

Déclaration  
de performance  
extra-financière  
2021/2022





“ *Ce monde ne peut pas changer simplement parce que nous voulons qu’il change.  
Il changera quand nous serons le changement nous-mêmes.* ”

**Cyril Dion**

Écrivain, réalisateur, poète et militant écologiste français.

# sommaire



**6.** LE GROUPE AMP VISUAL TV



NOTRE DÉMARCHE RSE **22.**



**24.** NOS ENGAGEMENTS SOCIAUX



NOS ENGAGEMENTS ENVIRONNEMENTAUX **34.**



**44.** NOS ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX



NOTE MÉTHODOLOGIQUE **54.**



“

La crise de la Covid 19 qui n'est peut-être pas totalement encore derrière nous a profondément marqué notre activité sur de nombreux aspects : événementiel, social, économique...

La diversité de nos savoir-faire et une cohésion sociale interne infaillible portées par un socle de confiance de nos clients nous permettent, non seulement, de n'avoir connu qu'un faible recul d'activité mais d'être en capacité de renforcer notre empreinte sur notre marché national. Rien n'est du au hasard. C'est sans doute cet état d'esprit si atypique, ADN de nos valeurs combinant modèles social et économique, qui nous permet de mener à bien les projets modelant notre avenir. Le dernier est l'acquisition, en novembre 2021, de l'activité vidéomobile de notre confrère français EUROMEDIA. Nous accueillons ainsi plus de 130 nouveaux collaborateurs. L'organigramme global du nouvel ensemble a été rapidement harmonisé et les différents accords sur le temps de travail ont été unifiés. Les missions des salariés sont précises et ils peuvent travailler en confiance. Alors qu'aucun emploi dans l'entreprise n'a été menacé pendant les périodes Covid-19, que chaque départ d'exploitant est remplacé, nous allons même jusqu'à créer une trentaine de nouveaux postes. Nous avons à cœur de faire travailler ensemble nos salariés, nouveaux et anciens, autour d'un seul et unique projet : celui d'être le prestataire de services audiovisuels préféré du marché. Et de continuer à fabriquer, sur le modèle de l'excellence, la télévision d'aujourd'hui et de demain.

La continuité de notre démarche RSE est intrinsèquement solidaire de ce projet qui va nous permettre de l'accroître. Nous tenons un discours engageant et menons des actions fortes au sein de notre corporation et auprès de nos équipes. A ce titre, nous avons consulté nos salariés et partenaires à travers une matrice de matérialité afin de cerner leurs

attentes dans le développement de notre politique RSE. Les retours nombreux et encourageants nous incitent à mettre en place des actions concrètes et à poursuivre nos projets en cours. On peut citer notamment l'essor de MY TV SCHOOL, notre école de formation créée en 2019, reconnue organisme de formation externe en septembre 2021, le développement du tri et de la valorisation de nos déchets, (mise en place du tri à la source sur l'ensemble de nos plateaux TV et au siège social, opération de destruction des archives administratives...), le développement de notre politique environnementale (maintien de l'électricité verte sur l'ensemble des sites et suppression du plastique à usage unique...), le développement des achats responsables en favorisant le made in France quand cela est possible, et la participation à des prestations solidaires telles que les concerts de soutien à l'Ukraine ou encore les Solidays au profit du Sidaction.

Par ailleurs, avec nos agences régionales nous nous efforçons de maintenir l'emploi sur les bassins de vie de nos salariés, et de nous rapprocher des lieux d'exécution de nos tournages pour réduire notre empreinte carbone.

En 2022, notre score ECOVADIS est de 5 points supérieur à celui de 2020 (66/100 vs 61/100), nous positionnant ainsi dans le top 2% des entreprises évaluées par la plateforme dans notre secteur d'activité et dans le top 25% toutes entreprises confondues. Ce résultat encourage les femmes et les hommes de notre entreprise à poursuivre les efforts et à relever les nombreux défis qui se présentent à notre secteur d'activité. Nous avons à cœur de conjuguer la passion qui nous anime au quotidien à un esprit solidaire et responsable.

”

Et c'est ensemble que nous y arriverons.

**GILLES SALLÉ**

Fondateur et Président-Directeur Général

# une entreprise atypique

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 studio ou en extérieur, en France ou à l'étranger. 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.

AMP et VISUAL TV ont été créées ensemble au bord de l'Atlantique : VISUAL TV à Nantes et AMP aux Sables-d'Olonne par Gilles Sallé, l'actuel PDG de la société. L'union des deux entités en 2007 a permis de développer un modèle économique et social réussi et de projeter l'entreprise à un niveau international majeur. La culture de l'innovation permanente, tant dans les domaines technologiques, des services, que dans l'organisation interne, est au cœur de notre stratégie d'entreprise.

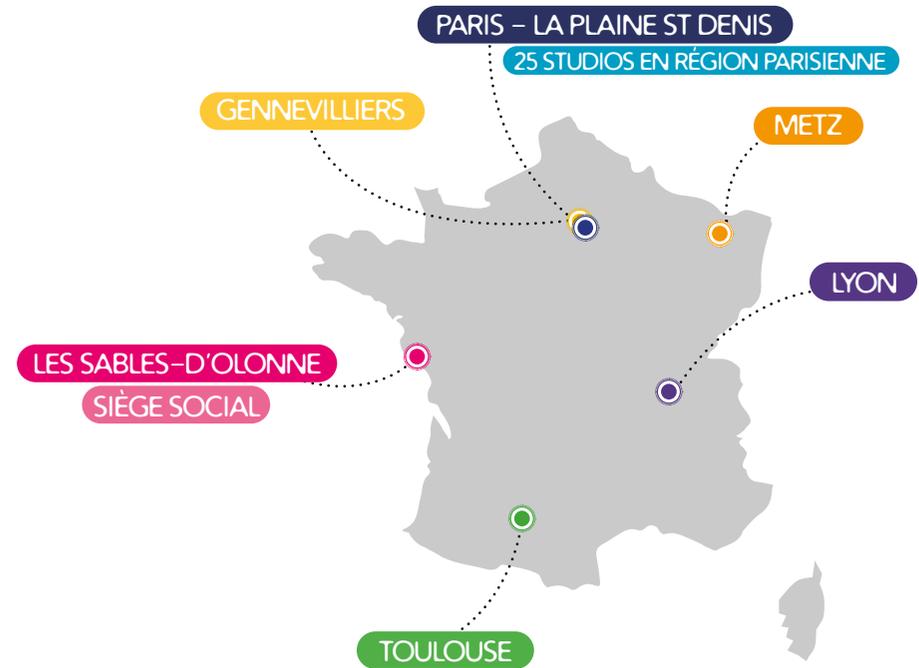
Aujourd'hui, le Groupe rassemble **521 collaborateurs permanents**, tous des passionnés et engagés pour le meilleur service.



# HISTORIQUE D'AMP VISUAL TV

- Création d'**AMP** et de **VISUAL TV** **1986**
- 1995** Création du **DÉPARTEMENT HF**
- Reprise des **STUDIOS RIVE GAUCHE**, **2004**  
Création des **STUDIOS PARIS SUD**
- 2005** Reprise des **STUDIOS 107**
- 2007** Fusion d'AMP & VISUAL TV pour **AMP VISUAL TV**
- Création du **STUDIO GABRIEL** **2008**
- Rachat de **SOFT BROADCAST** **2010**
- Création de **WORL DLINX ALLIANCE** **2013**
- 2014** Création d'**IXI LIVE**
- Rachat de l'**ACTIVITÉ PLATEAUX** **2017**  
d'Euromédia France
- 2020** Intégration des **STUDIOS PARIS SUD** dans **AMP VISUAL TV**  
& Prise de contrôle d'**IXI LIVE**
- Reprise de l'**ACTIVITÉ VIDÉOMOBILE** **2021**  
d'Euromédia France

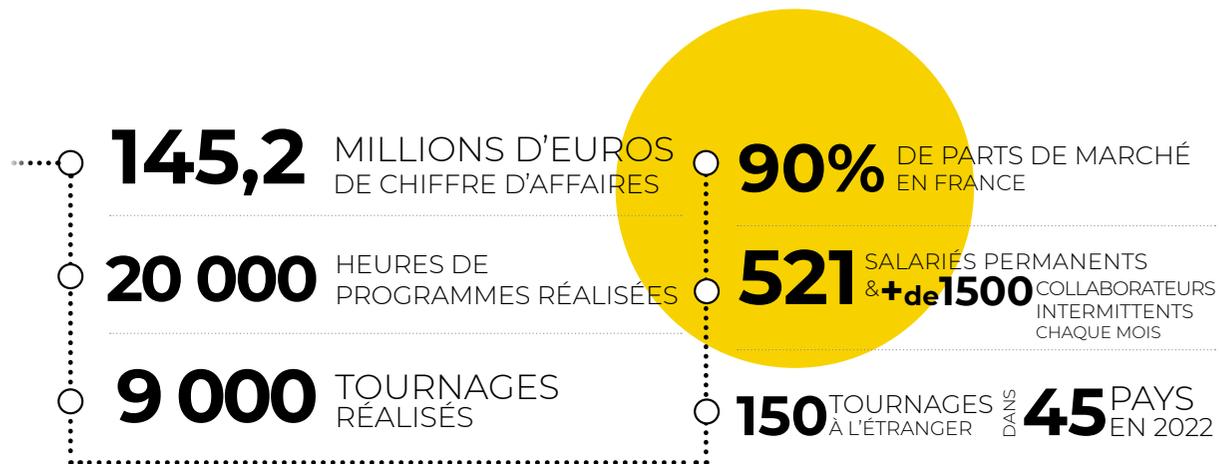
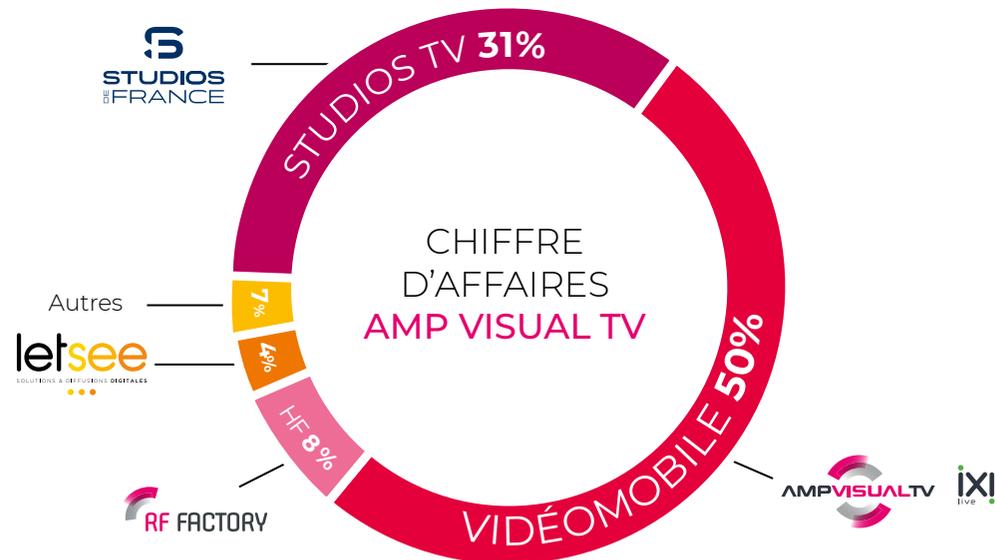
# NOS IMPLANTATIONS EN FRANCE



# solide

L'exercice 2021/2022 a été marqué par deux événements majeurs qui ont impactés positivement les activités de l'entreprise.

D'une part, nous avons assisté à **la levée des mesures sanitaires** ce qui a entraîné une reprise importante de nos activités de tournage et le retour des collaborateurs sur les sites. D'autre part, et surtout, **nous avons repris l'activité vidéomobile d'Euromédia France** ce qui a renforcé avec succès notre place de leader de la prestation technique audiovisuelle en France. Cette opportunité unique consolidera notre taille critique indispensable à notre pérennité. Les avantages de cette acquisition sont détaillées dans un focus spécifique dans les pages à venir.



## NOS ACTIVITÉS

### ACTIVITÉ VIDÉOMOBILE



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

**2 600** TOURNAGES  
PAR AN

**1 756** PRESTATIONS SPORTIVES  
PAR AN  
DONT **150** À L'ÉTRANGER

#### PREMIUM

Réalisation de tournages audiovisuels en extérieur réalisés avec des moyens techniques mobiles (cars-régie, régies fly, etc.)



**21** UNITÉS MOBILES

#### PRODUCTION SIMPLIFIÉE

Offre spécifique de vidéomobile pour des productions agiles à coûts maîtrisés



**14** UNITÉS MOBILES

### ACTIVITÉ HF

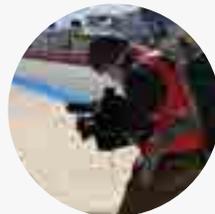


**11,8** MILLIONS D'EUROS  
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

**700** TOURNAGES  
PAR AN

**153** HEURES  
D'AVION RELAIS

Un service entièrement dédié au déploiement de tous les systèmes HF nécessaires aux tournages



**100** LIAISONS HF HD/UHD  
**4** SCOOTERS ÉLECTRIQUES  
**2** AVIONS PRESSURISÉS

### ACTIVITÉ PLATEAUX



**45,4** MILLIONS D'EUROS  
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

**3 000** TOURNAGES  
PAR AN

**75** ÉMISSIONS TOURNÉES  
(DU MAGAZINE AU PRIME)  
DONT **5** QUOTIDIENNES  
EN DIRECT

Une offre unique de plateaux en région parisienne et tous les services associés pour y réaliser sereinement vos émissions.



**25** PLATEAUX DE 120 À 2090 M<sup>2</sup>  
**8** RÉGIES FIXES

### ACTIVITÉ DIGITALE



**6,3** MILLIONS D'EUROS  
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

**900** TOURNAGES  
PAR AN

**6 000** HEURES DE DIFFUSION  
LIVE/REPLAY/CLIPPING  
STREAMING SUR  
LES RÉSEAUX SOCIAUX

Un département dédié et tous les services pour les nouveaux médias



**1** MEDIA CENTER  
**2** SMART STUDIOS  
**1** REMOTE CONTROL ROOM

# notre modèle d'affaires

## NOTRE POSITION SUR LA CHAÎNE DE VALEUR

AMP VISUAL TV est présent sur **ces 3 segments**



## NOS RESSOURCES - 5 CAPITAUX

### Humain

**521 salariés permanents**  
**+ de 1500 collaborateurs intermittents** chaque mois  
Un personnel passionné et formé  
Une entreprise à taille humaine avec peu de niveaux hiérarchiques  
Un climat social de qualité

### Économique €

Un président fondateur et actionnaire majoritaire  
Un actionariat de long terme  
Un modèle économique basé sur le service et l'innovation

### Environnemental

Nos consommations énergétiques  
Notre usage des bâtiments  
Nos modes de transport  
Nos déchets

### Sociétal

Notre engagement local et responsable  
Notre engagement éthique et achats  
Notre promotion des valeurs RSE

### Production

**25 studios** en région parisienne  
& un réseau de **4 agences** régionales  
Large flotte de cars-régie  
Des moyens techniques mobiles et adaptables  
Une expertise sur toute la chaîne de fabrication des programmes télévisés

**AVEC NOS DIFFÉRENTES MARQUES, NOUS APPORTONS À NOS CLIENTS NOTRE SAVOIR-FAIRE SUR L'ENSEMBLE DE LA CHAÎNE DE FABRICATION DE TOURNAGES TÉLÉVISÉS.**

Imagination et conception des dispositifs de tournages avec et pour ses clients

CONSEIL

PRODUCTION

EXÉCUTION

Exploitation des moyens techniques

DEPUIS PLUS DE 35 ANS, NOTRE AGILITÉ ET NOTRE EXPERTISE REPRÉSENTENT UN ATOUT MAJEUR DANS UN SECTEUR D'ACTIVITÉ FONDÉ SUR LA CONFIANCE.

TECHNIQUE

Assemblage des technologies existantes. Une large gamme de produits aptes à répondre à toutes les demandes du marché.

CLIENT

COORDINATION

Organisation agile du personnel et du matériel  
Coordination avec les éventuels autres prestataires, intervenants et autorités extérieures

## NOS CHIFFRES & ACTIONS

### Humain

**64,7** millions d'euros de masse salariale  
Promotion du **bien-être au travail**  
**6** accords sociaux signés

École de formation interne & externe **MY TV SCHOOL**  
**3 032** heures de formation réalisées  
Index égalité professionnelle H/F 2021 : **86/100**

### Économique €

**145,2** millions d'euros de chiffre d'affaires  
**21,6** millions d'euros d'EBE  
**90%** de parts de marché en France

### Environnemental

Consommation **d'électricité verte**  
Usage de véhicules **électriques et hybrides**  
**Recyclage** des déchets et **économie circulaire**  
Calcul du **bilan carbone**

### Sociétal

**119** fournisseurs locaux, dont 51 vendéens  
Charte d'**achats responsables**  
Code **éthique** des pratiques  
**Médaille d'argent** EcoVadis 2022  
Score de **66/100**

### Production

**20 000** heures de programmes réalisées  
**9000** tournages réalisés

## NOS INDICATEURS CLÉS

### Humain

Le nombre de journées d'absences  
Le nombre d'accords signés avec les IRP  
Le nombre d'heures de formations réalisées  
Le taux de fréquence et de gravité des accidents du travail  
L'index égalité professionnelle H/F  
Le nombre de bénéficiaires RQTH

### Économique €

Le montant du chiffre d'affaires  
Le montant de l'EBE  
La part de marché en France

### Environnemental

La consommation électrique des sites  
La consommation de carburant des véhicules  
La quantité de déchets DIB et de piles  
Le calcul des émissions de CO2

### Sociétal

Le nombre de fournisseurs locaux  
Le nombre de documents éthiques  
Le nombre d'actions de promotion

### Production

Le nombre d'heures de programmes réalisées  
Le nombre de tournages réalisés

## LES ODD\* ASSOCIÉS

### Humain



### Économique €



### Environnemental



### Sociétal



### Production



\* Objectifs de développement durable

# nos perspectives

## UNE CONCENTRATION DES ACTEURS

Il y a 20 ans, nous étions 20, 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.

Sur ces 3 acteurs :

- Après son échec cuisant sur le marché du football, Mediapro a retiré ses moyens techniques et a liquidé sa filiale française en licenciant son personnel;
- Euromédia France nous cède son activité vidéomobile française.

Nous nous retrouvons donc en situation très dominante, dans un marché où la concurrence existe encore (moyens internes de France TV et Canal+, possibilité d'entrée de grands acteurs internationaux comme NEP, et de croissance de petits prestataires nationaux).

## CONCENTRATION DES GRANDS MÉDIAS

Nos clients tendent fortement à se rassembler, ce qui donne naissance à des acteurs d'une taille mondiale (DISCOVERY avec WARNERMEDIA, le français BANIJAY devenu le producteur TV N°1 en reprenant ENDEMOL...) ou européenne (projet de fusion TF1/M6, la croissance forte du producteur français MEDIAWAN...). Accaparant des parts de marché de plus en plus importantes et dotés d'un pouvoir de négociation puissant, ces acteurs rehaussent fortement leurs exigences de qualité et de fiabilité, essentielles pour les émissions de flux (direct ou conditions du direct).

## EMERGENCE DES GAFAN

Google, Apple, Facebook, Netflix, et surtout Amazon qui a acquis la plus grande part des droits du football en France, après Roland-Garros... après avoir repris MGM !

## DES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES :

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

## UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE PORTEUR

Grâce, en particulier, à un niveau d'activité très supérieur aux prévisions, l'exercice 2021/2022

se révèle exceptionnel, générant des résultats importants qui renforcent la solidité financière du groupe.

Ils permettent de dégager des marges de manœuvre pour investir dans une modernisation de nos moyens techniques (3 nouveaux cars-régie Millenium seront livrés dans les prochains mois) mais aussi pour recruter les renforts de personnel nécessaires pour faire face à la demande de nos marchés : plus de 70 recrutements en CDI sont prévus sur l'exercice.

Cette conjoncture favorable est également mise à profit pour optimiser notre organisation, en améliorant nos processus clefs et nos outils informatiques.

## LES ÉVOLUTIONS DE LA DEMANDE EN FRANCE

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

- 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 « PRODUCTION SIMPLIFIÉE » (généralement de 2 à 6 caméras) répondent aux demandes croissantes des productions à audience généralement nationales avec un nombre de livrables restreints. Ils sont réalisés à partir de mélangeur automatisant une partie des fonctions supports au réalisateur.

### ➡ En conséquence :

Le marché s'est bipolarisé autour de ces 2 segments, dont les barrières à l'entrée sont :

- Très fortes sur le segment PREMIUM, qui s'adresse à des clients extrêmement exigeants, et dont les prestations sont reconnues et valorisées, ne peuvent être exécutées que par des acteurs de premier plan, dotés d'une expertise avérée et de moyens techniques (personnel et matériel) importants par leur volume comme par leur coût ;
- Plutôt faibles sur le segment PRODUCTION SIMPLIFIÉE, où les prestations sont caractérisées par leur nombre et l'optimisation de leurs coûts. Ce qui facilite l'émergence de nouveaux acteurs capables de répondre aux demandes de ce marché.

Présent sur ces 2 segments, AMP VISUAL TV bénéficie également de la force de ses activités digitales, qui permettent la gestion et la publication des flux d'images entrants et sortants. Mais aussi de développer avec succès de nouveaux créneaux d'activité, comme les captations d'évènements de Haute Couture.



# nos stratégies

## CAPITALISATION SUR NOS FONDAMENTAUX

### **Des marques fortes qui incarnent nos métiers et nos offres**

Autour de l'activité PREMIUM de l'entreprise, elles s'adressent à 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. L'amélioration continue de la performance et de la compétitivité de nos activités constitue une priorité incontournable.

## NOS OBJECTIFS

### **Les usages & les marchés**

Adaptons nos offres à la multiplication des supports et aux nouveaux usages de la consommation des médias. En particulier, à un moment où la crise sanitaire semble se normaliser

### **Les technologies**

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

### **Les clients**

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

### **Notre économie**

Poursuivons la transformation de notre modèle économique pour conforter une rentabilité significative et pérenne.

### **Nous**

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

# S'agrandir pour pérenniser l'entreprise

En novembre 2021, nous avons repris l'activité vidéomobile d'Euromédia France, ce qui a renforcé avec succès notre place de leader sur le marché audiovisuel français.

D'ores et déjà, cette position nouvelle a de nombreux avantages. Elle permet de consolider notre flotte de cars-régie, d'optimiser nos coûts logistiques et locatifs, et surtout d'intégrer des nouveaux collaborateurs de grande qualité. Nous sommes allés à leur rencontre pour échanger avec eux, entendre leurs souhaits et découvrir leurs compétences.



## LES OPPORTUNITÉS DU PROJET :

L'acquisition de l'activité vidéomobile d'Euromédia France a renforcé significativement **notre position stratégique** sur le marché français et nous apporte **une reconnaissance internationale**.



Un CA annuel augmentant de **30 millions d'euros**, majoritairement pour l'activité sport



La reprise de **130 collaborateurs permanents**



L'intégration de **6 cars-régie** dans notre flotte automobile



La réalisation de **1 500 tournages** supplémentaires par an



*Nos entreprises assurent les plus grands évènements nationaux et les plus célèbres programmes français. Ce rapprochement permet d'offrir un bel avenir à l'excellence dans les savoir-faire techniques des équipes d'EMF et d'AMP VISUAL TV pour répondre aux enjeux du marché français et international. La fabrication de la télévision française et nos entreprises sont reconnues parmi les meilleures au monde, il faut qu'elles le restent.*



**Gilles Sallé**, Président et fondateur d'AMP VISUAL TV

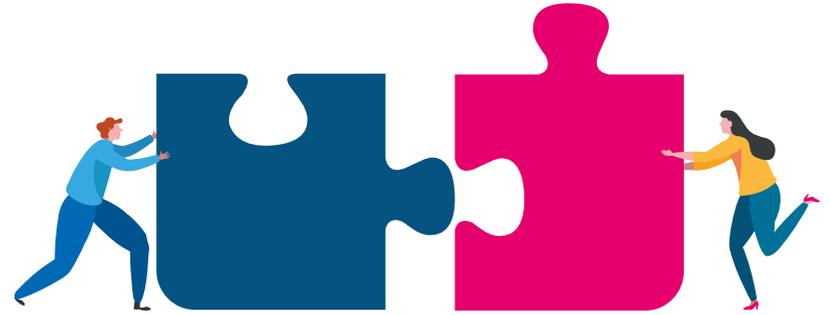
Afin d'assurer la réussite de ce projet, nous avons créé en interne **un comité de pilotage (COPIL)**, constitué de 9 représentants de tous les services de l'entreprise et de différentes fonctions. Il a eu pour mission de vérifier et synchroniser les actions des différents services et organiser les étapes de préparation à destination des managers. Les représentants ont participé à deux jours de formation, le 20 et le 21 octobre 2021 pour les aider à réussir l'intégration. Également, le COPIL a préparé les outils d'accueil nécessaires à l'arrivée des nouveaux collègues.

**Désormais, chaque service s'organise pour intégrer les 130 collaborateurs venus d'Euromédia France et pour préparer l'avenir tout en assurant la continuité de nos activités.**



*Le COPIL n'a pas vocation à faire à la place de, mais il vérifie et synchronise les actions des différents services et organise les étapes de préparation à destination des managers.*

**Stéphane Alessandri**, Directeur Général Délégué



# notre organisation

UNE ORGANISATION DANS LAQUELLE  
SALARIÉS ET CLIENTS SONT CONNUS ET RECONNUS

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

Nous créons de la valeur partagée par notre méthode de gouvernance qui répond aux enjeux collectifs et garantit **la durabilité de notre modèle économique**. La responsabilité d'entreprise est au cœur de notre vision. C'est le moteur des valeurs de notre marque, de **la satisfaction de nos clients** et de **l'engagement de nos collaborateurs**.



**GILLES SALLÉ**  
PRÉSIDENT  
DIRECTEUR GÉNÉRAL

**IGOR TRÉGAROT**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
DÉLÉGUÉ  
DIRECTION DES ACTIVITÉS  
ET DÉVELOPPEMENT

**STÉPHANE ALESSANDRI**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
DÉLÉGUÉ  
PILOTAGE DES PROJETS INTERNES  
DE TRANSFORMATION DE  
L'ENTREPRISE  
AFFAIRES INTERNATIONALES

**CHRISTOPHE ARRIVÉ**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
DÉLÉGUÉ  
DIRECTION  
DES PRODUCTIONS

**FRANÇOIS VALADOUX**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
DÉLÉGUÉ  
DIRECTION TECHNIQUE

**OLIVIER GERRY**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
DÉLÉGUÉ  
SECRÉTARIAT GÉNÉRAL

**COMITÉ STRATÉGIQUE**

**GUILLAUME  
ALLAIS**  
DIRECTEUR  
LETSEE

**JÉRÔME  
BERT**  
DIRECTEUR  
FINANCIER

**PAULINE  
CHASLUS-JUSTO**  
DIRECTRICE  
DES RESSOURCES  
HUMAINES

**ERIC  
COTIGNY**  
DIRECTEUR  
TECHNIQUE DE  
L'EXPLOITATION

**GUILLAUME  
LIEBENS**  
DIRECTEUR DE LA  
COMMUNICATION

**OLIVIER  
HONORÉ**  
DIRECTEUR  
DES SYSTÈMES  
D'INFORMATION

**FRANÇOIS  
MARCHAND**  
DIRECTEUR DES  
ACTIVITÉS  
PLATEAUX

**JÉRÔME  
GAUDIN**  
DIRECTEUR  
DE PRODUCTION  
PLATEAUX

**JULIE  
PERNOUD**  
DIRECTRICE  
DE PRODUCTION  
HORS SPORTS

**AUDREY  
DE BORTOLI**  
RESPONSABLE  
JURIDIQUE  
GROUPE

**GRÉGORY  
DRAY**  
DIRECTEUR  
COMMERCIAL  
PLATEAUX

**JEAN-MARC  
PONTHIEU**  
DIRECTEUR  
COMMERCIAL  
VIDÉOMOBILE

**COMITÉ DE DIRECTION**



INITIÉE DEPUIS 6 ANS, NOTRE DÉMARCHE RSE EST RATTACHÉE  
À NOTRE DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ ET SECRÉTAIRE GÉNÉRAL,  
ET PRISE EN CHARGE PAR NOTRE RESPONSABLE JURIDIQUE GROUPE.

**GWENOLA LEMARIÉ-MALPOT**  
**THOMAS PETIT**  
ASSISTANTS DIRECTION GÉNÉRALE



# dialogue avec les parties prenantes

Parties prenantes d'AMP VISUAL TV	Modes de dialogue
<p><b>■ Clients</b> (Producteurs, Diffuseurs, Organismes d'événements)</p> <p>* 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'événements 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></p> <p>*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, Master Pitch, journaux internes</li><li>• Organisation d'événement</li></ul>
<p><b>■ Communautés financières et extra-financières :</b> (Investisseurs, Actionnaires, Prêteurs, Banques, Assurances et Juridiques)</p> <p>* 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"><li>• Assemblées générales des actionnaires</li><li>• Présentations dédiées aux investisseurs, notes trimestrielles, 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>• Partenariats avec le Réseau Entreprendre Vendée et le Mouvement des Entreprises de Taille Intermédiaire (METI)</li><li>• Adhésion à des syndicats professionnels (FICAM)</li></ul>
<p><b>■ Fournisseurs et Sous-traitants</b></p> <p>*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"><li>• Charte d'achats responsables</li><li>• Suivi régulier des sous-traitants</li><li>• Dialogue régulier avec les fournisseurs et sous-traitants</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, ECOPROD, UN Global Compact etc.)</li></ul>
<p><b>■ Administrations et Institutions de contrôle</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dialogue ouvert et constructif avec la branche inspection du travail de la DIREECTE</li><li>• Contrôle de la sincérité de la DPEF par un OTI</li><li>• Contrôle des CAC</li><li>• Intensification du dialogue avec la sphère étatique, afin de mieux connaître l'entreprise, son utilité et ses besoins.</li></ul>

# cartographie des risques et des enjeux RSE

Cette cartographie des risques et des enjeux RSE a été établie **sur la base du référentiel Grenelle II**. Un travail d'identification et de qualification de la pertinence et de l'importance des enjeux et des risques par rapport à nos activités a été réalisé en interne permettant d'écarter de notre référentiel le respect du bien-être animal, la promotion de l'alimentation responsable, équitable et durable, la lutte contre le gaspillage et la précarité alimentaire. En effet, nos activités ne nous permettent pas d'avoir un impact positif direct sur ces thématiques.

Ainsi, nous avons choisi de concentrer nos efforts sur des enjeux et des risques regroupés **en 3 thématiques** : **sociale**, **environnementale** et **sociétale**, puis associés à un ou plusieurs indicateurs clés de performance, afin que ces enjeux trouvent pleinement leur place dans notre stratégie d'entreprise responsable.



Thèmes	Risques	Enjeux & Indicateurs clés
<b>Dialogue social</b>	La dégradation de la communication entre parties prenantes internes	Maintenir un dialogue social de qualité avec les instances professionnelles, illustré par : > <b>Le nombre d'accords signés avec les instances</b>
<b>Bien-être au travail</b>	L'apparition de risques psychosociaux liés aux conditions de travail	Agir sur le bien-être et la motivation des collaborateurs, illustré par : > <b>Le nombre de journées d'absence</b>
<b>Formation</b>	La déperdition progressive du savoir-faire ou des compétences spécifiques aux métiers	Proposer une offre de formation attrayante permettant d'enrichir les compétences professionnelles des collaborateurs, illustré par : > <b>Le nombre d'heures de formation réalisées</b>
<b>Santé et Sécurité</b>	Les accidents de travail et de trajet affectant la santé des collaborateurs	Assurer le maintien d'un niveau de formation et de sensibilisation régulière des collaborateurs quant à leur sécurité, traduit par : > <b>Le taux de fréquence et de gravité des accidents du travail</b>
<b>Égalité des traitements</b>	Des cas de discriminations en matière d'embauche et de rémunération	Promouvoir l'égalité H/F, l'insertion des jeunes et des personnes en situation de handicap, illustrés par : > <b>L'index égalité professionnelle H/F</b> > <b>Le nombre de bénéficiaires RQTH</b>
<b>Consommations énergétiques</b>	Le gaspillage énergétique ou cas de pollutions via l'utilisation de ressources fortement émettrices de GAS	Optimiser les consommations énergétiques, traduit par : > <b>La consommation électrique des sites</b> > <b>La consommation de carburant de la flotte de véhicules</b>
<b>Déchets</b>	La génération croissante de nouveaux déchets ou cas de pollutions dus au non-traitement des déchets produits	Assurer la prévention et la valorisation des déchets produits, illustré par : > <b>La quantité de déchets piles</b> > <b>La quantité de déchets tout venant</b>
<b>Émissions de CO2</b>	La contribution au réchauffement climatique	Limiter les rejets en CO2 du Groupe, illustré par : > <b>Le calcul des émissions de CO2 (scope 1, 2, 3)</b>
<b>Éthique des affaires</b>	L'implication au sein de pratiques déloyales ou de comportements immoraux	Garantir la loyauté des pratiques, traduit par : > <b>Le nombre de documents éthiques</b>
<b>Implication territoriale</b>	La perte de dynamique dans le territoire initial d'implantation de l'entreprise	Valoriser les sociétés locales pour participer au développement du territoire, illustré par : > <b>Le nombre de sociétés fournisseurs locales</b>
<b>Promotion des valeurs RSE</b>	La dégradation de l'image de l'entreprise	Développer son image d'entreprise responsable, traduit par : > <b>Le nombre d'actions de promotion</b>

## notre démarche RSE

Pour la sixième année consécutive, nous continuons à affirmer notre démarche de Responsabilité Sociétale d'entreprise (RSE) en mettant en place des actions concrètes. Pour cela, nous avons identifié les risques et les enjeux RSE inhérents à notre activité sur lesquels nous concentrons nos efforts de durabilité.

**Membre du Global Compact depuis août 2019**, nos enjeux sont alignés sur les 17 Objectifs de Développement Durable (ODD) établis par l'Organisation des Nations Unies (ONU). Par notre adhésion, nous avons pris l'engagement de mettre en œuvre les dix principes universels défendus par l'organisation et de communiquer annuellement sur les progrès réalisés.

**Contrôlé par un organisme tiers indépendant**, notre politique RSE est un levier de différenciation, elle permet de fédérer les équipes autour de ses enjeux, et contribue à la pérennité de l'entreprise. D'ailleurs, nous communiquons régulièrement en interne comme en externe sur nos avancées en matière de responsabilité.

### FAITS MARQUANTS

Durant cet exercice, nous avons enrichi notre démarche responsable en mettant l'accent sur **le bien-être au travail, l'insertion des jeunes et la valorisation des déchets**. En effet, nous avons distribué une prime de participation à l'ensemble des collaborateurs et nous avons réalisé une première enquête de climat social. Également, nous avons développé notre politique d'insertion des jeunes en accueillant d'avantage de stagiaires et d'alternants. Enfin, nous avons amplifié notre politique de valorisation des déchets, notamment en organisant la collecte et le recyclage des archives administratives sur notre site situé aux Sables-d'Olonne.

### AMBITIONS N+1

Pour le prochain exercice, nous souhaitons aller plus loin dans notre démarche de responsabilité sociétale en impliquant davantage nos parties prenantes. En effet, nous travaillons sur la création de notre **première matrice de matérialité** qui permettra d'identifier les enjeux RSE les plus importants et pertinents au regard des activités du Groupe et des attentes de chacun. Également, nous travaillons sur **la mise en place du tri sélectif des déchets** sur nos principaux plateaux parisiens et sur notre site des Sables-d'Olonne. Enfin, nous souhaitons **développer notre politique éthique et achats** en modernisant notre Code éthique des pratiques et notre Charte d'achats responsables.

### IMPLANTÉS DANS UN CADRE RESPONSABLE ...

AMP VISUAL TV privilégie un cadre responsable pour l'implantation de ses studios.

**73% de nos plateaux** sont situés au Parc des Portes de Paris, dont ICADE le propriétaire et gestionnaire du parc, est reconnu pour son engagement RSE dynamique et proactif. D'ailleurs, le parc compte déjà plusieurs certifications à son actif, dont la norme ISO 14 001, et s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue.



# une politique RSE établie et reconnue

Depuis 2018, nous adhérons à des organisations de référence afin de promouvoir et rendre compte de nos actions en faveur du développement durable. Ainsi, nous comptons **5 adhésions à des organisations porteuses de valeurs** et **1 certification RSE de référence**, que nous avons renouvelée au cours de cet exercice.



**Renouvellement de notre adhésion à la « Charte ECOPROD »**  
(Collectif lancé par des acteurs du secteur de l'Audiovisuel)



**Représentation au Comité de direction de la FICAM**  
(Fédération des Industries du Cinéma de l'Audiovisuelle)



**Adhésion au Pacte mondial des Nations Unies**



**Adhésion au METI**  
(Mouvement des Entreprises de Taille Intermédiaire)



**2018**

**Adhésion à l'OTA**  
(Observatoire de la Transformation Audiovisuelle)



**2020**

**Certification EcoVadis**  
Score de 61/100



**2019**

**2021**



**2022**



**Certification EcoVadis**  
Score de 66/100

**+5 points**  
VS 2020

# nos engagements SOCIAUX

Les valeurs d'humilité, de curiosité et de cohésion sont les marqueurs de l'état d'esprit de l'entreprise depuis sa création et des relations sociales qu'elle entretient.

Employeur responsable, chez AMP VISUAL TV nous animons une politique de ressources humaines autour de **5 fondamentaux** afin de fidéliser et veiller à l'épanouissement professionnel de nos collaborateurs.

- 01/ LE DIALOGUE SOCIAL
- 02/ LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL
- 03/ LA FORMATION
- 04/ LA SANTÉ & LA SÉCURITÉ
- 05/ L'ÉGALITÉ DES TRAITEMENTS



# le dialogue social

## OBJECTIF : FAVORISER LES RELATIONS SOCIALES DE QUALITÉ

Au sein de l'entreprise, les relations professionnelles sont actives et se déroulent dans un état d'esprit constructif.

**Notre dialogue social est nourri quotidiennement** par une communication interne réactive et variée. Pour cela, nous informons en continu nos collaborateurs sur l'actualité de l'entreprise en s'appuyant sur plusieurs outils de communication :

- Un réseau social interne nommé YAMMER ;
- Un direct live mensuel d'information et de sensibilisation nommé Master Pitch créé en 2019 ;
- Un journal interne trimestriel nommé Le MAG créé en 2017 ;
- Des échanges de mails réguliers entre les partenaires sociaux, la direction et les salariés ;
- Des affichages dynamiques présents dans nos locaux.

Mis en place en 2019, **le Comité Social et Économique (CSE)** remplace désormais les représentants élus du personnel dans l'entreprise. Il fusionne l'ensemble des instances représentatives du personnel : délégués du personnel, comité d'entreprise et comité d'hygiène, de

sécurité et des conditions de travail. Il a pour principal objectif de fluidifier la communication entre les salariés et la direction. Par ces missions de veille, d'écoute et de partage, il exprime les réclamations collectives et assure la prise en compte des intérêts des collaborateurs dans les décisions organisationnelles, économiques, juridiques et techniques.

Depuis 2015, l'entreprise possède un **Plan d'Épargne Retraite Collectif (PERCOL)**, système d'épargne collective permettant aux salariés de se constituer une épargne accessible au moment de la retraite sous forme de rente ou sous forme de capital. Ce dispositif offre la possibilité pour le salarié de verser au PERCOL son épargne salariale, une partie de ses congés ou repos dans la limite de 10 jours par an ou encore d'effectuer des versements libres.

Chez AMP VISUAL TV, le droit d'adhérer à des syndicats, instances de représentation du personnel ou autres organisation de négociation collective est garanti.

## FAITS MARQUANTS

Au cours de l'année 2021, nous avons signé **les accords sociaux suivants** :

- Accord de participation d'UES des salariés aux résultats des entreprises composant l'UES ;
- Protocole de désaccord dans le cadre de la négociation annuelle de l'UES ;
- Avenant n°2, 3 et 4 à l'accord sur la gestion du maintien et de la reprise d'activité au sein de l'UES ;
- Accord de transition dans le cadre de la dénonciation de l'accord social d'EUROMEDIA en date du 20 août 2018, du transfert de l'entité vidéomobile d'EUROMEDIA à ATLANTIC MEDIA le 2 novembre 2021 et de la négociation d'un accord sur le temps de travail au sein d'ATLANTIC MEDIA.

## AMBITIONS N+1

Au cours de cet exercice, nous avons entamé **une refonte équitable d'un nouvel accord sur le temps de travail adapté aux enjeux actuels**. En effet, nous souhaitons mixer intelligemment modèle social et modèle économique. Ce nouvel accord, récemment validé par les représentants des salariés, en est une illustration. Sa mise en application est fixée au 1<sup>er</sup> avril 2022.

La négociation a été menée en prenant en compte :

- Les 3 accords existants, (AMP VISUAL TV, Studios de France et ex EMF) ;
- Les attentes des salariés remontées par les délégués syndicaux ;
- L'économie et les besoins de fonctionnement de l'entreprise.



## INDICATEUR CLÉ

### RELATIONS SOCIALES

6 accords sociaux signés

## INDICATEUR DE SUIVI

### RELATIONS SOCIALES

18 réunions du CSE dont 7 extraordinaires



contribution aux odd



# le bien-être au travail

## OBJECTIF : PROPOSER DES CONDITIONS DE TRAVAIL MOTIVANTES

Au sein de l'entreprise, nous agissons pour **le bien-être au travail** afin de contribuer à la performance globale et durable de l'entreprise. C'est un point essentiel à prendre en compte pour soutenir notre développement et faire la différence sur nos marchés. Nous assurons la motivation et la fidélisation de nos collaborateurs notamment en leur assurant **une rémunération globale et compétitive**. Celle-ci inclut une rémunération monétaire, reconnaissant la contribution de chacun au développement de l'entreprise.

Nous favorisons **l'articulation entre la vie professionnelle et personnelle** en proposant une organisation flexible du travail : jours dits de RTT, souplesse d'organisation possible sous réserve d'échanges avec son manager, etc. En l'absence d'accord sur le télétravail, celui-ci peut être accordé par le manager au cas par cas. Il a été favorisé chez nous dans le contexte de la crise sanitaire, tout comme les réunions à distance. Les salariés techniciens et les cadres de production ont des horaires atypiques, inhérents à leur fonction. Pour cette tranche de collaborateurs, les managers et le service de planification intègrent les contraintes personnelles chaque fois que possible.

**Le Comité Social et Economique (CSE)** joue un rôle essentiel au bien-être des collaborateurs dans l'entreprise. Chaque année, il dispose d'une contribution patronale pour la gestion des activités sociales et culturelles relevant de son périmètre. Ainsi, il choisit de nombreuses prestations culturelles et sociales variées destinées aux bénéficiaires dont les chèques vacances, chèques et cartes cadeaux. En outre, il contribue à la protection sociale de tous les collaborateurs notamment sur les sujets liés à la santé, l'incapacité, l'invalidité, la retraite et le décès. Désormais, tous les salariés peuvent retrouver les offres et les actions du CSE sur un site internet dédié.

Consciente de son rôle à jouer, la direction travaille conjointement avec les représentants sociaux afin de proposer aux collaborateurs **des avantages sociaux**. La prise en charge des titres restaurants est garantie à hauteur de 50%. Les salariés du site de Gennevilliers ont une adhésion à un restaurant inter-entreprise. Enfin, l'accès aux logements est facilité pour l'ensemble des collaborateurs.

En outre, notre activité plateaux est centralisée au Parc des Portes de Paris, labellisé « Coach Your Growth », qui promeut la qualité de vie au travail de nos collaborateurs présents sur ces sites.



“

*Le télétravail a ses bons côtés pour ma part : moins de stress, moins de fatigue avec le trajet, moins dérangée que lorsque nous sommes au bureau avec les va-et-vient des personnes... Je me sens plus réactive, et je « dépoter » encore plus qu'avant !*

”

Anonyme, Production



## INDICATEUR CLÉ

### BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Pour l'UES

**5 229** journées d'absence

**-9% vs 2020**

Pour Atlantic Media :

**-9% vs 2020**

Pour Studios de France :

**-7% vs 2020**

## FAITS MARQUANTS

Pour l'année 2021, on constate **une diminution générale des journées d'absence** car il y a eu moins de salariés malades de la COVID-19. Egalement, cette année, nous avons fait un réel effort pour accentuer le bien-être au travail au sein de l'entreprise.

Fin avril 2021, nous avons distribué aux salariés **une prime de participation**. La règle de calcul de la participation permet à tous les collaborateurs qui ont contribué aux bons résultats d'en percevoir un retour quel que soit leur rémunération. La prime a été calculée en fonction du nombre de jours de présence dans l'entreprise. Chacun a pu choisir son mode d'attribution, soit dans les Fonds Communs de Placement du Plan d'épargne Groupe ou directement versé par le biais du bulletin de salaires.

En juillet 2021, nous avons réalisé **une première enquête de climat social** dans le cadre de l'annonce interne du rachat de l'activité vidéomobile d'Euromédia France. Cette étude avait pour objectif de connaître le ressenti des salariés, cerner leurs motifs de satisfaction et d'insatisfaction et identifier les différents axes d'amélioration. Pour ce faire, nous avons envoyé à chaque collaborateur un questionnaire en ligne. Puis, nous avons communiqué sur les résultats obtenus.

## AMBITIONS N+1

Dans la continuité du grand plan d'actions cybersécurité que nous avons entamé durant cet exercice, nous prévoyons de mettre en place dans les mois à venir une autre **enquête de climat social** afin de faire remonter les ressentis des collaborateurs sur les premières réalisations mises en place.

Egalement, dans l'objectif de se retrouver et d'échanger dans un cadre convivial après un an et demi de confinement et autres mesures sanitaires, nous allons relancer en interne **les activités sportives** ainsi que **les journées de séminaire**.

Afin d'apporter de la visibilité et de la reconnaissance aux collaborateurs, la direction a choisit de relancer **les rencontres annuelles avec les salariés** en se déplaçant sur les différents sites en région. Ces réunions ont eu lieu en mars 2022 pour les sites de Lyon, de Gennevilliers et de Toulouse. Elles représentent une opportunité de contact direct à la fois très motivante et peu coûteuse. Dans la même lignée, nous avons organisé un jeu concours pour les salariés en décembre 2021 pour la journée du pull de Noël. À cette occasion, sur la base du volontariat, nous avons demandé aux collaborateurs de se prendre en photo avec un pull de Noël. Le gagnant remporté une bouteille de champagne.

Après constatation du déficit de nos contrats « frais de santé et prévoyance », **nous avons changé de mutuelle pour l'année 2021** car notre ancien assureur proposait une majoration de l'ensemble de nos contrats. Les négociations engagées ne nous ont pas permis d'échapper à une majoration des cotisations mais dans une moindre mesure (+9% au lieu de 10% pour le régime de base). En contrepartie, une option « facultative » a été créée et le coût de la surcomplémentaire a été divisé par deux.



“ C'est avec beaucoup de satisfaction que nous avons pu verser une prime de participation méritée à l'ensemble des salariés pour la première fois depuis 13 ans. C'est le fruit du travail collectif et de la bonne gestion de l'entreprise. Si les résultats le permettent, nous distribuerons en 2022 une participation plus importante que l'an passé. ”

Gilles Sallé, Président et fondateur d'AMP VISUAL TV

## INDICATEURS DE SUIVI

### BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

**565** abonnés sur YAMMER

**+51%** vs 2020/2021

**288 920 euros** de contribution patronale

**+25%** vs 2020

➔ contribution aux odd



# la formation

## OBJECTIF : DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

Parce que l'activité de l'entreprise nécessite un savoir-faire particulier, nous enrichissons continuellement notre offre de formation dans le but de favoriser les promotions internes, **le développement des compétences** et **l'employabilité de nos salariés**.

Notre stratégie de formation suit **les 5 axes stratégiques** suivants :

- La sécurité;
- Le développement;
- Les compétences linguistiques;
- Les compétences techniques transverses;
- Les « soft skills ».

Nous formons déjà de nombreux collaborateurs sur plusieurs thématiques comme les compétences transverses et les techniques métiers, notamment par l'intermédiaire de **notre école de formation interne « MY TV SCHOOL »** créée en 2019. C'est un outil très important qui s'inscrit pleinement dans notre stratégie d'entreprise. Aujourd'hui, notre école s'installe dans notre quotidien et nous commençons à en apprécier les effets bénéfiques. Nos formateurs internes transmettent leurs connaissances à de nombreux techniciens, ce qui est une très bonne nouvelle en terme de montée des compétences dans l'entreprise.



“ Par l'intermédiaire de «MY TV SCHOOL», nous pouvons offrir aux collaborateurs davantage d'opportunités nouvelles et actionner l'ascenseur social interne. ”

**Mathieu Nguyen**, Responsable développement RH

## FAITS MARQUANTS

Suite à une année 2020 impactée par un contexte de crise sanitaire, d'activité partielle et de confinement, l'année 2021 a été marquée par **un effort de formation** en augmentation en interne et en externe.

Par ailleurs, nous avons obtenus **le numéro de déclaration d'activité de « MY TV SCHOOL »** en mai 2021, ce qui nous permet d'ouvrir notre offre de formation à l'externe. En complément, en septembre 2021, nous avons reçus **la certification DataDock**. Cette certification permet de vérifier la conformité de notre offre de formation au travers des critères de qualité que nous avons donc validés. Désormais, notre école de formation est éligible aux financements extérieurs.

## AMBITIONS N+1

Sur le prochain exercice, nous allons poursuivre notre démarche d'identification des formateurs, le recensement des besoins et l'enrichissement du catalogue de formation existant.

## INDICATEUR CLÉ

### FORMATION

Pour Atlantic Média :

**3 032 heures** de formations réalisées

**+95% vs 2020**

## INDICATEURS DE SUIVI

### FORMATION

**277** salariés formés

**+61% vs 2020**

**116 356 €** de budget formation

**+109% vs 2020**

**24** sessions de formation réalisées en interne

**Formation compétences techniques métiers : 60** salariés formés

**Formation compétences transverses : 47** salariés formés

 contribution aux odd



# la santé & la sécurité

## OBJECTIF : AGIR SUR LES CONDITIONS DE TRAVAIL

Chez AMP VISUAL TV, nous agissons pour préserver **la santé et la sécurité de nos collaborateurs**. En effet, chaque salarié est suivi par un médecin ou une infirmière spécialiste de la santé au travail dès son entrée dans l'entreprise. Également, chaque année, nous réalisons un audit de nos équipements sur l'ensemble de nos sites afin de veiller à la sécurité de tous.

Notre département RH et nos référents sécurité animent **une démarche de prévention** au sein d'Atlantic Media. Elle a pour enjeux de :

- **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;
- **Atténuer** les coûts directs liés aux cotisations des accidents de travail et indirects liés à l'absentéisme et à la perturbation de l'activité.

En 2019, nous avons nommé **4 référents sécurité** qui accompagnent les salariés et les managers dans la gestion des risques au travail. Ils exercent un lien important afin de sensibiliser tous les salariés à la sécurité dans l'entreprise. En effet, la prévention des risques professionnels exige la prise de conscience de chacun des dangers et risques d'exposition liés à notre activité.

Depuis mars 2020, pour faire face à la pandémie de la COVID-19, nous avons mis en place en interne un pôle dédié et nous avons nommé **2 référents spécialisés** afin de réaliser une veille permanente et organiser l'ensemble des mesures nécessaires à la sécurité des collaborateurs et des clients, et assurer la continuité des activités.

Également, nous formons nos collaborateurs en matière de santé et sécurité, par le biais de **notre école de formation interne « MY TV SCHOOL »**. Nous les sensibilisons sur diverses thématiques comme les gestes de premiers secours et nous leur proposons également des cours de sophrologie.

## FAITS MARQUANTS

Pour Studios de France, en 2020, il n'y avait pas d'informations relatives au taux de fréquence et de gravité car il n'y a pas eu d'arrêt de travail. Cette année, pour Atlantic Média, on constate **une baisse du taux de fréquence** car nous avons mis en place plusieurs petites actions pour éviter les accidents de travail et de trajet.

En outre, durant cet exercice, nous avons continué à **développer les formations en matière de sécurité** (SST, travail en hauteur, etc.).

## AMBITIONS N+1

Sur le prochain exercice, nous allons mettre à jour **le document unique d'évaluation des risques** en suivant les nouveautés réglementaires en la matière.

## INDICATEURS CLÉS

### ACCIDENTS DE TRAVAIL

Pour Atlantic Media :

Taux de fréquence : **9,03**

**-21% vs 2020**

Taux de gravité : **0,31**

**+15% vs 2020**

Pour Studios de France :

Taux de fréquence : **20,08**

Taux de gravité : **0,31**

## INDICATEURS DE SUIVI

### SÉCURITÉ

**+17%** d'accidents de travail (vs 2020)

**0** maladie professionnelle

**Formation sécurité : 56** salariés formés

**+366%** vs 2020

**+226%** vs 2020 pour le montant des dépenses en formation sécurité

➔ contribution aux odd



# l'égalité des traitements



## OBJECTIF : FAVORISER L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE H/F

**Source de cohésion sociale et d'enrichissement collectif**, nous sommes convaincus que l'égalité H/F est un atout majeur pour la croissance de la société et sa pérennité. Naturellement, nous ne faisons pas de distinction en matière de mobilité interne, de recrutement, d'accès à la formation, ou de rémunération. A titre d'exemple, toutes nos offres d'emploi s'adressent indifféremment aux hommes et aux femmes.

Afin de lutter contre les agissements à connotation sexiste, en 2019, nous avons nommé **3 référents harcèlement sexuel**. Ils ont pour rôle de sensibiliser les salariés et les managers sur ces questions et de prendre toutes les dispositions nécessaires en vue de prévenir les risques. Cette mesure est une protection importante du salarié.

### FAITS MARQUANTS

Cette année, la direction et les représentants du personnel ont travaillé sur **les négociations annuelles obligatoires (NAO)** afin d'établir la politique de rémunération de l'année. Cette année, l'équipe de direction a choisi de porter son intention sur les principes suivants :

- Le respect de l'équité interne des rémunérations;
- Les salariés percevant un rémunération inférieure au salaire moyen du titre d'emploi;
- Les salariés n'ayant pas eu d'augmentation individuelle depuis au moins 5 ans;
- Le respect de l'égalité H/F et des principes de non-discrimination.

En effet, personne ne peut être licencié ou sanctionné pour avoir dénoncé un fait de harcèlement sexuel. C'est pourquoi, le rôle du référent est très important. Il sera là pour aider l'employé dans toutes ses démarches.

Par la suite, **nous avons signé en 2020 un accord qui renforce notre engagement en faveur de l'égalité H/F** par des mesures concrètes et donne des orientations nouvelles sur les sujets suivants :

- Les conditions d'accès à l'emploi;
- La formation professionnelle;
- La promotion et le déroulement des carrières;
- La suppression des écarts de rémunération entre les hommes et les femmes.

Dans la continuité de notre démarche contre le harcèlement sexuel, nous avons créé cette année **une procédure de non-discrimination à l'embauche**. En effet, nous souhaitons un recrutement basé uniquement sur les compétences et les motivations du candidat pour apprécier sa capacité à occuper l'emploi proposé.



## INDICATEUR CLÉ

### ÉGALITÉ H/F

Pour l'année 2021, le Groupe affiche un index égalité professionnelle de **86 points sur 100**.

Un très bon résultat global, bien supérieur à la moyenne de notre secteur d'activité. Nous rappelons que l'index est calculé au niveau de l'Unité Économique et Sociale « Broadcast Services » et porte sur 5 indicateurs.



Écarts de rémunération  
**38/40** -1 point vs 2019/2020



Écarts de taux d'augmentation  
**20/20**



Écarts de taux de promotion  
**15/15**



% d'augmentation au retour d'un congé maternité  
**INCALCULABLE/15**



Sous représentation des plus hautes rémunérations  
**0/10**

## INDICATEURS DE SUIVI

### ÉGALITÉ H/F

**23%** de femmes dans l'entreprise

**102** femmes ont été formées en externe

**+28%** vs 2020

## OBJECTIF : INTÉGRER LES TRAVAILLEURS EN SITUATION D'HANDICAP

Depuis toujours, nous menons **une politique globale de non-discrimination et de diversité**. C'est pourquoi, nous favorisons l'intégration et le recrutement des personnes en situation de handicap. Nous pensons qu'il est essentiel que les personnes portant un handicap soient personnellement encadrées au sein de l'entreprise.



### FAITS MARQUANTS

Depuis 2018, nous constatons **une augmentation du nombre de bénéficiaires RQTH, et une baisse du montant versé pour la contribution AGEFIPH**. Ces tendances témoignent de nos efforts en faveur de l'insertion des personnes handicapées au sein de l'entreprise.

Cette démarche semble porter ses fruits car cette année plusieurs personnes se sont faites connaître et des dossiers sont en cours de constitution. En effet, **nous avons entamé un travail qui vise à renforcer la politique handicap existante**. Pour ce faire, nous avons distribué à chacun des salariés un flyer de sensibilisation sur le handicap. L'objectif est de permettre une meilleure intégration des personnes porteuses de handicap. En effet, on constate que par peur ou méconnaissance de ses droits un salarié porteur de handicap hésite à en parler.

En 2019, nous avons établi un premier diagnostic, désigné **une référente handicap**, et mis en place un Comité de pilotage. Notre référente handicap pilote, en collaboration avec le département des ressources humaines, la démarche en faveur des personnes en situation de handicap. Elle a pour mission de sensibiliser les collaborateurs concernés à se faire connaître. De plus, elle accompagne les personnes concernées dans leur travail quotidien et favorise la mise en relation avec les services spécialisés. En outre, nous mettons en place des aménagements de poste lorsque cela est nécessaire.

### AMBITIONS N+1

Pour le prochain exercice, nous allons poursuivre **le développement de notre politique handicap**. En effet, nous souhaitons prochainement mettre en place un partenariat avec l'association Handicap Prévention pour organiser la collecte et la valorisation des bouchons sur l'ensemble de nos sites.



## INDICATEUR CLÉ

### HANDICAP

Pour Atlantic Média :

**9 bénéficiaires RQTH**

Pour Studios de France :

**1 bénéficiaire RQTH**

## INDICATEUR DE SUIVI

### HANDICAP

Pour Atlantic Média :

**90 928,56 euros** de contribution AGEFIPH

Pour Studios de France :

**0 euro** de contribution AGEFIPH

## OBJECTIF : AGIR POUR L'INSERTION DES JEUNES

Depuis de nombreuses années déjà, nous menons **une politique forte en matière d'embauche, d'accueil et de suivi des alternants et des stagiaires**. Nous donnons une chance aux jeunes de – de 25 ans en leur permettant d'acquérir des compétences, d'apprendre un métier et d'obtenir un diplôme dans un cadre et un rythme adapté à leur situation. La transmission est dans notre société l'un des piliers sur lesquels elle repose, c'est pourquoi nous formons au mieux nos stagiaires et alternants en les associant à des salariés expérimentés. Conforme à nos valeurs, cette démarche est essentielle pour assurer **l'avenir de notre filière** et s'inscrit dans le projet stratégique de l'entreprise.

Notre politique d'insertion des jeunes met l'accent sur les objectifs suivants :

- « **Les compétences** » : favoriser l'adéquation des dispositifs de formation avec les besoins en compétences;
- « **L'employabilité** » : accompagner la professionnalisation, l'insertion des jeunes et développer leur employabilité ;
- « **Le recrutement** » : promouvoir les métiers de notre société et la filière audiovisuelle auprès des acteurs du système éducatif et des jeunes, pour développer notre attractivité et se constituer des viviers de compétences.



*La politique forte d'accueil de stagiaires et d'alternants est une sorte de système vertueux de pré-embauches pour envisager des intégrations de nouveaux diplômés. Nous travaillons à nouer des partenariats avec les écoles pour accueillir plus d'étudiants de qualité. C'est aussi une manière de développer notre marque employeur et de faire part aux écoles de nos besoins en termes de compétences.*

**Mathieu Nguyen**, Responsable développement RH

## FAITS MARQUANTS

Sur l'année 2021, nous avons bénéficié d'une aide exceptionnelle appelée : **aide à l'embauche d'un jeune de -26 ans**. Grâce à cette aide, nous avons augmenté le recrutement d'alternants et de stagiaires, notamment dans nos métiers techniques.

## AMBITIONS N+1

Sur le prochain exercice, nous continuerons à développer **notre process d'intégration des jeunes ainsi que les formations** pour cette tranche de collaborateurs. En effet, en 2022, nous formerons les tuteurs et les maîtres d'apprentissage par le biais d'un organisme de formation externe.

## INDICATEURS DE SUIVI

### RECRUTEMENT

Pour Atlantic Media :

**27** stagiaires

**+108% vs 2020**

**59** permanents de – 25 ans

**+55% vs 2020**

### ALTERNANCE

Pour Atlantic Media :

**25** alternants

**+150% vs 2020**

**21** contrats d'apprentissage

**+320% vs 2020**

 contribution aux odd



# recruter et former la nouvelle génération

Grâce aux partenariats avec l'enseignement des filières audiovisuelles, **nous recrutons les jeunes candidats les plus adaptés, avec des profils diversifiés** pour contribuer pleinement à la technicité croissante de nos métiers et à leur complémentarité.

Cette année, nous sommes allés à la rencontre de deux d'entre eux et leurs tuteur : Elena, alternante Assistante de Production chez AMP VISUAL TV et Ibrahima, alternant Développeur Web chez LETSEE. Ils ont accepté de témoigner sur leurs missions et leurs expériences respectives depuis leur arrivée en septembre 2021. Leur investissement est récompensé par l'implication sur de grands évènements.



*“ Pour le moment, je m'occupe des matchs de Ligue 2 et de la Cérémonie des Césars. Je suis très bien entourée avec mon équipe ce qui me permet d'apprendre et de travailler dans d'excellentes conditions. ”*

**Elena MEUNIER MARTIN**, Assistante de production  
- Solutions simplifiées AMP VISUAL TV



*“ Dès le premier jour, j'ai été très bien accueilli, on m'a présenté les différents domaines de l'entreprise ce qui m'a permis de faire connaissance avec beaucoup de monde. ”*

**Ibrahima SAGNA**, Assistant Développeur Web chez LETSEE



# nos engagements environnementaux

Notre secteur d'activité est source de pollutions. C'est pourquoi, depuis plusieurs années déjà, nous développons une démarche environnementale globale, où se mêlent petites et grandes actions afin de favoriser la réduction de notre empreinte carbone au quotidien.

Au cours de cet exercice, nous avons mis l'accent sur **4 thématiques majeures** afin de donner une orientation plus verte à notre démarche responsable.

- 01/ L'ÉNERGIE
- 02/ LES DÉCHETS
- 03/ LES ÉMISSIONS DE CO2
- 04/ LES ÉCOGESTES



# l'énergie

## OBJECTIF : OPTIMISER NOTRE UTILISATION DES RESSOURCES ÉNERGÉTIQUES

Nous nous inscrivons dans **une démarche de sobriété et d'optimisation énergétique** afin de préserver les ressources naturelles, minimiser les émissions de CO2, et promouvoir l'usage de l'énergie verte au sein de l'entreprise.

Depuis 2018, nous maîtrisons et assurons **le suivi de nos consommations énergétiques**. Nous consommons de l'eau sur nos sites de Toulouse, des Sables-d'Olonne et du Studio 107. Pour ce dernier, nous sommes fournis par l'entreprise VEOLIA Eau d'Ile-de-France qui est délégataire du SEDIF, le Syndicat des Eaux-d'Ile-de-France. Ce sont deux acteurs engagés activement depuis 2011 en faveur de la biodiversité et le SEDIF est le premier service d'eau potable français neutre en carbone.

En concentrant notre activité plateaux au Parc des Portes de Paris, **certifié ISO 14 001**, nous nous inscrivons dans une stratégie

### FAITS MARQUANTS

La consommation électrique totale de l'entreprise n'a pas varié significativement par rapport à l'exercice précédent car nous avons fermé les studios LES LILAS fin décembre 2020 et nous avons repris les consommations énergétiques des deux bâtiments d'Euromédia France à partir de janvier 2022. Néanmoins, **depuis 2018, nous constatons une baisse de la consommation totale de 22%**. Par ailleurs, nous venons de changer de fournisseur d'électricité verte car l'ancien a fait faillite durant l'année 2021.

L'exercice 2021/2022 est marqué par **une forte augmentation de la consommation de carburant** car la levée des mesures sanitaires a entraîné une importante reprise de l'activité de tournage et donc des déplacements professionnels. De plus, au fil des années, nous augmentons notre flotte de véhicules, ce qui explique également la hausse de la consommation de carburant.

d'amélioration continue de la performance énergétique de nos studios. De plus, ICADE, le propriétaire et gestionnaire du parc, met à notre disposition l'application « Deepki Ready », un outil nous permettant d'avoir une vision fine des consommations énergétiques de nos plateaux.

Depuis janvier 2021, nous avons changé de fournisseur d'électricité pour la majorité de nos sites au profit d'un **fournisseur d'électricité verte**. Désormais, l'électricité que l'on consomme est issue de sources renouvelables hydrauliques d'origine européenne. Ce changement nous permet d'avoir une visibilité sur l'origine de l'électricité que l'on consomme, et d'utiliser une énergie plus propre et respectueuse de l'environnement. **C'est un grand pas vers l'usage de l'énergie renouvelable au sein de l'entreprise.**

### AMBITIONS N+1

A l'avenir, nous souhaitons exploiter **l'application « Deepki Ready »** afin de mettre en place des actions ciblées et pertinentes pour optimiser notre utilisation des ressources énergétiques.

Egalement, dans l'objectif de se conformer à la législation sur le bail vert, on ambitionne de s'associer avec nos bailleurs afin de dresser ensemble **le bilan de la performance énergétique et environnementale de nos studios parisiens**, et de s'engager sur un plan d'actions visant à l'améliorer.



## INDICATEURS CLÉS

### CONSUMMATIONS ÉNERGÉTIQUES



Électricité :

**6 707 120 kWh** consommés

**+6% vs 2020/2021**



Carburant :

**467 m<sup>3</sup>** consommés

**+34% vs 2020/2021**

## INDICATEURS DE SUIVI

### CONSUMMATIONS ÉNERGÉTIQUES



Gaz :

**+68% vs 2020/2021**

pour la consommation globale



Eau :

**+10% vs 2020/2021**

pour la consommation globale



contribution aux odd



# les déchets

## OBJECTIF : RÉDUIRE ET VALORISER

La valorisation des déchets est un enjeu majeur de la politique environnementale d'AMP VISUAL TV.

Nous organisons **la collecte et le recyclage de tous les déchets que nous produisons**, notamment ceux liés à l'activité de tournage, qui sont principalement les piles et les métaux. Également, nous encourageons les initiatives personnelles des collaborateurs en les incitant à réutiliser les piles utilisées pour leur usage personnel.

**Les piles usagées** sont récupérées par l'éco-organisme COREPILE pour être transformées en zinc, alliages, ou en métaux divers. Produits principalement sur notre site de Gennevilliers, les déchets métaux sont collectés et recyclés par l'entreprise SOREVO Environnement. La part valorisable est réutilisée comme matière première secondaire et la part non valorisable est transformée en biogaz puis en électricité.

Concernant **les déchets tout venant**, tous nos sites en région parisienne et en province bénéficient d'une solution de collecte dite en mélange. Une fois collectés, ces déchets sont triés et valorisés par nos prestataires. Pour le moment, nous n'avons pas de données de recyclage propres à chacun de nos bâtiments.

Également, nous portons une attention particulière à **notre**

**consommation de papier et d'encre**. Chaque encre usagée est déposée par nos collaborateurs dans une éco-box, mise à notre disposition par la société Canon Fac-Similé. Lorsque les éco-box sont pleines, cette dernière les récupère pour les transmettre à la société CONIBI, qui se charge de leur valorisation finale. Pour le moment, nous n'avons pas de données de recyclage propres à l'entreprise car les cartons récupérés font partie d'un circuit de collecte. Néanmoins, on estime que ; une encre livrée = une encre usagée recyclée.

En outre, depuis toujours, nous organisons **la revente et le don de nos outils audiovisuels et véhicules** auprès de sociétés, de particuliers, ou d'écoles. Ainsi, nous favorisons les boucles d'économie circulaire en allongeant la durée de vie de nos biens par le recours au réemploi.

Depuis janvier 2020, nous œuvrons pour **la suppression du plastique à usage unique** au sein de nos locaux. C'est pourquoi, nous avons offert à tous nos salariés un mug réutilisable afin de limiter l'utilisation de gobelets jetables. Dans la même lignée, en février 2020, nous avons installé des fontaines à eau sur notre site des Sables-d'Olonne et au Studio 130 pour éviter l'usage de bouteilles en plastique.



## INDICATEURS CLÉS

### PRODUCTION ET RECYCLAGE

#### 🗑️ Déchets piles :

Pour Atlantic Media :

**610 Kg collectés et recyclés**

**-54% vs 2020/2021**

Transformés en **256 kg** de zinc,  
**159 kg** d'alliages, et **61 kg** de métaux

#### 🌿 Déchets DIB :

**1 574 tonnes collectées et valorisées**

**+69% vs 2020/2021**

Pour le site du Lendit (janvier, février, mars 2022) :

**6 776 kg collectés et valorisés**

🌳 **40 arbres sauvés**

💧 **70 829 L d'eau économisés**

☁️ **1 299 kg CO2e évités**

⚡ **9 444 KWH économisés**

📺 **1,460 tonnes de déchets D3E**  
**100% valorisées en matière**

## FAITS MARQUANTS

**La baisse de la consommation de piles** sur cet exercice s'explique par le fait qu'il y a eu qu'un seul enlèvement contrairement au précédent exercice où il y eu deux collectes. La hausse de la consommation des déchets DIB est due à la levée des mesures sanitaires qui a entraîné une forte reprise de nos activités de plateaux et de bureaux.

Dans la continuité de notre politique de tri et de valorisation des déchets, durant cet exercice, nous avons fait appel à la société CÈDRE pour mettre en place **le tri à la source des déchets** au studio du Lendit. Ce premier pas nous permet dans un premier temps d'étudier le dispositif proposé.

En juillet 2021, nous avons distribué à l'ensemble des salariés **des gourdes personnalisables et réutilisables** CONIBI. Également, nous avons retiré de nos distributeurs de boissons les touillettes et les gobelets en plastique. Enfin, nous commençons à équiper nos cars-régie de **fontaines à eau**. Pour le moment, seul le Millénium 1 en possède une.

En outre, en septembre 2021, nous avons lié un partenariat avec la société TRIETHIC dans le but d'organiser **la collecte, le tri et le recyclage de nos vêtements professionnels usagés**. Une fois collectés, ils seront transformés en matières premières secondaires tels que des chiffons à partir de tissus découpés, du rembourrage pour des sièges automobiles, ou en isolant thermique et phonique.

## AMBITIONS N+1

Afin de se conformer à la législation en matière de déchets, nous allons continuer à mettre en place **le tri à la source des déchets** sur nos principaux plateaux ainsi que sur notre siège social situé aux Sables-d'Olonne. D'ailleurs, à partir du 1<sup>er</sup> avril 2022, nous organiserons la tri, la collecte et la valorisation des déchets avec

Toujours soucieux de travailler avec des fournisseurs responsables, TRIETHIC est une Entreprise Adaptée qui emploie des personnes en situation de handicap. Nous prévoyons de mettre en place une première collecte de vêtements courant avril 2022.

En février 2022, nous avons organisé **une opération de destruction et de valorisation des archives administratives** sur notre site des Sables-d'Olonne. Les détails de cette action sont détaillées dans un focus spécifique dans les prochaines pages de ce document.

CROMWELL, le propriétaire de la zone industrielle où est localisée notre site de Gennevilliers, a mis en place durant cet exercice des cendriers CYCLOPE à proximité de chaque entreprise afin d'organiser **la collecte et la valorisation des mégots de cigarettes** en circuit court. Ainsi, 100% du déchet mégot est valorisé en énergie. Nous n'avons pas de données de recyclage propres à l'entreprise car les cendriers installés font partis d'un circuit de collecte.

Pour finir, nous commençons à valoriser **nos capsules de café usagées** produites sur notre siège social basé aux Sables-d'Olonne. En effet, nous collectons les capsules usagées et nous les donnons à un supermarché local qui propose gratuitement un service de valorisation pour ce type de déchets.

la société LE PETIT PLUS pour notre site situé au 29 rue Georges Sand à Saint-Denis. LE PETIT PLUS est une Entreprise Adaptée qui emploie au moins 80% de collaborateurs en situation de handicap.

## INDICATEURS DE SUIVI

### PRODUCTION ET RECYCLAGE



#### Déchets métaux & électroniques :

Pour Atlantic Media :

**2,6** tonnes de déchets



#### Déchets papier :

**1 393** impressions papier par salarié

**+67%** vs 2020/2021



#### Déchets encre :

**102** cartouches d'encre utilisées

**+59%** vs 2020/2021



#### Déchets capsules de café (mars 2022) :

**368** capsules collectées et recyclées



#### Reventes :

**12 000 €** récoltées par la revente d'outils audiovisuels

**3 750 €** récoltées par la revente de véhicules

→ contribution aux odd



# Valoriser pour réduire notre empreinte carbone

En février 2022, nous avons programmé sur le site des Sables-d'Olonne **une opération de destruction et de valorisation des archives administratives confidentielles** en faisant appel à l'entreprise EXIGO Archives.

Pour ce faire, nous avons regroupé en interne les dossiers à détruire, puis nous avons remplis les contenants mis à notre disposition. Une fois les contenants remplis, le prestataire est venu les récupérer en vue de leur acheminement et de leur recyclage dans un centre de tri agréé.

**Cette action nous a permis de concilier gain de place, recyclage responsable et confidentialité.**

## LES BÉNÉFICES ENVIRONNEMENTAUX DU PROJET :

Grâce à cette opération, nous avons économisé l'équivalent de :



ENERGIE

4.08

pleins de  
gasoil



EAU

La consommation  
d'eau d'un français  
pendant

2,88

mois



CO2

Les émissions de

0,54

trajets Paris - Rome  
en voiture



Car nous avons trié et RECYGO a valorisé :

600 kg

>

240

Papiers de bureau

ramettes de 500 feuilles  
de papier A4



# Allier

## challenge sportif et écoresponsabilité

En mars 2022, **34 salariés d'AMP VISUAL TV ont participé à la Grande Course du Grand Paris Express**. C'est la première course parisienne éco-conçue et durable.

Nos collaborateurs ont vécu une expérience humaine et riche à travers le sport collectif ce qui a renforcé la cohésion et les échanges. Nous avons pris le pack entreprise pour pouvoir après la course se retrouver autour d'un cocktail, avoir un accès au coin massage et kiné, et effectuer une visite du Stade France.

**L'objectif de ce challenge était de se retrouver, de partager des moments inoubliables autour d'une éthique durable et solidaire ainsi que de valoriser les valeurs environnementales de notre entreprise.**

### LES INNOVATIONS ENVIRONNEMENTALES DU PROJET :



**Un village des start-up de l'innovation urbaine**



**Un coureur = 1 arbre planté**



**Une médaille à planter 0 déchet**



**Collecte et traitement des déchets**



**0 bouteille plastique**



# les émissions de CO2

## OBJECTIF : LIMITER LES REJETS POLLUANTS

Nous menons une politique globale de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) liées aux déplacements des collaborateurs, des outils et à la consommation énergétique des bâtiments de l'entreprise.

Pour cela, nous mettons en œuvre plusieurs **actions d'optimisation des transports** pour limiter les déplacements :

- L'utilisation systématique des remorques motos et camions;
- La prise en charge des abonnements de transports en commun;
- Le covoiturage pour les équipes de production;
- La mise à disposition d'hôtels à proximité des lieux de tournages;
- L'interopérabilité des cars-régie;  
*(3 à 4 millions d'euros sont investis chaque année pour les construire à l'identique)*
- L'installation de parking vélos et bornes de recharge électrique sur les sites.
- Le développement des agences régionales, proches des lieux de tournages.

Depuis 2018, le service HF dispose de **11 kits motos transportables** pour équiper les motos afin de réaliser nos prestations à l'international. Ainsi, nous sommes le seul prestataire au monde qui n'a pas l'obligation de déplacer ses motos pour réaliser des tournages. Les kits sont démontables et permettent d'acheminer le matériel nécessaire sur des motos louées sur place, ce qui limite les déplacements de notre flotte véhicules. En outre le service HF dispose de **4 scooters électriques** pour le tournage d'événements sportifs. En effet, nous avons adapté notre matériel afin de pouvoir louer partout dans le monde ce type de scooters et ainsi être en mesure de proposer systématiquement ce dispositif à nos clients.

En complément, nous utilisons la **Remote Production** qui constitue une première étape vers la dématérialisation de la production audiovisuelle. Des gains économiques et environnementaux sont

induits par ce mode de production qui cause moins de déplacements pour les cars-régie et les équipes techniques, et donc limite les rejets en CO2.

Depuis 2017, nous tâchons de renouveler progressivement notre flotte automobile en intégrant **des véhicules moins polluants**. Ainsi, une partie de nos véhicules lourds sont à la norme antipollution « Euro 6 » et la moitié environ de nos véhicules légers, plutôt destinés à un usage urbain, sont hybrides.

Depuis l'exercice précédent, nous réalisons le **bilan carbone** de l'entreprise. Pour cela, nous évaluons les émissions directes et indirectes de CO2, induites par l'utilisation de notre flotte automobile (voitures, scooters, avions, cars-régie) et par les consommations énergétiques de nos bâtiments.

Depuis 2018, le service HF dispose de **11 kits motos transportables**. Ils sont démontables et permettent d'acheminer le matériel nécessaire sur des motos louées sur les lieux de tournage. Ainsi, ce dispositif limite les déplacements de notre flotte de véhicules. Nous sommes le seul prestataire au monde qui n'a pas l'obligation de déplacer ses motos pour réaliser des tournages.



“ Grâce à nos agences régionales, on maintient et on crée de l'activité sur les bassins de vie. En plus d'améliorer la qualité de vie de nos salariés, on anime les régions et on diminue les trajets des salariés vers Paris et des cars-régie pour se rendre sur les lieux de tournages. ”

Gilles Sallé, Président et fondateur d'AMP VISUAL TV





## FAITS MARQUANTS

Afin de contribuer davantage à la lutte contre le réchauffement climatique, nous accompagnons les collaborateurs dans la transition vers **la mobilité verte**.

Pour cela, nous leur proposons aux collaborateurs de se désolidariser de leur véhicule personnel ancien au profit d'un véhicule de fonction ou de service plus propre, hybride ou électrique. Ce dispositif vient compléter **notre politique d'optimisation des transports** en apportant une réponse à des trajets professionnels en dehors des heures et jours ouvrés. En parallèle, nous équipons progressivement nos sites de bornes de recharge électrique. Dès lors, les collaborateurs peuvent recharger leur véhicule directement sur le lieu de travail. Ainsi, en septembre 2021, nous avons posé une borne de recharge électrique sur le site des Sables-d'Olonne. En mars 2022, nous avons posé 4 prises de courant sur notre site de Gennevilliers et 2 prises de courant à proximité du studio 107. De plus, le parc des Portes de Paris dans lequel se situent les studios 107, 102, 128, 130, 210, 217 et 224 est équipé de **bornes de recharge électrique**, et d'autres seront installées prochainement.

Cette année, nous avons réalisé **notre deuxième bilan carbone**. Les émissions de CO2 ont fortement augmenté par rapport au précédent exercice car nous avons intégré au calcul les rejets induits par les déplacements professionnels des collaborateurs effectués en train et en avion.

## AMBITIONS N+1

La réalisation du bilan carbone va nous permettre d'établir **un plan d'action ciblé et efficace** pour réduire les émissions de CO2 rejetées.

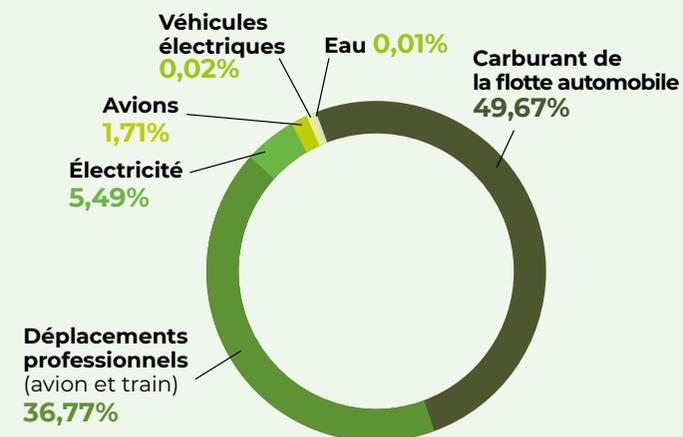
Par ailleurs, nous allons continuer à renouveler notre flotte de véhicules en y intégrant des **véhicules moins polluants**. Dans ce sens, 3 nouveaux cars-régie de dernière génération sont en préparation. Moins polluants, ils permettront d'alléger la pression sur les rotations et les enchaînements de tournages afin de permettre **une logistique plus intelligente réduisant les longs trajets routiers**.

## INDICATEUR CLÉ

### REJETS EN CO2

**2915 tonnes** de CO2e émis

**+57%** vs 2020/2021



## INDICATEURS DE SUIVI

### FLOTTE DE VEHICULES

-  **18%** de véhicules hybrides
-  **66%** de véhicules diesel et essence en norme « Euro 6 »
-  **2%** de véhicules électriques

 **contribution aux odd**



# les écogestes

## OBJECTIF : PROMOUVOIR L'ÉCO-RESPONSABILITÉ

Nos mettons en place régulièrement des écogestes afin de contribuer à l'épanouissement de nos collaborateurs et à la protection de l'environnement.



Impression des documents marketing sur **du papier issu de forêts gérées durablement**



**Politique de suppression du plastique** à usage unique



Dématérialisation **des fiches de paie** et **des tickets restaurants**



Offre de **5 cafés gratuits** par jour



Installation de **parking vélos**



Installation de **bornes de recharge électrique**



Usage de vêtements professionnels constitués de **cotons OEKOTEX** et de **fibres en polyester recyclé**



Eclairage des locaux en basse consommation (**LED A++**)



Mise à disposition de **cuisines équipées** sur les sites



Impression des documents en **recto/verso** et en **noir et blanc** par défaut



**Coupure du chauffage** dans le hangar du site de Metz en hiver



Création d'un Master Pitch « **Agir pour l'environnement** »

# nos engagements sociétaux

Entreprise citoyenne, AMP VISUAL TV répond aux obligations juridiques applicables, et surtout va au-delà en développant son ancrage territorial et ses relations avec l'ensemble de ses parties prenantes. Ainsi, notre engagement sociétal s'articule autour de **4 piliers** en lien direct avec nos valeurs;

- 01/ L'ÉTHIQUE DES AFFAIRES
- 02/ L'IMPLICATION TERRITORIALE
- 03/ LA PROMOTION DES VALEURS RESPONSABLES
- 04/ L'INNOVATION



# l'éthique des affaires

## OBJECTIF : GARANTIR LA LOYAUTÉ DES PRATIQUES

Par notre adhésion au Global Compact des Nations Unies en 2019, nous nous sommes engagés à respecter les Dix Principes de l'organisation et à promouvoir **les comportements éthiques dans l'ensemble de nos relations d'affaires**. Par conséquent, nous agissons contre la corruption sous toutes ses formes.

En 2017, nous avons créé un premier **Code éthique des pratiques** afin de formaliser les principes de bonne conduite des collaborateurs. Ces principes marquent la volonté du Groupe de donner à chacun les moyens d'agir dans le meilleur intérêt de l'entreprise et de sa réputation, et de conduire ses activités en toute légalité. La même année, nous avons formulé une première **Charte d'achats responsables**, revue en 2020, afin de nous assurer que nos partenaires partagent et respectent nos ambitions sociétales. En adhérant aux principes de cette charte, nos partenaires s'engagent à agir de manière loyale.

Depuis 2018, nous avons entamé **une démarche de conformité au RGPD** pour l'ensemble de nos sociétés afin de protéger les données personnelles de nos clients, partenaires et collaborateurs. Pour cela, nous avons nommé en interne **une référente RGPD** qui a pour

mission de sensibiliser les salariés en matière de protection des données personnelles. Également, nous avons ajouté à nos conditions générales d'exécution des prestations de services un paragraphe concernant la protection des données afin de sensibiliser les clients et prestataires lors de la signature des contrats.

En 2020, nous avons été évalué par **la plateforme de notation ECOVADIS** sur les thèmes Environnement, Social & Droits de l'Homme, Éthique et Achats Responsables. Cette certification nous permet d'obtenir une image claire de nos bonnes pratiques RSE et d'identifier des axes d'amélioration pour l'avenir notamment en matière éthique.

Enfin, nous évaluons **la conformité de nos sous-traitants** via la plateforme de suivi e-Attestations dans le but de simplifier et sécuriser nos relations avec nos parties prenantes externes. Dans ce cadre, nous sollicitons nos sous-traitants pour qu'ils nous apportent la preuve qu'ils exercent leurs activités en conformité avec la législation. À titre d'exemple, nous récupérons de façon régulière leurs extraits k-bis, leurs attestations de vigilance et de régularité fiscale.

## FAITS MARQUANTS

**Avec la note de 66/100 en février 2022**, nous progressons de 5 points par rapport à notre évaluation ECOVADIS 2020. En effet, cette année, nous avons pris soin de mieux communiquer et d'apporter davantage de preuves sur nos actions responsables. Ce résultat nous positionne dans le top 2% des entreprises évaluées par la plateforme dans notre secteur d'activité. Également, il nous permet de figurer dans le top 25% des entreprises évaluées par la plateforme.

De plus, nous travaillons actuellement sur **un grand plan d'action de cybersécurité** au sein de l'entreprise. Les détails de nos actions en la matière sont détaillés dans un focus spécifique dans les deux prochaines pages.

## AMBITIONS N+1

Pour le prochain exercice, nous souhaitons moderniser **notre Code éthique** des pratiques et créer un dispositif d'alerte interne afin de contrôler sa bonne application par les salariés. Également, nous souhaitons moderniser **notre Charte d'achats responsables**.

De plus, nous souhaitons développer **notre politique RGPD existante** en créant une cartographie et un registre des traitements. La cartographie permettra de mesurer l'impact du règlement sur la protection des données de notre activité. Le registre aura pour objectif de recenser les traitements de données personnelles et disposer d'une vue d'ensemble de ce que nous faisons de ces données.

## INDICATEUR CLÉ

### ÉTHIQUE

#### 2 documents éthiques

- 1 Code éthique des pratiques
- 1 Charte d'achats responsables

## INDICATEUR DE SUIVI

### CONFORMITÉ

36 sous-traitants conformes



Certification EcoVadis

Score de 66/100

+5 points  
VS 2020

→ contribution aux odd



# Sensibiliser à la cybersécurité

Grâce à un audit réalisé en mars 2021, **nous travaillons actuellement sur un grand plan d'action pour garantir la cybersécurité dans l'entreprise**, dont la première tâche est de sensibiliser les utilisateurs.

Il est indispensable d'adopter les bons réflexes ou de les améliorer pour préserver au maximum l'entreprise des causes dévastatrices qu'une cyberattaque interne ou externe pourrait provoquer. Dans un premier temps, un groupe de gestion de crise a été créé en interne afin d'avoir des représentants des différents services en cas d'attaque pour pouvoir le plus rapidement possible, avec le service informatique, identifier et corriger le problème.



## LES DÉTAILS DU PROJET :

Durant cet exercice, nous avons mis en place **plusieurs solutions** pour réduire au maximum l'éventualité d'une cyberattaque. Le service informatique et le service communication ont travaillé en collaboration pour réaliser les outils de sensibilisation suivants :

- **Des vidéos ;**
- **Des affichages** dans les locaux ;
- **Un lien cybersécurité automatique** lors de la navigation web ;
- **Une adresse mail** dédiée ;
- **Un MFA (authentification multi-facteur)** sur le poste client ;
- **Un questionnaire de satisfaction** à venir.



“ La cybercriminalité n'est pas une fiction. Il est lointain le temps où nous nous posions la question « Est ce que nous allons nous faire attaquer », la question maintenant est « Quand allons-nous être attaqué ». C'est pour cela que nous mettons en place un ensemble d'actions pour d'abord identifier le champs d'attaque, puis éventuellement les contrer, et enfin pourvoir réagir en cas de faille. Nous allons créé une cellule de crise pour prendre les décisions nécessaires : arrêter, nettoyer et redémarrer notre système d'information en cas de besoin. Ce n'est pas qu'un problème informatique mais bien un problème qui concerne tout le monde dans ses actions aux quotidiens. L'important est de rester vigilant et de suivre les différentes communications qui ont été faites. ”

**Olivier Honoré**, Directeur des Systèmes d'Information

# l'implication territoriale

## OBJECTIF : DÉVELOPPER L'ANCRAGE LOCAL

Depuis quelques années, AMP VISUAL TV développe **son ancrage territorial** pour une croissance durable, respectueuse à la fois de l'humain et des territoires. Pour cela, nous privilégions les collaborations avec des fournisseurs de service locaux ou des antennes locales d'enseignes nationales. Ainsi, la plupart de nos partenaires sont des acteurs économiques situés dans les départements où nous avons nos agences en région à savoir en

Vendée, dans le Rhône, la Moselle, et en Haute-Garonne.

Depuis février 2021, nous avons souscrit un abonnement au **journal de l'association « Demain Vendée »** pour notre site des Sables-d'Olonne. Ce journal est un média local qui met en lumière les initiatives positives sur la Vendée, sur des thématiques variées de la transition sociétale, écologique et sociale.

## OBJECTIF : FAVORISER LE MÉCÉNAT & LES PARTENARIATS

Depuis 2017, nous sommes partenaire d'**une dizaine d'événements sportifs ou sociaux** à proximité de nos implantations. Également, nous nous impliquons dans **certaines manifestations nationales**. Concrètement, nous faisons régulièrement des dons financiers et nous mettons à disposition gracieusement plusieurs de nos moyens techniques afin d'apporter notre aide dans le financement et l'organisation d'événements ou de missions sociales.

Entreprise citoyenne, nous contribuons au développement et à l'attractivité du territoire, **tout en répondant aux besoins de nos clients et nos fournisseurs**. Naturellement, nous sommes à leur écoute pour répondre au mieux à leurs attentes lors de la réalisation de tournages. Afin de renforcer ces liens, chaque année, nous avons pris l'habitude d'inviter nos principaux clients français et internationaux à partager un moment convivial avec nous.

### FAITS MARQUANTS

Le nombre de fournisseurs locaux n'a pas varié significativement par rapport à l'exercice précédent. **Cependant, depuis 2017/2018, il a augmenté de 28%**. Ce résultat témoigne de notre implication territoriale sur le département vendéen.

Après une année et demi préoccupations sanitaires, **les activités événementielles et de tournages ont fortement repris**. En septembre 2021, nous avons organisé notre traditionnelle fête de la rentrée au studio Gabriel. Également, nous nous sommes rendus au SPORTEL à Monaco en octobre 2021. C'est deux événements nous ont permis de revoir un très grand nombre de nos clients.

### AMBITIONS N+1

Sur le prochain exercice, nous continuerons à développer **nos actions de mécénat et nos partenariats**. D'ailleurs, nous allons apporter notre soutien à l'édition 2022 des SOLIDAYS, qui sont 3 jours de concerts géants donnés au profit de la lutte contre le sida. Dans le cadre de cette solidarité, AMP VISUAL TV mettra à disposition gracieusement 2 unités de production ainsi que des salariés bénévoles qui souhaitent donner un peu de leur temps pour défendre une cause importante.



## INDICATEUR CLÉ

### FOURNISSEURS LOCAUX

**119** fournisseurs locaux

**-8%** vs 2020/2021

dont : **51** fournisseurs en Vendée  
**40** fournisseurs dans le Rhône  
**7** fournisseurs en Moselle  
**21** fournisseurs en Haute-Garonne

## INDICATEUR DE SUIVI

### MÉCÉNAT ET PARTENARIAT

**14** actions de mécénat et partenariats

**+75%** vs 2020/2021



contribution aux odd



## 3 jours de chant et de solidarité pour les Restos du Cœur !

Pour le tournage du concert des Enfoirés 2022, nous avons déployé une captation en 12 caméras depuis notre Millenium Signature 12 au Sud de France Arena de Montpellier. Egalement, cette année, **nous avons fait un don financier important** à l'association afin de la soutenir dans la réalisation de ses missions sociales.

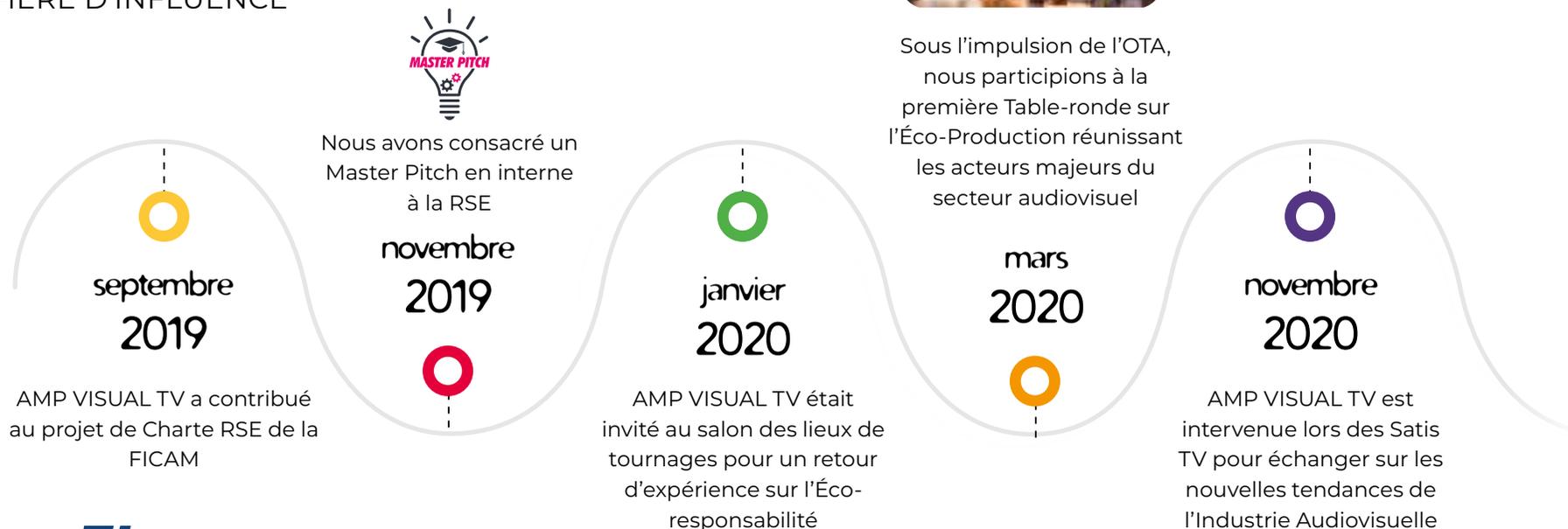


## une soirée de mobilisation, solidarité et partage !

Les équipes du Millenium Signature 10 étaient en place pour un tournage exceptionnel à la Maison de la radio et de la musique, pour LA CROIX ROUGE FRANCAISE, France Inter et France 2 qui organisaient un grand concert afin de solliciter des dons pour venir en aide aux ukrainiens. Pour l'occasion, **nous avons mis à disposition gracieusement certains de nos moyens de production.**

# la promotion des valeurs responsables

**OBJECTIF :** DÉVELOPPER LA RSE AU SEIN  
DE NOTRE SPHÈRE D'INFLUENCE



**Ficam**  
CINÉMA AUDIOVISUEL MULTIMÉDIA





Nous avons participé à la seizième Assemblée générale ordinaire et à l'Assemblée générale extraordinaire de l'association Global Compact France sous un format dématérialisé.

septembre  
2021



décembre 2020  
mars 2021

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



octobre  
2021

Gilles Sallé, notre président et fondateur, a participé à une journée de rencontre de parties prenantes externes organisée par le Groupe TFI.



Nous avons participé à deux commissions RSE organisées par la FICAM.

novembre 2021  
février 2022



## INDICATEUR CLÉ

### PROMOTION DES VALEURS RSE

4 actions de promotion

+33% vs 2020/2021



## contribution aux odd

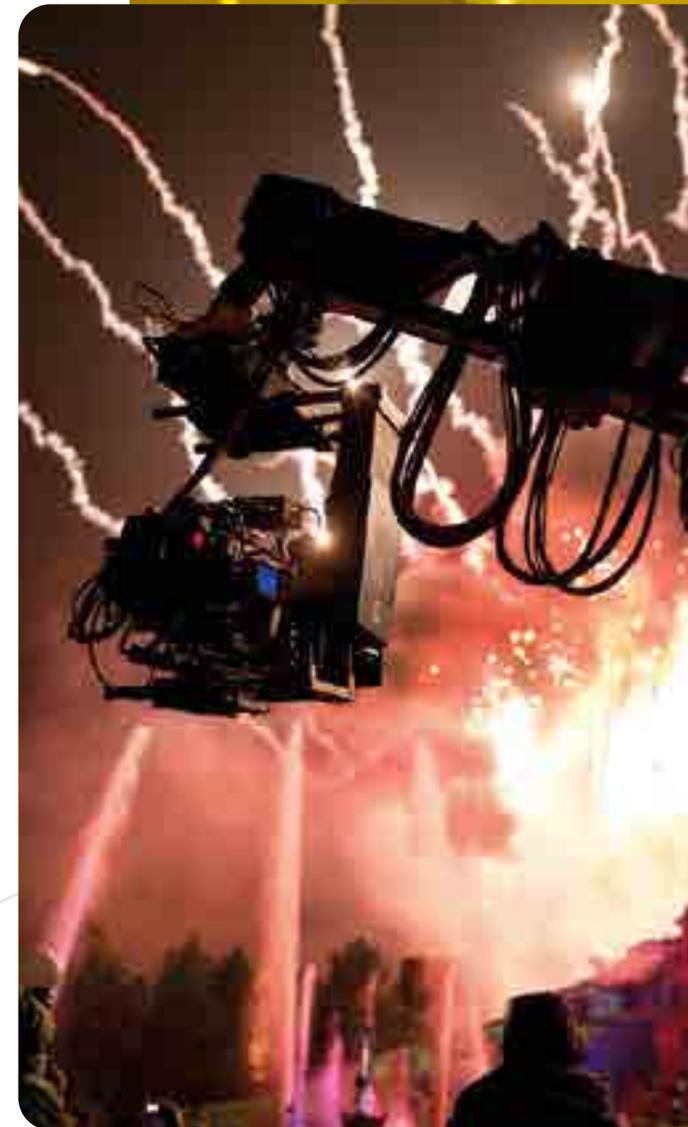
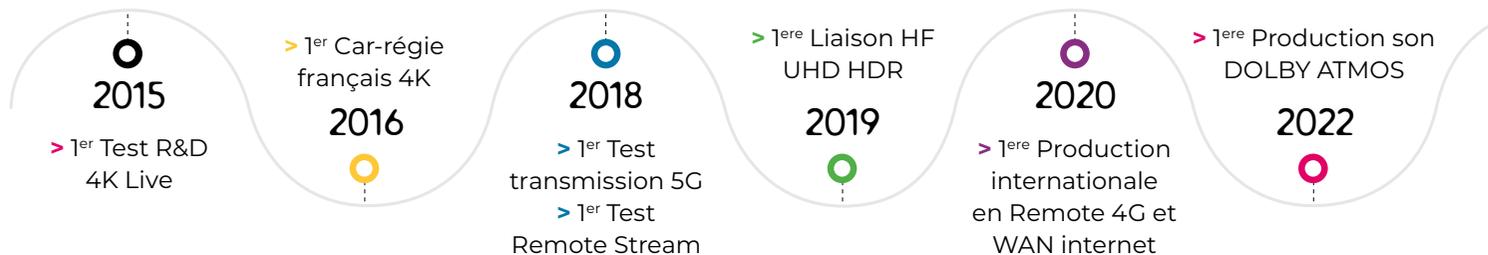


# l'innovation

Nous sommes reconnus internationalement pour **l'expertise technique de nos équipes**. Toujours à la pointe de l'innovation, nous nous dotons sans cesse des outils les plus performants et novateurs. Depuis une quinzaine d'années, nos innovations dépassent le simple cadre technique, en accompagnant les bouleversements des usages des téléspectateurs. Technologie, process, management, tous les aspects de la vie de l'entreprise sont impactés par cette transformation.

**Conquérir puis conserver la confiance de nos clients passe tout autant par l'innovation que par le service, ces deux éléments constituent l'ADN d'AMP VISUAL TV.**

**20 INNOVATIONS MAJEURES** DEPUIS 1986, **DONT 7 CES DERNIÈRES ANNÉES...**



## | EXEMPLES D'INNOVATIONS 2021-2022



En février 2022, à l'occasion des derniers matchs à domicile de Paris et Lille en Champions League, nous avons apporté une nouveauté sur le signal international : le son était produit en « Dolby Atmos ». C'est une évolution du son « Surround », traditionnellement utilisé pour ce type de prestation. Produire ce type de son n'est ni simple ni courant, l'enjeu était double pour nos équipes; mais **elles étaient unies autour d'une volonté commune : servir nos clients.**



## il est là... l'IXI 5 !

Notre force réside dans notre capacité à proposer des prestations dites « simplifiées » pour les clients qui ont besoin de matérialiser leurs droits en images. C'est pourquoi, nous avons lancé récemment notre IXI 5 dans le but d'élargir notre offre et de réduire les sous-traitances.

Ce nouveau véhicule est **autonome en déplacement** et **en énergie** grâce à une génératrice intégrée au moteur. De plus, il dispose **des nouvelles technologies** : transmission 4 flux en HD, captation jusqu'à 4 caméras, etc.

« Très tôt nous nous sommes engagés auprès des équipes des sports de Canal à préserver les acquis et, dès lors que cela est possible, d'upgrader les dispositifs pour leur faire profiter du meilleur de nos prestations... »

**Igor Trégarot**

Directeur Général en charge des Activités France

➔ contribution aux 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 2021/2022 de sa 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 2021 au 31 mars 2022. En revanche, pour l'ensemble des données sociales, le périmètre couvert est du 1er janvier au 31 décembre 2021.

## 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 principales structures juridiques faisant partie de notre UES ; Atlantic Média et Studios de France, dont les liens capitalistiques sont illustrés ci-après et couvrent en moyenne **98,78%** des effectifs permanents consolidés. Nous avons mené une opération économique au cours de cet exercice qui est le rachat de l'activité vidéomobile d'Euromédia France. A cette occasion, nous avons intégré au sein d'Atlantic Média 130 nouveaux collaborateurs, des bâtiments et des véhicules.

## 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 des 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 BDESE de l'UES Broadcast Services.

*NB : L'Index égalité professionnelle H/F est calculé au prorata de la notre obtenue (73/85).*

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

*NB : Les données relatives à la consommation de carburant étaient précédemment indiquées en montant dépensé en euros, dans un souci de cohérence avec les autres données, nous avons choisis désormais de les indiquer en m<sup>3</sup> consommés. Par ailleurs, pour le calcul du bilan carbone, nous avons sélectionnés les facteurs d'émissions les plus récents et pertinents communiqués par l'ADEME.*

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

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

## Taux de couverture DPEF 2021-2022

Le taux de couverture global de notre DPEF est de **98,78%** et se décompose comme suit : Social (effectifs du périmètre) : **100%**, Environnemental : **98,17%**, Sociétal : **96,95%**.

## Objectifs 2022-2023

Nous souhaitons persister dans nos efforts en faveur de la mise en œuvre de nos objectifs de Responsabilité Sociétale, en mettant l'accent sur les enjeux sociaux, environnementaux et sociétaux propres à nos activités.

Le reprise de l'activité vidéomobile d'Euromédia France en novembre 2021 a renforcé notre position de leader sur le marché audiovisuel. Il faut néanmoins rester vigilant. Chaque service va devoir se réorganiser pour intégrer les 130 collaborateurs arrivants et préparer l'avenir tout en assurant la continuité des activités.

AMP VISUAL TV surveille attentivement les impacts de cette acquisition sur le bien-être de ses salariés, de son environnement et de sa situation économique et financière.

## Retour sur nos objectifs RSE :

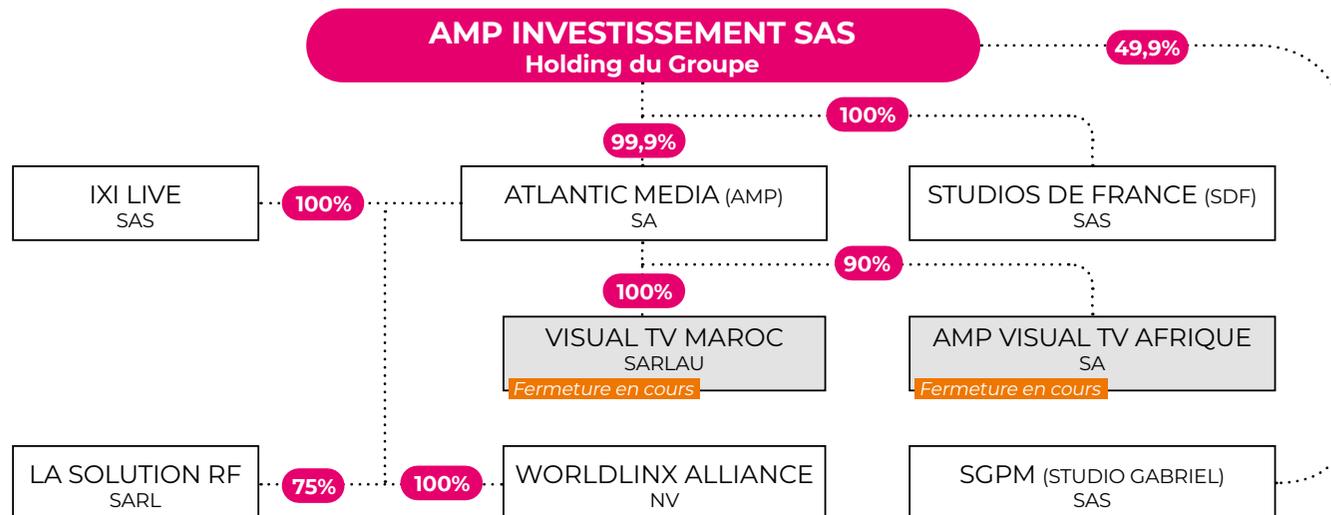
- Ancrer notre politique RSE à long terme avec l'ensemble de nos parties prenantes 
- Développer notre engagement éthique et notre mise en conformité 
- Moderniser notre politique d'achats 
- Optimiser nos consommations énergétiques 
- Réduire et valoriser nos déchets 
- Limiter nos rejets en CO2 
- Agir en faveur de l'égalité professionnelle H/F 



En cours de réalisation



Objectif atteint mais le travail continue





## Commissaire

Nous sommes en cause si conclusion exprimée ci-dessus est contrairement aux dispositions de l'article A. 225-1 du code de commerce, nous formons la commissaire suivante :

- Nous vous invitons à exprimer les indicateurs clés de performance retenus par AMF lorsqu'effectivement nous avons de réelles possibilités ainsi de réfléchir à la dynamique des données liées à la fluctuation des activités d'une année sur l'autre et en de façon à assurer la comparabilité des indicateurs clés de performance.

## Préparation de la déclaration de performance extra-financière

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels il apparaît nous évalue et mesurer les informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, peuvent affecter la comparabilité entre les années et dans le temps.

Par conséquent, les informations doivent être lues et comprises en se référant au Règlement dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration.

## Liens inhérents à la préparation des Informations

Les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données internes utilisées. Certaines incertitudes sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration.

## Responsabilité de l'entité

Il appartient au Conseil d'Administration :

- De s'assurer ou d'être en mesure appropriée pour la préparation des Informations ;
- 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 et par ailleurs les informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/952 (économie verte) ;
- Ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il estime nécessaire à l'élaboration des Informations et/ou comportant pas d'incertitudes significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou d'erreurs.

La Déclaration a été établie en appliquant le Règlement de l'entité tel que mentionné ci-dessus.

## Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

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

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- la fiabilité des informations financières (comptables ou extra-comptables) fournies en application de I° du 1 et de 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 autres éléments relatifs aux principaux risques.

Cependant, il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, ce qui pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables (notamment en matière d'indicateurs prévus par l'article 8 du règlement (UE) 2020/952 (économie verte) de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'assiette fiscale) ;
- la sécurité des informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/952 (économie verte) ;
- la conformité des pratiques et services aux réglementations applicables.

## Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux découlent après une foi effectuée conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du code de commerce et à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention ainsi que les programmes de vérification.

## Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du code de commerce et le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. 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 textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

## Moyens et ressources

Nos travaux ont impliqué les compétences de 7 personnes et se sont déroulés entre les mois de juin et de juillet 2021 sur une durée totale d'intervention d'environ 3 semaines.

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

Nous avons aussi travaillé avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration, impliquant notamment les directions générale, administrative, financière, gestion des risques, conformité, ressources humaines, santé et sécurité, environnement et achats.

#### Nature et étendue des travaux

Nous avons guidé et effectué nos travaux en prenant en compte la nature d'activités significatives sur les informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons mises en œuvre nous permettent raisonnablement de fournir une conclusion d'assurance limitée.

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques sociaux ;
- nous avons apprécié le caractère approprié de l'information au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les besoins particuliers du lecteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-103-1 de la loi relative aux sociétés et environnements ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-103-103 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2<sup>ème</sup> alinéa de II de l'article L. 225-103-1 ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation], y compris, lorsqu'ils s'appliquent à votre processus et produisent les risques liés 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, afférents aux principaux risques ;
- nous avons consulté les sources documentaires et même des entités pour :
  - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés, et
  - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 225-10 ;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des informations ;
- Pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe 1, nous avons été en mesure :
  - des procédures multiples 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 ou d'autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités représentatives et concernent entre 70 et 100% des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;





Ce document est imprimé sur du papier issu de forêts gérées durablement

