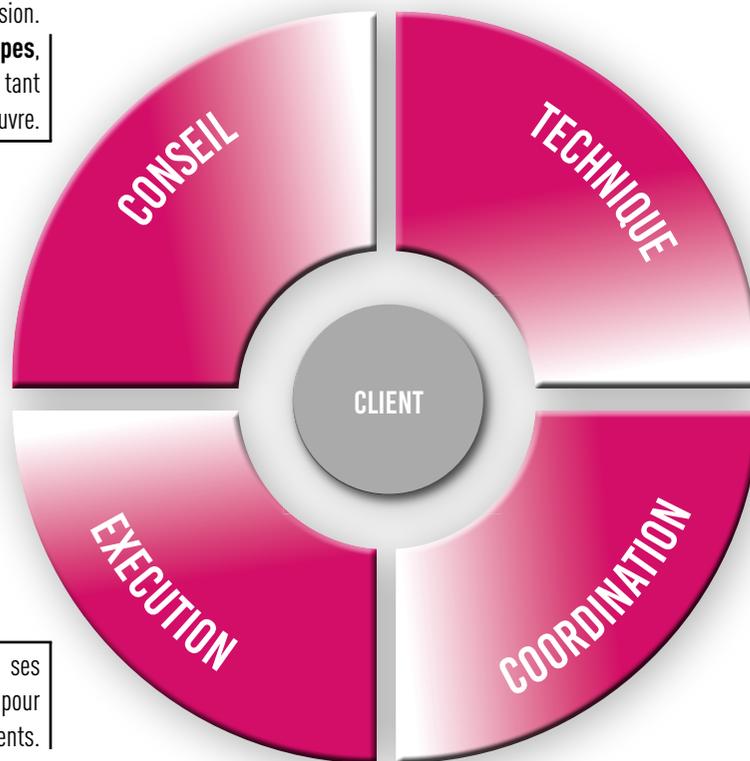




## ...ET NOTRE CHAÎNE DE VALEURS

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 établi 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. De plus, son service de recherche et développement travaille en permanence avec les plus grands constructeurs mondiaux pour **imaginer et exploiter les solutions** pour la télévision de demain.

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.

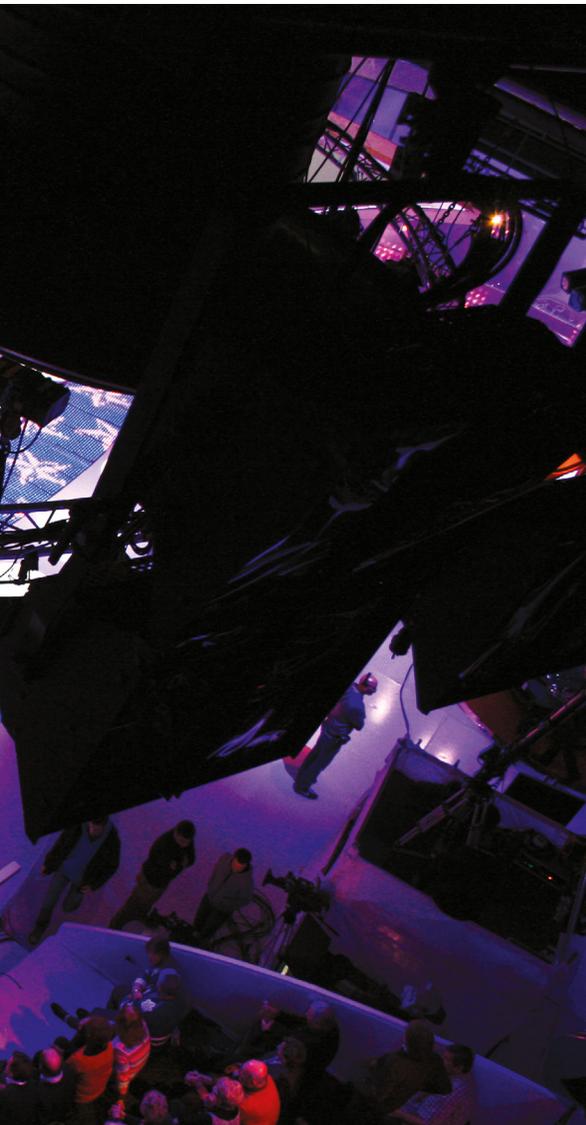
# UNE ENTREPRISE ATYPIQUE

Depuis 1986, l'entreprise a fédéré des **équipes fidèles et enthousiastes**. Elles ont su créer et développer un état d'esprit unique constitué **d'engagement, de volonté, de curiosité, d'imagination et de recherche d'excellence**.

Avec 448 salariés permanents (sur exercice consolidé), un savoir-faire largement reconnu et un parc technique conséquent, AMP VISUAL TV est devenu l'un des 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.

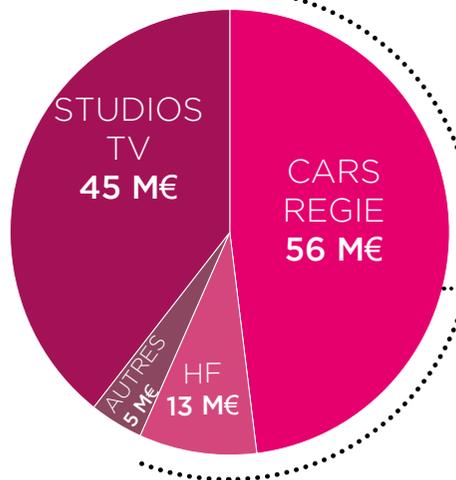




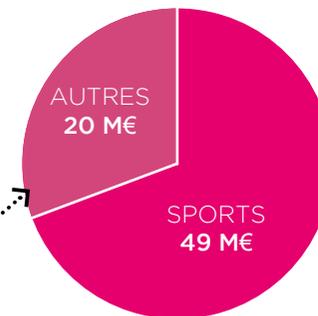
Tournage divertissement aux Studios 107

# LES CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES  
AMP VISUAL TV



ACTIVITÉS  
CARS RÉGIE ET HF



**119** MILLIONS D'EUROS  
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

 **18 000**  
HEURES DE PROGRAMMES  
RÉALISÉES ANNUELLEMENT

**448**  
SALARIÉS  
PERMANENTS

**5200**  
PRESTATIONS  
PAR AN

**60%**   
DE PARTS DE MARCHÉ  
EN FRANCE

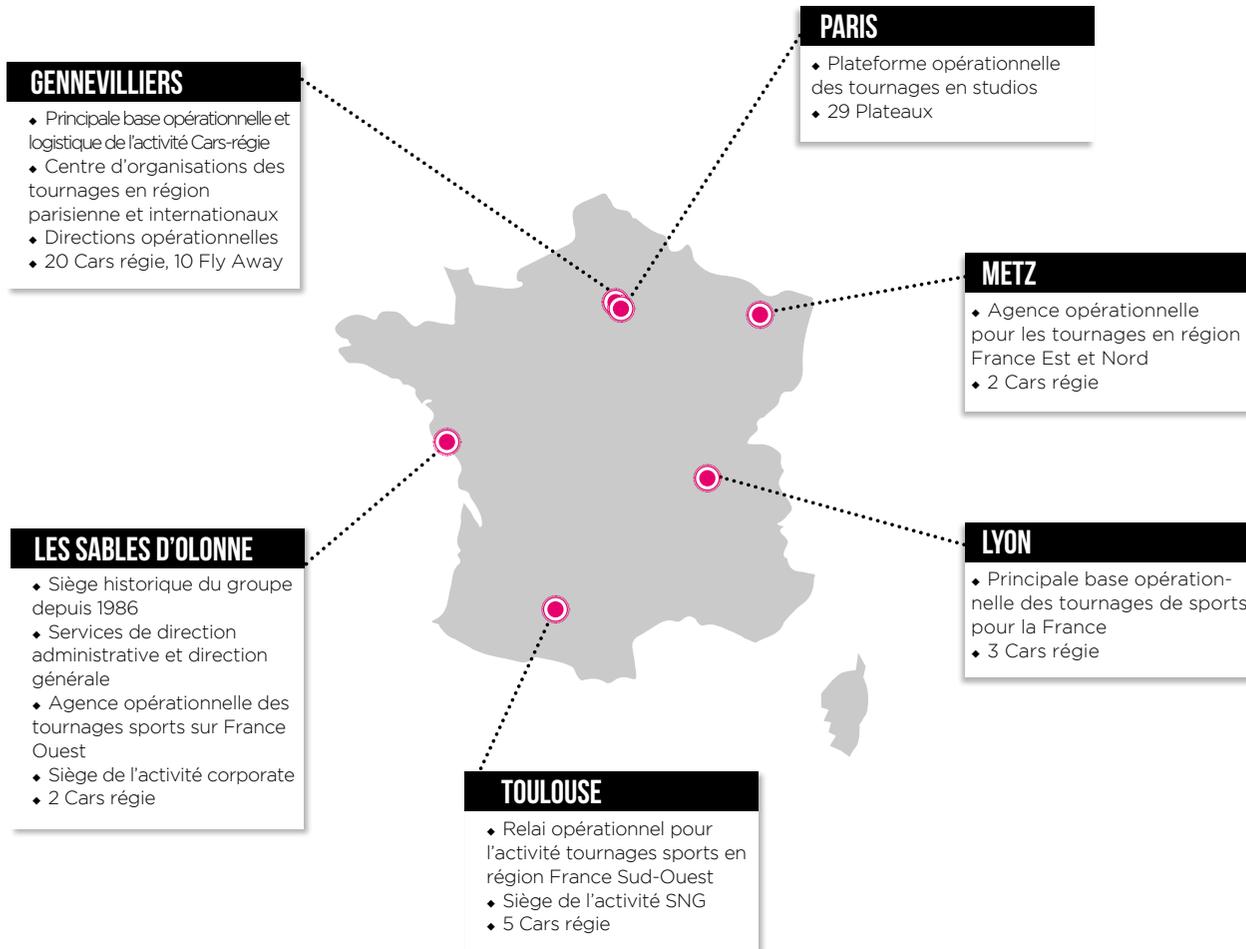
**3000**  
COLLABORATEURS  
INTERMITTENTS  
CHAQUE MOIS

# AMP VISUAL TV EN FRANCE...

Nos implantations en France nous permettent d'être au plus près des lieux de tournages et d'apporter ainsi les meilleurs services en termes d'accompagnement client et de connaissance terrain.

Ce maillage est également un moyen de limiter notre empreinte carbone en réduisant les déplacements des équipes et véhicules.

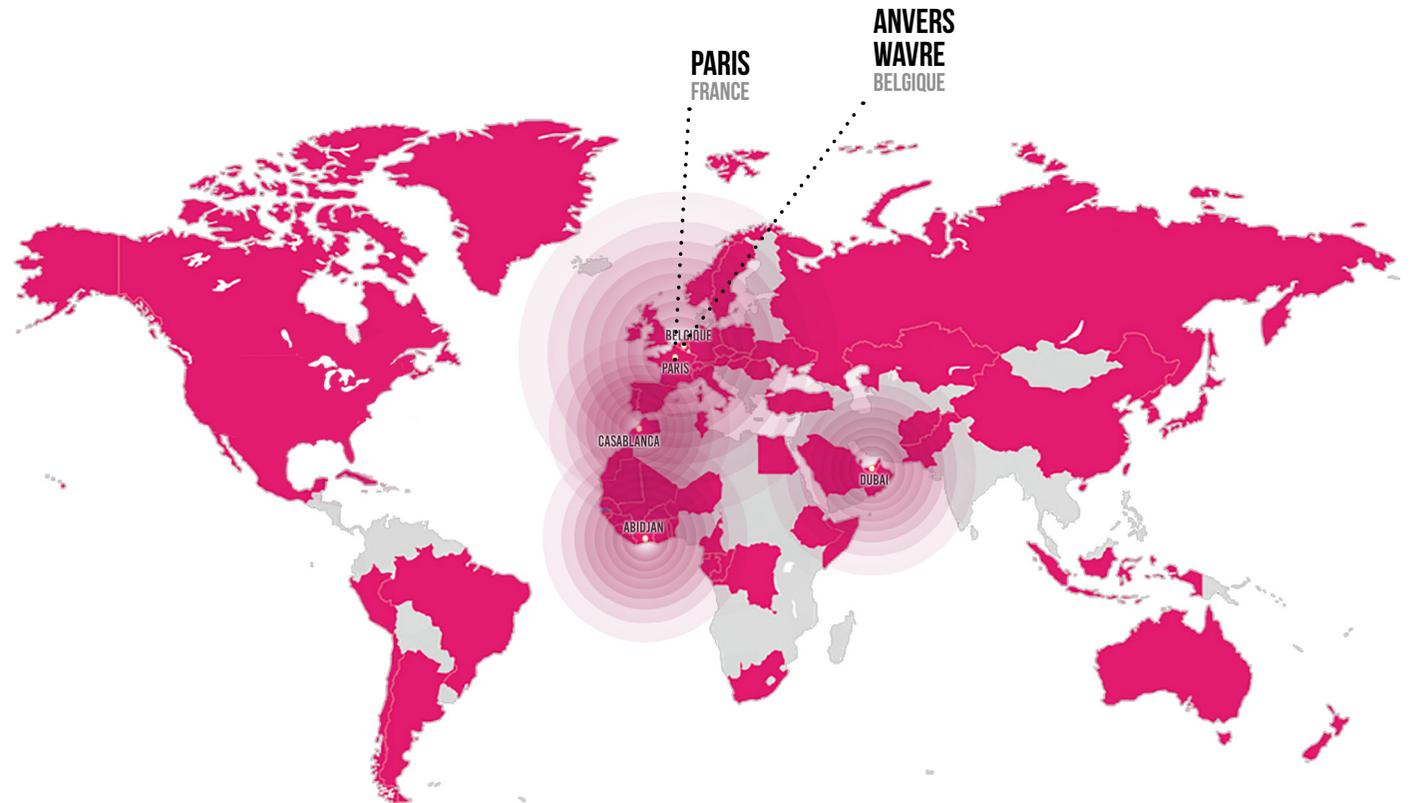
Malgré la prédominance de plus en plus forte des tournages en région parisienne, nous nous attachons, dans la mesure du possible, à maintenir en Province tous les postes dont la valeur ajoutée est indépendante de leur localisation.



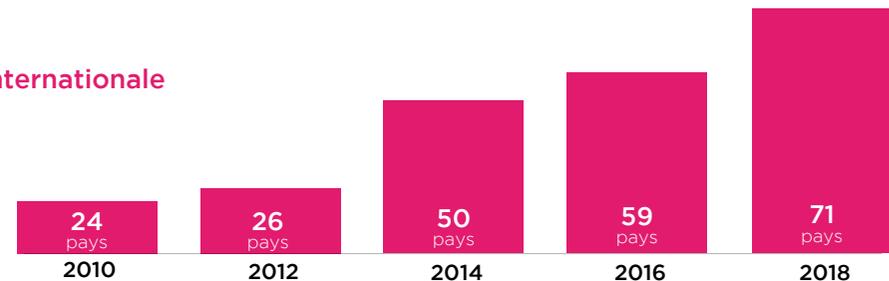
## ...DANS LE MONDE

Nos ressources s'exportent aujourd'hui sur tous les continents. Pour ce faire, nous déployons nos activités internationales sous quatre formes:

- Intervention de nos équipes HF et sports mécaniques sur tout évènement TV.
- Déploiement de nos équipes et ressources OB Vans et Fly Away, sur des moyennes ou longues périodes, pour les évènements télévisés internationaux majeurs.
- Implantation dans les pays à demandes récurrentes.
- Partenariat locaux pour étendre nos services.



Evolution de l'activité internationale



# ORGANISATION FLUIDE

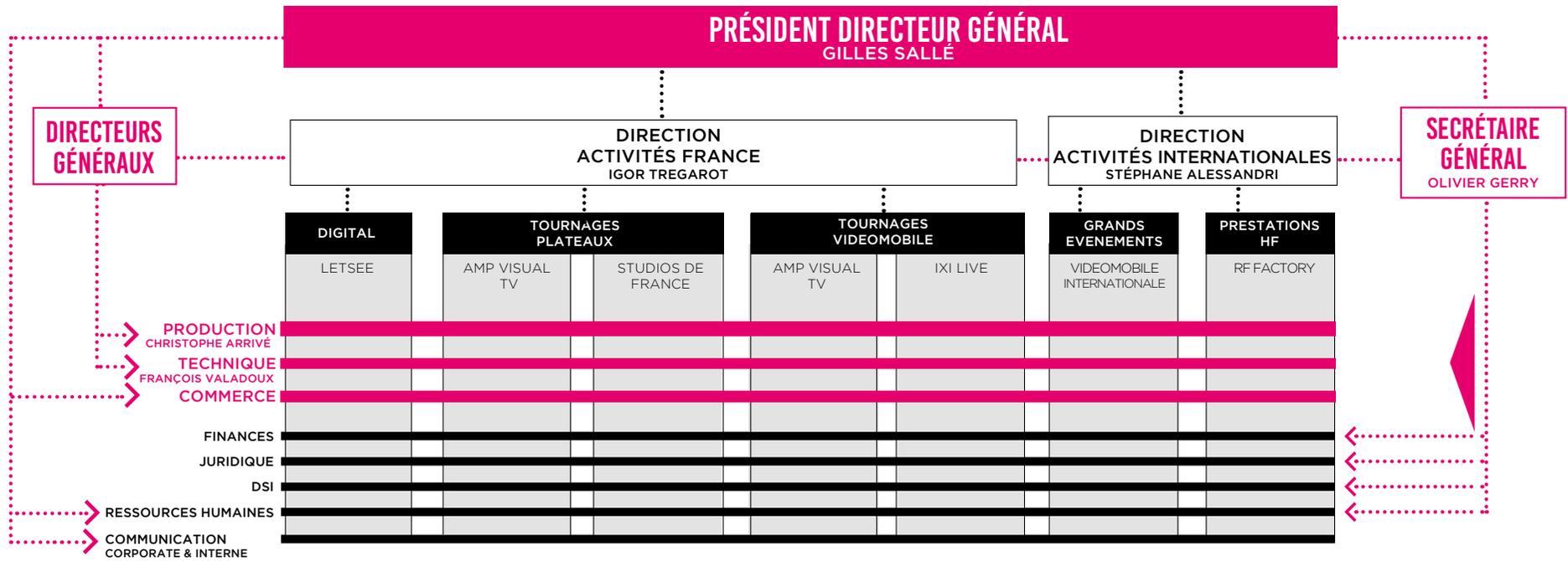
**Une organisation dans laquelle clients et salariés sont connus et reconnus.**

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.

**Le souci des relations sociales, des valeurs d'humilité, curiosité et de cohésion sont les marques d'un état d'esprit qui règne dans l'entreprise depuis sa création.**



Tournage d'émission au second étage de la Tour Eiffel



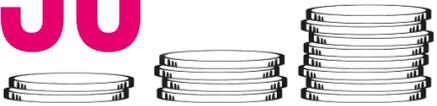
# VIDEOMOBILE

La Videomobile 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 s'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.



**56** MILLIONS d'Euros  
de chiffre d'affaires



**1920**  
TOURNAGES  
PAR AN



...DONT  
 **169**  
À L'ÉTRANGER

**578**   
PRESTATIONS  
SPORTIVES  
PAR AN

**AMPVISUALTV**



**3**  
HD UHD

**MILLENNIUM SIGNATURE**  
LES SEMI-REMORQUES  
TRÈS GRANDE LARGEUR



**7**  
HD UHD

**MILLENNIUM**  
LES SEMI-REMORQUES  
GRANDE LARGEUR



**6**  
HD

**EXTENDER**  
CARS-RÉGIE DE PRODUCTION  
À MULTIPLES APPLICATIONS



**3**  
HD

**OPTIMUM**  
LES CARS PORTEURS  
GROS GABARITS



**1**  
HD

**CITY**  
VÉHICULE  
PETIT GABARIT



**7**  
HD

**FLY + FLY IATA**  
RÉGIES FLIGHT CASE

**ixi**  
live

**PRODUCTIONS SIMPLIFIÉES**



**7**  
HD

**IXI LIVE**  
VÉHICULES DE CAPTATION ET  
TRANSMISSION



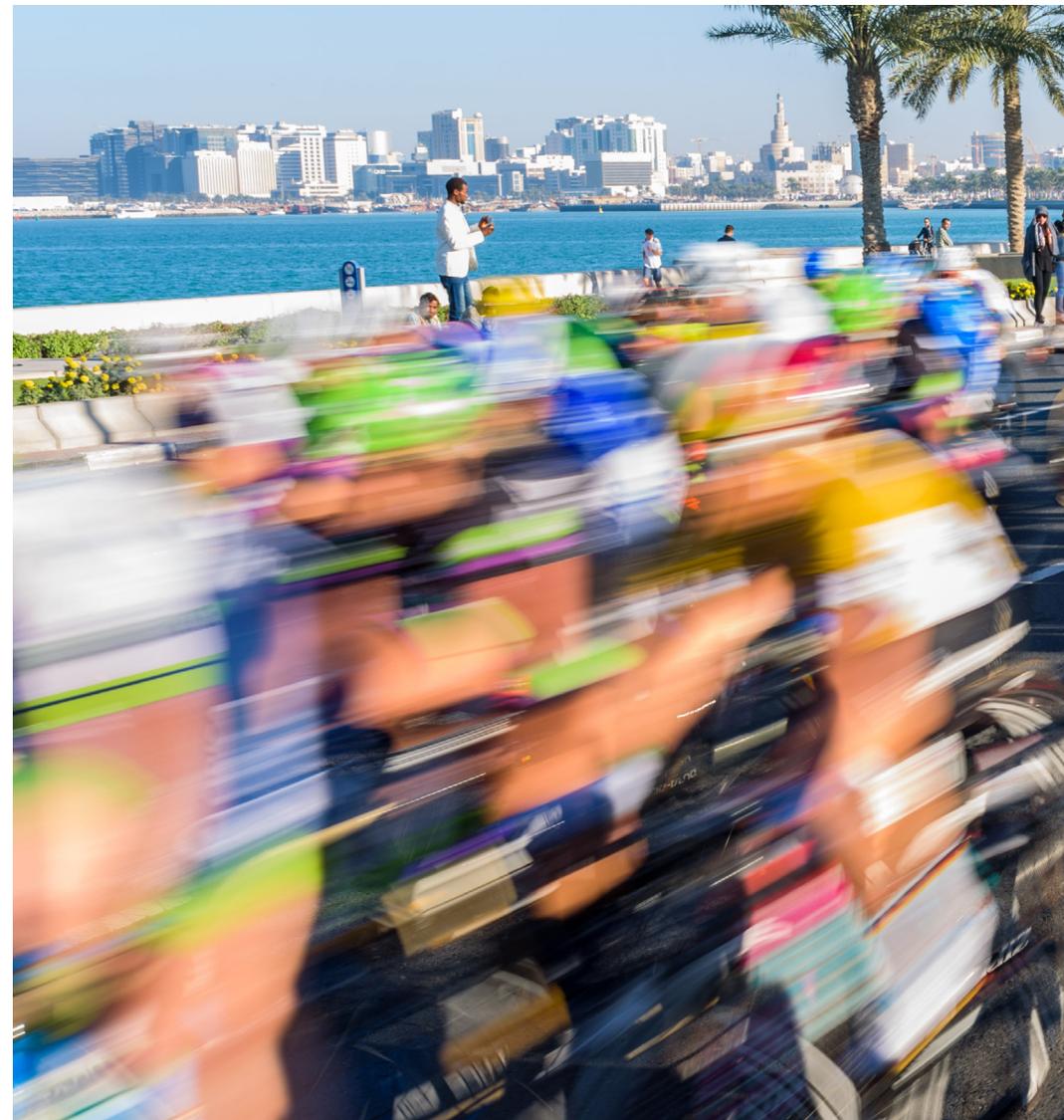
**7**  
HD

**ICAR**  
VÉHICULES DE CAPTATION  
ET TRANSMISSION IP

# RF FACTORY

AMP VISUAL TV a fait une véritable vocation de services pour toutes les configurations techniques HF, liaisons courtes distances complexes, moyennes et longues distances avec ou sans relai aérien **sur des grands évènements ou sur des épreuves cyclistes, courses à la voile, marathons, triathlons, athlétisme... ou sports mécaniques sur lesquels nous avons bâti une réputation internationale.**

Indépendamment d'AMP VISUAL TV, RF Factory intervient principalement auprès de producteurs ou prestataires pour le déploiement de systèmes pour les liaisons sans fils entre les caméras et la régie.





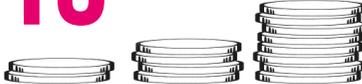
Championnat du Monde cycliste sur route - Qatar

**30**   
COLLABORATEURS  
PERMANENTS

**500**   
TOURNAGES  
PAR AN

TOURNAGES DANS  
 **71**  
PAYS EN 2018

**800**   
HEURES DE VOL  
D'AVIONS RELAIS  
70 ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX

**13** MILLIONS d'Euros  
de chiffre d'affaires  


**16**   
COURSES CYCLISTES  
45 JOURS DE PRODUCTION

**19**   
MARATHONS  
SEMI-MARATHONS  
SKICLASSICS  
30 JOURS DE PRODUCTION

**50**   
DIFFÉRENTES  
COURSES AUTOMOBILES  
150 JOURS DE PRODUCTION

# PLATEAUX

AMP VISUAL TV, STUDIOS DE FRANCE 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.



Montage du décor de «The Voice» au Studio 217



# 30 PLATEAUX DE 40 À 2090 M<sup>2</sup>

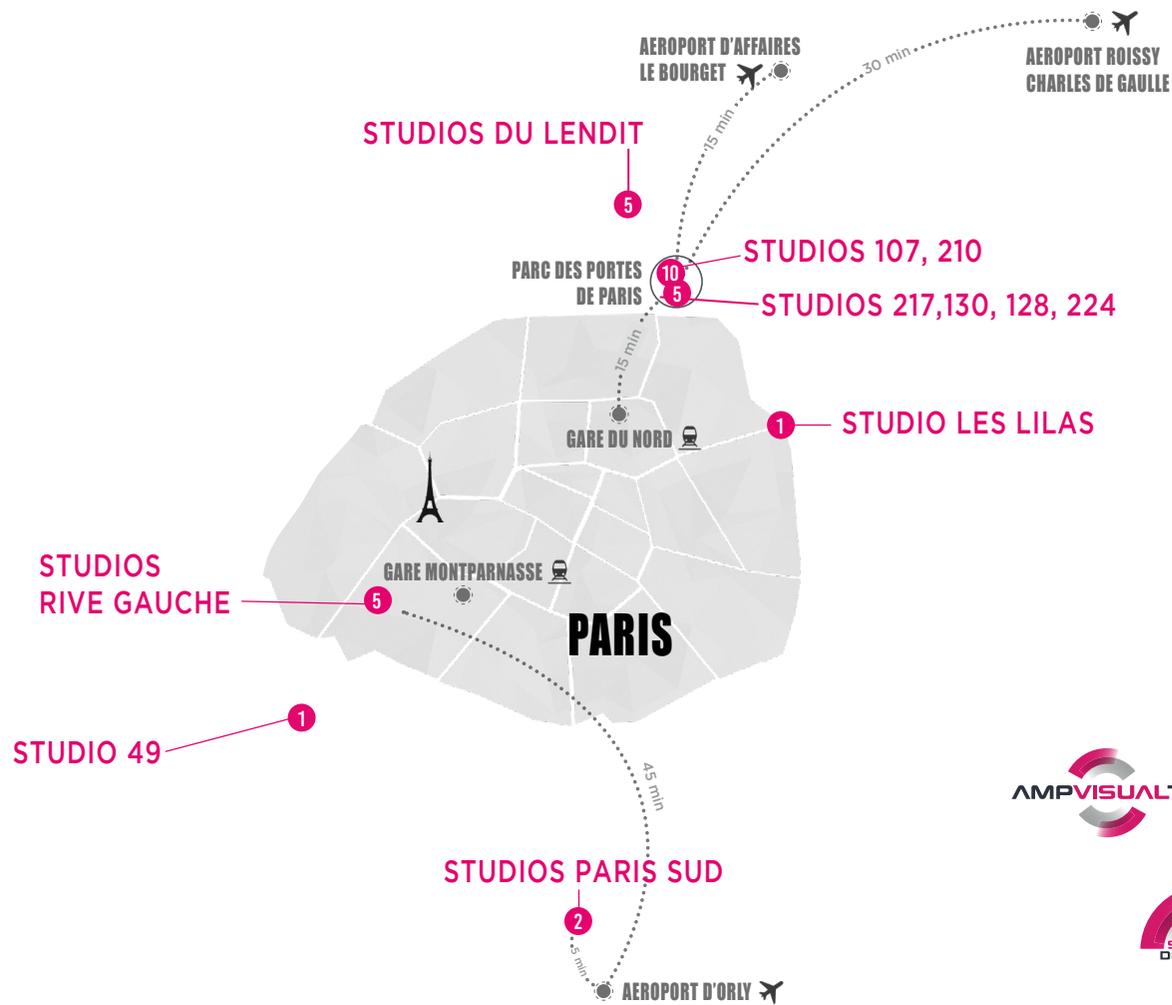
**45** MILLIONS d'Euros  
de chiffre d'affaires



**774**  
TOURNAGES  
PAR AN



**5**  
QUOTIDIENNES  
EN DIRECT



# LETSEE : LE RÉFÉRENT DU DIGITAL

La valeur des contenus croit avec **la multiplication des supports**.  
La marque LETSEE propose une gamme de services pour réaliser des programmes digitaux.

Une offre entièrement consacrée **aux enjeux de l'audiovisuel de demain** qui permet de fournir toutes les prestations dont les producteurs et les détenteurs de droits ont besoin pour la diffusion multicanaux de leurs programmes.



Le Media Center Letsee pendant les Jeux Olympiques

**2,5** MILLIONS D'EUROS  
DE CHIFFRE D'AFFAIRES



**300** PRESTATIONS  
PAR AN



**TOURNAGES CORPORATE**  
Des outils clés en main pour la production de tournages d'émissions d'entreprise.



**STREAMING LIVE**  
L'équipe du Media Center possède depuis longtemps un réel savoir-faire en matière de live streaming et en fait l'une de ses grandes activités.

**2000**<sup>H</sup>  
DE DIFFUSION LIVE STREAMING  
DE COURSE AUTOMOBILE



**1000** MATCHS DE  
FOOTBALL  
PAR AN



**HABILLAGE**  
L'habillage permet de personnaliser des programmes télévisés via des incrustations. LETSEE propose des solutions d'habillage pour tous les types de programmes



**PRODUCTION DISTANTE**  
Le Media Center permet de réaliser ou habiller les émissions à distance.

**15** SALARIÉS  
PERMANENTS



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



# 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.

- **Concentration des donneurs d'ordres** (TF1, M6, Discovery / Eurosport... )

- **Emergence des GAFAN** (Google, Apple, Facebook, Amazon et surtout Netflix)

- **Les évolutions de la demande en France**

- 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), qu'AMP VISUAL TV développe depuis peu répondent aux demandes des productions à audience généralement nationale avec un nombre de livrables simplifiés, et réalisées à partir de mélangeur automatisant une partie des fonctions supports au réalisateur

- 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.
- Réduction ou disparition de certains marchés structurants induisant également une diminution la demande PREMIUM en région.

- **Des technologies émergentes :**

- Les changements de formats qui nous contraignent toujours 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.





# ...ET STRATÉGIES

- **Assurer la pérennité de l'entreprise**

- En valorisant ses points forts (Production PREMIUM, HF...)
- En diversifiant les sources de revenus et en les sécurisant
- En diminuant sa dépendance aux aléas du marché

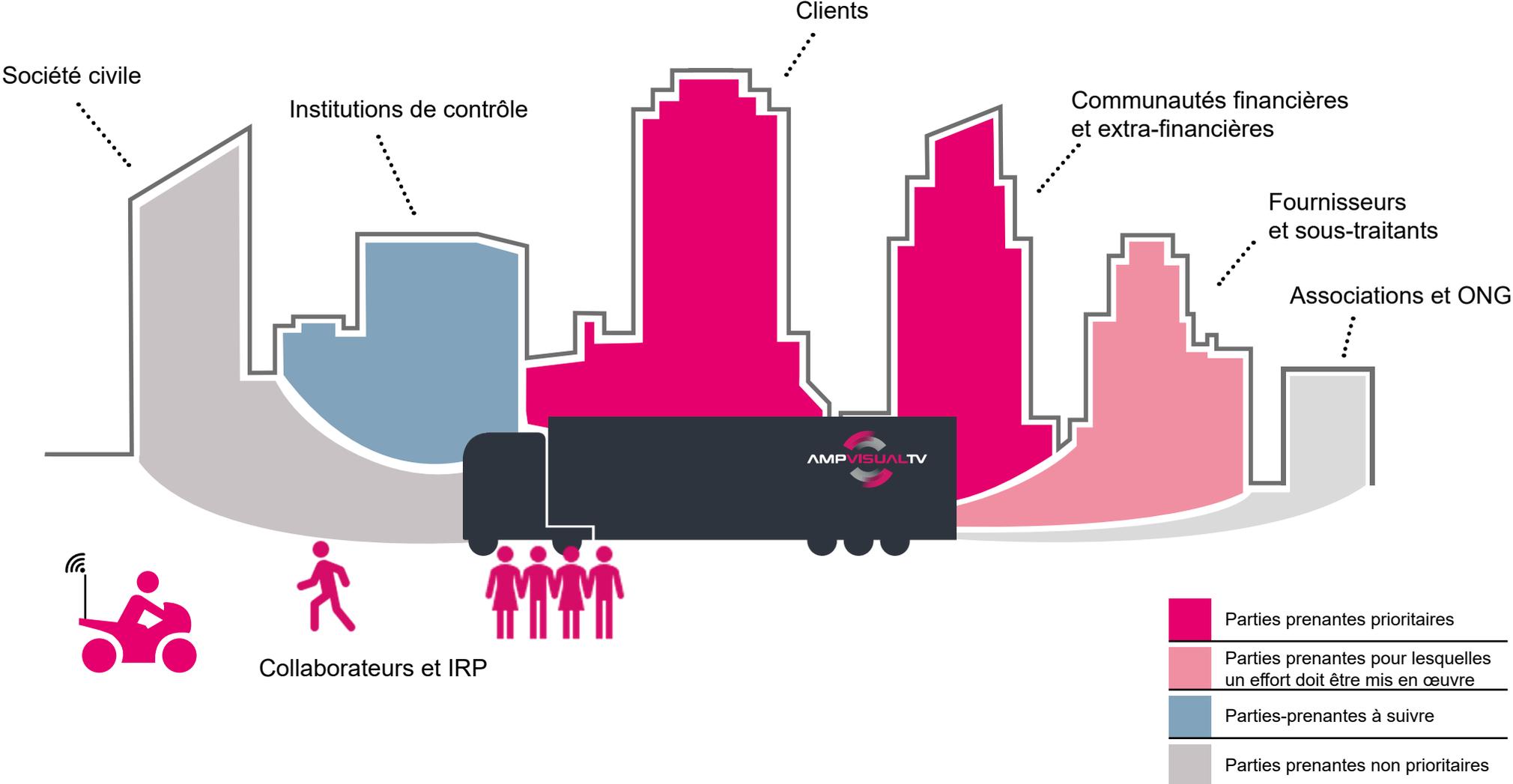
- **Imaginer l'entreprise de demain**

- En adaptant notre modèle d'organisation par un modèle encore plus collaboratif
- En redimensionnant notre maillage territorial pour optimiser nos ressources vidéomobile avec notre base parisienne,
- En réaffectant les unités de production mobile sur les sites les plus pertinents pour densifier les usages des outils proches de leurs bases, en limitant les coûts de transfert et empreinte carbone
- En rationalisant le nombre de studios vis-à-vis du marché pour limiter les couts et empreintes foncières vieillissantes.
- En organisant l'encadrement
- En rationalisant les unités de production et les investissements
- En développant de nouveaux services de proximité avec l'offre de « production simplifiée » et développant l'offre Remote Production
- En développement les marchés de niche, relais de croissance : la HF à l'international, les nouveaux services digitaux et les solutions d'enrichissements graphiques en France

- **Continuer à innover**

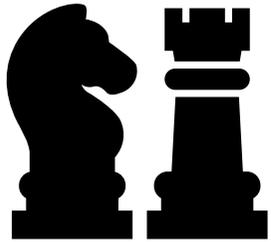
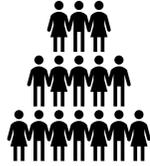
- L'UHD
- Les activités digitales
- La remote production

# CARTOGRAPHIE DES PARTIES PRENANTES



# DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES

Parties prenantes d'AMP VISUAL TV	Modes de dialogue
<p><b>Clients</b> (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"> <li>• Conseils aux clients</li> <li>• Proximité de nos équipes avec des interlocuteurs dédiés</li> <li>• Rapport de production</li> <li>• Sites web dédiés</li> <li>• Plaquettes institutionnelles</li> <li>• Réseaux sociaux : LinkedIn, Twitter, Instagram, Facebook</li> <li>• Organisation d'évènements annuels</li> <li>• Réponse aux questionnaires de notation extra-financière de nos clients</li> </ul>
<p><b>Collaborateurs et Instances Représentatives du Personnel (IRP)</b>            *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"> <li>• Dialogue social avec les partenaires sociaux</li> <li>• Entretiens annuels et entretiens professionnels</li> <li>• Communication interne : intranet, écrans d'information, magazines et journaux internes</li> <li>• Organisation d'évènement (Master Pitch)</li> </ul>
<p><b>Communautés financières et extra-financières</b> : investisseurs, actionnaires, prêteurs, banques, assurances et juridique            * l'innovation inhérente à notre activité et l'inscription de l'entreprise dans les enjeux de développement durable font de la communauté financière et extra-financière une partie prenante prioritaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assemblées générales des actionnaires</li> <li>• Présentations dédiées aux investisseurs, rapports annuels et semestriels</li> <li>• Communication régulière et transparente avec nos assureurs et nos experts comptables.</li> <li>• Rencontres avec les analystes financiers</li> <li>• Communication régulière avec nos avocats et nos banques pour anticiper les difficultés</li> <li>• Communication régulière avec nos actionnaires sur les perspectives de l'entreprise</li> </ul>
<p><b>Société civile</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partenariat avec le Réseau Entreprendre Vendée</li> <li>• Adhésion à des syndicats professionnels (FICAM)</li> </ul>
<p><b>Fournisseurs et sous-traitants</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Charte d'achats responsables</li> <li>• Suivi régulier des sous-traitants</li> <li>• Dialogue régulier avec des fournisseurs de confiance</li> </ul>
<p><b>Associations et ONG</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implication des salariés dans des actions associatives lors des journées et des congés solidaires (Solidays)</li> <li>• Démarche de mécénat, soutenant principalement des actions associatives et culturelles locales</li> <li>• Adhésions à des organismes porteurs de valeurs (OTA, Pôle Média Grand Paris etc.)</li> </ul>



# CARTOGRAPHIE DES RISQUES ET DES ENJEUX

Pour établir cette cartographie, nous nous sommes basés sur le référentiel Grenelle II afin d'identifier nos risques et nos enjeux majeurs. Pour ce faire, nous avons sélectionné les thématiques les plus pertinentes par rapport à notre activité afin que cette cartographie des risques et des enjeux puisse naturellement trouver sa place dans notre stratégie d'entreprise.

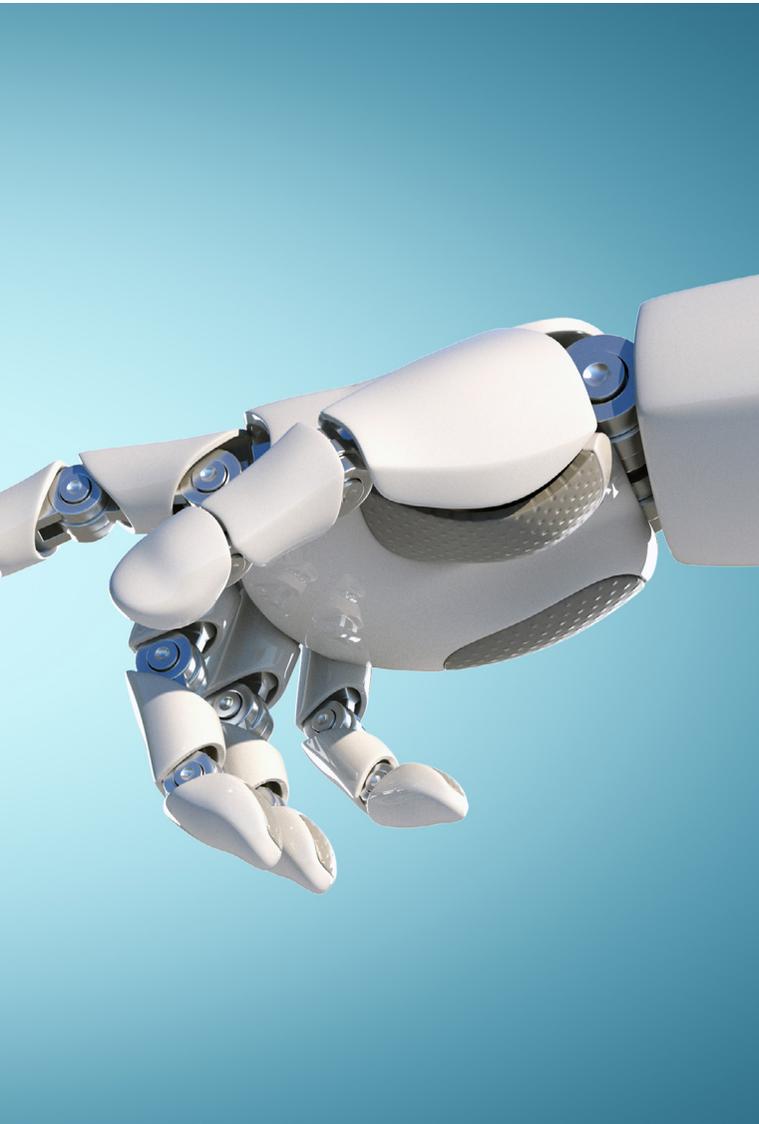
Thèmes		Risques et enjeux
<b>SOCIAL</b>		
<b>Relations sociales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organisation du dialogue social, notamment les procédures d'information et de consultation du personnel et de négociation avec celui-ci.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Préservation d'un dialogue social constructif avec les IRP</li> <li>Maintenir une bonne communication auprès des parties prenantes</li> </ul>
<b>Santé et sécurité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conditions de santé et de sécurité au travail</li> <li>Accidents du travail, notamment leur fréquence et leur gravité, ainsi que les maladies professionnelles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formation des salariés pour assurer leur sécurité</li> <li>Maintenir la sensibilisation régulière des collaborateurs sur la sécurité</li> </ul>
<b>Formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les politiques mises en œuvre en matière de formation</li> <li>Le nombre total d'heures de formation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prévenir la déperdition du savoir-faire avec de la formation interne</li> </ul>
<b>Egalité des traitements</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les mesures prises en faveur de l'égalité hommes/femmes</li> <li>les mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lutter contre les inégalités salariales</li> <li>Lutter contre la discrimination à l'embauche</li> </ul>
<b>ENVIRONNEMENTAL</b>		
<b>Gestion des déchets</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mesures de prévention, de recyclage et d'élimination des déchets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Limitier la pollution en recyclant les déchets liés à l'activité</li> <li>Limitier la pollution en faisant don de matériels en bon état mais devenus obsolètes pour notre activité</li> </ul>
<b>Préservation des ressources</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valorisation de l'économie circulaire: achat de matériel de seconde main</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diminuer l'impact environnemental et l'utilisation des ressources en acquérant du matériel d'occasion</li> </ul>
<b>Politique générale en matière environnementale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consommation d'énergie</li> <li>Optimisation des transports</li> <li>Consommation d'eau, de fuel et de carburant</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Privilégier l'énergie verte</li> <li>Mise en œuvre de moyens et d'actions pour compenser les rejets de Co2</li> </ul>
<b>SOCIÉTAL</b>		
<b>Impact territorial, économique et social de l'activité de la société</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impact territorial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valoriser les sociétés locales pour participer au développement du territoire</li> </ul>
<b>Loyauté des pratiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adhésions à des organismes porteurs de valeurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se prémunir contre les pratiques déloyales</li> </ul>
<b>Sous-traitance et fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Politique d'achats responsables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>S'assurer de la conformité des sous-traitants et des fournisseurs</li> </ul>

# RESPONSABLES AVANT TOUT

**Relever les défis de demain**, tel est notre objectif. Concilier les aspects écologiques, économiques et sociaux avec **productivité et durabilité** est impératif.

AMP VISUAL TV s'est engagé à faire état de ses actions pour **le développement durable** et à faire contrôler sa démarche par un organisme tiers indépendant.





AMP VISUAL TV a choisi de cibler ses actions pour **une plus grande efficacité.**

## SOCIAL

---



- Maintenir un dialogue social ouvert
- Garantir la santé et la sécurité de nos salariés
- Promouvoir la diversité dans toutes ses dimensions
- Développer les compétences des salariés et renforcer l'attractivité de l'entreprise

## ENVIRONNEMENTAL

---



- S'engager dans la lutte contre le réchauffement climatique
- Optimiser nos actions en faveur de l'économie circulaire
- Améliorer le recyclage de nos déchets

## SOCIÉTAL

---



- Garantir l'éthique des affaires
- Renforcer la politique d'achats responsables
- Promouvoir nos valeurs



# 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.

Au sein d'AMP VISUAL TV, le dialogue social se caractérise également par de nombreux échanges entre les instances de direction et les représentants du personnel.

Les procès-verbaux de ces réunions du comité d'entreprise, des délégués du personnel et du CHSCT sont envoyés à tous les salariés de la structure par mail.

Les membres du comité d'entreprise sont invités chaque année à un moment de convivialité avec la direction.

Au cours de l'année 2018, Atlantic Média a organisé le dialogue social autour d'un comité d'entreprise qui compte 8 membres et d'un CHSCT composé de 6 membres. En matière de négociation avec la direction, l'entreprise compte 12 délégués du personnel, ainsi que deux délégués syndicaux.

Nos mandats CE/DP/CHSCT ont pris fin le 24/04/2019 pour laisser place au Comité Social et Economique (CSE). Le CSE est un nouvel organisme qui regroupe les trois instances représentatives du personnel existantes : les délégués du personnel, le comité d'entreprise, le comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail.

## INDICATEUR CLÉ

### BIEN ÊTRE AU TRAVAIL:

#### Atlantic Media, Studios de France & Studios Paris Sud

Nombre de journées d'absence totale : 5 094,5 en 2018 contre 4 049 en 2017 ↑

#### Atlantic Media

Nombre de journées d'absence : diminution de 12% Entre 2017 et 2018 ↓

L'augmentation du nombre de journées d'absence pour Studios de France et les Studios Paris Sud s'explique par leur petit effectif. De plus, pour Studios de France, cette structure ayant été créé au cours du deuxième trimestre 2017, la comparaison de ces chiffres n'est pas pertinente.

## RÉSEAUX SOCIAUX :

-  Facebook : 5 461 abonnés
-  Instagram : 719 abonnés (création du compte en 2018)
-  Twitter : 2 307 abonnés
-  LinkedIn : 8 349 abonnés

# 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 pour la réalisation de notre programme de sécurité au sein d'Atlantic média. Au cours de cet exercice, nos efforts se sont concentrés sur l'harmonisation des conditions de sécurité chez Studios de France avec celles existantes au sein d'Atlantic média et de Studios Paris Sud.

Nous avons ainsi obtenu une subvention de l'AFDAS pour le financement d'une prestation de conseil animée par l'organisme ACTIFORCES dont les objectifs sont :

- Mettre en place le DUERP sur Studios de France et simplifier l'existant chez AMP VISUAL TV et Studios Paris Sud
- Accompagner les référents sécurité du groupe pour professionnaliser les différents audits d'évaluations des risques lors de leurs visites sur site.
- Construire des outils liés à l'évaluation des risques

### Sécurité

Parce que la communication est indispensable pour maintenir la dynamique de prévention, nous avons mis en place au cours de l'année 2018 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.

### POUR ALLER PLUS LOIN

Notre objectif est de construire une réelle démarche entre les référents sécurités (mise en place de réunions périodiques pour partager les remontées d'informations, prévoir des communications spécifiques sur certains sujets liés à la sécurité, mettre à jour les certifications sécurité pour les collaborateurs...)



## INDICATEUR CLÉ ACCIDENTS DU TRAVAIL

### Atlantic Media

Taux de fréquence: 7,42 en 2018 contre 9,03 en 2017. ↓

Taux de gravité: 0,27 en 2018 contre 0,43 en 2017. ↓

### Studio de France

Taux de fréquence: 38,97 en 2018 contre 42,44 en 2017. ↓

Taux de gravité: 2,25 en 2018 contre 2,43 en 2017. ↓

## FORMATION SANTÉ ET SÉCURITÉ

Le nombre de stagiaires formés à la sécurité au sein d'Atlantic média et de Studios de France est de 83 pour l'année 2018. De plus, le montant des dépenses alloué à la formation dans la sécurité est de 26 005 € pour la même période.

Aucun salarié de Studios Paris Sud n'a été formé ces deux dernières années dans la mesure où ces derniers ont déjà été formés.



# 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 défini.
- **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

Aujourd'hui, la phase diagnostic est réalisée. Le cabinet LB DEVELOPPEMENT a rencontré 18 collaborateurs représentatifs de nos métiers (DG, CODIR, Technique, Production, support, plateaux etc.)

En parallèle, nous avons rencontré AUDIENS et particulièrement le service porteur de projet sur le Handicap qui nous ont proposé différents services et accompagnements.

### Mise en œuvre d'une politique de recrutement diversifié

Atlantic Media poursuit son engagement en matière d'emploi et d'insertion au travers de ses politiques de recrutement et de diversité. Atlantic Media favorise 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

Le montant de la contribution AGEFIPH de Atlantic Media a augmenté de 101 065 € à 107 396 € entre 2017 et 2018 tandis que celle de Studio de France a diminué passant de 11 283 € à 2 411 €.

### INDICATEUR CLÉ

De manière générale, l'effectif est resté relativement stable depuis 2016.

Atlantic Média a renouvelé sa Certification Sociale. Il s'agit d'un mécanisme professionnel validant l'accès des industries techniques au contrat à durée déterminée d'usage. Elle a réalisé 15 embauches en CDI et 4 embauches en CDD en 2018 mais au 31/12/2018 seulement 2 salariés en CDD sont présents dans l'entreprise.

## 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.

Il faut noter que la part des femmes dans l'entreprise a augmenté en 2018 d'un point par rapport à 2016 où elles représentaient 19% de l'effectif global des salariés. Par ailleurs, deux femmes siègent au Comité de Direction.

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 malgré un effort fourni pour employer, à compétences égales, une femme notamment dès l'entrée des salariés en alternance. Dans le temps, la répartition hommes/femmes apparaît stable et peu susceptible de rééquilibrage.

La loi pour la liberté de choisir son avenir professionnel applicable en 2019 témoigne de la volonté du gouvernement français d'inciter les entreprises à s'impliquer en faveur de l'égalité hommes/femmes. Pour ce faire, la nouvelle réglementation prévoit la mise en place d'indicateurs permettant une notation de chaque entreprise en la matière. Le groupe AMP VISUAL TV se prête donc à l'exercice et présentera ces indicateurs au cours de l'année 2019.



## INDICATEUR CLÉ RÉMUNÉRATIONS

L'augmentation des rémunérations annuelles brutes des femmes est supérieure à celle des hommes.

Entre 2017 et 2018, elle est de 9% pour les Non Cadres et de 6% pour les Cadres contre respectivement 0 et 4% pour les hommes.

## INDICATEUR CLÉ EVOLUTION EFFECTIF DES FEMMES

### Atlantic Media

Entre 2016 et 2018, la part des femmes dans l'entreprise a augmenté de un point passant de 19% à 20% environ.



# 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.

Programmes	Définition	Avancement
<b>12 programmes formalisés à ce jour</b>		
Vidéo	Formation Mélangeur SONY MVS, VSM : niveau 1, VSM : niveau 2	✓
Son	Formation MT 128, Matrice RIEDEL	✓
HF	Formation Extender 5, basique d'exploitation HF, mesures RF, positionnement GPS et tracking d'antennes, HEVC HF, Antennes	✓
Transverses	Formation Powerpoint, cours de sophrologie	✓
Formation post-production	Initiation au montage Avid Media Composer Infrastructure Avid Interplay et workflow	🕒
Formation sécurité	Geste et posture	🕒



Réalisé



En cours de réalisation

## 🔑 INDICATEUR CLÉ

### Atlantic Media

Budget formation 2018 (versement plan de formation volontaire à l'AFDAS) : 95 855€ soit 90 103€ de budget net de frais de gestion.

Montant financé : 44 987€ (contre 110 913€ en 2017) ↓

Cette diminution s'explique par le fait que la personne en charge de ces formations est sortie de l'effectif durant l'exercice ce qui a perturbé la bonne mise en œuvre de ces formations.

### Studios de France

Il n'existe pas de données avant 2018 car Studios de France a été créé en 2017.

### Studios Paris Sud

Il n'existe pas de données en 2018 en raison leur petit effectif.



# FORMATION : MASTER SCHOOL



FORM



## Recensement

des formations internes dispensées au sein d'AMP VISUAL TV

Décembre 2018 - mars 2019

## Identification

des formateurs internes occasionnels

## Formation de formateur

pour développer les compétences et créer une synergie de groupe

Avril - Mai 2019



## Remise des diplômes formateurs internes

## Catalogue de formation de la Master School

Rédaction du catalogue et de l'offre de formation interne

Juin - Septembre 2019

## Formalisation des formations internes :

Programme de formation, Feuille de présence, Outils de pilotage de l'école de formation...

## Groupe de travail avec les formateurs internes

## Démarche obtention du numéro d'agrément officiel

Montage du dossier auprès de la DIRECCTE IDF

# CONSOMMATION D'ÉNERGIE

**Maîtriser et assurer le suivi de nos consommations**



## CONSOMMATION D'ELECTRICITÉ

La consommation d'électricité globale 2018/2019 s'élève à 7 175 292 KWH dont 6 165 477 KWH pour notre activité plateaux

## CONSOMMATION D'ENCRE

Nombre de cartouches d'encre livrées: 105 en 2018 contre 160 en 2017

## CONSOMMATION DE GAZ

La consommation totale de gaz pour l'exercice 2018/2019 s'élève à 620 456 KWH

## CONSOMMATION DE PAPIER

L'indicateur papier de l'exercice 2017/2018 était de 1 043 390, mais a dû être corrigé à 1 139 139. Au cours de cet exercice 2018/2019, le nombre d'impression était de 983 573. Ainsi en 2017/2018 nous décomptions 3 038 impressions par salarié contre 2 672 pour l'exercice 2018/2019 soit une diminution de 12%.

## CONSOMMATION D'EAU

La consommation d'eau a diminué de presque 5% entre 2017 et 2018.

## CONSOMMATION DE CARBURANT

Le montant de la consommation de carburant des véhicules non techniques et techniques a augmenté de 31% et 16%. Cette augmentation est liée à la hausse des prix du carburant.

Spécialiste des tournages télévisés, AMP VISUAL TV apporte ses services sur toute la chaîne de fabrication des programmes en direct ou dans les conditions du direct. Elle dispose d'une des plus larges flottes européennes de cars régie pour les tournages en extérieur et de quarante plateaux en région parisienne. A ce titre, AMP VISUAL TV tente de limiter ses impacts environnementaux. Ses activités s'inscrivent dans le secteur des médias qui, en termes d'émissions de gaz à effet de serre, est similaire au secteur d'activité tertiaire.

Ainsi, les activités exercées par AMP VISUAL TV ne sont pas soumises aux différents dangers résultant de la variation et de la mutation du climat. Toutefois, elles engendrent l'utilisation de matériels électroniques, du transport national et international et la consommation d'énergie électrique.

Plusieurs postes ont été identifiés, dès lors, des actions ont été mises en place pour réduire les conséquences environnementales de notre activité.

Ainsi, une politique de gestion des déplacements, de recyclage des déchets, et de développement durable a été initiée et se décline avec des actions associées.

## INDICATEURS CLÉS

PIAPIER	2017/2018	2018/2019
Nombre d'impressions	1 139 139	983 573
Nombre de salariés (en temps homme, hors contrat d'alternance)	375	364
Indicateur nombre d'impressions/nombre de salariés	3 038	2 702

ELECTRICITE		2017/2018	2018/2019
Montant consommation totale (en KWH)	ATLANTIC MEDIA	5 933 769	<b>3 642 770</b>
Montant consommation plateaux		5 251 760	<b>2 889 690</b>
Montant consommation totale (en KWH)	STUDIOS DE FRANCE	/	<b>3 532 522</b>
Montant consommation plateaux		/	<b>3 275 787</b>

CARBURANT		2017/2018	2018/2019	Variations
Carburant véhicules non techniques	ATLANTIC MEDIA	59 752 €	78 810 €	<b>+ 31 %</b>
Carburant CA véhicules techniques		553 925 €	642 230 €	<b>+ 16 %</b>
Carburant véhicules non techniques	STUDIOS DE FRANCE	/	77 400 €	-
Carburant CA véhicules techniques		/	728 €	-



# 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.

## OPTIMISATION DES TRANSPORTS

## FORMATION À L'ÉCO-CONDUITE



Nous avons lancé une campagne de formation à l'éco-conduite durant l'exercice 2017/2018. 12 personnes ont suivi ces formations en 2018 et nous continuons nos efforts pour sensibiliser nos salariés.

## SCOOTERS ELECTRIQUES

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.



## REMOTE PRODUCTION

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.

## KITS MOTOS

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.

## RENOUVELLEMENT DE LA FLOTTE



Le nombre de véhicules en norme euro 6 continue d'augmenter depuis 2017. Nous continuons nos efforts de renouvellement des véhicules de tourisme et utilitaires.

NORME EURO 6	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Véhicules lourds	10	11	12
Véhicules de tourisme	44	59	66
Véhicules utilitaires	1	8	11

# 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 quatre 4 grands items :

- 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...

Depuis 2016, ICADE intègre également 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.



# RECYCLAGE : L'AFFAIRE DE TOUS

## Participer à l'économie circulaire

Dans une logique d'économie solidaire et responsable, nous avons décidé de trouver un fournisseur de matériel informatique de seconde main. Dès lors, nous nous sommes rapprochés de la société ITSTAR spécialisée dans le rachat de fin de contrat de Leasing informatique. Cette société nous permet d'acheter du matériel précis correspondant à nos attentes de puissance et de fiabilité. Bien entendu, ce mode d'acquisition nous permet de réaliser une économie substantielle, mais surtout il nous permet de réaliser notre souhait de faire perdurer des systèmes encore tout à fait viables et de contribuer à notre échelle au désengorgement des poubelles informatiques.

Déchets (en m <sup>3</sup> ou T)	2017	2018
Olonne-sur-mer	121,125 m <sup>3</sup>	131 m <sup>3</sup>
Gennevilliers *	25 T	10 T
Studio 107	/	18,39 T
Lyon	4,020 T	5,040 T
Metz	1,16 T	2,880 T

\* Pour le site de Gennevilliers les données portent sur l'exercice social soit du 01/04N-1 au 31/03N

Métaux (en kg)	2018
Ferraille platinage	780
Câble cuivre – plastique (tout venant)	800
Cisaille	700
Ferraille à cisailer	380
Métaux ferrés	1 711

## POUR ALLER PLUS LOIN

Nous avons fait don de matériel technique à des étudiants en BTS audiovisuel au lycée Jacques Prévert. Cette initiative nous permet de ne pas jeter du matériel en bon état et lui donner une seconde vie.

## INDICATEUR CLÉ DÉCHETS

Nos sites de Gennevilliers, du bâtiment 107 situé 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 :

- Pour les sites de Gennevilliers et d'Olonne cette prestation est réalisée par Véolia.
- Pour le site de Metz cela est réalisé par la société SITA LORRAINE.
- Pour le site de Lyon (Saint Priest) cela est réalisé par la société NASSARE.
- Pour le Studio 107 à la Plaine-Saint-Denis cela est réalisé par TER France.

Concernant Olonne sur mer, la quantité de déchets a augmenté de 10m3. En revanche, les déchets de Gennevilliers ont diminué de moitié en raison de la mise en place d'une collecte réalisée directement sur nos sites de la Plaine saint Denis.

La quantité de déchets pour Lyon et Metz a respectivement augmentée de 1,020T et 1.72T.

## INDICATEUR CLÉ MÉTAUX

Nous avons créé un nouvel indicateur pour le recyclage des métaux

# S'IMPLIQUER DANS LE RECYCLAGE DES DÉCHETS

Corepile	2016	2017	2018	2019
Quantité enlevée (en kg)	1 384	1 442	693	721

Le recyclage de nos déchets liés aux tournages que nous réalisons est un enjeu majeur de notre politique environnementale 2018/2019.

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 société Corepile a été référencée comme filière REP (responsabilité élargie des producteurs) par l'étude CIRCUL'ART dont les bonnes pratiques sont mises en valeur par le Pôle Média Grand Paris.

## INDICATEUR CLÉ

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. Ainsi, nous sommes sensiblement sur la même quantité que l'année précédente.

# DISPOSITIF LOGISTIQUE DE COREPIL





# GARANTIR L'ÉTHIQUE DES AFFAIRES

**Notre vision est de respecter et promouvoir la loyauté des affaires en adhérant à des organisations porteuses de valeurs. A ce jour nous avons renouvelé nos adhésions à 3 organisations qui sont :**



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



Le pôle Média Grand Paris fédère une centaine d'entreprises, d'Universités, d'instituts de formation et de collectivités territoriales. Ses actions sont orientées en faveur du financement, de l'innovation, de la formation et de la responsabilité environnementale.

Leur mission est de sensibiliser à la transformation numérique de l'industrie des médias et à accompagner les PME vers les nouveaux marchés du multimédia et du divertissement numérique.



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

# 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.

## CHARTE 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. En 2017/2018, nous avons comme engagement la mise en place d'une plateforme de récupération de ces documents. Le suivi des sous-traitants s'effectue désormais via la plateforme e-attestations.com.



United Nations  
Global Compact

## POUR ALLER PLUS LOIN

Nous avons validé au cours de cet exercice notre intention d'adhérer au UN Global Compact. Cette adhésion se concrétisera au cours de l'exercice 2019/2020.



# IMPACT TERRITORIAL

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

# MÉCÉNAT - PARTENARIAT

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

## INDICATEUR CLÉ

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.

Le nombre de fournisseurs basés en Vendée est passé de 40 à 43 depuis 2017. Nous avons également complété cet indicateur avec les Studios Paris Sud et les Studios de France.

## INDICATEUR CLÉ

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 2018/2019, AMP VISUAL TV avait 16 partenariats contre 10 en 2017/2018.



# 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.

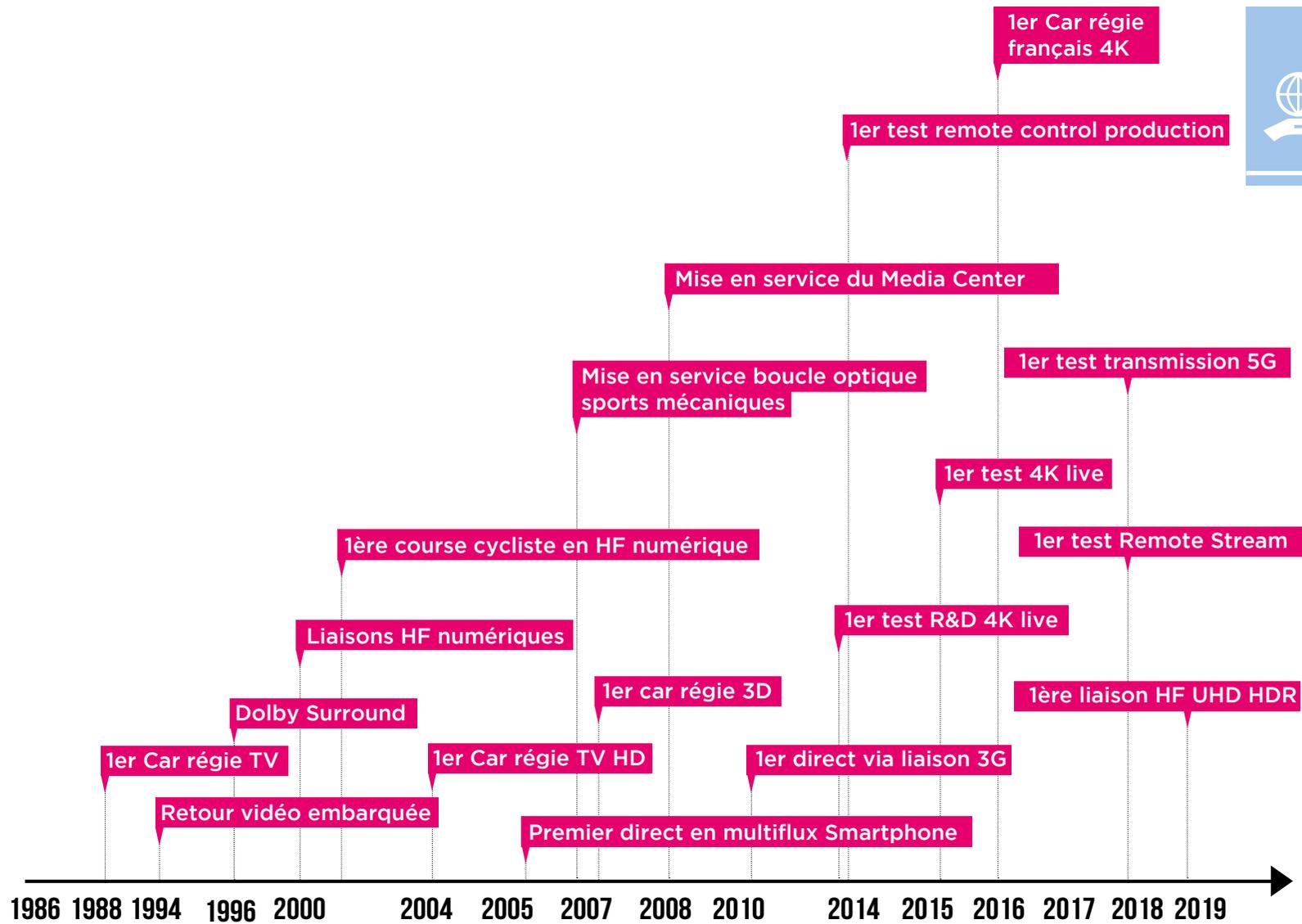
Technologie, process, management, tous les aspects de la vie de l'entreprise sont impactés par cette transformation.

Elle est dans son ADN.





Intérieur du car-régie Millenium 6



# 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 2018-2019 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 2018 au 31 mars 2019. En revanche, pour l'ensemble des données sociales, le périmètre couvert est du 1er janvier au 31 décembre 2018.

## Périmètre

Le périmètre de publication des informations extra-financière dans le rapport de gestion doit être le périmètre de consolidation financière du groupe.

Pour ce premier 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 92.6% des effectifs permanents consolidés.

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 et sociétaux : 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 alimentaire et contre la précarité alimentaire, ou encore le respect du bien-être animal, nous avons alors choisi de les écarter.

## Retour sur nos objectifs 2018/2019

Nous nous étions fixés pour objectifs RSE 2018/2019 les quatre 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 éthiques. 🤝

## Objectifs 2019/2020

Nous souhaitons finaliser la mise en œuvre des objectifs 2018/2019 et mettre l'accent sur les enjeux environnementaux et sociétaux et notamment en développant notre politique de recyclage des déchets et en valorisant notre savoir-faire interne.

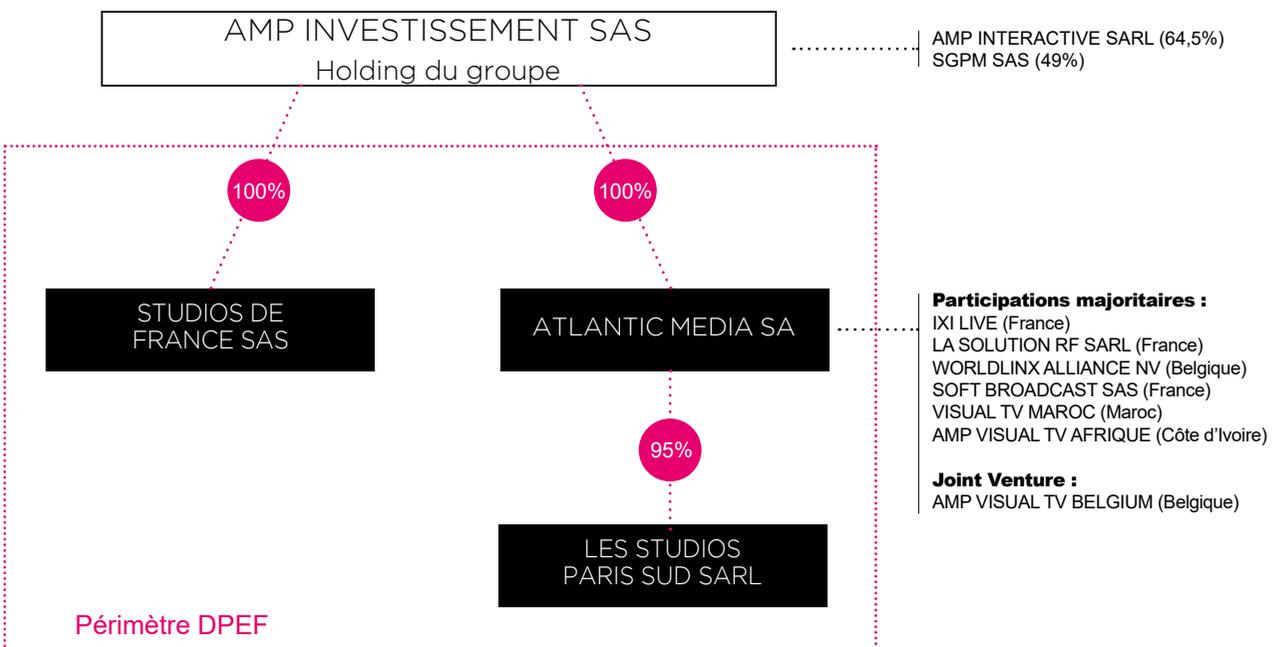
## Taux de couverture

Le taux de couverture global de notre DPEF est de 88,19% et se décompose comme suit :

Social (effectifs du périmètre) : 93,20%

Sociétal : 86,05%

Environnemental : 85,32%



En cours de réalisation

