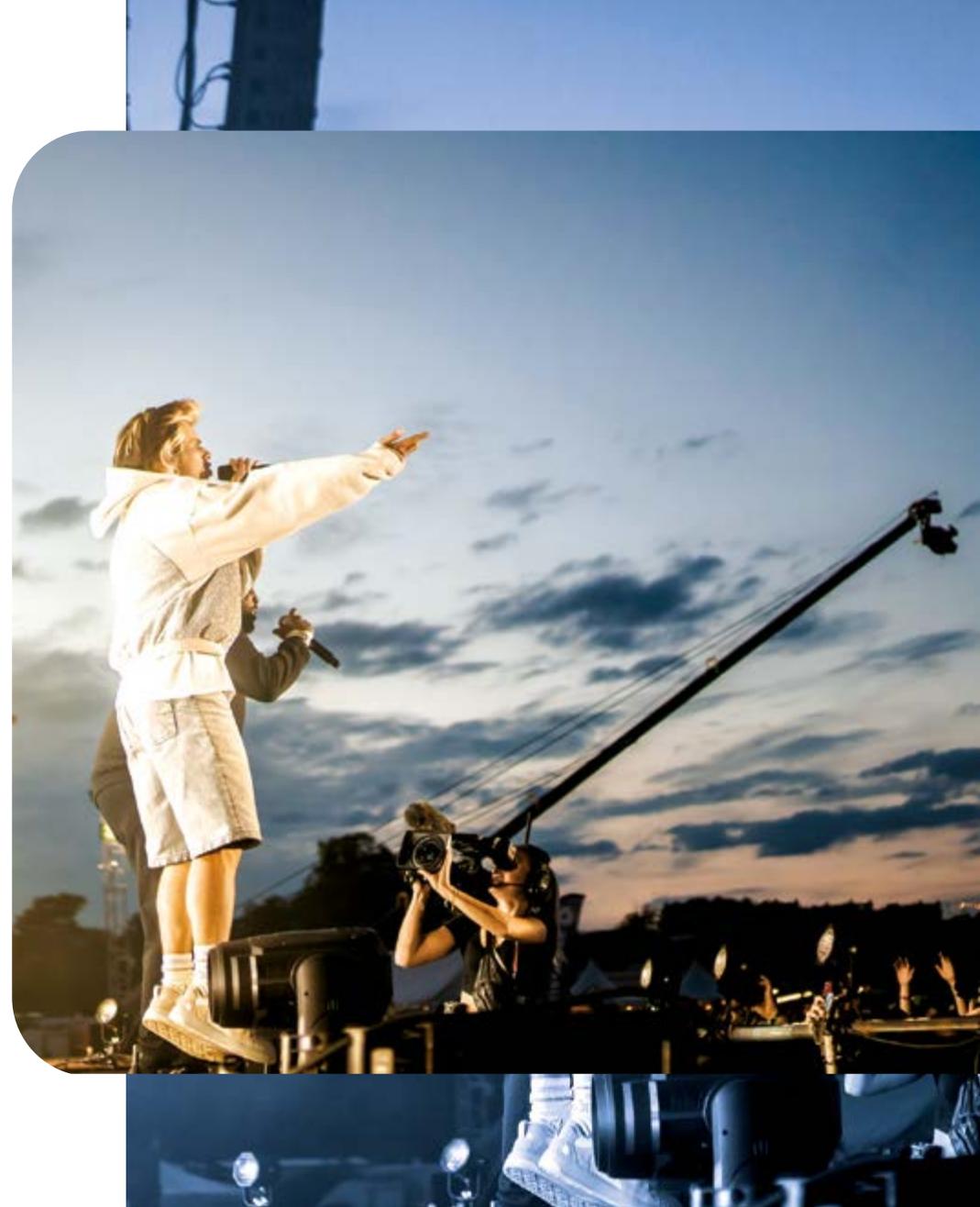


Déclaration de **performance** extra-financière

2022 / 2023



“
*C'est dans les utopies d'aujourd'hui
que sont les solutions de demain.*
”

Pierre Rabhi
AGROÉCOLOGUE, ÉCRIVAIN FRANÇAIS



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.**



“

L'année qui vient de s'achever pour AMP VISUAL TV restera en mémoire comme exceptionnelle...

Exceptionnelle par la densité des prestations, et marquée, entre autres, par l'élection présidentielle, la finale de la Champions League de football, la Coupe du monde de football au Qatar ou par l'augmentation des programmes de divertissements en studios... Exceptionnelle, aussi, par une triple obligation : organiser l'intégration de l'activité reprise à EUROMEDIA FRANCE, accompagner l'augmentation du volume des activités et ne pas différer les nombreux chantiers d'amélioration de notre organisation. Nous avons remplacé un pour un tous les départs, créé 30 emplois supplémentaires pour relocaliser des compétences chez nos salariés permanents, fait évoluer une quarantaine de salariés internes, accueilli plus de 30 alternants, mis en place une politique de tutorat, formé plus de 100 salariés via MY TV SCHOOL... jamais l'entreprise n'a connu une telle dynamique.

La taille de l'entreprise a nécessité également d'adapter les instances de Direction. Stéphane Alessandri est devenu Directeur Général à mes côtés. Il conserve les projets de transformation de l'entreprise et les relations internationales inhérentes à ses nouvelles fonctions, et nous partagerons les fonctions de pilotage de l'entreprise me permettant de consacrer plus de temps, notamment à la stratégie, à la représentation externe et aux relations institutionnelles. Avec un modèle d'entreprise que nous voulons stabiliser en 2023, un projet stratégique que nous avons partagé avec sincérité et transparence à l'occasion de nos rencontres annuelles avec nos salariés, un parc technique modernisé et des effectifs renforcés, nous sommes plus que jamais prêts pour affronter cette année cruciale et imaginer les développements de demain.

... C'est aussi une année contrastée par les impacts de la crise énergétique et de l'inflation.

AMP VISUAL TV a pris ses responsabilités pour réduire autant que possible sa consommation d'énergie. Notre responsabilité sociétale nous l'impose, et ce de manière permanente. Nous avons établi un plan de sobriété énergétique. Il consiste en un ensemble d'actions à mener à différents niveaux (niveaux de température et gestion des éclairages des bureaux et des studios, extinction des équipements dès que possible, renouvellement des véhicules pour une mobilité moins carbonée, gestion des flux de données...). Ce plan, qui appelle à la responsabilité de chacun, a été communiqué à l'ensemble des salariés de l'entreprise.

L'inflation qui frappe la France touche l'ensemble de notre écosystème : clients, fournisseurs, salariés, intermittents... nous avons d'ailleurs dû affronter la gronde de ces derniers en accordant des revalorisations de salaires et de statut à certaines catégories d'intermittents, dont certains n'avaient pas été revalorisés depuis plusieurs années.

Pour nos salariés permanents, la Direction a proposé en 2022 un budget de 5.1% répartis en augmentation générale à hauteur de 2.1% et en augmentation individuelle à hauteur de 3% complétées d'une prime de partage de valeur. C'est un effort jamais vu dans l'entreprise, il représente une enveloppe budgétaire de plus de 2M€. Pour 2023, l'entreprise répondra à nouveau présente pour pallier à la forte inflation qui perdure.

Ces difficultés contextuelles ne doivent pas nous détourner de notre objectif premier : 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.

AMP VISUAL TV sera au rendez-vous des grands événements nationaux et internationaux, et notre démarche RSE est totalement intégrée à ces projets. Nous tenons un discours engageant et menons des actions fortes au sein de notre corporation et auprès de nos équipes.

On peut citer notamment l'essor de MY TV SCHOOL, notre école de formation interne créée en 2019, désormais certifiée QUALIOP1 (prestataire de formation externe), le développement du tri et de la valorisation de nos déchets notamment au sein de nos studios TV, le développement de notre politique environnementale, le développement des achats responsables en favorisant le made in France quand cela est possible, et la poursuite d'actions professionnelles solidaires comme la participation aux concerts de soutien à l'Ukraine, les Solidays au profit du Sidaction, les Restos du Cœur ou encore le soutien aux associations portées par nos salariés.

L'année à venir sera marqué par le rassemblement de nos salariés parisiens en un seul et unique nouveau site, à Gennevilliers, au sein duquel nous intégrons pleinement la notion de RSE : mobilier reconditionné, bornes de recharges électriques, espaces de bien-être pour les salariés, tri sélectif... Au total, l'entreprise compte 550 salariés permanents, répartis sur l'ensemble du territoire : Gennevilliers donc, mais aussi Paris, Lyon, Metz, Toulouse et Les Sables d'Olonne. Cet ancrage régional nous permet, depuis de nombreuses années déjà, de maintenir l'emploi sur les lieux de vie de nos salariés et de réduire notre empreinte carbone sur les tournages.

Les défis sont encore nombreux, mais c'est ensemble que nous les relèverons.

GILLES SALLÉ
Fondateur et Président

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 Président 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 **550 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**,
Création des **STUDIOS PARIS SUD** **2004**

2005 Reprise des **STUDIOS 107**

Création du **STUDIO GABRIEL** **2008**

2007 Fusion d'AMP & VISUAL TV
pour **AMP VISUAL TV**

Rachat de **SOFT BROADCAST** **2010**

Création de **WORLDLIX ALLIANCE** **2013**

2014 Création d'**IXI LIVE**

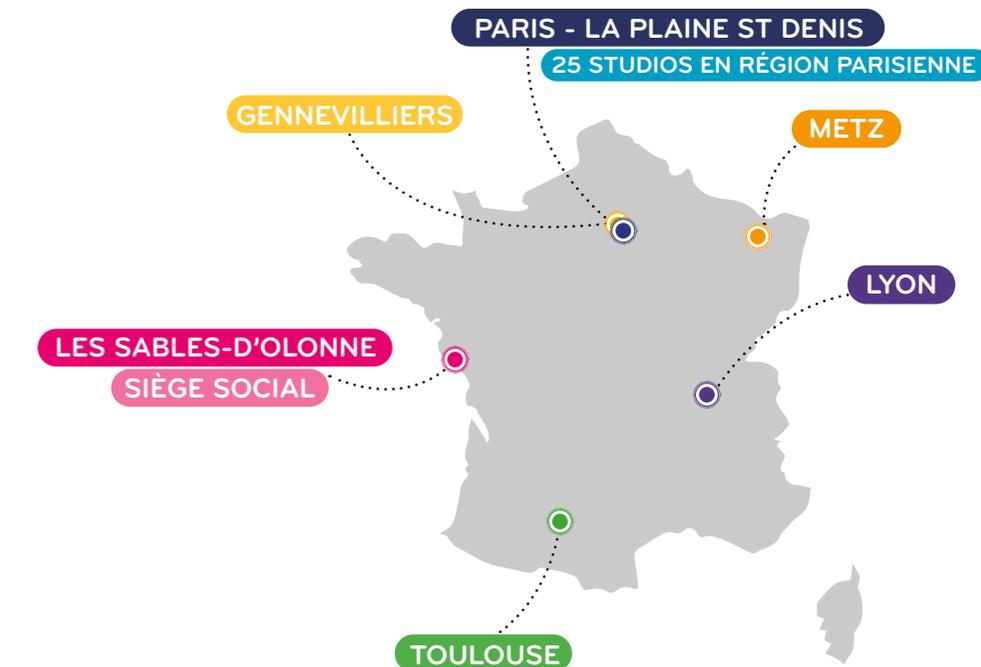
Rachat de l'**ACTIVITÉ PLATEAUX**
d'Euromédia France **2017**

Intégration des **STUDIOS PARIS SUD**
dans **AMP VISUAL TV**
& Prise de contrôle d'**IXI LIVE**

Reprise de l'**ACTIVITÉ VIDÉOMOBILE**
d'Euromédia France **2021**

2022 Nouveau Studio XR aux Studios du Lendit

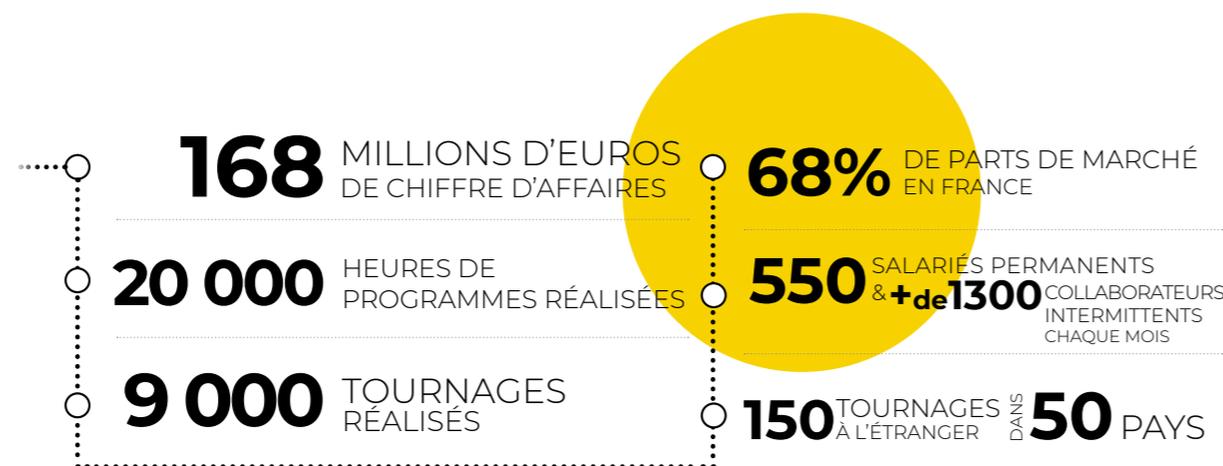
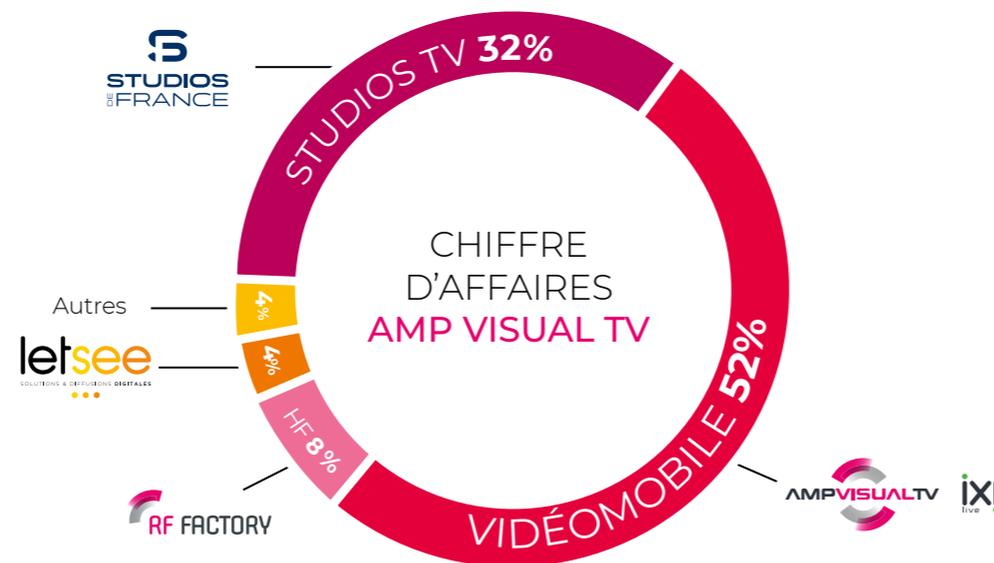
NOS IMPLANTATIONS EN FRANCE



solide

L'exercice 2022/2023 a été marqué par deux événements majeurs qui ont impactés positivement les activités de l'entreprise.

D'une part, c'était une année d'élections, présidentielle et législatives, de Coupe du monde de football au Qatar, de reprise de la Star Academy... Des tournages importants à gérer en plus des événements récurrents. D'autre part, suite à la reprise de l'activité vidéomobile d'Euromédia France, nous avons du intégrer un effectif conséquent et renforcer notre place de leader de la prestation technique audiovisuelle en France.



NOS ACTIVITÉS

ACTIVITÉ VIDÉOMOBILE



75,6 MILLIONS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES

11,76 MILLIONS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES

2 817 TOURNAGES PAR AN

2 045 PRESTATIONS SPORTIVES PAR AN

146 DONT À L'ÉTRANGER

PREMIUM

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



22 UNITÉS MOBILES

PRODUCTION SIMPLIFIÉE

Offre spécifique de vidéomobile pour des productions agiles à coûts maîtrisés



14 UNITÉS MOBILES

ACTIVITÉ HF



13,44 MILLIONS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES

800 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



53,76 MILLIONS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES

2 800 TOURNAGES PAR AN

75 ÉMISSIONS TOURNÉES (DU MAGAZINE AU PRIME)

5 DONT QUOTIDIENNES EN DIRECT

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



26 PLATEAUX DE 80 À 2000 M²
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** 👤👤👤
550 salariés permanents
+ de 1300 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** 🎥
26 plateaux 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.

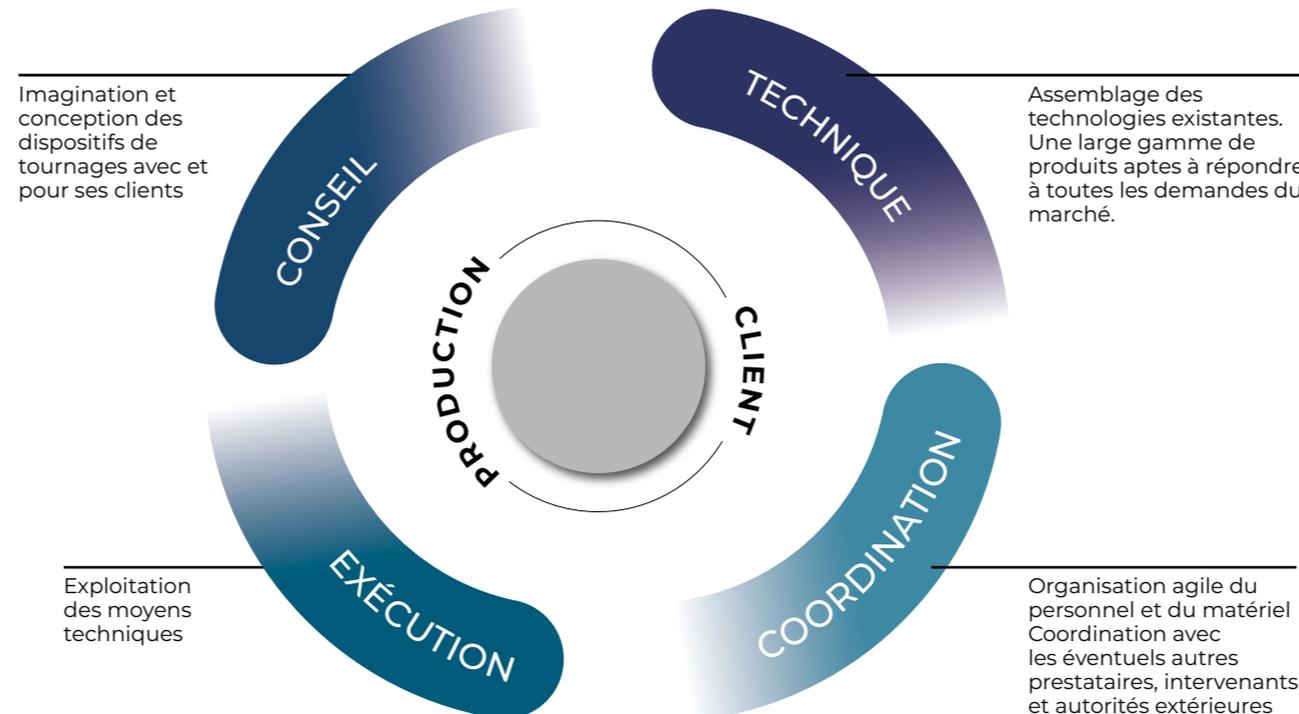
Imagination et conception des dispositifs de tournages avec et pour ses clients

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.

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

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



NOS CHIFFRES & ACTIONS

- Humain** 👤👤👤
24 millions d'euros de masse salariale
 Promotion du **bien-être au travail**
8 accords sociaux signés
 École de formation interne & externe **MY TV SCHOOL**
3 528 heures de formation réalisées
 Index égalité professionnelle H/F 2022 : **72/100**
- Économique** €
168 millions d'euros de chiffre d'affaires
23,5 millions d'euros d'EBE
68% 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** 🌐
154 fournisseurs locaux, dont 58 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



* Objectifs de développement durable

nos perspectives

LA 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 quinzaine à 3 acteurs majeurs.

Sur ces 3 acteurs :

- Après son échec sur le marché du football début 2021, MEDIAPRO a retiré ses moyens techniques et a liquidé sa filiale française en licenciant son personnel ;
- EUROMEDIA FRANCE nous a cédé son activité vidéomobile française fin 2021.

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

MAIS AUSSI 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 mondial en reprenant ENDEMOL...) ou européenne (Satisfaction la société d'Arthur, 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 tournées en direct ou dans les conditions du direct.

L'ÉMERGENCE DES GAFAN

L'émergence des GAFAN tels que 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 !

➔ **De ce fait, les canaux de diffusion se diversifient notablement (télévision traditionnelle mais aussi et de plus en plus Internet).**

UNE BIPOLARISATION DE LA DEMANDE

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. Ils concernent également nos studios TV traditionnels ;
- 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. Nous y répondons également avec les Smart studios que nous avons créés au cours de ces dernières années.

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 disrupteurs, 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 se développer avec succès de nouveaux créneaux d'activité, comme les captations d'événements de Haute Couture.

DES ÉVOLUTIONS TECHNOLOGIQUES

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

UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE PORTEUR MAIS EXIGEANT

Grâce, en particulier, à un niveau d'activité très supérieur aux prévisions sur l'ensemble de ses activités, l'exercice 2022/2023 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 & Millenium Signature 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, 30 alternants et 40 promotions internes.

Cette conjoncture favorable est également mise à profit pour optimiser notre organisation, en améliorant nos processus clefs et nos outils informatiques. Toutefois, les demandes des clients se font donc plus exigeantes, alors que la pression sur les prix demeure forte, du fait des efforts demandés à l'ensemble des acteurs du secteur par leurs clients respectifs (les diffuseurs aux producteurs, les producteurs aux prestataires, etc.).

notre stratégie

Lors d'un exercice qui s'annonce plus posé que les précédents, elle se décline en 3 axes substantiels, notre ambition n'étant pas de faire plus, mais de faire mieux, pour **fortifier un projet d'entreprise ambitieux et éprouver notre modèle opérationnel, économique et social dans un marché complexe** :

STABILISER

- **La taille de notre entreprise** et de ses infrastructures : elle est adéquate ;
- **Notre place sur le marché** : elle est incontournable ;
- **Notre offre de services** : elle est structurée et lisible. Nous voulons la faire mieux connaître à nos clients ;
- **Notre organisation** : elle a connu de profonds changements. Nous continuerons à la clarifier, pour que chaque personne et chaque service connaissent parfaitement sa place et ses missions ;
- **Notre socle humain** : revivifier le lien entre nous, redonner, quand cela est nécessaire le sens de nos missions et le goût de travailler pour soi et pour l'entreprise ;
- **Notre modèle économique** : nous veillerons à maintenir le complexe équilibre entre la hausse inflationniste des coûts, la pression sur les prix de vente et le maintien des marges. Mais la recherche permanente d'économies et la valorisation de nos prestations auprès de nos clients sont les leviers indispensables que nous actionnerons, afin de conserver la maîtrise de notre avenir.

CONSOLIDER

- **Nos évolutions structurelles** : elles concernent tout autant nos implantations (nouveau site de Gennevilliers), notre organisation opérationnelle (nouveau pôle Activités & Développement) que nous outils informatiques (Achats, Paie, dématérialisation...);
- **La relation client** : elle est basée sur une proximité historique, une confiance réciproque forte, le faire-savoir permanent de nos savoir-faire et de leurs évolutions... sans oublier l'obligation d'excellence de nos prestations ;
- **Le socle humain** : Il a été sollicité par la sortie de la crise sanitaire

(en terme de santé, mais aussi de socialisation et de remise en question personnelle et professionnelle), l'activité, soutenue pendant les périodes de confinement puis avec la reprise des activités vidéomobile d'EUROMEDIA FRANCE, et enfin le récent retour de l'inflation ;

➤ **Nos actions RSE** : depuis plusieurs années, elles sont parties intégrantes de notre stratégie, comme le prouvent les pages suivantes.

ANTICIPER

➤ **Une année 2024 qui s'annonce légendaire** (Jeux olympiques de Paris, Euro de football en Allemagne, CAN en Côte d'Ivoire, 80 ans du Débarquement de Normandie...) : notre organisation sera très fortement mobilisée ; nous devons nous préparer de notre mieux ;

➤ **La sécurisation des revenus** : nous sommes d'ores et déjà tournés vers :

- Le renouvellement des contrats Sport l'année prochaine ;
- L'éloignement géographique des grands événements internationaux à moyen terme (les Jeux Olympiques comme la Coupe du monde de football se dérouleront sur le continent américain) ;
- **Les attentes du marché** : elles évoluent donc profondément sur les modes de captation et les technologies utilisées. À nous de percevoir et d'accompagner ces tendances fondamentales ;
- **Le renouvellement naturel de nos équipes et de leurs compétences** : nous continuons à promouvoir fortement la promotion interne. L'ascenseur social fonctionne chez nous depuis 36 ans. Le rôle de MY TV SCHOOL, notre structure interne de formation, se renforcera continuellement, un accord GEPP sera prochainement signé pour structurer ces évolutions ;
- **Les opportunités de croissance** qui se présenteraient : en sachant les détecter, les étudier et les concrétiser si elles contribuent au développement et à la pérennité de l'entreprise. Et en mobilisant également les ressources opérationnelles et financières pour ce faire.



Réorganiser pour rester prestataire numéro 1

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.

Cette position nouvelle a de nombreux avantages (consolidation de notre flotte de cars-régie, optimisation de nos coûts logistiques et locatifs) et nous a permis d'intégrer 130 nouveaux collaborateurs de grande qualité, faisant passer l'entreprise durant l'exercice 2022/2023, de 300 à 430 salariés. De plus, pour répondre à l'activité et à nos nombreux investissements techniques, nous avons recruté une centaine de personnes portant l'effectif global en fin d'exercice à 550 collaborateurs. La reprise de l'activité vidéomobile d'EUROMEDIA FRANCE a renforcé avec succès notre place de leader sur le marché audiovisuel français.



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 permanents et le recrutement de 100 nouveaux collaborateurs**



L'investissement dans 3 cars-régie de nouvelle génération



“ Proximité, solidarité, confiance et responsabilité doivent être nos maîtres mots. Avec la reprise de l'activité vidéomobile d'EUROMEDIA FRANCE, AMP VISUAL TV a renforcé avec succès sa place de leader de la prestation technique audiovisuelle en France. Il faut néanmoins rester vigilant et ceci nous engage dans des responsabilités inédites. Le succès de notre société est avant tout collectif. Il revient depuis toujours autant aux équipes qu'au management. Nous nous attachons à ce que chaque salarié soit connu et reconnu, tant en interne qu'en externe, et que leur quotidien fasse sens. Cela renforce leurs motivations. A titre d'exemple, cette année, notre politique de promotion interne a bénéficié à plus d'une quarantaine de salariés et nous maintenons un niveau élevé de recrutement de jeunes stagiaires et alternants. ”

Gilles Sallé, Président et fondateur d'AMP VISUAL TV

Afin d'assurer la réussite de ce projet, nous avons revu l'organigramme de Direction de l'entreprise en intégrant les nouveaux collaborateurs. Puis nous avons redéfini le haut management, avec deux actions fortes en sus du Comité stratégique qui lui ne change pas :

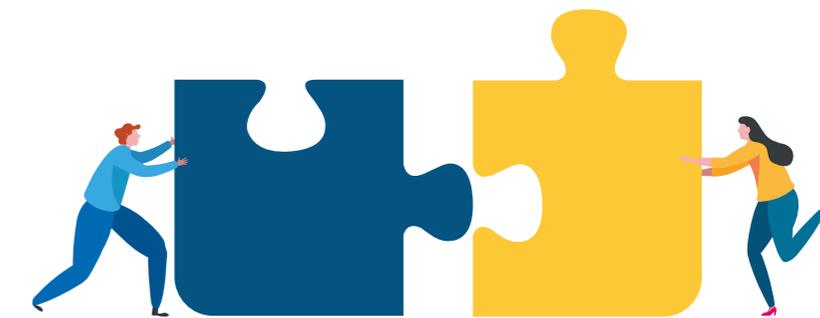
- > La nomination de Stéphane Alessandri au poste de Directeur Général, en soutien à Gilles Sallé qui reste Président exécutif ;
- > L'élargissement des membres des comités directionnels, avec un maintien du Comité de Direction et la création d'un Comité d'Exploitation. Ces deux comités sont distincts mais liés.

Désormais l'entreprise est structurée en interne pour que chaque service soit totalement opérationnel sur son activité, et puisse se référer à une instance de pilotage en lien avec cette activité.



“ Je remercie Gilles Sallé pour sa confiance et je mesure l'honneur qui m'est fait de contribuer au développement d'un acteur de premier plan de l'industrie audiovisuelle française et internationale. Je sais pouvoir compter sur l'expertise et l'engagement des équipes pour continuer à guider l'entreprise vers ses futures réussites et honorer la confiance de ses clients. ”

Stéphane Alessandri, Directeur Général

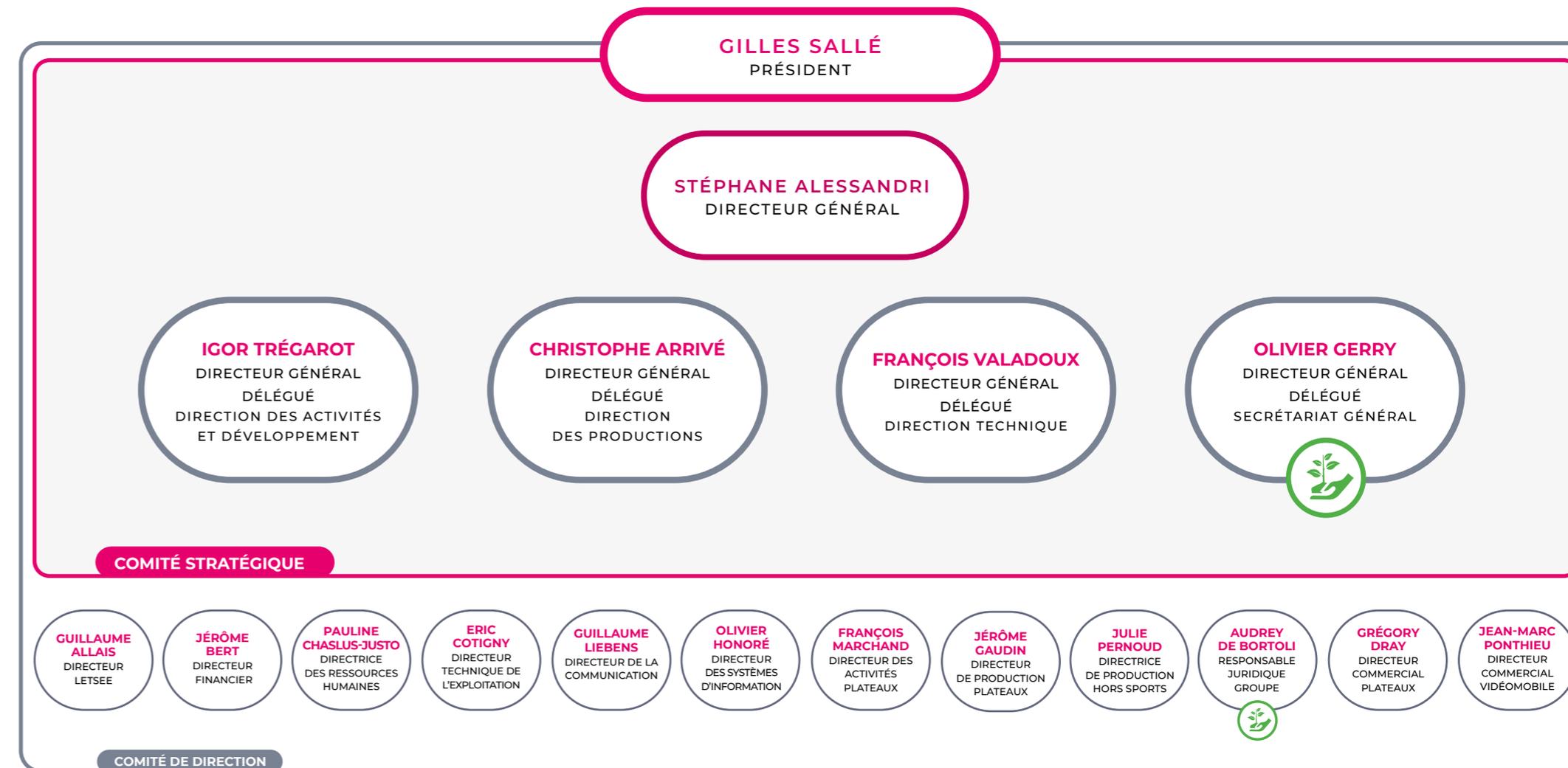


notre organisation

UNE ORGANISATION DANS LAQUELLE SALARIÉS ET CLIENTS SONT CONNUS ET RECONNUS

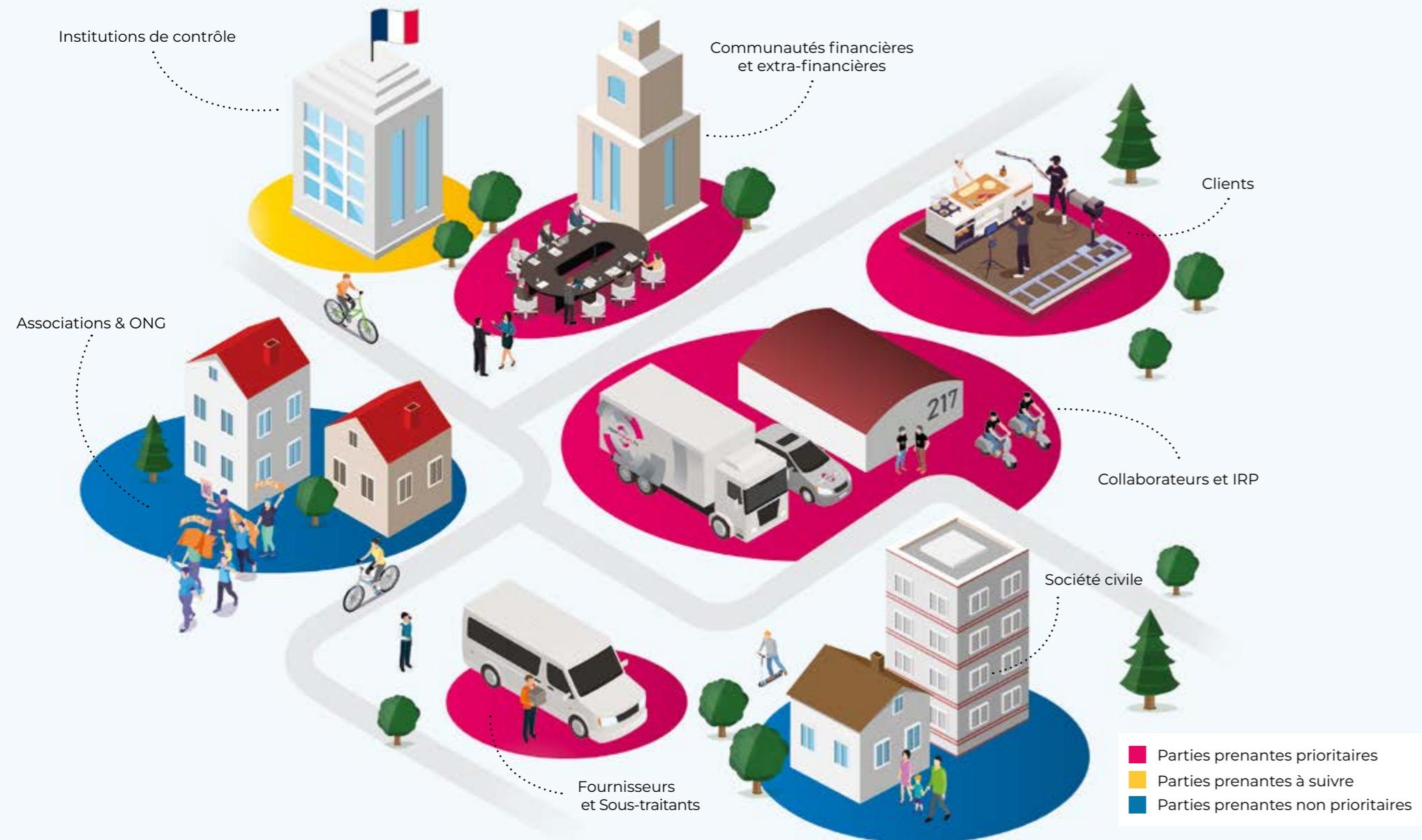
L'entreprise est organisée en entités opérationnelles, un fonctionnement qui permet **aux salariés d'être proches des clients**, et **aux managers d'être proches des salariés**. Avec l'instauration des nouveaux comités, la hiérarchie est identifiée, accessible, et les collaborateurs agissent en autonomie. 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**.



INITIÉE DEPUIS 7 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>■ Clients (Producteurs, Diffuseurs, Organiseurs 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"> Conseils aux clients Proximité de nos équipes avec des interlocuteurs dédiés Rapport de production Sites web dédiés Plaquettes institutionnelles Réseaux sociaux : LinkedIn, Twitter, Instagram, Facebook Organisation d'événements annuels Réponse aux questionnaires de notation extra-financière de nos clients
<p>■ Collaborateurs et Instances Représentatives du Personnel (IRP)</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"> Dialogue social avec les partenaires sociaux Entretiens annuels et entretiens professionnels Communication interne : Intranet, écrans d'information, Master Pitch, journaux internes Organisation d'événement
<p>■ Communautés financières et extra-financières : (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"> Assemblées générales des actionnaires Présentations dédiées aux investisseurs, notes trimestrielles, rapports annuels et semestriels Communication régulière et transparente avec nos assureurs et nos experts comptables Rencontres avec les analystes financiers Communication régulière avec nos avocats et nos banques pour anticiper les difficultés Communication régulière avec nos actionnaires sur les perspectives de l'entreprise
<p>■ Société civile</p>	<ul style="list-style-type: none"> Partenariats avec le Réseau Entreprendre Vendée et adhésion au club des Entreprises de Tailles Intermédiaire (ETI Pays de la Loire). Adhésion à des syndicats professionnels (FICAM)
<p>■ Fournisseurs et Sous-traitants</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"> Charte d'achats responsables Suivi régulier des sous-traitants Dialogue régulier avec les fournisseurs et sous-traitants
<p>■ Associations et ONG</p>	<ul style="list-style-type: none"> Implication des salariés dans des actions associatives lors des journées et des congés solidaires (Solidays) Démarche de mécénat, soutenant principalement des actions associatives et culturelles locales Adhésions à des organismes porteurs de valeurs (OTA, ECOPROD, UN Global Compact etc.)
<p>■ Administrations et Institutions de contrôle</p>	<ul style="list-style-type: none"> Dialogue ouvert et constructif avec la branche inspection du travail de la DIREECTE Contrôle de la sincérité de la DPEF par un OTI Contrôle des CAC Intensification du dialogue avec la sphère étatique, afin de mieux connaître l'entreprise, son utilité et ses besoins.

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
SOCIAL	Dialogue social	La dégradation de la communication entre parties prenantes internes	Maintenir un dialogue social de qualité avec les instances professionnelles, illustré par : > Le nombre d'accords signés avec les instances
	Bien-être au travail	L'apparition de risques psychosociaux liés aux conditions de travail	Agir sur le bien-être et la motivation des collaborateurs, illustré par : > Le nombre de journées d'absence
	Formation	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 : > Le nombre d'heures de formation réalisées
	Santé et Sécurité	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 : > Le taux de fréquence et de gravité des accidents du travail
	Égalité des traitements	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 : > L'index égalité professionnelle H/F > Le nombre de bénéficiaires RQTH
ENVIRONNEMENTAL	Consommations énergétiques	Le gaspillage énergétique ou cas de pollutions via l'utilisation de ressources fortement émettrices de GAS	Optimiser les consommations énergétiques, traduit par : > La consommation électrique des sites > La consommation de carburant de la flotte de véhicules
	Déchets	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 : > La quantité de déchets piles > La quantité de déchets tout venant
	Émissions de CO2	La contribution au réchauffement climatique	Limiter les rejets en CO2 du Groupe, illustré par : > Le calcul des émissions de CO2 (scope 1, 2, 3)
SOCIÉTAL	Éthique des affaires	L'implication au sein de pratiques déloyales ou de comportements immoraux	Garantir la loyauté des pratiques, traduit par : > Le nombre de documents éthiques
	Implication territoriale	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 : > Le nombre de sociétés fournisseurs locales
	Promotion des valeurs RSE	La dégradation de l'image de l'entreprise	Développer son image d'entreprise responsable, traduit par : > Le nombre d'actions de promotion

notre démarche RSE

Pour la huitième 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, s'agissant du volet social, sur **le dialogue social** par la négociation d'un nouvel accord sur le temps de travail ainsi que sur **l'égalité de traitement** par la mise en place d'une politique de lutte contre le harcèlement et une politique **en faveur du handicap**. **Concernant le volet environnemental, nous avons mis l'accent sur le tri des déchets à la source** et sur **la sobriété énergétique**. En effet, nous avons mis en place **le tri des déchets à la source** sur plusieurs de nos sites et poursuivons cette mise en place sur l'ensemble de nos sites de province ainsi que sur nos plateaux. Nous avons défini un **plan de sobriété énergétique** et œuvrons avec nos bailleurs pour conjuguer nos efforts et actions en faveur de la sobriété énergétique sur nos plateaux.

AMBITIONS 2023

Pour le prochain exercice, nous souhaitons finaliser 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, et nous permettre de structurer **notre stratégie RSE** puis de déployer notre **feuille de route**. Nous travaillons également activement au choix d'un outil de calcul bilan carbone. 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 ICADÉ 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.

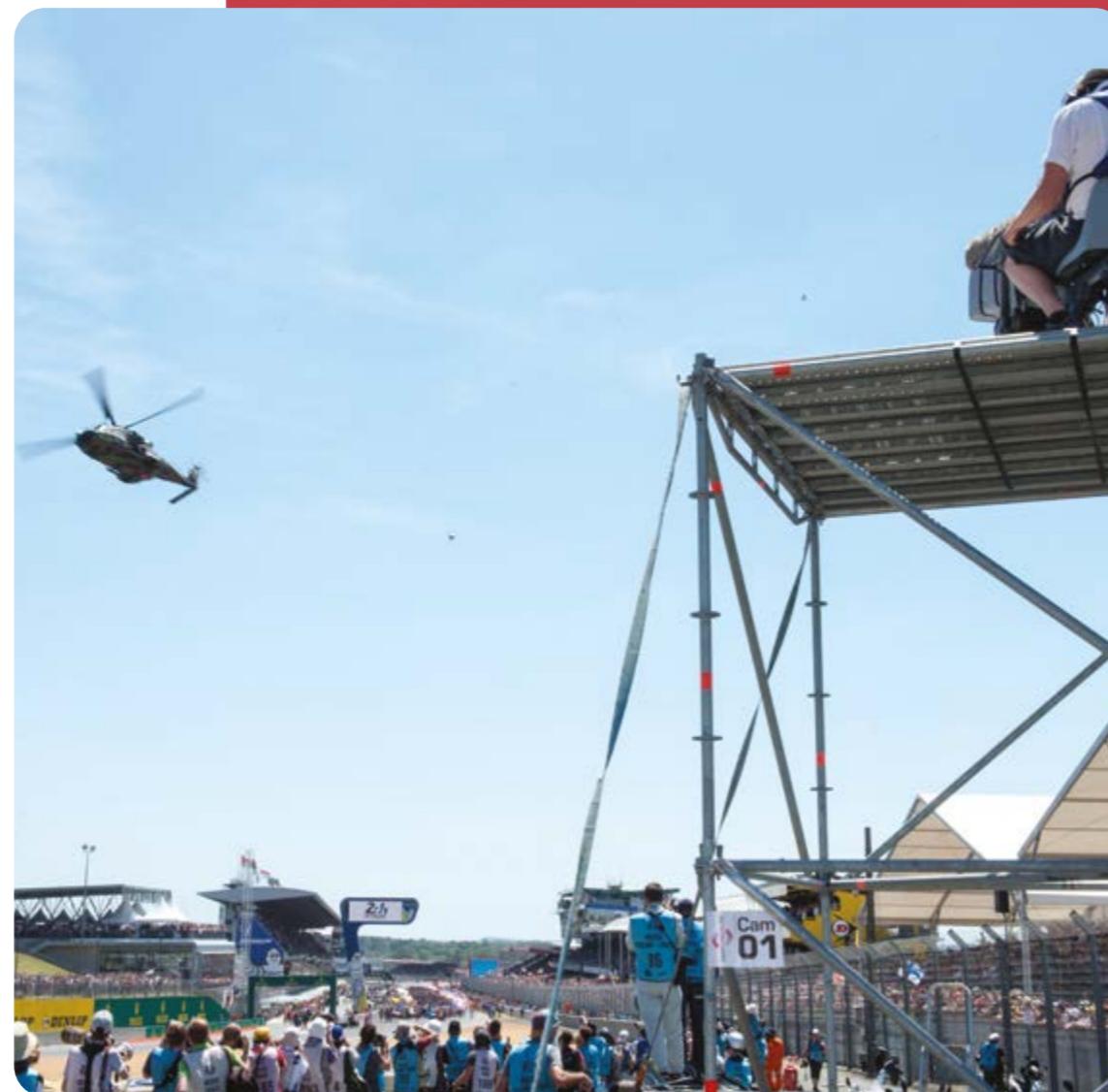


nos engagements sociaux

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.

-  LE DIALOGUE SOCIAL
-  LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL
-  LA FORMATION
-  LA SANTÉ & LA SÉCURITÉ
-  L'ÉGALITÉ DES TRAITEMENTS



le dialogue social

OBJECTIF : FAVORISER LES RELATIONS SOCIALES DE QUALITÉ

Pour l'entreprise, il est essentiel que les relations professionnelles se déroulent dans un état d'esprit attentif constructif et respectueux de chacun.

Notre dialogue social est nourri quotidiennement par une communication interne régulière. Nous informons en continu nos collaborateurs sur l'actualité de l'entreprise en s'appuyant sur plusieurs outils de communication :

- > Un réseau social interne sur la plateforme YAMMER ;
- > Un journal interne trimestriel papier adressé au domicile des collaborateurs : Le MAG créé en 2017 ;
- > Des échanges de mails réguliers et nourris entre les partenaires sociaux, la direction et les salariés ; avec par exemple la mise en place de FAQ en fonction de l'actualité permettant aux salariés de poser directement leurs questions ;
- > Des affichages dynamiques présents dans nos locaux.

Mis en place en 2019, le Comité Social et Économique (CSE) rassemble désormais les représentants élus du personnel dans l'entreprise en fusionnant l'ensemble de leurs instances représentatives : délégués du personnel, comité d'entreprise et comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT). Par ces missions de veille, d'écoute et de partage, il exprime les demandes collectives et assure la prise en compte des intérêts des collaborateurs dans les décisions organisationnelles, économiques, juridiques et techniques.

FAITS MARQUANTS

Au cours de l'année 2022, nous avons mis en place les actions menant à la signature de l'accord temps de travail caractérisé par :

- > L'unification des 3 régimes de temps de travail (ATLANTIC MEDIA, STUDIOS DE FRANCE et IXI LIVE), accompagné par la mise en place d'une FAQ dédiée pour que les salariés puissent poser l'ensemble de leurs questions sur l'accord ;
- > Une meilleure reconnaissance de la pénibilité du travail ;
- > Une semaine de travail en moins pour les salariés de l'exploitation issus d'ATLANTIC MEDIA (1735h au lieu de 1789h précédemment), et au maintien pour les autres salariés, du temps de travail préexistant ;
- > Enfin 1 jour de repos supplémentaire pour les salariés exploitants d'ATLANTIC MEDIA (13 RTT au lieu de 12 RTT précédemment).

Nous avons par ailleurs intégré la société IXI LIVE au sein de l'UES Broadcast Services et signé en tout huit accords collectifs.

AMBITIONS 2023

Notre ambition pour l'année 2023 est de mener des négociations sur le projet d'un accord sur le télétravail et la mobilité.

INDICATEUR CLÉ

RELATIONS SOCIALES

8 accords sociaux signés

+33,33% vs 2021

INDICATEUR DE SUIVI

RELATIONS SOCIALES

15 réunions du CSE dont 4 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 sa performance globale et durable. 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 rétribution globale et compétitive**.

L'entreprise contribue au régime de mutuelle obligatoire des collaborateurs, à hauteur de 50% pour les cadres et 70% pour les non cadres.

Elle a mis en place une grille des salaires pour les fonctions d'exploitation, afin que les salariés puissent avoir une vision claire des rémunérations dans l'entreprise. Elle a attribué un budget de 5,1% d'augmentation au total, dont 2,1% d'augmentation générale. Elle a augmenté la valeur des tickets restaurants à 10 €.

La démarche de dématérialisation des bulletins de salaires, des tickets restaurants et des contrats de travail permet aux collaborateurs d'accéder plus rapidement à leurs informations, où qu'ils soient.

Nous favorisons **l'articulation entre la vie professionnelle et personnelle** en proposant une organisation flexible du travail et une souplesse d'organisation possible en concertation avec le management. Pour les fonctions terrains, le nouvel accord temps de travail inclut de nouvelles dispositions encadrant la pénibilité. Des possibilités de télétravail sont ouvertes aux collaborateurs quand l'organisation du travail le permet.

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 et propose des chèques vacances, des chèques de Noël, de naissance, de mariage, de départ à la retraite, des cartes cadeaux ainsi que des ventes privées telles que des ventes de produits cosmétiques et de chocolats.

Désormais, tous les salariés peuvent retrouver les offres et les actions du CSE sur un site internet dédié.



“

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 « dépote » encore plus qu'avant !

”

Anonyme, Production

INDICATEUR CLÉ

BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Pour l'UES

5 962 journées d'absence

+41% vs 2021

+23% vs 2020

Pour ATLANTIC MEDIA

761 jours d'absences pour donner suite à un accident du travail ou de trajet

4 660 jours d'absences pour maladie

Pour STUDIOS DE FRANCE

94 jours d'absences pour donner suite à un accident du travail ou de trajet

437 jours d'absences pour maladie

FAITS MARQUANTS

Pour l'année 2022, nous avons consenti un réel effort pour **accentuer le bien-être au travail** au sein de l'entreprise au travers de différentes actions. En effet, durant cet exercice, **une prime exceptionnelle a été attribuée aux fonctions dites « supports »** pour un budget global d'environ 270 000 euros, en reconnaissance du travail fourni à la suite de l'intégration de l'activité Vidéomobile France de l'entreprise EUROMEDIA FRANCE en novembre 2021.

Nous avons opéré **un rapprochement des équipes** d'ATLANTIC MEDIA et d'IXI LIVE présentes sur les sites toulousains sur **un site unique**, toujours à Toulouse, **bien plus moderne, fonctionnel et confortable** que les précédents.

Le regroupement des équipes d'exploitation au sein d'ATLANTIC MEDIA, et de gestion des plateaux au sein de STUDIOS DE FRANCE, via l'acquisition par ATLANTIC MEDIA, de la branche d'activité « d'exploitation technique vidéomobile » de STUDIOS DE FRANCE et de la mise en location gérance par ATLANTIC MEDIA, de l'activité « d'exploitation de plateaux » au profit de STUDIOS DE FRANCE **ont**

permis de simplifier nos process et de les rendre plus lisible, et de simplifier le quotidien de nos collaborateurs par exemple en :

- > Limitant les flux de refacturation croisées (interco) ce qui permettra de travailler sur une automatisation de ces flux ;
- > En facilitant le suivi de l'activité et les bilans comptables, en simplifiant la gestion de trésorerie ;
- > En simplifiant la gestion des frais, pour les salariés et les personnes en charge de leur validation.

La société IXI LIVE **a été intégrée au sein de l'UES Broadcast Services** par un accord du 16 juin 2022. Dès lors, les salariés d'IXI LIVE ont accès aux prestations proposées par le CSE (chèques vacances, cartes cadeaux...), au régime « frais de santé » applicable aux salariés de l'UES, à l'accord temps de travail de l'UES, à la participation etc.

En parallèle, l'entreprise a poursuivi son effort de formation en continuant à mener **un programme de formation interne dynamique**, grâce à des salariés formateurs occasionnels qui ont été formés à cet effet.

AMBITIONS 2023

Le prochain exercice sera principalement dédié **au regroupement des équipes parisiennes des sites de Gennevilliers et de Saint Denis**, hors équipes dédiées à la gestion et l'exploitation des plateaux, sur un site unique, spacieux, entièrement réhabilité, à proximité de l'ancien site de Gennevilliers et de la même station de transport en commun. Ceci aura pour avantage de **faciliter les échanges entre collaborateurs en regroupant des équipes** jusqu'alors dispersées sur un même site. Un travail sur **l'ergonomie des caisses de transport « fly case »** volumineuses va être mené afin de faciliter leur transport et ainsi limiter le risque d'accident.

INDICATEURS DE SUIVI

BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

685 abonnés sur YAMMER

+21% vs 2021

445 993 euros de contribution patronale

+54,4% vs 2021

➔ 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 termes de montée des compétences dans l'entreprise.



« Il nous tient à cœur de former au mieux nos équipes et les rendre opérationnelles rapidement dans une optique de satisfaction maximale de nos clients. Notre Ecole Interne MY TV SCHOOL nous permet de répondre à nos exigences. »

Marie Lhomer, Responsable développement RH

FAITS MARQUANTS

L'obtention du numéro de déclaration d'activité en mai 2021 pour MY TV SCHOOL nous a permis de mettre en place, en 2022, un module sur-mesure de deux jours de formation sur la Haute Fréquence pour l'ANFR dispensé par l'un de nos formateurs internes, à 10 stagiaires. Nous avons obtenu la certification QUALIOP1 le 17 février 2023 ce qui nous donne désormais la possibilité d'ouvrir nos formations à l'externe pour former par exemple les intermittents du spectacle, que nous embauchons régulièrement sur nos prestations. Une possibilité de leur apporter les compétences techniques métiers nécessaires à l'exploitation de nos matériels en régies fixes ou mobiles et à l'exercice de leurs missions. De la même façon, nous pourrions former à nouveau les collaborateurs d'entreprise partenaires.

AMBITIONS 2023

Sur le prochain exercice, nous allons poursuivre notre démarche d'identification des formateurs internes MY TV SCHOOL en leur apportant les compétences nécessaires via des sessions de formation de formateurs. Nous poursuivrons le recensement des besoins en formation et l'enrichissement du catalogue de formation existant. Nous poursuivons notre objectif de formation de nos collaborateurs internes par le biais de notre MY TV SCHOOL, en intégrant plus de process et de qualité dans nos formations suite à notre certification QUALIOP1.

INDICATEUR CLÉ

FORMATION

Pour l'UES :

3 528 heures de formations réalisées

+16% vs 2021

INDICATEURS DE SUIVI

FORMATION

282 salariés formés

+2% vs 2021

92 615 € de budget formation

-20% vs 2021

78 sessions de formation réalisées en interne

155 sessions de formations externes compétences technique métiers (71 sessions) et en compétences transverses dont la langue anglaise (84 sessions).

contribution aux odd



la santé & la sécurité

OBJECTIF : AGIR SUR LES CONDITIONS DE TRAVAIL

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.

Notre département RH et nos référents sécurité animent **une démarche de prévention** au sein d'ATLANTIC MEDIA. Elle a pour enjeu 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.

FAITS MARQUANTS

Comme annoncé dans les ambitions N+1 de notre dernière Déclaration de Performance Extra Financière, nous avons réalisé un audit afin de mettre à jour notre document unique d'évaluation des risques professionnels.

Nous avons également mis en place des plans de préventions dans le cadre de la coactivité avec les sous-traitants et prestataires.

Leur rôle est de sensibiliser tous les salariés à la sécurité dans l'entreprise. En effet, la prévention des risques professionnels exige la prise de conscience par chacun des dangers et risques d'exposition liés à notre activité.

Nous formons également chaque année nos collaborateurs en matière de santé et sécurité. Nous les sensibilisons sur diverses thématiques comme les gestes de premiers secours, les CACES ou habilitations diverses (travail en hauteur, habilitation électrique...)

Nous rappelons qu'il n'est pas nécessaire que nos procédures relatives à la santé et sécurité soient traduites dans la mesure où tous nos collaborateurs parlent français et que notre activité est majoritairement exercée en France.

AMBITIONS 2023

Au cours du prochain exercice, sur la base de l'audit réalisé, nous allons mettre à jour le document unique d'évaluation des risques professionnels (« DUERP ») avec l'aide d'un prestataire spécialisé CDS. Nous allons également mettre en place le PAPRI Pact et inclure dans le DUERP les risques non identifiés jusqu'alors.

Nous avons également pour ambition d'intégrer à notre programme de formation des formations gestes et postures.

INDICATEURS CLÉS

ACCIDENTS DE TRAVAIL

Pour ATLANTIC MEDIA :

Taux de fréquence : 11.18

+24% vs 2021

Taux de gravité : 0.50

+63% vs 2021

Pour STUDIOS DE FRANCE :

Taux de fréquence : 19.53

-2% vs 2021

Taux de gravité : 0.91

+194% vs 2022

INDICATEURS DE SUIVI

Sécurité :

+22% d'accidents de travail vs 2021

0 maladie professionnelle

Formation sécurité : 47 salariés formés

Montant des dépenses de formation

à la sécurité : **15 435€**

contribution aux odd



l'égalité des traitements



OBJECTIF : FAVORISER L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE HOMMES/FEMMES

Source de cohésion sociale et d'enrichissement collectif, nous sommes convaincus que l'égalité hommes/femmes est un atout majeur pour la pérennité et la performance de l'entreprise. Naturellement, nous ne faisons pas de distinction en matière de mobilité interne, de recrutement, d'accès à la formation, de promotion 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 **2 référents harcèlement sexuel**, en complément du référent nommé par le CSE. 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 ces risques spécifiques. Un membre de la direction générale a également été formé sur ce sujet afin de s'en faire le relais auprès de celle-ci.

FAITS MARQUANTS

Dans le prolongement de la lutte contre le harcèlement sexuel, cette année, l'entreprise a mis en place une politique de lutte contre le harcèlement et les agissements sexistes au travail et a édité un guide pédagogique afin d'aider chaque collaborateur dans la compréhension de ces agissements et dans la démarche à suivre en tant que victime ou témoin.

AMBITIONS 2023

Pour le prochain exercice, pour renforcer notre politique de lutte contre le harcèlement et les agissements sexistes, nous déploierons sur l'ensemble de nos sites, à Paris et en Province, des studios et des cars régie, une campagne d'affichage de sensibilisation contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes au travail.

Dans le cadre de nos actions en faveur de l'inclusion et la non-discrimination à l'embauche, nous allons collaborer avec

En effet, l'entreprise a à cœur de prévenir ces comportements, et le cas échéant d'offrir le meilleur accompagnement possible aux victimes ou témoins de harcèlement. Les référents harcèlement sexuel ont tous bénéficié d'une formation afin qu'ils puissent remplir ce rôle.

Nous avons également signé en 2020 un accord qui renforce notre engagement en faveur de l'égalité hommes/femmes 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.

« classe Alpha », un programme inclusif d'insertion aux métiers de l'audiovisuel et des médias numériques afin de procéder à des recrutements par ce biais. Aussi, nous envisageons prochainement inclure, pour la souligner, une mention sur la diversité dans nos offres d'emploi, et d'envoyer systématiquement nos offres d'emploi technique à la classe Alpha.

Pour les mesures de correction suite à la publication de l'index égalité hommes/femmes, nous mettrons en place une enveloppe d'augmentations individuelles de 0,5% de la masse salariale permanents (salaires de base) dont au moins la moitié seront consacrés à la correction des déséquilibres hommes/femmes. Les mesures relatives à l'accompagnement de l'évolution de l'organisation de l'entreprise seront appliquées selon des échéances différenciées au regard des évolutions prévues. En parallèle, nous allons fixer des objectifs de progression pour chacun des indicateurs pour lesquels nous n'avons pas atteint 100%.

INDICATEUR CLÉ

ÉGALITÉ H/F

Pour l'année 2022, le Groupe affiche un index égalité professionnelle de **72 points sur 100.**

-16,28% vs 2021

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
37/40

Écarts de taux d'augmentation
05/20

Écarts de taux de promotion
15/15

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

Sous représentation des plus hautes rémunérations
0/10

INDICATEURS DE SUIVI

ÉGALITÉ H/F

22% de femmes dans l'entreprise

121 femmes ont été formées en externe

+19% vs 2021

OBJECTIF : INTÉGRER LES TRAVAILLEURS EN SITUATION D'HANDICAP

Depuis la création d'AMP VISUAL TV, nous menons **une politique globale de non-discrimination et de diversité.** Nous favorisons l'intégration et le recrutement des personnes en situation de handicap.

En 2019, nous avons établi un premier diagnostic, désigné **une référente Handicap** et mis en place un Comité de pilotage.

Depuis lors, la politique handicap initiée dans l'entreprise poursuit son déploiement et une dizaine de collaborateurs se sont déjà fait connaître pour pouvoir bénéficier d'aménagements ou d'accompagnements spécifiques.

Cette politique semble porter ses fruits puisqu'en 2022, nous constatons **une augmentation du nombre de bénéficiaires Reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé (dit «RQTH»).** On constate malgré tout **une hausse du montant versé pour la contribution AGEFIPH** liée à l'augmentation de l'effectif suite à l'intégration de la société EUROMEDIA FRANCE en 2021.



FAITS MARQUANTS

Cette année, notre politique a aussi été traduite par l'accueil d'un stagiaire autiste Asperger, qui a pu effectuer chez AMP VISUAL TV une période de quatre semaines grâce à l'implication de tous.

Enfin, nous avons participé au forum annuel "Emploi & Handicap" organisé par Audience. Notre objectif est de permettre une meilleure intégration des personnes concernées. Il demeure indéniable que, par peur ou méconnaissance de ses droits, elles hésitent à en parler et faire reconnaître leur situation.

AMBITIONS 2023

Pour le prochain exercice, nous allons poursuivre l'accompagnement des personnes en situation de handicap en vue de la Reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé, et les accompagner en relation étroite avec la médecine du travail, dès lors que des aménagements de poste sont nécessaires. Nous souhaitons ajouter une mention sur l'inclusion et la diversité, y compris au regard du handicap, dans toutes nos offres d'emploi. Nous participerons à au moins un salon de recrutement dédié à ce public. Enfin, dans le cadre d'un partenariat avec une association, nous souhaitons accueillir au moins une personne en situation de handicap pour lui faire découvrir nos métiers, et poursuivre notre démarche de sensibilisation au sein de l'entreprise.

INDICATEUR CLÉ

HANDICAP

Pour ATLANTIC MÉDIA :

13,14 bénéficiaires RQTH

+46% vs 2021

Pour STUDIOS DE FRANCE :

1,55 bénéficiaire RQTH

+55% vs 2021

INDICATEUR DE SUIVI

HANDICAP

Pour ATLANTIC MÉDIA :

132 359 Euros de contribution AGEFIPH

+45,6% vs 2021

Pour STUDIOS DE FRANCE :

2 835 Euros de contribution AGEFIPH

OBJECTIF : AGIR POUR L'INSERTION DES JEUNES

Depuis de nombreuses années déjà, nous menons une politique très active en matière d'embauche, d'accueil ainsi que de suivi des alternants et des stagiaires. Ceci en relation étroite et historique avec les établissements d'enseignement de notre secteur. Mais aussi avec les communes sur les territoires desquelles nous sommes présents.

Nous donnons une opportunité unique, du fait du positionnement de l'entreprise sur ses marchés, aux jeunes de moins 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 nos stagiaires et alternants de la meilleure façon possible, en les associant à des salariés expérimentés. Totalement 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'EMPLOYABILITE** » : accompagner la professionnalisation et l'insertion des jeunes en mettant en valeur l'intérêt de leur profil pour les employeurs ;
- > « **LE RECRUTEMENT** » : promouvoir les métiers de notre société et de 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.

Marie Lhomer, Responsable développement RH

FAITS MARQUANTS

En 2022, les aides exceptionnelles à l'embauche ont contribué à augmenter significativement le nombre de jeunes en alternance (en professionnalisation et en apprentissage). Nous tenons absolument à transmettre nos valeurs, la passion de nos métiers à cette population à la recherche de savoir-faire et savoir-être. Une quinzaine de tuteurs ont été formés à l'exercice pour accompagner ces jeunes dans la compréhension de nos métiers, afin de leur donner toutes les chances de mener une carrière professionnelle aussi intéressante qu'enrichissante.

Nous avons organisé une journée d'intégration, en septembre 2022, pour accueillir les nouveaux alternants dans l'entreprise, avec la

participation de la Direction générale. Une journée d'intégration pour les nouveaux embauchés a également été mise en place en janvier 2023.

12 salariés issus de l'alternance ont été recrutés sur l'exercice (9 CDI et 3 CDD).

AMBITIONS 2023

Sur le prochain exercice, l'intégration de jeunes alternants dans nos équipes constituera toujours l'une de nos priorités. Leur effectif sera proche de 40 personnes.

INDICATEURS DE SUIVI

RECRUTEMENT

Pour ATLANTIC MEDIA :

64 stagiaires

+137% vs 2021

104 permanents de – 25 ans

+76% vs 2021

ALTERNANCE

Pour l'UES

36 Alternants

+44% vs 2021

dont 32 contrats d'apprentissage

+53% vs 2021

➔ contribution aux odd



FAIT MARQUANT 2022-2023

recruter et former la nouvelle génération



Nous avons fait un gros travail de rapprochement avec les écoles pour identifier les stagiaires et les alternants. Ce ne sont pas des personnes que l'on peut considérer comme directement opérationnelles, leur accompagnement nous demande du temps, mais cela permet de les former avec nos méthodes

Pauline Chaslus-Justo, Directrice des Ressources Humaines

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.

L'entreprise en profite pour promouvoir son attractivité – en management, on appelle cela la « marque employeur » - en améliorant les conditions d'accueil et de travail. Par exemple, à l'automne, tous les nouveaux alternants ont été conviés à une journée d'intégration au cours de laquelle la Direction de l'entreprise a présenté la société et ses valeurs, avec des visites de nos installations techniques l'après-midi. Cette journée a été suivie par un moment convivial de Futsal quelques jours après.

La politique volontariste de stages et d'alternances est aussi un pari sur l'avenir. Tous ne sont pas recrutés à l'issue de leurs stages, mais il n'est pas rare de les retrouver quelques mois ou années plus tard.

Ainsi, nous avons pu identifier et recruter des talents parmi les alternants dont les contrats arrivaient à échéance.



nos engagements environnementaux

Notre secteur d'activité est source de pollution. 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. En concentrant notre activité plateaux au Parc des Portes de Paris, **certifié ISO 14 001**, nous nous inscrivons dans une stratégie 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. Hormis pour deux de nos studios parisiens « Rive Gauche » et le « Lendit », nous consommons de **l'électricité verte** issue de sources renouvelables hydrauliques d'origine européenne **sur l'ensemble de nos sites**. Ceci 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.

FAITS MARQUANTS

Notre consommation d'électricité a augmenté cette année en raison d'une très forte activité de prestations audiovisuelles réalisées sur nos plateaux. Cette consommation électrique est principalement portée par la société STUDIOS DE FRANCE qui exploite désormais intégralement l'activité plateaux du groupe, activité auparavant partagée avec ATLANTIC MEDIA.

En application du dispositif Eco Energie Tertiaire, qui embarque les acteurs du secteur tertiaire qui y sont assujettis vers une réduction progressive des consommations d'énergie de leur patrimoine aux horizons 2030, 2040 et 2050, nous déclarons depuis cette année sur OPERAT nos consommations d'énergie pour chacun de nos sites fonctionnels assujettis.

A titre d'exemple, grâce à notre mobilisation commune avec les bailleurs de nos studios parisiens, l'immeuble dans lequel nous occupons l'un de nos principaux studios a réduit ses consommations énergétiques de -10,80% d'octobre 2022 à fin mars 2023 par rapport à la même période l'année précédente.

Cette année, nous avons initié le remplacement progressif de tout notre éclairage sur l'ensemble de nos sites par de l'éclairage LED. Nous avons également mis en place de système de commande automatique (détecteur de présence, horloge) afin de limiter au maximum les durées d'allumage lors de l'inoccupation de nos sites.

AMBITIONS 2023

Nous avons initié un plan de sobriété énergétique qui sera annoncé par une vaste campagne d'affichage avant d'être déployé sur l'ensemble de nos sites. Ce plan de sobriété énergétique consistera en 12 mesures phares qui contribuent à limiter notre consommation d'énergie :

- > Baisser les températures à 19 degrés ;
- > Couper le chauffage le week end ;
- > Fermer les portes des bureaux chauffer et éteindre la lumière en quittant les bureaux ;
- > Fermer les portes sectionnelles des hangars ;
- > Couper l'alimentation des cars en fin de journée hors tournages ;
- > Eteindre les équipements de bureaux individuels et partagés (copieurs etc) ;
- > Couper les équipements non sensibles dans les régies fixes et sur les plateaux ;
- > Baisser la température de l'eau chaude dans les lavabos ;
- > Débrancher les chauffages des cars d'accompagnement hors utilisation ;
- > Eteindre les moteurs des véhicules dès que possible ;
- > Privilégier le wifi à la 4G/G quand cela est possible ;
- > Limiter les mails.

Sur le prochain exercice, nous lancerons également une campagne pour inciter à limiter drastiquement le nombre d'emails. En effet, sachant qu'en France 1.4 milliards de mails sont envoyés chaque jour, qu'une personne active reçoit en moyenne 120 courriels par jour, et que cela équivaut à 0,6t de CO2 chaque année soit 2.750 kms en voiture ou 254.000 kms en TGV, une telle mesure est un autre pas de la société vers la sobriété énergétique.

INDICATEURS CLÉS

CONSUMMATIONS ÉNERGÉTIQUES

 **Électricité :**
8386405 Kwh consommés

+25% vs 2021/2022

70% de l'énergie consommée est d'origine renouvelable.

 **Carburant :**
712,7 m³ consommés

+52,6% vs 2021/2022

INDICATEURS DE SUIVI

CONSUMMATIONS ÉNERGÉTIQUES

 **Gaz :**
-34% vs 2021/2022
pour la consommation globale

 **Eau :**
+12% vs 2021/2022
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.

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 et électroniques 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 propre à chacun de nos bâtiments.

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, nous estimons que une encre livrée équivaut à une encre usagée recyclée.

En outre, 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.

Nous avons mis en place le tri des déchets à la source sur nos sites de bureaux de Saint Denis avec la société LE PETIT PLUS. Cette dernière une Entreprise Adaptée qui emploie au moins 80% de collaborateurs en situation de handicap. CROMWELL, le propriétaire de la zone industrielle où est localisé notre site de Gennevilliers, a mis en place 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.



INDICATEURS CLÉS

PRODUCTION ET RECYCLAGE



Déchets DIB :

1888,4 tonnes collectées et valorisées

+19,97% vs 2021/2022



Déchets piles :

Pour ATLANTIC MEDIA :

1299 Kg collectés et recyclés

+113% vs 2021/2022

(02 collectes en 2022/2023

vs 01 collecte en 2021/2022)

Transformés en **546 kg** de zinc,

338 kg d'alliages, et **130 kg** de métaux



Déchets métaux et électroniques :

4805 kg collectés et valorisés

906 kg de Ferraille platinage

365 kg de câble cuivre – plastique (tout venant)

1350 kg Métaux ferrés

2130 kg de câbles informatiques

FAITS MARQUANTS

Durant cet exercice nous avons franchi une nouvelle étape en matière du tri des déchets à la source. Après le site de Saint Denis, nous avons mis en place le tri des déchets à la source sur notre siège social situé aux Sables-d'Olonne grâce à RECYGO ainsi que sur notre principal établissement secondaire à Gennevilliers.

Dans la continuité de notre politique de tri et de valorisation des déchets, nous encourageons nos collaborateurs à respecter chacune de ces obligations de tri, et notamment la liste des collectes séparées mises en place et les consignes de tri associées. Nous avons potentiellement des petits déchets de papier-carton, de métal, de plastique, de verre et de bois en petite proportion car nous avons mis en place le tri sélectif pour les autres déchets via la solution RECYGO.

Dans le cadre de la **suppression du plastique à usage unique**, nous avons installé des fontaines à eau sur l'ensemble des sites de l'entreprise pour éviter l'usage de bouteilles plastique. Nous commençons à équiper nos cars-régie de fontaines à eau. Pour le moment, seul le Millénium 1 en possède une.

Dans ce prolongement, nous avons choisi un nouveau prestataire pour les gourdes réutilisables distribuées à l'ensemble de nos collaborateurs : la marque **24 Bottles**. Les gourdes 24 Bottles sont fabriquées en acier inoxydable de qualité alimentaire, ce qui les rend

résistantes et réutilisables. De plus, les gourdes sont légères, faciles à transporter et portent les couleurs des marques de l'entreprise.

Enfin, nous avons participé à l'évènement « La Grande Course du Grand Paris Express – 10km », **la première course parisienne éco-conçue** et durable, avec trois innovations qui viennent se placer comme héritage durable :

- > Un village des start-ups de l'innovation urbaine ;
- > Un coureur = 1 arbre planté ;
- > Une médaille à planter 0 déchet.

Sur cette course, les ravitaillements du parcours sont directement connectés sur le réseau d'eau potable. Aucune bouteille en plastique n'est distribuée, mais des gobelets en carton recyclé et recyclables sont utilisés.

Chaque coureur a la possibilité de symboliser sa course en plantant les graines de tournesol contenues dans sa médaille, elle-même constituée de bois recyclé et fabriquée en France.

Une double collecte a eu lieu cette année, ce qui explique la hausse de la consommation de piles.

- > 703 Kg collectés au 04 avril 2022 ;
- > 596 Kg collectés au 26 décembre 2022.

AMBITIONS 2023

Afin de se conformer à la législation en matière de déchets, nous souhaitons continuer de travailler avec des fournisseurs responsables.

Nous allons continuer à sensibiliser et à mettre sur place le tri à la source des déchets sur nos différents sites, valoriser nos capsules de café usagées produites sur notre siège social basé aux Sables d'Olonne.

INDICATEURS DE SUIVI

PRODUCTION ET RECYCLAGE



Déchets métaux & électroniques :

Pour ATLANTIC MEDIA :

4,8 tonnes de déchets

+82% vs 2021/2022



Déchets papier :

469 impressions papier par salarié

-197% vs 2021/2022



Déchets encre :

144 cartouches d'encre utilisées

+41% vs 2021/2022

-10% vs 2017/2018



Reventes :

350 € récoltées par la revente d'outils audiovisuels

8 274,61 € récoltées par la revente

de véhicules

contribution aux odd



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.

Durant cette année, le service HF a disposé de **8 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. Nous tâchons de renouveler progressivement notre flotte automobile en intégrant **des véhicules moins polluants**. Ainsi cette année, certains de nos véhicules

lourds à la norme antipollution « Euro 6 » ont été remplacés par des véhicules hybrides rechargeables et non rechargeables. La moitié environ de nos véhicules légers, plutôt destinés à un usage urbain, sont hybrides.

Depuis 2021, 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.

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.



« 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

Nous avons intégré trois nouveaux cars-régie de dernière génération dans notre flotte de véhicules. 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**.

Cette année, nous avons réalisé **notre troisième bilan carbone**. Les émissions de CO2 ont fortement augmenté par rapport au précédent exercice. Cette augmentation est due au fait que nous avons cette année intégré au calcul de notre bilan carbone les rejets induits par les déplacements professionnels des collaborateurs effectués en train, en avion et en véhicules de locations.

AMBITIONS 2023

Nous travaillons activement, suite à un audit, au **choix d'un outil calculateur bilan carbone** le plus adapté aux besoins d'AMP VISUAL TV afin de mettre en place un processus de collecte des données et de pouvoir implémenter un **plan d'action ciblé et efficace** pour réduire les émissions de CO2 rejetées.

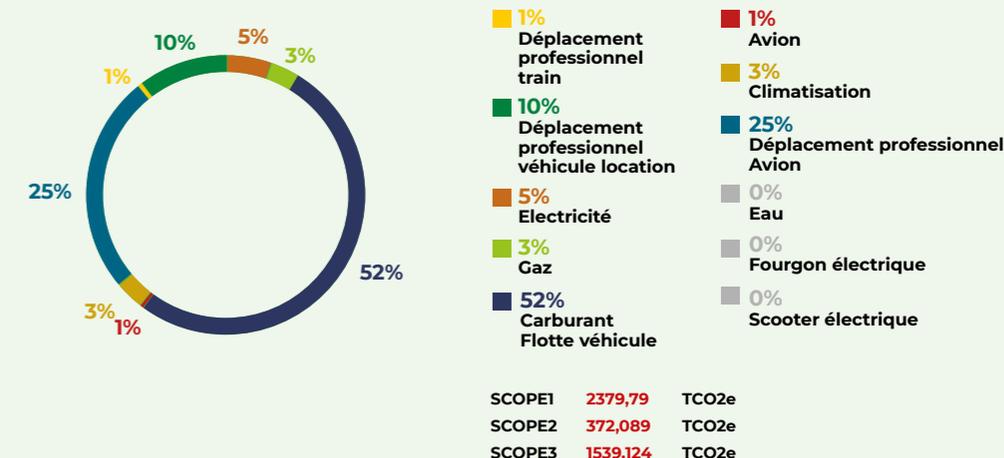
Par ailleurs, nous souhaitons continuer à renouveler notre flotte de véhicules en y intégrant des **véhicules moins polluants**.

INDICATEUR CLÉ

REJETS EN CO2

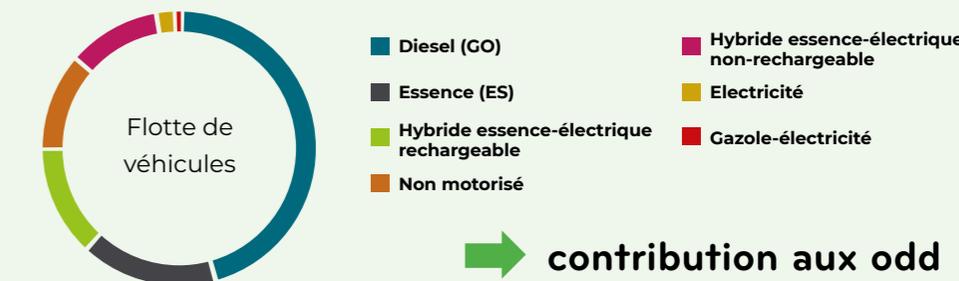
4291 tonnes de CO2e émises

+47,2% vs 2021/2022



INDICATEURS DE SUIVI

Répartition des véhicules par énergie



➔ contribution aux odd



Valoriser pour réduire notre empreinte carbone

Dans la continuité de nos actions visant à réduire notre empreinte carbone, nous assurons sur notre site des Sables-d'Olonne, une activité de collecte, de tri, de négoce de déchets en vue de leur valorisation.

Nos déchets de papier/carton, métal, plastique, verre et bois produites sont pris en charge et valorisés par le prestataire RECYGO via une collecte efficace par les facteurs qui permet de réduire notre charge et d'apporter la preuve de notre conformité réglementaire grâce à une attestation de recyclage.

Cette initiative nous a permis de mobiliser le personnel autour des bienfaits du recyclage responsable sur le plan écologique et solidaire.



NOTRE IMPACT POSITIF POUR L'ENVIRONNEMENT :

Cette année nous avons économisé l'équivalent de :



Car nous avons trié et RECYGO a valorisé :

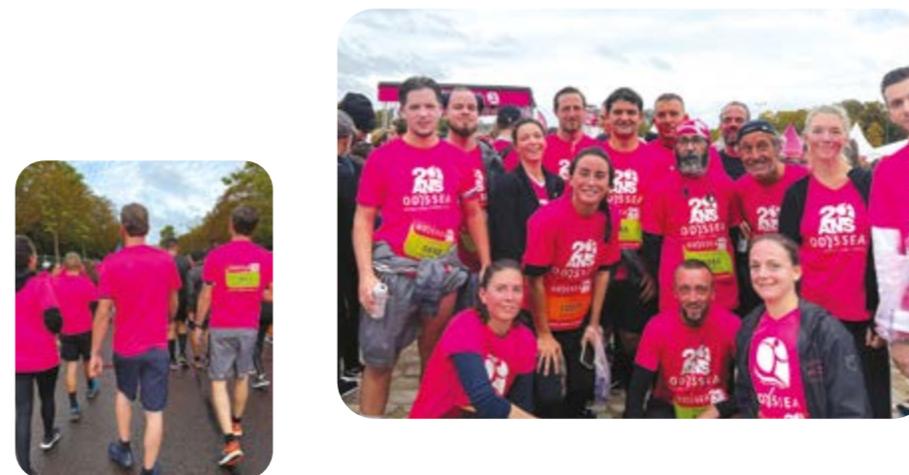


Allier challenge sportif et soutien à une cause

Le mois d'octobre est placé sous le signe de la couleur rose, pour affirmer et poursuivre la lutte contre le cancer du sein.

Depuis 20 ans, la vitrine de cette lutte en France est Odyssea, une course de 10km au départ du Château de Vincennes à Paris, qui a rassemblé cette année 34 000 participants et permis de récolter 605 000€. AMP VISUAL TV a offert des dossards à ses collaborateurs et collaboratrices, 21 ont répondu présent.

Au delà de l'effort physique et de la cohésion d'équipe, nos collaborateurs ont pu se retrouver autour d'une expérience humaine, solidaire et sportive en soutien à une cause commune. Ils ont porté les valeurs de notre entreprise.



LES CHIFFRES FORTS D'ODYSSEA :

- **34 000 participants**
- **605 000€ collectés dont 545 000€** à Gustave Roussy pour la recherche contre le cancer du sein et **60 000€** à l'association Prolific et son projet de recherche ATIP III
- **10 rendez-vous Odyssea** en France à Nantes, Toulouse, Bayonne, Chambéry, Dijon, Val d'Isère, Brest, Paris, Cannes et La Réunion
- **20 ans**
- **3 000 bénévoles** chaque année



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 **cafés** pour les collaborateurs



Bac de collecte de **déchets piles**



Bac de **tri sélectif des déchets**



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



Installation de **parking vélos**



Installation de **bornes de recharge électrique**



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



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

nos engagements sociétaux

Entreprise citoyenne, AMP VISUAL TV développe 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.

Notre **Code éthique des pratiques** formalise 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 conformité réglementaire. Notre **Charte d'achats responsables**, revue en 2020, nous permet 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.

En 2022, nous avons poursuivi notre **démarche de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (dit «RGPD»)** démarrée en 2018 pour l'ensemble de nos sociétés afin de protéger les données personnelles de nos clients, partenaires et collaborateurs. Ainsi, un travail de refonte et de mise à jour complète du registre des

traitements a été réalisé.

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 2022, nous avons été évalués 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

Dans le cadre du projet de mise en conformité au RGPD, nous avons réalisé la cartographie des traitements qui a permis d'aboutir à la réalisation d'un audit complet de l'activité en matière de traitement de données personnelles au sein de la société. La cartographie a également permis de mesurer l'impact du règlement sur la protection des données de notre activité. Le registre RGPD 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.

AMBITIONS 2023

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. Nous souhaitons également moderniser notre **Charte d'achats responsables** et intégrer dans le nouvel **outil de gestion des achats** un onglet relatif à la RSE afin d'**adresser aux fournisseurs** notre Charte d'achats responsables ainsi que notre Code éthique.

De plus, suite à la réalisation de la cartographie des traitements de données personnelles combinée à l'audit des risques, un schéma directeur pluriannuel a pu être construit autour de 10 chantiers (Pilotage / Politiques / Organisation / Processus / Cartographies / Outillages / sensibilisation / Sécurité / Contrats, mentions légales et sous-traitants / Contrôles et audits) afin de continuer le travail de mise en conformité et de protection des données personnelles.

INDICATEUR CLÉ

ÉTHIQUE

2 documents éthiques

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

INDICATEUR DE SUIVI

CONFORMITÉ

35 sous-traitants conformes



contribution aux odd



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. Nous pouvons citer entre autres :

- > Le CLUB DE FOOT TVEC 85 qui est un club local de football ;
- > L'Association Club ETI Pays de la Loire qui est le Réseau de dirigeants d'entreprises en région Pays-de-la-Loire ;
- > ENTREPRISES DES OLLONNES qui est une Association pour le développement des entreprises au sein du Pays des Ollonnes.

Nous nous impliquons également 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.

bénévoles ont participé à ce festival solidaire qui pour son édition 2022 a battu un record avec 247 000 festivaliers, permettant ainsi de financer environ 120 programmes de prévention et d'aides aux personnes vulnérables dans plus de 20 pays.

AMBITIONS 2023

Sur le prochain exercice, nous continuerons à apporter notre soutien à l'édition 2023 des SOLIDAYS qui sont trois 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 deux unités de production ainsi que des salariés bénévoles qui donneront un peu de leur temps pour défendre une cause importante.

Nous continuerons également d'apporter notre soutien financier et technique aux prochains événements "psychodon 2023" et "tournoi gourmand 2023" afin de les soutenir dans la réalisation de leurs missions sociales.

INDICATEUR CLÉ

FOURNISSEURS LOCAUX

154 fournisseurs locaux

dont : **58** fournisseurs en Vendée

56 fournisseurs dans le Rhône

11 fournisseurs en Moselle

29 fournisseurs en Haute-Garonne

Pour la Vendée

+12% vs 2021/2022

+45% vs 2017

INDICATEUR DE SUIVI

MÉCÉNAT ET PARTENARIAT

16 actions de mécénat et partenariats

+14% vs 2021/2022

contribution aux odd



FAITS MARQUANTS 2022-2023

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

AMP VISUAL TV soutient les Restos du Cœur depuis 11 ans !

Pour la captation du concert des Enfoirés 2023, nous avons appliqué une remise de 65% sur les moyens techniques et déployé 12 caméras depuis notre Millenium Signature 12 à la Halle Tony Garnier de Lyon. Et, cette année encore, **nous avons fait un don financier** à l'association afin de la soutenir dans la réalisation de ses missions sociales.



Les Solidays concerts, solidarité et plaisir

Depuis 2014, AMP VISUAL TV est au rendez-vous des Solidays, l'événement incontournable de Solidarité Sida à l'Hippodrome de Longchamps qui réunit des centaines de milliers de festivaliers.

Nos équipes totalement bénévoles assurent les captations de plusieurs scènes avec les moyens techniques que nous mettons gracieusement à disposition de la production.

Cette année, **93 collaborateurs ont donné de leur temps sur les 4 jours de festival.**

la promotion des valeurs responsables

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



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



Nous avons consacré un Master Pitch en interne à la RSE



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



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.

Participation à l'événement «Partenariat Solidays » sur la pelouse de Longchamp. (Communication sur notre démarche RSE)

Participation à la journée des assises de l'éco production organisée par ECOPROD



septembre 2019

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



novembre 2019

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



janvier 2020

mars 2020

AMP VISUAL TV est intervenue lors des Satis TV pour échanger sur les nouvelles tendances de l'Industrie Audiovisuelle



novembre 2020

décembre 2020 mars 2021

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.



octobre 2021

novembre 2021 février 2022

Lancement du questionnaire RSE aux différentes parties prenantes dans l'objectif de déterminer la matrice de matérialité

avril 2022

23-25 juin 2022

Nomination de la responsable RSE de AMP à la vice-présidence de la commission RSE de la FICAM

29 juin 2022

décembre 2022



INDICATEUR CLÉ

PROMOTION DES VALEURS RSE

4 actions de promotion



contribution aux odd



l'innovation

Nous sommes reconnus internationalement pour **l'expertise technique de nos équipes**.

Toujours à la pointe de l'innovation, nous continuons de moderniser notre approche des clients en nous organisant autour de nos marchés stratégiques (sports, divertissements/magazines, opérations spéciales, spectacles vivants/mode, corporate/digital, international...). En les adressant des solutions et 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.

21 INNOVATIONS MAJEURES DEPUIS 1986, **DONT 8 CES DERNIÈRES ANNÉES...**



| EXEMPLES D'INNOVATIONS 2022-2023



le plus grand écran XR d'Europe au Studio du Lendit

Sony s'allie avec Plateau Virtuel (studio de production virtuelle filiale du Groupe Novelty) et STUDIOS DE FRANCE pour installer le premier studio virtuel doté d'un écran Sony Crystal LED de 90m² (18m de large par 5m de haut) en Europe. Cette technologie de dernière génération a un impact favorable sur notre empreinte carbone puisqu'elle permet d'éviter des coûts onéreux de fabrication de décors ainsi que des frais de déplacements vers des lieux de tournage.

Un pied dans les technologies d'avenir : le fond vert 2.0

AMP VISUAL TV a été l'un des premiers à proposer de la réalité augmentée (rajout d'éléments virtuels dans un décor réel) et STUDIOS DE FRANCE met en œuvre quasi quotidiennement les décors virtuels ; ils permettent, grâce à un fond vert et des décors calculés en temps réel, de créer des univers scéniques entiers sans avoir à les construire. Nous avons largement utilisé ces technologies par exemple sur les programmes « Maison Lumni », « Mot de Passe » ou récemment « Culture Box » ou le magazine LI d'Amazon.



"C'est un outil qui s'adresse en premier lieu aux fictions ou aux marchés haut de gamme de la mode mais nous pensons qu'il peut également être utile aux productions de flux.

Pour l'instant, nous travaillons avec certains producteurs sur quelques tournages pour réfléchir ensemble sur le bon usage en fonction des contraintes. Mais, surtout, ce qu'il faut avoir en tête, c'est que ces technologies sont les premières briques des révolutions à venir autour du Metaverse. Le tournage, le digital, les plateaux, les jeux vidéo... tout cela va se combiner de plus en plus... Il nous faut continuer à être présents sur tous ces domaines.

Igor Trégarot
Directeur Général en charge des Activités France



➔ **contribution aux odd**



Sensibiliser à la cybersécurité

En 2022, nous avons démarré le déploiement de notre plan d'action pour garantir la cybersécurité dans l'entreprise.

Il est en effet 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.

Ainsi, sur cet exercice, un audit par service a été réalisé afin de déterminer les degrés de criticité des applications utilisées pour aboutir à la mise en place d'un plan de rétablissement ou de continuité d'activité répondant aux exigences de temps de reprise et de pertes de données.

Une cellule de gestion de crise a été mise en place dans l'entreprise, laquelle compte en son sein des représentants des différents services. Cette cellule permettra, en cas d'attaque, de déployer les mesures nécessaires pour pouvoir intervenir le plus rapidement possible et prendre toutes les mesures correctives nécessaires.

CYBERSÉCURITÉ
FAIRE FACE À LA MENACE

- CYBERMENACES**
NE FACILITEZ PAS LA TÂCHE AUX ATTAQUANTS, SOYEZ CONSCIENTS DES DANGERS DU NUMÉRIQUE.
- MOTS DE PASSE**
UTILISEZ UN MOT DE PASSE DIFFÉRENT POUR CHAQUE COMPTE, ET ASSUREZ-VOUS QU'IL SOIT ROBUSTE.
- MESSAGERIE**
VÉRIFIEZ L'EXPÉDITEUR DES E-MAILS REÇUS, N'OUVREZ PAS LES PIÈCES-JOINTES OU LIENS SUSPECTS.
- NAVIGATION INTERNET**
RESTEZ VIGILANTS LORS DE VOTRE NAVIGATION INTERNET, NE TÉLÉCHARGEZ QUE DÉPLIÉS DES SITES OFFICIELS.
- SÉCURITÉ PHYSIQUE**
PRENEZ LE RÉFLEXE DE VÉRIFIER VOTRE ORDINATEUR, NE LAISSEZ PAS EN LIBRE ACCÈS DES INFORMATIONS SENSIBLES.
- SUPPORTS AMOVIBLES**
N'UTILISEZ PAS DE CLÉ USB INCONNUE, DISTINGUEZ VOS USAGES PROFESSIONNELS ET PERSONNELS.
- DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS**
PRENEZ GARDE AUX YEUX ET OREILLES INDISCRÈTES, NE LAISSEZ PAS VOS EFFETS PROFESSIONNELS SEULS.
- GESTION DES DONNÉES**
LIMITEZ AU STRICT NÉCESSAIRE LES ACCÈS AUX DONNÉES, VÉRIFIEZ RÉGULIÈREMENT LES ACCÈS ALLOUÉS.
- MATÉRIEL ET LOGICIELS**
PROTÉGEZ VOS DONNÉES IMPORTANTES, SAUVEGARDEZ-LES RÉGULIÈREMENT SUR LES ESPACES PRÉVUS.
- RÉACTIONS EN CAS D'INCIDENTS**
ALERTEZ SANS ATTENDRE SI VOUS DÉTECTEZ UN INCIDENT, APPLIQUEZ LES 1^{ères} MESURES DE PROTECTION INFORMATIQUE.

+d'infos : supportinformatique@ampvisualtv.tv

LES DÉTAILS DU PROJET :

Durant cet exercice, nous avons mené plusieurs actions pour réduire au maximum l'éventualité d'une cyberattaque. Le service informatique et le service communication ont continué de travailler en collaboration pour réaliser les outils de sensibilisation suivants :

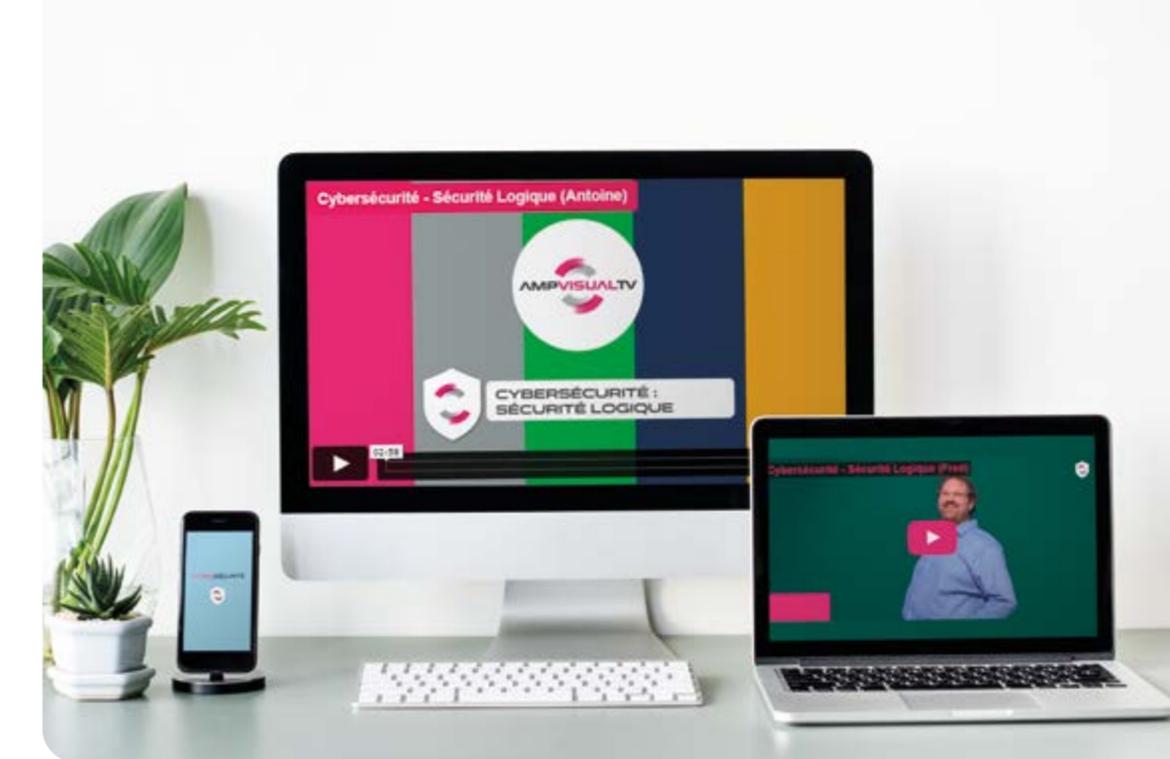
- Des vidéos ;
- Des affichages dans les locaux ;
- Identifier les futurs articles pour la Newsletter ;
- Mettre en place une revue des actions avec la DSI ;
- Revue des retours sur le questionnaire de satisfaction ;
- Organiser un échange avec les responsables d'exploitation de car régie.

Le plan de continuité d'activité est en cours d'élaboration. Il consiste à synchroniser les serveurs dans le cloud afin de pouvoir y basculer en cas d'évènements entraînant la mise à l'arrêt du système d'information (SI). Il consiste également à la refonte de l'infrastructure matérielle pour être en adéquation avec la stratégie envisagée et la formalisation des procédures techniques de reprise.

AMBITIONS 2023

Pour le prochain exercice, nous allons :

- Faire des audits par service lié à la résilience sur des plateformes technique permettant d'atteindre le niveau de sécurité demandé ;
- Donner accès aux intermittents de façon sécurisée ;
- Diffuser une vidéo de sensibilisation sur la sécurité en mobilité dans un car régie ;
- Revoir la cartographie du système d'information lors du changement d'infrastructure.



“ La cybercriminalité est un problème croissant dans notre société numérique, mais les solutions mises en place l'année passée sont des mesures clés pour s'en protéger. La sensibilisation joue un rôle crucial dans la prévention des attaques et il est nécessaire de la compléter avec une approche de détection et de réponse étendue (XDR), qui est essentielle pour identifier rapidement les menaces et y répondre de manière appropriée. Cette plateforme de protection est supervisée 24/7 par un SOC (Centre opérationnel de Sécurité) pour avoir le maximum de réactivité en cas de compromission. En complément, l'authentification Multi-Facteur (MFA) permet de renforcer la sécurité des comptes utilisateurs et aussi d'envisager l'ouverture de notre système d'information vers l'extérieur. ”

Alexandre Baud, Responsable Informatique et Réseaux IT

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 2022/2023 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 2022 au 31 mars 2023. En revanche, pour l'ensemble des données sociales, le périmètre couvert est du 1er janvier au 31 décembre 2022.

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 **98,9%** des effectifs permanents consolidés.

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. S'agissant de l'indicateur clé relatif aux relations sociales, nous avons pris le parti de comptabiliser également le PV de désaccord parmi les accords sociaux signés dans le cadre de notre dialogue social.

NB : L'Index égalité professionnelle hommes/femmes est calculé au prorata de la nôtre obtenue (72/100).

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 : Nous avons réalisé notre troisième bilan carbone en intégrant au calcul les rejets induits par les déplacements professionnels des collaborateurs effectués en véhicules de locations ainsi que les émissions liées à la climatisation du site d'Olonne. 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. Dans la définition de l'indicateur clé « fournisseurs locaux » nous avons pris le parti de comptabiliser deux fois un même fournisseur dès lors qu'il a pour client distinct la société ATLANTIC MEDIA d'une part et la société STUDIO DE FRANCE d'autre part car il s'agit de deux entités distinctes bien qu'appartenant au même groupe. De plus, une société du groupe peut être comptabilisée comme étant le fournisseur d'une filiale du même groupe.

NB : Au vu de l'activité de la société, certains enjeux tels que la lutte contre le gaspillage et la précarité alimentaire, le respect du bien-être animal, la promotion de l'alimentation responsable, équitable et durable, ou encore les pratiques sportives en entreprise n'ont pas été identifiés comme matériels et ne font donc pas l'objet d'un traitement dans la DPEF.

Taux de couverture DPEF 2022-2023

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

Objectifs 2022-2023

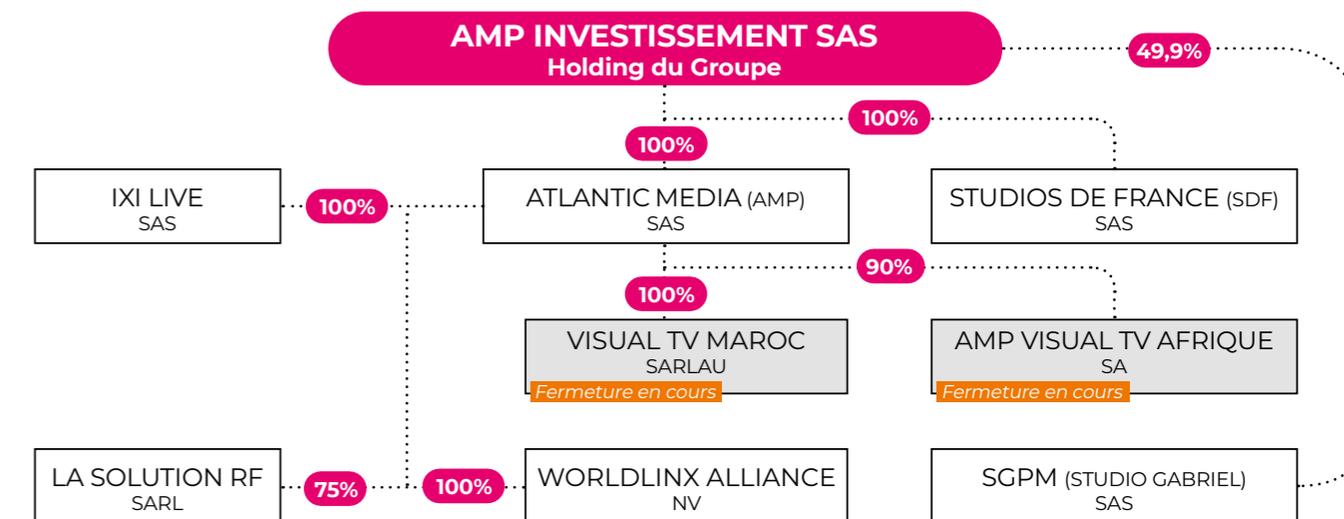
Nous souhaitons persister dans nos efforts en faveur de la mise en œuvre de nos objectifs de Responsabilité Sociétale, en mettant l'accent sur les enjeux sociaux, environnementaux et sociétaux propres à nos activités.

Avec un modèle d'entreprise que nous voulons stabiliser en 2023, un projet stratégique que nous venons de partager avec sincérité et transparence à l'occasion de nos rencontres annuelles, un parc technique modernisé et des effectifs renforcés, nous sommes plus que jamais parés pour affronter cette année cruciale et imaginer les développements de demain.

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 hommes/femmes ✓

🏠 Démarche initiée ✓ Le travail continue



RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDEPENDANT SUR LES INFORMATIONS RSE

AMP INVESTISSEMENT
ALLEE TITOUAN LAMAZOU
ZONE ACTILONNE
85340 OLLONNE SUR MER

AMP INVESTISSEMENT

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

Exercice clos le 31 Mars 2023

Aux actionnaires

En notre qualité d'organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC pour les activités de vérification validation sous le numéro 3-1877 (dont la portée est disponible sur le site www.cofrac.fr), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques (constatées ou extrapolées) de la Déclaration de performance extra-financière, préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel », pour l'exercice clos le 31/03/2023 (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion en application des dispositions légales et réglementaires des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Commentaires¹

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

- Nous vous invitons de manière générale à exprimer les indicateurs clés de performance retenus sous forme de ratios, ainsi que de communiquer un objectif chiffré à court ou moyen terme. Ceci permettra de constater de la dynamique actuelle des données face à la fluctuation des activités ainsi que de présenter une tendance d'une année sur l'autre et ce, de façon à assurer la comparabilité des indicateurs clés de performance.
- A l'image des données utilisées dans le cadre des consommations de carburant et bilan carbone, il conviendra de renforcer et fiabiliser la remontée des données exprimées au sein des indicateurs clés de performance et justificatifs associés de manière à garantir leur contrôle externe lors de l'audit.
- Par ailleurs nous vous invitons à renforcer la clarté des définitions et modes de calcul de vos indicateurs clés de performance (notamment le nombre de fournisseurs locaux et l'ancrage territorial lié) de manière à ce que ces derniers retranscrivent au mieux les objectifs et valeurs visés par votre société.

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 s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

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

Limites inhérentes 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 externes utilisées. Certaines informations 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 sélectionner ou d'établir des critères appropriés 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) 2020/852 (taxonomie verte) ;

¹ Comme le prévoit l'article A. 225-3 III, l'OTI peut décider, sans que cela ait un caractère de réserves, d'attirer l'attention du lecteur, sans être dispensateur d'information, sur des éléments relatifs aux procédures utilisées ou au contenu de certaines informations relayées par l'entité, aux fins d'en améliorer la fiabilité, au regard des pratiques de place, en particulier sur :
- les limites significatives de périmètre et de comparabilité ;
- les limites des processus mis en place pour répondre aux exigences de conformité (modèle d'affaires, principaux risques, politiques, actions, résultats et indicateurs clés de performance) et aux résultats obtenus à la fiabilité des résultats et indicateurs clés de performance.

Les commentaires, pour avoir une nature d'observation, doivent être d'une portée limitée sur les éléments clés de la Déclaration.

- Ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

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

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

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

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

Comme 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, car cela 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'informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte), de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale) ;
- la sincérité des informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués 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 tenant lieu de programme 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 mobilisé les compétences de 3 personnes et se sont déroulés entre les mois de Juin et Juillet sur une durée totale d'intervention d'environ 3 semaines.

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

Nous avons mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration [représentant notamment les directions générale, conformité, ressources humaines, santé et sécurité, environnement et achats].

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée :

- 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 du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 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^{ème} alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;
- 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, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance, afférents aux principaux risques ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
 - o 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
 - o corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe 1. Pour l'ensemble des enjeux RSE, des travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante et dans une sélection d'entités ;
- 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. 233-16 ;
- 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 mis en œuvre :
 - o des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;

- o 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 contributrices et couvrent entre 95% et 100% des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation ;

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Fait à Niort, le 09 Septembre 2023

L'ORGANISME TIERS INDEPENDANT

GROUPE Y Audit

Lionel Escaffre

Lionel ESCAFFRE
Associé Département Durabilité
Commissaire aux Comptes

Fanny ROMESTANT

Fanny ROMESTANT
Directrice département durabilité

Annexe 1

Pilier	Indicateurs clés de performance et indicateurs sélectionnés	Sélection d'entités contributrices	Taux de couverture des tests	Taux de couverture moyen par pilier
Social	Nombre d'heures de formation	Atlantic Media SA	95%	98%
	Taux de fréquence & Taux de gravité	Atlantic Media SA & Studios de France SAS	100%	
	Index égalité professionnelle H/F		100%	
	Nombre d'accords collectifs		100%	
Sociétal	Nombre de fournisseurs locaux	Atlantic Media SA & Studios de France SAS	100%	100%
	Nombre de documents éthiques		100%	
	Emissions de CO2e (T)		100%	
Environnemental	Tonnage de déchets collectés et valorisés	Atlantic Media SA & Studios de France SAS	100%	100%
	Consommation électrique & carburant			



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

