

Déclaration de performance extra-financière 2020/2021



sommaire

○	LE GROUPE AMP VISUAL TV	4
○	NOTRE DÉMARCHE RSE	20
○	NOS ENGAGEMENTS SOCIAUX	22
○	NOS ENGAGEMENTS ENVIRONNEMENTAUX	30
○	NOS ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX	36
○	NOTRE MÉTHODOLOGIE	42



“

Au-delà des seuls aspects sanitaires, la pandémie COVID-19 nous apprend à regarder et à agir autrement et, cette année plus que jamais, les entreprises sont au centre d'une prise de conscience à laquelle nous aspirons tous. C'est en effet au cœur de nos organisations que nous avons les opportunités d'agir le plus efficacement en faveur d'un monde plus juste et responsable.

Comme beaucoup d'entreprises, nous avons dû et nous continuons à faire preuve d'agilité et de résilience pour faire face à la pandémie. Chez AMP VISUAL TV, notre chance est précisément d'avoir toujours basé notre développement sur des valeurs fondamentales construites sur l'engagement et le savoir-faire de nos équipes.

C'est une force : notre métier, tout aussi technologique qu'il puisse être, est et restera toujours appuyé sur l'investissement de ceux qui l'exercent. Ce sont les collaborateurs qui ont imaginé des dispositifs innovants et de nouvelles organisations permettant de tourner malgré tout. Ce sont des femmes et des hommes qui ont tenu à être au pied des cars-régies ou sur les plateaux au plus fort de la pandémie. Ce sont aussi ceux qui, même en télétravail, n'ont jamais cessé d'apporter des solutions et de garantir la continuité de nos services et garder la confiance de nos clients.

Non seulement, nous maintenons nos activités et la pérennité des emplois, mais nous concourons à prouver que le développement d'une entreprise peut se conjuguer avec des valeurs fortes et une vision globale responsable.

Car, depuis toujours, nous plaçons précisément de manière concrète l'humain et l'environnement au cœur de nos préoccupations. En 2021, malgré les contraintes économiques fortes, nous n'avons jamais mis nos emplois en danger. Mieux : en faisant l'effort du maintien des salaires en plus des dispositifs d'activités partielles, nous avons demandé à chaque salarié de rester disponible pour assurer des rotations sur les prestations et maintenir, ainsi, le lien social au travail et nous avons, par ailleurs, continué à franchir des caps significatifs en prenant, notamment, la décision d'alimenter l'ensemble de nos sites en énergie verte et locale à compter du début d'année. Nous réduisons également réellement et significativement les plastiques à usage unique dans notre quotidien en équipant l'ensemble de nos collaborateurs de mugs et de gourdes réutilisables.

Parallèlement, s'engager dans une démarche éco-responsable ne peut se faire sans l'adhésion de nos clients et de nos fournisseurs et nous nous félicitons de constater qu'année après année, ces derniers nous sollicitent de plus en plus régulièrement sur l'état d'avancée de notre politique RSE et nous encouragent dans nos actions de promotion des 17 objectifs de Développement Durable des Nations-Unies.

Tous ces efforts, nous sommes tous, à tous les postes, fiers d'y concourir et résolument de plus en plus engagés à les accélérer.

”

GILLES SALLÉ

Fondateur et Président-Directeur Général

une entreprise atypique

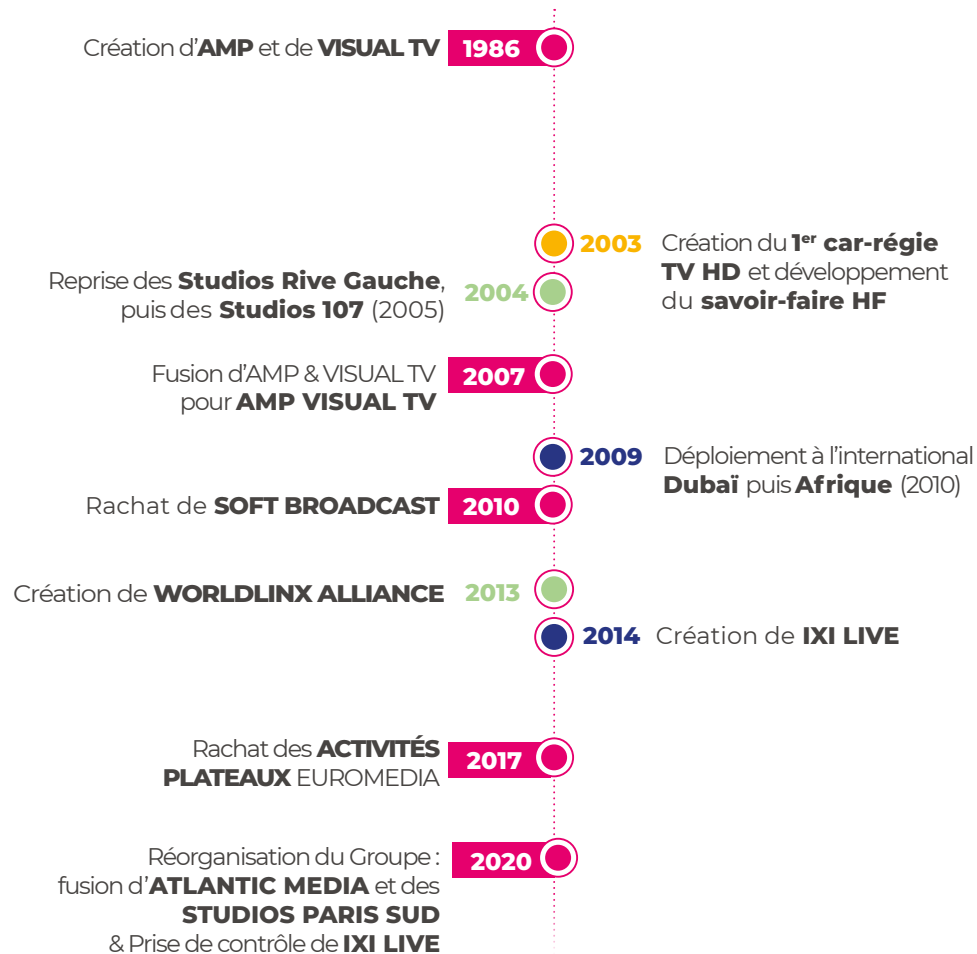
AMP VISUAL TV est l'un des principaux prestataires européens de tournages télévisés. Nous mettons à la disposition de nos clients notre savoir-faire et notre passion à toutes les étapes du tournage, en studio ou en extérieur, en France ou à l'étranger.

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

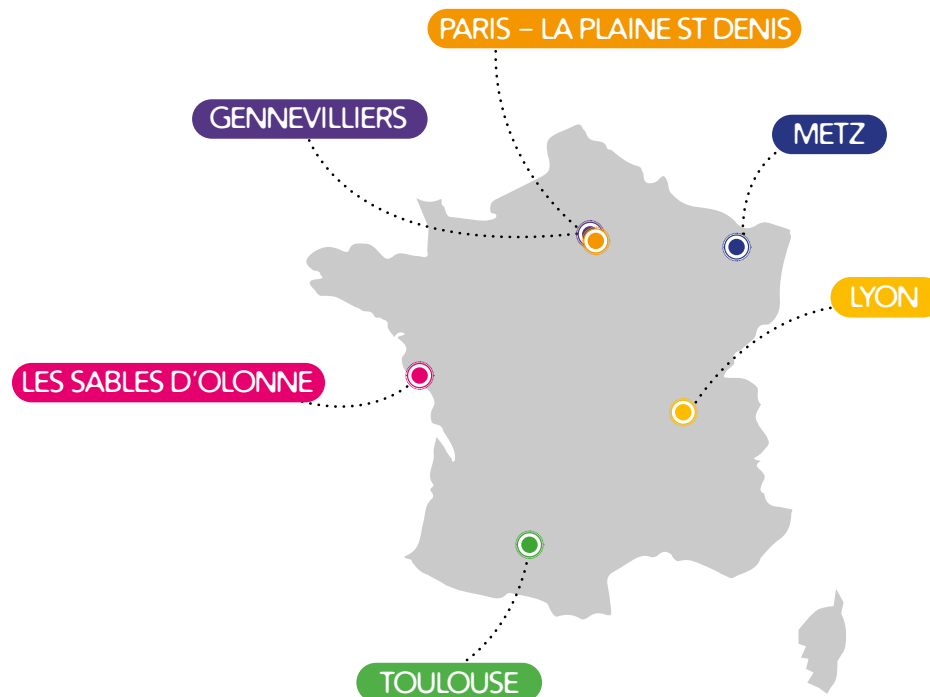
AMP et VISUAL TV ont été créées ensemble au bord de l'Atlantique : VISUAL TV à Nantes et AMP aux Sables d'Olonne par Gilles Sallé, l'actuel PDG de la société. L'union des deux entités en 2007 a permis de développer un modèle économique et social réussi et de projeter l'entreprise à un niveau international majeur. La culture de l'innovation permanente, tant dans les domaines technologiques, des services, que dans l'organisation interne, est au cœur de notre stratégie. Aujourd'hui, le Groupe rassemble **404** collaborateurs permanents, tous des passionnés et engagés pour le meilleur service.



HISTORIQUE D'AMP VISUAL TV



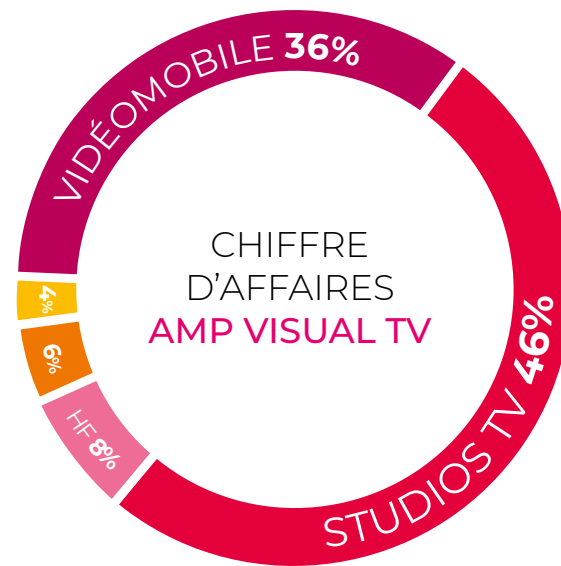
NOS IMPLANTATIONS EN FRANCE



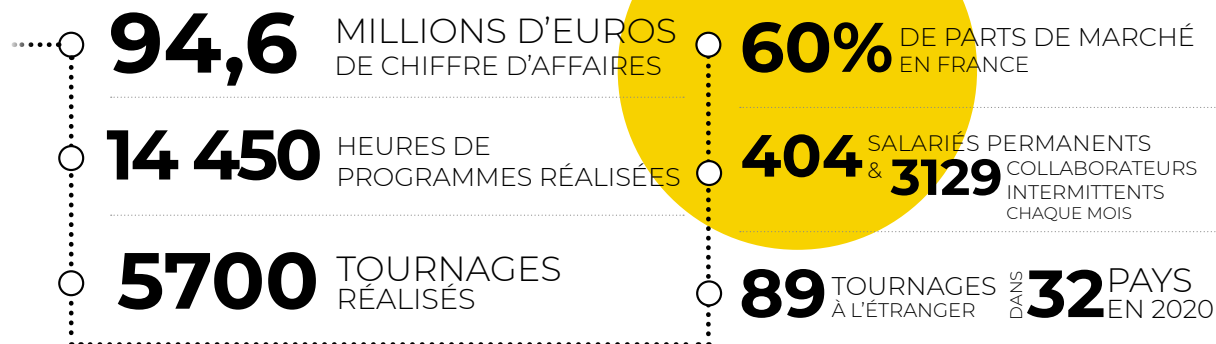
solide

L'exercice 2020/2021 a été marqué par la crise sanitaire de la COVID-19, qui a impacté l'ensemble de nos activités. Confronté à une situation sans précédent, le Groupe AMP VISUAL TV a démontré la résilience de son modèle économique et a su s'organiser en conséquence. En effet, **nous avons mis en place un Plan de Continuité d'Activité**, en veillant à **assurer la protection de nos collaborateurs et clients**.

Pendant cette période difficile, les équipes sont restées en première ligne, largement mobilisées, pour répondre présentes, imaginer des solutions inédites, proposer et faire.



Autres
Letsee



ACTIVITÉ VIDÉOMOBILE



33.7 MILLIONS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

2100 TOURNAGES
PAR AN

844 PRESTATIONS SPORTIVES
PAR AN
DONT **89** À L'ÉTRANGER

PREMIUM

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



31 UNITÉS MOBILES

PRODUCTION SIMPLIFIÉE

Offre spécifique de vidéomobile pour des productions agiles à coûts maîtrisés



14 UNITÉS MOBILES

ACTIVITÉ HF

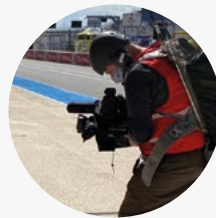


7.4 MILLIONS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

400 TOURNAGES
PAR AN

600 HEURES
D'AVION RELAIS

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



60 LIAISONS HF HD/UHD
4 SCOOTERS ÉLECTRIQUES
2 AVIONS PRESSURISÉS

ACTIVITÉ PLATEAUX



42.8 MILLIONS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

2300 TOURNAGES
PAR AN

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

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



26 PLATEAUX DE 40 À 2090 M²
9 RÉGIES FIXES

ACTIVITÉ DIGITALE



5.2 MILLIONS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

900 TOURNAGES
PAR AN

6000 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 LE MARCHÉ



NOS RESSOURCES - 5 CAPITAUX

Humain

404 salariés permanents
3 129 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 modes de transport, notre usage des bâtiments
Nos consommations énergétiques
Nos déchets

Sociétal

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

Production

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

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

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

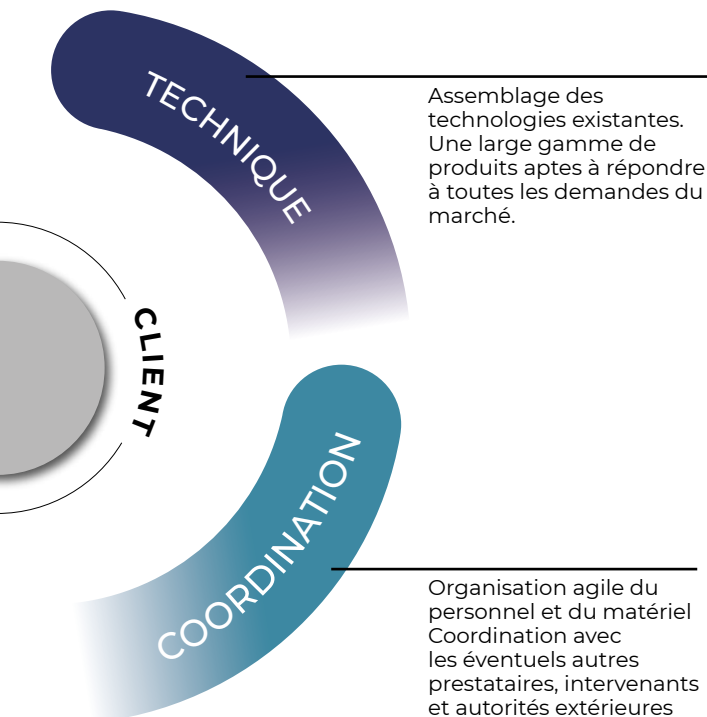
CONSEIL

PRODUCTION

EXECUTION

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.



NOS RÉSULTATS

Humain

16 millions d'euros de masse salariale
10 accords signés avec les IRP
Création d'une **école de formation interne**
1 426 heures de formation réalisées
Index égalité H/F 2020 : **86/100**

Économique €

94,6 millions d'euros de chiffre d'affaires
11,9 millions d'euros d'EBE
60% de parts de marché en France

Environnemental

Passage à l'**électricité verte et locale**
Recyclage 100% de nos déchets piles, métaux et cartouches d'encre
Réalisation du **1^{er} Bilan Carbone**
Contribution à l'**Économie Circulaire**

Sociétal

129 fournisseurs locaux, dont 55 vendéens
Charte d'**achats responsables**
Code **éthique** des pratiques
Médaille d'argent EcoVadis
Score de **61/100**

Production

14 450 heures de programmes réalisées
5 700 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 le taux de gravité des accidents du travail
L'index égalité professionnelle H/F
Le nombre de bénéficiaires RQTH

Économique €

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

Environnemental

La consommation électrique de nos sites
La consommation de carburant de nos véhicules
La quantité de déchets piles et tout venant
Le calcul des émissions directes de CO2

Sociétal

Le nombre de sociétés fournisseurs locales
Le nombre de documents éthiques
Le nombre d'actions de promotion

Production

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

LES ODD ASSOCIÉS

Humain



Économique €



Environnemental



Sociétal



Production



nos perspectives

UNE CONCENTRATION DES ACTEURS

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

Sur ces 3 acteurs :

- Après son échec cuisant sur le marché du football, Mediapro a retiré ses moyens techniques et a licencié l'essentiel de son personnel français.
- Euromedia France nous cède son activité française.

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

CONCENTRATION DES DONNEURS D'ORDRES

TF1 reprend M6, petite opération comparée à Discovery qui fusionne à WarnerMedia, etc.

EMERGENCE DES GAFAN

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

DES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES :

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

Malgré un bon exercice 2020/2021 (en dépit de la crise sanitaire qui a réduit notre CA de 16%) et l'absence de crainte sur la pérennité à court terme du Groupe, les prochaines années seront donc essentielles pour prendre les bonnes options stratégiques et poursuivre le renforcement de notre situation financière.

LES ÉVOLUTIONS DE LA DEMANDE EN FRANCE

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

- Les tournages dits « PREMIUM » qui s'opèrent à partir de nos gammes de cars de gros gabarits (Optimum, Extender, Millenium et Millenium Signature) caractérisant le métier « historique » du Groupe en vidéomobile.
- Les tournages en « PRODUCTION SIMPLIFIÉE » (généralement de 2 à 6 caméras) répondent aux demandes des productions à audience généralement nationales avec un nombre de livrables restreints. Ils sont réalisés à partir de mélangeur automatisant une partie des fonctions supports au réalisateur.

En conséquence :

- Une concurrence régionale qui s'intensifie sur ce segment. La barrière d'entrée étant abaissée, de nouveaux acteurs émergent avec des process et des moyens techniques très adaptés.
- Certains marchés structurants se réduisent ou disparaissent induisant également une diminution de la demande PREMIUM en région.





nos stratégies

CAPITALISATION SUR NOS FONDAMENTAUX

Des marques fortes qui incarnent nos métiers et nos offres

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

Le service auprès de nos clients

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

L'engagement des équipes

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

Une entreprise leader en France et dans le top 5 mondial

Fruit d'un projet stratégique pertinent et d'une organisation éprouvée. Il faut améliorer inlassablement la performance et la compétitivité de nos activités.

NOS OBJECTIFS

Les usages & les marchés

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

Les technologies

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

Les profils clients

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

Notre économie

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

Nous

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

Tourner en période de crise sanitaire



en première ligne !

Pendant le premier confinement, dans un contexte sanitaire tendu, nos techniciens se sont montrés **adaptables et polyvalents**, notamment en tournant l'émission en direct de Cyril Lignac « *Tous en Cuisine* » depuis son domicile.



du ski de fond à la remote production !

La crise de la Covid-19, combinée à un de nos savoir-faires innovants, a permis d'accroître nos revenus chez un client, réduire notre empreinte carbone, et lui faire faire des économies !

En mars 2020, à l'occasion de la course « SkiClassic » en Suède, nous avons mis en œuvre la production centralisée, permettant de récupérer la prestation technique globale d'un événement là où nous n'effectuons que la HF préalablement. Grâce à ce dispositif hybride, notre client a ainsi fait l'économie de déplacer deux cars-régies et une quinzaine de personnes sur un site lointain, un acte bénéfique pour notre empreinte carbone.

LES IMPACTS ÉCONOMIQUES DE LA CRISE DE LA COVID-19 SUR AMP VISUAL TV



CA Activité PLATEAUX : + 9% vs 2019/2020
(+ 3,5 millions d'euros)



CA AMP VISUAL TV : - 17% vs 2019/2020
(- 17 millions d'euros)

CA Activité VIDEOMOBILE : - 31% vs 2019/2020
(- 20 millions d'euros)

600 tournages non réalisés



Dès les premiers jours, nous nous sommes bien sûr immédiatement préoccupés de la sécurité de nos équipes avant de penser à la continuité des antennes. Pour autant, c'est inscrit dans nos gènes, nous aimons les défis. En toute responsabilité, avec des équipes volontaires et engagées, nous avons tout de suite imaginé comment nous pouvions remplir notre rôle de manière réfléchie et sérieuse. Répondre à nos missions de toujours et, au passage, permettre à l'entreprise d'assurer sa continuité économique comme nous y étions autorisés. Mais je suis clair, sans des mesures barrières strictes et efficaces, nous n'aurions jamais permis ces tournages.

Igor Trégarot, Directeur Général en charge des Activités France



Coût des mesures de protection : 97 034,87 €

Matériaux commandés :



192 580 masques

2 094 paquets de lingettes désinfectantes

1 044 gels hydroalcooliques



390 sprays désinfectants

770 équipements de protection individuelle



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. La hiérarchie est courte**, identifiée, accessible, et les collaborateurs agissent en autonomie. Les prises de décisions sont plus rapides et les informations circulent aisément.

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



GILLES SALLÉ
PRÉSIDENT
DIRECTEUR GÉNÉRAL

IGOR TRÉGAROT
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DÉLÉGUÉ
DIRECTION DES ACTIVITÉS
ET DÉVELOPPEMENT

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

CHRISTOPHE ARRIVÉ
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DÉLÉGUÉ
DIRECTION
DES PRODUCTIONS

FRANÇOIS VALADOUX
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DÉLÉGUÉ
DIRECTION TECHNIQUE


OLIVIER GERRY
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DÉLÉGUÉ
SECRÉTARIAT GÉNÉRAL

COMITÉ STRATÉGIQUE

**GUILLAUME
ALLAIS**
DIRECTEUR
LETSEE

JÉRÔME BERT
RESPONSABLE
ADMINISTRATIF
& FINANCIER

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

ERIC COTIGNY
DIRECTEUR
TECHNIQUE
DE L'EXPLOITATION

GRÉGORY DRAY
RESPONSABLE
COMMERCIAL
PLATEAUX

**JÉRÔME
DUGAST**
DIRECTEUR DE
LA COMMUNICATION

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

**FRANÇOIS
MARCHAND**
DIRECTEUR
DES ACTIVITÉS
PLATEAUX

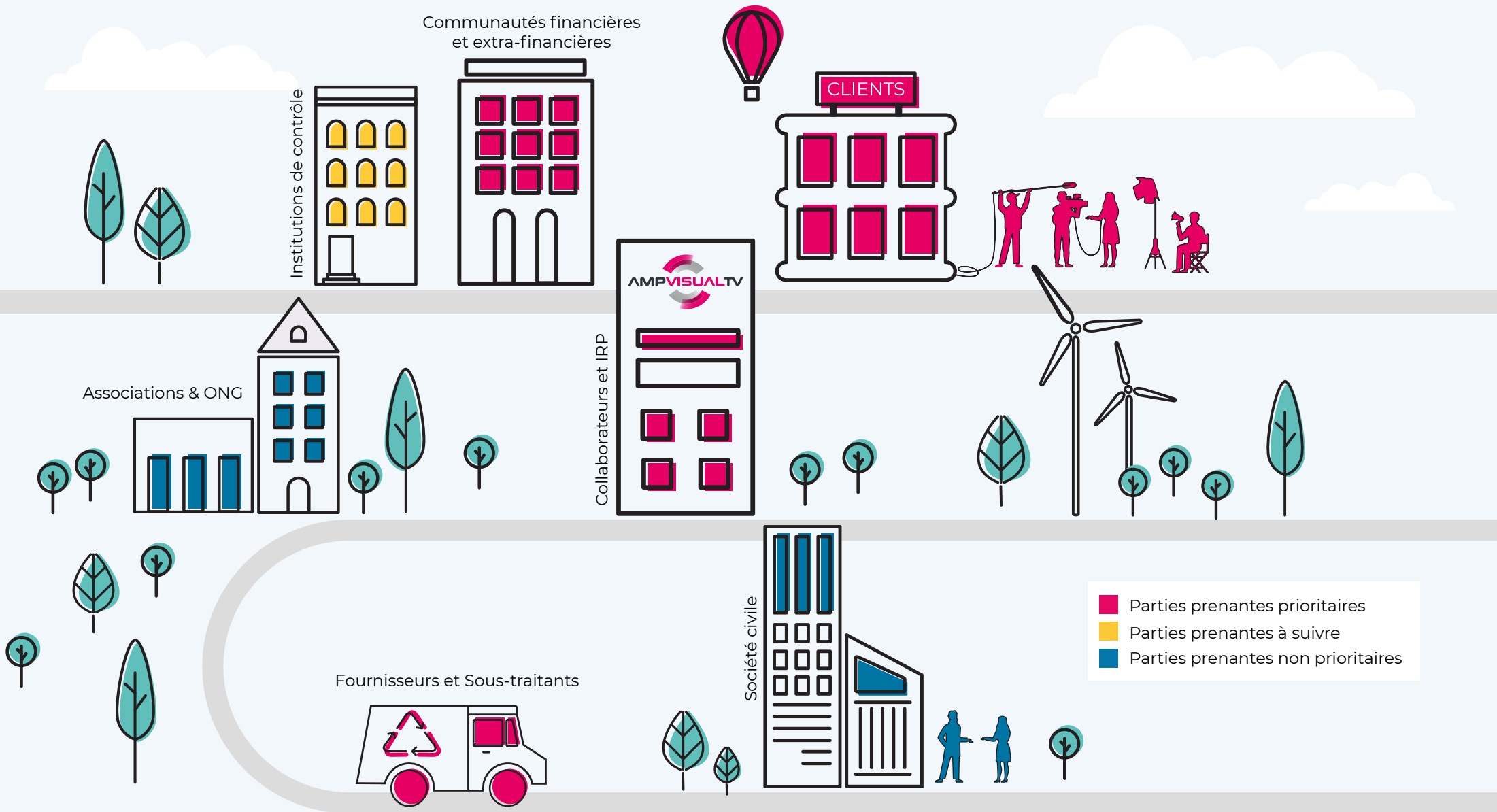

**ELISABETH
MOREAU**
RESPONSABLE
JURIDIQUE
GROUPE

**JEAN-MARC
PONTHIEU**
RESPONSABLE
COMMERCIAL
VIDÉOMOBILE

COMITÉ DE DIRECTION



INITIÉE DEPUIS 5 ANS, NOTRE DÉMARCHE RSE EST RATTACHÉE
À NOTRE DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ ET SECRÉTAIRE GÉNÉRAL,
ET PRISE EN CHARGE PAR NOTRE RESPONSABLE JURIDIQUE.



dialogue avec les parties prenantes

Parties prenantes d'AMP VISUAL TV	Modes de dialogue
 Clients (Producteurs, Diffuseurs, Organismes d'événements) * Nous plaçons nos clients au cœur de nos valeurs, raison pour laquelle ils sont désignés comme partie prenante prioritaire	• 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
 Collaborateurs et Instances Représentatives du Personnel (IRP) *Le souci des relations sociales, des valeurs d'humilité, curiosité et de cohésion font des collaborateurs et des IRP une partie prenante prioritaire	• Dialogue social avec les partenaires sociaux • Entretiens annuels et entretiens professionnels • Communication interne : intranet, écrans d'information, magazines, journaux internes, Master pitch • Organisation d'événement
 Communautés financières et extra-financières : (Investisseurs, Actionnaires, Prêteurs, Banques, Assurances et Juridiques) * Notre besoin au cours de cet exercice est de renégocier notre dette fait de la communauté financière et extra-financière une partie prenante prioritaire	• 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
 Société civile	• Partenariat avec le Réseau Entreprendre Vendée • Adhésion à des syndicats professionnels (FICAM)
 Fournisseurs et Sous-traitants *Nous avons décidé d'affirmer le caractère prioritaire de nos relations avec nos fournisseurs et sous-traitants qui sont essentiels à la qualité de notre activité	• Charte d'achats responsables • Suivi régulier des sous-traitants • Dialogue régulier avec les fournisseurs et sous-traitants
 Associations et ONG	• 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.)
 Administrations et Institutions de contrôle	• Dialogue ouvert et constructif avec la branche inspection du travail de la DIRECCTE • Contrôle de la sincérité de la DPEF par un OTI • Contrôle des CAC

cartographie des risques et des enjeux RSE

Le service en charge de la politique RSE du Groupe a établi cette cartographie sur la base du référentiel Grennelle 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 fourniture d'eau potable et la protection de la biodiversité. 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 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 et Bien-être au travail	La dégradation de la communication entre parties prenantes internes	Maintenir un dialogue social de qualité avec les instances professionnelles, participant au bien-être au travail, illustré par : > Le nombre d'accords signés avec les instances > 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 le taux de gravité
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, illustré par : > L'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 croissance de nouveaux déchets ou cas de pollutions dues 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 directes de CO2
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 dynamie dans le territoire initial d'implantation du Groupe	Valoriser les sociétés locales pour participer au développement du territoire, illustré par : > Le nombre de sociétés fournisseurs 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 cinquième année consécutive, nous menons une démarche de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE), dont les actions ont permis de faire évoluer notre engagement en faveur des **17 Objectifs de Développement Durable de l'ONU (ODD)**. Contrôlé par un organisme tiers indépendant, la politique RSE du Groupe AMP VISUAL TV s'articule autour de **3 thèmes majeurs**, qui regroupent l'ensemble de nos enjeux prioritaires, sur lesquels nous concentrons nos efforts de responsabilité.

Notre démarche responsable est un levier de différenciation pour le Groupe, elle permet de fédérer les équipes autour de ses enjeux, et contribue à la pérennité de l'entreprise.

FAITS MARQUANTS

Depuis mars 2020, dans ce contexte sanitaire particulier, nous avons mis en place **des mesures de dialogue, de protection et de communication pour nos collaborateurs et clients**. Les impacts de la crise sur notre activité sont détaillés dans chacune des thématiques évoquées dans ce document, avec **un focus spécifique dans la partie « Santé et Sécurité »**.

Durant cet exercice, nous avons franchi un nouveau cap dans notre démarche RSE. En effet, depuis janvier 2021, tous nos sites sont passés **à l'électricité verte et locale**. De plus, nous avons évalué **pour la première fois nos émissions directes de CO2 induites par les activités de l'entreprise**. Cette étape va nous permettre de mettre en place un plan d'action, afin de contribuer concrètement à notre échelle à la lutte contre le changement climatique.

AMBITIONS N+1

Pour le prochain exercice, nous souhaitons aller plus loin dans notre démarche de responsabilité en impliquant davantage nos parties prenantes à la prise de décision. En effet, nous souhaitons mettre en place **une première matrice de matérialité**. Cette analyse a pour but d'identifier les enjeux RSE les plus importants et pertinents au regard des activités du Groupe et des attentes de chacun.



IMPLANTÉS DANS UN CADRE RESPONSABLE ...

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

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

une politique RSE établie et reconnue

Depuis 2018, nous ciblons nos adhésions à organisations de référence afin de promouvoir et rendre compte de nos actions en faveur du Développement Durable. Ainsi, nous comptons **4 adhésions à des organisations porteuses de valeurs et 1 certification RSE.**



2018

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



ecoproD

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

Ficam
CINÉMA AUDIOVISUEL MULTIMÉDIA

**Représentation au Comité
de direction de la FICAM**

(Fédération des
Industries du Cinéma de
l'Audiovisuelle)

2019



2020

**Adhésion au
Pacte mondial des
Nations Unies**



**Certification EcoVadis
Score de 61/100**

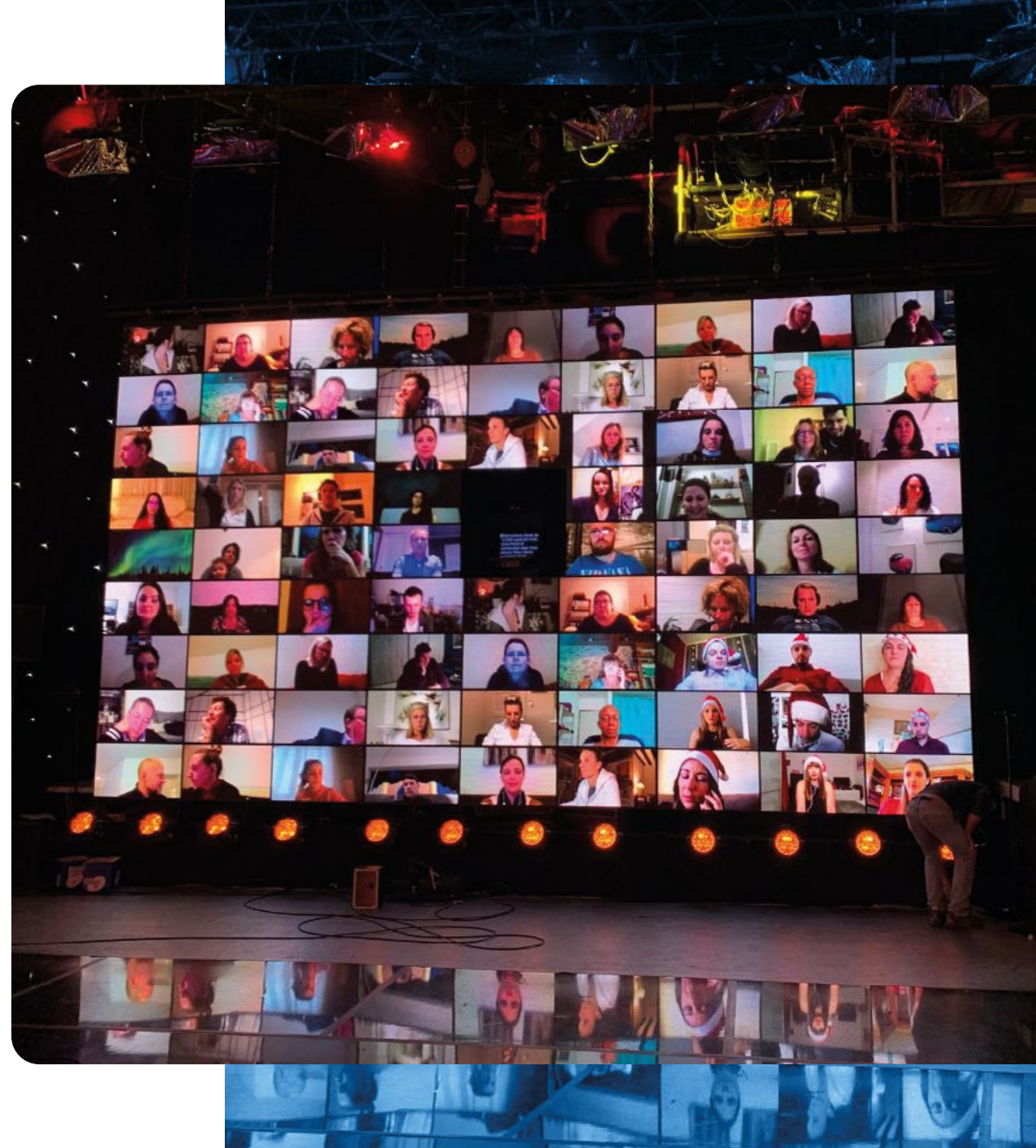


nos engagements SOCIAUX

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 **quatre fondamentaux** afin de veiller au bien-être et à l'épanouissement professionnel de nos collaborateurs.

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



dialogue social & bien-être au travail

FAVORISER LES RELATIONS SOCIALES DE QUALITÉ

Au sein d'AMP VISUAL TV, les relations professionnelles sont actives et se déroulent dans un état d'esprit constructif. Notre dialogue social est nourri quotidiennement par une communication interne réactive et variée, ce qui favorise le bien-être au travail de nos collaborateurs. Nous les informons régulièrement sur l'actualité de l'entreprise, en s'appuyant notamment sur notre **réseau social interne YAMMER** et par le biais de plusieurs affichages dynamiques.

Depuis 2017, nous publions régulièrement **un journal interne « Le MAG »** afin de renseigner les collaborateurs

sur les services et les nouveautés internes et communiquer sur la situation du Groupe. En 2019, nous avons mis en place un direct live mensuel, nommé « Master Pitch », qui a pour objectif de présenter et d'expliquer des métiers ou certains projets aux salariés.

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

FAITS MARQUANTS

Depuis mars 2020, dans le contexte de la pandémie de la COVID-19, le dialogue social a été renforcé au sein d'AMP VISUAL TV. La direction et les représentants du personnel sont en contact permanent pour concilier le mieux possible les impératifs sanitaires, sociaux et économiques. Dès le début de la crise, des mesures sanitaires jugées « adaptées et suffisantes » ont été mises en place pour l'ensemble des collaborateurs.

Un accord d'entreprise a été signé portant sur la gestion du maintien et de la reprise d'activité. Il prévoit notamment un dispositif d'activités partielles et le maintien des congés d'été.

Sur cet exercice, on constate une augmentation des journées d'absence pour Atlantic Media due aux nombreuses gardes d'enfants malades pendant le confinement. Pour Studios de France, il y a eu moins de journées d'absence car il n'y a pas eu d'accidents de travail.

AMBITIONS N+1

Le prochain exercice sera marqué par l'ouverture des négociations sur les accords temps de travail.



Individualiser l'activité partielle était un souhait à la fois de l'entreprise et des partenaires sociaux. La négociation a donc été assez rapide car nous avions des approches et des souhaits communs.

Pauline Chalus-Justo,
Directrice des Ressources Humaines



INDICATEURS CLÉS

RELATIONS SOCIALES

10 accords signés

BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

5 748 journées d'absence

+ 38% vs 2019/2020

Pour Atlantic Media :

+ 58% vs 2019/2020

Pour Studios de France :

- 10% vs 2019/2020

INDICATEURS DE SUIVI

RELATIONS SOCIALES

14 réunions du CSE dont 3 extraordinaires

BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

374 abonnés sur YAMMER

+ 25% vs 2019/2020



contribution aux odd



formation

DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES ET L'EMPLOYABILITÉ DES SALARIÉS

Parce que l'activité d'AMP VISUAL TV nécessite un savoir-faire particulier, nous enrichissons continuellement notre offre de formation à fin d'accompagner les collaborateurs dans l'évolution de leur métier, et dans la gestion de leur carrière.

Nous formons déjà de nombreux salariés sur diverses thématiques (sécurité, informatique, etc.), notamment par l'intermédiaire de **notre école de formation interne « MY TV SCHOOL »**, créée en 2019. C'est outil très important qui s'inscrit pleinement dans notre stratégie, en misant plus que jamais sur les compétences. Pour aller plus loin, cette année nous avons fait la demande auprès de la DRIEETS à fin d'être reconnu comme un organisme de formation à part entière.

Nous avons également déterminé 5 axes stratégiques de formation pour l'année 2021 qui sont les suivants :

- la sécurité
- le développement
- les compétences linguistiques
- les compétences techniques transverses
- les «soft-skills»



FAITS MARQUANTS

L'année 2020 a été marquée par un contexte de crise sanitaire et des périodes d'activités partielles qui ont impacté l'effort de formation par rapport à l'année 2019. Les entreprises ont dû s'adapter aux nouvelles modalités d'organisations (confinement, télétravail) pour développer des modes de formation en distanciel. En parallèle, de nouveaux dispositifs de financement (FNE-FORMATION) ont permis aux entreprises de bénéficier de subventions pour soutenir les formations à distance pour les collaborateurs en activité partielle. Malgré une baisse significative de nos indicateurs sur cet exercice, nous avons maintenu un effort de formation qui reste somme toute satisfaisant au regard des années précédentes.

AMBITIONS N+1

Sur le prochain exercice, nous continuerons à former nos techniciens sur la pratique des réseaux informatiques. En parallèle, notre équipe RH poursuit sa démarche d'identification des formateurs, la mise en place des formations pour les formateurs, de recensement des besoins et création de programmes pour développer le catalogue de formation existant.



INDICATEUR CLÉ

FORMATION

Pour Atlantic Media :

1 373 heures de formations réalisées

- **73%** vs 2019/2020

Pour Studios de France :

53 heures de formation réalisées

- **84%** vs 2019/2020

INDICATEURS DE SUIVI

FORMATION

Pour Atlantic Media :

94 salariés formés :

- **67%** vs 2019/2020

Pour Studios de France :

4 salariés formés :

- **73%** vs 2019/2020

Formation Techniques/Métiers : 72 salariés

Formation Langues : 6 salariés



contribution aux odd



santé & sécurité

AGIR SUR LES CONDITIONS DE TRAVAIL DES COLLABORATEURS

AMP VISUAL TV œuvre pour préserver la santé et la sécurité de ses collaborateurs, et proposer des conditions de travail motivantes à fin de contribuer à la performance globale et durable de l'entreprise.

Pour cela, nous avons nommé **des référents sécurité** qui accompagnent les salariés et les managers dans la gestion des risques au travail. Ils exercent un lien important afin de sensibiliser tous les salariés à la sécurité dans l'entreprise. En effet, la prévention des risques professionnels exige la prise de conscience de chacun des dangers et risques d'exposition liés à notre activité. De plus, des focus santé ont été mis en place pour sensibiliser régulièrement les collaborateurs sur diverses thématiques comme les gestes de premiers secours.

FAITS MARQUANTS

Cette année, nous avons reformaté le document unique d'évaluation des risques.

En outre, on constate que le taux de fréquence et le taux de gravité des accidents du travail **ont augmenté pour Atlantic Media**. Cela est dû à la baisse significative du diviseur, à savoir les heures travaillées sur 2020.

Notre démarche prévention/sécurité au sein d'ATLANTIC MEDIA est pilotée par le département RH et les référents sécurité. Elle a pour enjeux de :

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

AMBITIONS N+1

Sur le prochain exercice, nous continuerons notre programme de formation en matière de sécurité.

INDICATEURS CLÉS

ACCIDENTS DE TRAVAIL

Pour Atlantic Media :

Taux de fréquence : 11,43

+ 58% vs 2019/2020

Taux de gravité : 0,27

+ 145% vs 2019/2020

Pour Studios de France :

Taux de fréquence : 0

- 100% vs 2019/2020

Taux de gravité : 0

- 100% vs 2019/2020

INDICATEURS DE SUIVI

SÉCURITÉ

- 27,50% d'accidents de travail

vs 2019/2020

+ 25% d'accidents avec arrêt de travail

vs 2019/2020

Formation Sécurité : 12 salariés formés

➔ contribution aux odd



FOCUS SUR LA **gestion** de la crise sanitaire covid-19

Dans un contexte de crise sanitaire et économique sans précédent, induite par la pandémie de la COVID-19, plus que jamais, la santé et la sécurité des collaborateurs au travail ont été au cœur des préoccupations d'AMP VISUAL TV qui a mis en œuvre les actions adaptées et nécessaires à la gestion de cette crise.



DISTRIBUTION DE KITS SANITAIRES

L'une des actions remarquées de notre Pôle Sanitaire a été la constitution et **la distribution de kits sanitaires** à destination des équipes pour compléter les équipements individuels.



Me rendre sur différents sites, rencontrer les équipes qui étaient et sont encore en activité, nous a permis d'adapter les équipements, de faire remonter les bonnes informations à la direction et inversement. L'humain n'a jamais été aussi important !

Houyam da Costa,
Chargée de missions Développement RH



Cette culture de l'urgence, nous l'avons évidemment dans notre ADN, mais il nous faut saluer tous ceux qui, à tous les postes, ont assuré leurs missions auprès de nos clients.

Pauline Chaslus-Justo,
Directrice des Ressources Humaines



CONTINUER DE TOURNER EN SÉCURITÉ

Sur les terrains, tout a été mis en place pour protéger à la fois les collaborateurs et les clients. Les équipes techniques ont pu continuer à organiser et installer les émissions que nos clients nous ont confiées.

C'est une véritable « task force » qui s'est mise en route !



C'est pourquoi, dès le début de la crise, nous avons mis en place en interne un pôle COVID-19 avec la nomination de référents afin d'assurer une veille permanente et organiser l'ensemble des mesures nécessaires à la sécurité des collaborateurs et des clients, et assurer la continuité des

activités. Le pôle COVID-19 a été assisté tout long de sa démarche par la Médecine du travail, un préventionniste, ainsi qu'une technicienne HSE afin de s'assurer de la bonne conduite à mener.

AXES STRATÉGIQUES DE GESTION DE LA PANDÉMIE :

Favoriser le télétravail des collaborateurs par la distribution d'outils digitaux adaptés
Mise en place d'un dispositif d'activités partielles pour ceux ne pouvant télétravailler et/ou sujets à la garde d'enfants



Mise en place d'un protocole sanitaire s'appliquant à tous, et de KITS « sanitaires » adaptés à chaque activité et métier

Utilisation quotidienne de différents canaux de communication : affiches, mails, réseaux internes, etc.

égalité des traitements

PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE HOMMES/FEMMES

Depuis 2015, AMP VISUAL TV a officialisé sa promotion de l'égalité Hommes/Femmes, qu'il s'agisse de recrutement, d'accès à la formation, de mobilité, ou de rémunération.

Facteurs de cohésion sociale et d'enrichissement collectif, nous sommes convaincus que l'égalité H/F est un atout pour la croissance de la société et sa pérennité. Dans ce contexte, nous avons signé cette année un accord, qui renforce l'engagement de l'entreprise en faveur de l'égalité

professionnelle H/F au travers de 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 rémunérations entre les hommes et les femmes.

AGIR POUR L'INTÉGRATION DES TRAVAILLEURS EN SITUATION DE HANDICAP

AMP VISUAL TV mène une politique globale de non discrimination et de diversité.

Notamment, nous favorisons l'intégration et le recrutement de personnes en situation de handicap. Il est essentiel que les personnes portant un handicap soient personnellement encadrées au sein de l'entreprise. Ainsi, en 2019, **nous avons commencé un diagnostic, désigné une référente**

handicap, et mis en place un Comité de pilotage.

La référente handicap accompagne les Ressources Humaines et favorise la mise en relation avec les services spécialisés. Notamment, elle a pour rôle de mener des actions de communication et de sensibilisation auprès des collaborateurs.

FAITS MARQUANTS

En juillet 2020, dans la continuité de notre démarche de non-discrimination, nous avons mis en place **une Charte de non-discrimination** à destination des candidats en amont des entretiens d'embauche.

AMBITIONS N+1

Sur le prochain exercice, nous prévoyons de communiquer une note de sensibilisation à la non-discrimination auprès du Comité de Direction. De plus, nous travaillons actuellement sur la formalisation de la politique harcèlement sexuel et handicap.



INDICATEURS CLÉS

INDEX ÉGALITÉ H/F

Pour l'exercice 2020/2021, le Groupe affiche un index égalité professionnelle de **86 points sur 100.**

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



Écarts de rémunérations

38/40 -1 point vs 2019/2020



Écarts de taux d'augmentation

20/20



Écarts de taux de promotion

15/15



% d'augmentation au retour d'un congé maternité

INCALCULABLE/15



Sous représentation des plus hautes rémunérations

0/10

HANDICAP

Pour Atlantic Media :

Nombre de bénéficiaires de la RQTH : 9

+ 26% vs 2019/2020

Pour Studios de France :

Nombre de bénéficiaires de la RQTH : 2

+ 102% vs 2019/2020

FAVORISER L'INSERTION DES JEUNES

Pour attirer de nouveaux talents, AMP VISUAL TV poursuit son engagement en faveur de l'insertion des jeunes de **moins de 25 ans** par la mise en œuvre d'une **politique d'embauche, d'accueil et de suivi**. La transmission est dans notre société l'un des piliers sur lesquels elle repose, c'est pourquoi nous formons au mieux nos stagiaires et alternants en les associant à des salariés expérimentés. Grâce au partenariat avec l'enseignement des filières de

L'Audiovisuel, nous recrutons régulièrement des stagiaires et alternants, souvent embauchés en CDI par la suite. Comme l'ensemble des salariés, ils bénéficient au cours des 2 premiers mois de contrat d'un suivi d'intégration réalisé par le service des Ressources Humaines, et reçoivent à leur arrivée un kit d'accueil adapté à leur fonction.

FAITS MARQUANTS

Depuis août 2020, nous avons repris l'exploitation des plateaux et des régies beIN Sports. Pour ce faire, nous avons recruté **30 jeunes** fraîchement diplômés. Nous avons organisé une Master Class pendant deux jours afin de pouvoir former l'ensemble des techniciens permanents avec la présence notamment d'une équipe de réalisation et éditoriale complète. **9 jeunes** ont été formés sur la thématique « VISION ». De plus des émissions « à blanc » ont été tournées avec des arrêts sur image, permettant aux équipes de mieux appréhender et comprendre les conditions d'un tournage, sans la contrainte et le stress du direct.

Par ailleurs, la crise sanitaire de la COVID-19 que nous subissons depuis mars 2020 a ralenti nos activités, ce qui explique que nous avons accueilli moins de stagiaires durant cet exercice.

AMBITIONS N+1

Le process d'intégration des jeunes est en cours de construction par le service RH. Sur le prochain exercice, nous souhaitons également développer des formations internes pour cette tranche de collaborateurs.



„L'intégration a été réussie au sein de beIN pour nos équipes, malgré un peu de scepticisme au début de la part de certains journalistes côté client, dû à la jeunesse des équipes, mais rapidement gommé par un engagement de tous ! „

Benjamin Amaudru,
Administrateur de Production

INDICATEURS DE SUIVI

HANDICAP

Pour Atlantic Media :
Contribution AGEFIPH : **90 928,56 €**

Pour Studios de France :
Contribution AGEFIPH : **0**

RECRUTEMENT DES JEUNES

13 stagiaires recrutés :
- 81% vs 2019/2020

 contribution aux odd



nos engagements environnementaux



Notre secteur d'activité est source de pollutions. C'est pourquoi, depuis de nombreuses années déjà, nous avons mis en place une démarche environnementale, où se mêlent petites et grandes actions afin de réduire notre empreinte carbone au quotidien.

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

- 01/ LES CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES
- 02/ LES DÉCHETS
- 03/ LES ÉMISSIONS DE CO2



les consommations énergétiques

OPTIMISER NOTRE UTILISATION DES RESSOURCES

AMP VISUAL TV s'inscrit dans **une démarche de sobriété et d'optimisation énergétique** afin de préserver les ressources naturelles, minimiser les émissions de CO2, et promouvoir l'usage de l'énergie verte au sein de l'entreprise. Depuis 2018, nous maîtrisons et assurons le suivi de nos consommations énergétiques.

En concentrant notre activité plateaux au Parc des Portes de Paris, **certifié ISO 14 000**, nous nous inscrivons dans **une stratégie d'amélioration continue de la performance énergétique** de nos studios. En effet, 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.

FAITS MARQUANTS

En janvier 2021, nous avons changé de fournisseur d'électricité pour les sites de Studios de France et d'Atlantic Media au profit **d'un fournisseur local d'électricité renouvelable**, Électricité de Provence. Ce changement nous permet d'avoir une visibilité sur l'origine de l'électricité que l'on consomme, et d'utiliser une énergie plus propre et respectueuse de l'environnement. C'est un grand pas **vers l'usage de l'énergie verte au sein de l'entreprise**.

Par ailleurs, on constate une hausse des consommations électriques dû à la pandémie de la COVID-19 qui a augmenté notre activité plateaux **(+ 9%)**. À contrario, on constate une baisse de la consommation de carburant de nos véhicules techniques. Ce résultat s'explique par le fait que la crise sanitaire a diminué le nombre de tournages réalisés. Par conséquent, nos équipes techniques ont effectué moins de déplacements.

AMBITIONS N+1

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



INDICATEURS CLÉS

CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES



Électricité :

+ 5% vs 2019/2020

pour la consommation globale

+ 8% vs 2019/2020

pour la consommation des plateaux



Carburant :

Pour Atlantic Media :

+ 18% vs 2019/2020

pour les véhicules non techniques

- 37% vs 2019/2020

pour les véhicules techniques

INDICATEURS DE SUIVI

CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES



Gaz :

- 7% vs 2019/2020

pour la consommation globale



Eau :

- 44% vs 2019/2020

pour la consommation globale



contribution aux odd



les déchets

RÉDUIRE ET VALORISER

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

Nous ambitionnons de revaloriser la matière de tous les déchets que nous produisons, notamment ceux liés à l'activité de tournages, qui sont principalement **les piles et les métaux**. Également, nous encourageons **les initiatives personnelles** des collaborateurs dans ce sens, notamment en les incitant à réutiliser les piles pour leur usage personnel, ou à imprimer les documents uniquement si nécessaire.

Les piles usagées sont récupérées par l'Eco-organisme COREPILE pour être transformées en zinc, alliages, ou en métaux divers. Produits sur notre site de Gennevilliers, nos déchets métaux sont collectés et recyclés par l'entreprise SOREVO Environnement.

Concernant **les déchets tout venant**, nos sites de Gennevilliers, de la Plaine-Saint-Denis, d'Olonne-Sur-Mer, de Metz et de Lyon bénéficient d'une solution de collecte dite en mélange. Une fois collectés, ces déchets sont triés par nos prestataires, qui organisent leurs valorisations. Pour le moment, nous avons les informations de recyclage uniquement pour les déchets tout venant produits sur nos sites de Gennevilliers et du Studio 107.

Également, nous portons une attention particulière à **notre consommation de papier et d'encre**. Chaque encre usagée est mise par nos collaborateurs dans une écobox, donnée par la société Canon Fac-Similé. Lorsque les écobox sont pleines, cette société les récupère pour les remettre à la société CONIBI, qui se charge de leur valorisation. Pour le moment, nous n'avons pas de données de recyclage propres à AMP VISUAL TV car les cartons récupérés font partie d'un circuit de collecte. Néanmoins, on estime que : **une encre livrée = une encre usagée recyclée**.

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

Enfin, AMP VISUAL TV œuvre pour **la suppression du plastique à usage unique dans l'entreprise**. Pour cela, **en janvier 2020**, nous avons offert à tous les salariés un mug réutilisable afin de limiter l'utilisation de gobelets en plastique jetables. Dans la même lignée, **en février 2020**, nous avons installé des fontaines à eau sur le site d'Olonne-Sur-Mer et au Studio 130 pour éviter l'usage de bouteilles en plastique.



INDICATEURS CLÉS

PRODUCTION ET RECYCLAGE



Déchets piles :

Pour Atlantic Media :

1 318 Kg de déchets produits

+ 77% vs 2019/2020

100% recyclés

Transformés en **553,6 kg** de zinc,
342,7 kg d'alliages, et **131,8 kg** de métaux



Déchets tout venant :

822,42 tonnes de déchets produits

+ 1314% vs 2019/2020

Les déchets des sites de Gennevilliers
et du Studio 107 sont **100% recyclés** :
13,86 tonnes valorisées en matière
13,64 tonnes valorisées en énergie

FAITS MARQUANTS

La production totale de déchets tout venant d'AMP VISUAL TV, est bien supérieure à l'exercice précédent **(+1314%)**. Ce constat se justifie par le fait que cette année nous avons récupéré les données déchets spécifiques aux Studios 120,128,107,210,102, et au site de Gennevilliers que nous n'avions pas sur les exercices précédents.

On constate également une augmentation de la quantité de déchets piles durant cet exercice. En effet, cette année, nous avons changé notre méthode de décompte. Nous avons choisi de calculer sur la période d'avril 2020 à fin mars 2021 conformément au recensement des autres déchets.

De plus, il n'y a eu qu'un seul enlèvement en 2019/2020, contrairement aux autres exercices (sauf 2016/2017) où il y a eu au moins deux collectes.

Concernant les autres déchets de l'entreprise, on constate une diminution de la production. Cela est dû au fait que la crise de la COVID-19 a réduit le nombre des tournages, et donc l'activité des studios qui sont générateurs de déchets. De plus, nous avons favorisé le télétravail des collaborateurs, qui ont alors moins fréquenté les sites de l'entreprise.

AMBITIONS N+1

Dans la continuité de notre démarche de prévention et de valorisation des déchets, nous allons mettre en place sur le prochain exercice des fontaines à eau dans les cars-régies vidéomobile, et distribuer à l'ensemble de nos salariés une gourde réutilisable à fin de réduire l'usage du plastique

jetable au sein de l'entreprise.

En outre, nous souhaitons prochainement mettre en place le tri sélectif des déchets sur l'ensemble des sites, et organiser le recyclage des mégots de cigarettes sur certains de nos sites parisiens.



INDICATEURS DE SUIVI

PRODUCTION ET RECYCLAGE



Déchets métaux & électroniques :

Pour Atlantic Media :

2,6 tonnes de déchets

- 6% vs 2019/2020

100% recyclés



Déchets papier :

362 202 impressions papier

- 57% vs 2019/2020



Déchets encre :

64 cartouches d'encre utilisées

- 34% vs 2019/2020

100% recyclés



Économie circulaire :

29 239,99 € récoltés par la revente de nos outils audiovisuels : **+ 22% vs 2019/2020**

20 300 € récoltés par la revente de nos véhicules

442 outils audiovisuels donnés

174 outils audiovisuels revendus

 **contribution aux odd**



les émissions de CO2

LIMITER LES REJETS

AMP VISUAL TV mène une politique globale de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) liées aux déplacements des collaborateurs et à la consommation énergétique des bâtiments de l'entreprise.

Nous avons mis en œuvre **5 actions d'optimisation des transports** pour réduire notre empreinte carbone :

- L'utilisation systématique des remorques motos,
- 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'uniformisation des technologies employées dans les cars-régies.

De plus, le service HF dispose de **kits motos transportables** pour équiper les motos afin de réaliser nos prestations à l'international. **Nous sommes le seul prestataire au monde qui n'a pas l'obligation de déplacer ses motos pour réaliser des tournages.** Les kits sont démontables et permettent d'acheminer le

matériel nécessaire pour l'installer sur des motos louées sur place.

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 équipes techniques et donc une baisse des émissions de CO2.

Enfin depuis 2017, nous tâchons de renouveler notre flotte automobile en intégrant **des véhicules moins polluants norme Euro 6 ou hybrides.**

Depuis 2016, le service HF disposait de deux scooters 100% 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. Cette année, nous avons fait **l'acquisition de deux nouveaux scooters électriques.**





FAITS MARQUANTS

Depuis janvier 2021, nous avons changé de fournisseur d'électricité, pour l'ensemble de nos sites, au profit d'une **électricité renouvelable et locale**. Ce changement nous permettra à l'avenir de baisser nos émissions de CO2 émises par nos bâtiments.

Afin de contribuer davantage à notre échelle à la lutte contre le réchauffement climatique, cette année, nous avons réalisé le premier **Bilan Carbone** d'AMP VISUAL TV. Pour cela, nous avons évalué les émissions directes de CO2, induites par l'utilisation de notre flotte de véhicules (voitures diesel, avions, cars, scooters thermiques et électriques), et par les consommations énergétiques de nos bâtiments. Ce calcul a mis en lumière que **74% de nos émissions de CO2 proviennent de l'utilisation de nos véhicules**.

AMBITIONS N+1

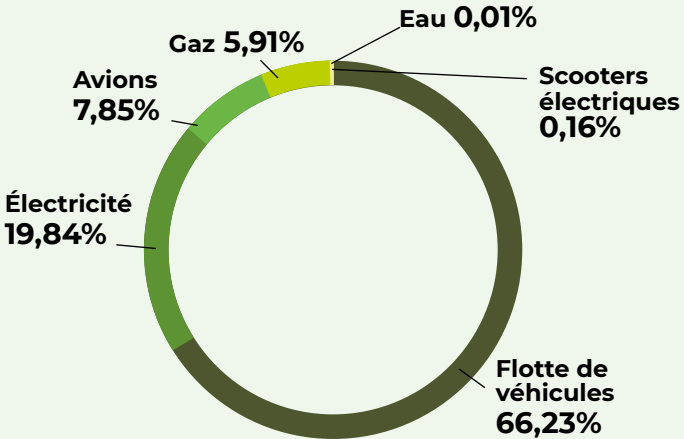
La réalisation de ce premier Bilan Carbone permettra par la suite de mettre en œuvre des actions ciblées et efficaces afin de réduire nos émissions directes de CO2, en particulier celles causées par l'utilisation de nos véhicules. Ainsi, à l'avenir, nous souhaitons trouver une solution pour réduire au maximum l'usage du diesel dans notre flotte de véhicules techniques.



INDICATEUR CLÉ

REJETS EN CO2

1 860 tonnes de CO2 émises



INDICATEURS DE SUIVI

REJETS EN CO2

- 104 véhicules norme Euro 6
- 17 véhicules hybrides
- 4 scooters électriques
- 11 kits motos



contribution aux odd



nos engagements sociétaux

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

GARANTIR LA LOYAUTÉ DES PRATIQUES

AMP VISUAL TV promeut **les comportements éthiques** dans l'ensemble de ses relations d'affaires.

En 2017, nous avons formulé une première **Charte d'achats responsables** à fin de nous assurer que nos partenaires partagent et respectent nos ambitions sociétales. En adhérant aux principes de cette charte, nos sous-traitants et fournisseurs s'engagent à agir de manière loyale et à nous accompagner dans le déploiement de notre démarche RSE.

Dans la même lignée, nous avons créé un premier **Code éthique des pratiques** afin de formaliser les principes de bonne conduite des collaborateurs. Ces principes marquent la volonté d'AMP VISUAL TV de donner à chacun les moyens d'agir dans le meilleur intérêt de l'entreprise et de sa réputation, et de conduire ses activités en toute légalité.

De plus, depuis 2018, nous avons entamé **une démarche de conformité au RGPD** pour l'ensemble de nos sociétés afin de protéger les données personnelles de nos clients, partenaires et collaborateurs. Pour cela, nous avons nommé en interne un référent en matière de protection des données personnelles.

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 extrait k-bis, leurs attestations de vigilance et de régularité fiscale.

FAITS MARQUANTS

Cette année, notre démarche RSE a été évaluée par **la plateforme de notation EcoVadis** sur les thèmes Environnement, Social & Droits de l'Homme, Éthique et Achats Responsables. Cette évaluation nous a permis d'obtenir une image claire de nos pratiques responsables et d'identifier des axes d'amélioration pour l'avenir notamment en matière Éthique.

AMBITIONS N+1

Pour le prochain exercice, nous souhaitons moderniser et mettre à jour notre Code éthique des pratiques et notre Charte d'achats responsables. Également, nous souhaitons créer un dispositif d'alerte interne.



INDICATEUR CLÉ

DOCUMENTS ÉTHIQUES

1 Code éthique des pratiques

1 Charte d'achats responsables

INDICATEUR DE SUIVI

CONFORMITÉ DES SOUS-TRAITANTS

37 sous-traitants conformes

+ 12% depuis 2018



Certification EcoVadis

Score de 61/100



contribution aux odd



l'implication territoriale

DÉVELOPPER NOTRE ANCRAGE LOCAL

Engagé dans la société, AMP VISUAL TV développe depuis quelques années **son ancrage territorial** pour une croissance durable, respectueuse à la fois des Hommes et des territoires.

Pour cela, nous privilégions **les collaborations avec des fournisseurs de service dits « non-métier » 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 régions à savoir en Vendée, dans le Rhône, la Moselle, et en Haute-Garonne.

FAVORISER LE MÉCÉNAT ET LES PARTENARIATS

Entreprise citoyenne, AMP entretient **des actions de mécénat et de partenariats**.

Depuis 2017, nous nous sommes portés partenaire de près d'une dizaine d'événements sportifs ou sociaux à proximité

de nos implantations. Également, nous nous impliquons dans certaines manifestations nationales.

FAITS MARQUANTS

En février 2021, pour la première fois, nous avons souscrit un abonnement d'un an au Journal de l'association **Demain Vendée** pour notre site des Sables d'Olonne. Demain-Vendée est un média local qui vise à mettre en lumière les initiatives positives sur la Vendée, sur des thématiques variées de la transition sociétale, écologique et sociale.

Cette année, nous avons collecté et mis en évidence les données relatives aux fournisseurs proches de nos autres implantations régionales (Vendée, Moselle, Rhône, Haute-Garonne). Concernant les actions de mécénat et partenariats, elles sont moins nombreuses que les exercices précédents. Cela est dû au contexte sanitaire qui limite les rassemblements et les événements.

AMBITIONS N+1

Pour le prochain exercice, nous souhaitons maintenir notre ancrage territorial en préservant les relations commerciales existantes avec nos fournisseurs proches de nos agences.



INDICATEUR CLÉ

FOURNISSEURS LOCAUX

129 fournisseurs locaux

dont : 55 fournisseurs en Vendée :

+ 38% depuis 2017

39 fournisseurs dans le Rhône

11 fournisseurs en Moselle

24 fournisseurs en Haute-Garonne

INDICATEUR DE SUIVI

MÉCÉNAT ET PARTENARIAT

8 actions de mécénat et partenariats

- 53% vs 2019/2020



contribution aux odd



la promotion des valeurs responsables

DÉVELOPPER LA RSE AU SEIN DE
NOTRE SPHÈRE D'INFLUENCE



Nous avons consacré un
Master Pitch en interne
à la RSE

novembre
2019



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

Ficam
CINÉMA AUDIOVISUEL MULTIMÉDIA



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

mars
2020



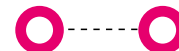
AMP VISUAL TV était
invité au salon des lieux de
tournages pour un retour
d'expérience sur l'Éco-
responsabilité



Ficam
CINÉMA AUDIOVISUEL MULTIMÉDIA

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

décembre 2020 mars 2021



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



INDICATEUR CLÉ

PROMOTION DES VALEURS RSE

3 actions de promotion

7 depuis avril 2019



contribution aux odd

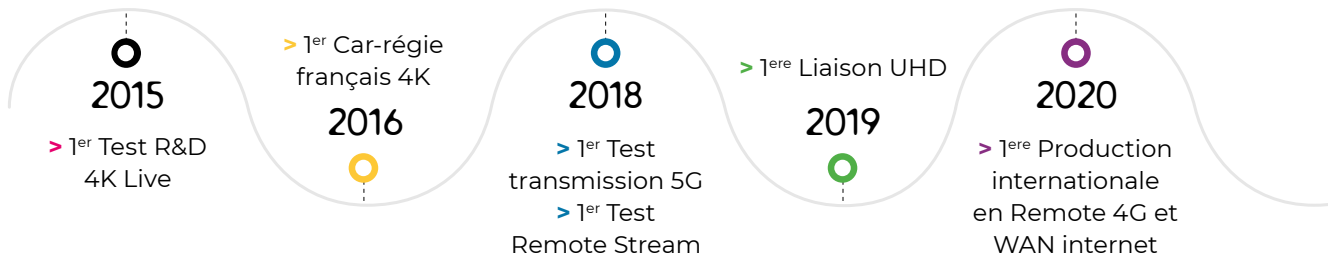


innovations

AMP VISUAL TV est reconnu internationalement pour **l'expertise technique de ses équipes**, toujours à la pointe de l'innovation, en se dotant sans cesse **des outils les plus performants et novateurs**. Depuis une quinzaine d'années, nos innovations dépassent le simple cadre technique, en accompagnant les bouleversements des usages des téléspectateurs. Technologie, process, management, tous les aspects de la vie de l'entreprise sont impactés par cette transformation.

L'innovation constitue l'ADN d'AMP VISUAL TV.

19 INNOVATIONS MAJEURES DEPUIS 1986, **DONT 6 CES DERNIÈRES ANNÉES...**



| NOS RÉALISATIONS

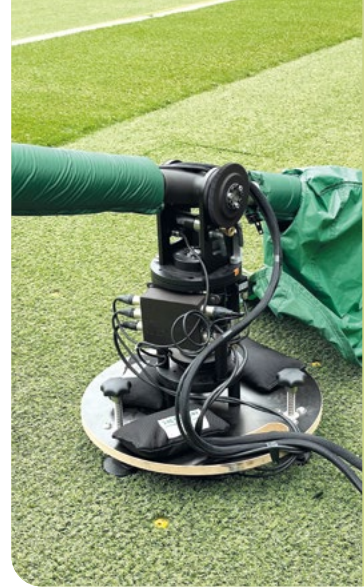


une première
en France !

En mars 2020, à l'occasion du match de Ligue des Champions PSG-Barcelone, notre équipe technique a exploité en conditions opérationnelles l'interconnexion de deux cars-régies, les Millenium 3 et 4.

astucieuse !

En partenariat avec Louma, notre équipe technique a mis au point un outil inédit pour les matchs de football, un mini-bras équipé d'une micro-caméra slowmotion, nommé la PELICAM'S, afin de vivre réellement le point de vue du gardien !



« Ce dispositif concrétise un projet que nous avons depuis longtemps : disposer d'outils techniques avec le bon gabarit, dimensionné pour les prestations du quotidien mais aussi évolutifs et flexibles pour étendre leurs capacités vers des set-ups très puissants. »

François Valadoux,
Directeur Général Délégué
Directeur Technique

➔ contribution aux odd



note méthodologique

Préambule

Conformément aux nouvelles dispositions de l'article L 225-102-1 du code de commerce, le Groupe AMP VISUAL TV®, et notamment sa holding, la société AMP INVESTISSEMENT, rend compte dans son rapport de gestion 2020/2021 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 2020 au 31 mars 2021. En revanche, pour l'ensemble des données sociales, le périmètre couvert est du 1er janvier au 31 décembre 2020.

Périmètre

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

Pour cet exercice, nous avons privilégié un périmètre France pour notre reporting en nous focalisant sur les structures juridiques faisant partie de notre UES. Nous avons mené au cours de cet exercice des opérations structurelles dont la fusion simplifiée des Studios Paris Sud avec Atlantic Média. En conséquence, nous avons choisis de cumuler les données pour ces deux entités. Cette déclaration porte donc sur les données des sociétés Atlantic Media et Studios de France, dont les liens capitalistiques sont illustrés ci-après et couvrent en moyenne **94,6%** des effectifs permanents consolidés. Cette diminution du taux de couverture est liée à l'intégration d'une nouvelle société dans le périmètre de consolidation du Groupe à savoir de IXI LIVE.

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, N-1 et N-2, 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 ré-

daction 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 BDES de l'UES Broadcast Services.

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

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

NB : Les données relatives aux piles étaient précédemment collectées par année civile, dans un souci de cohérence avec les autres données, nous avons choisi de désormais les collecter sur la période de l'exercice comptable.

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

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

Taux de couverture DPEF 2020-2021

Le taux de couverture global de notre DPEF est de **94,6%** et se décompose comme suit : Social (effectifs du périmètre) : **100%**, Sociétal : **98,2%**, Environnemental : **96,9%**

Objectifs 2021/2022

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. Pour faire face à la crise sanitaire mondiale du COVID-19 survenue en début d'année 2020, la France a mis en place différentes mesures afin de limiter la propagation du virus. Les activités du Groupe AMP VISUAL TV ayant été impactées, il a été contraint de mettre en chômage partiel certains de ses effectifs durant cette période. AMP VISUAL TV surveille attentivement ses expositions face à l'épidémie, notamment l'impact de la crise sanitaire sur la protection de ses salariés, de son environnement et de sa situation économique et financière.

Retour sur nos objectifs 2019/2020

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

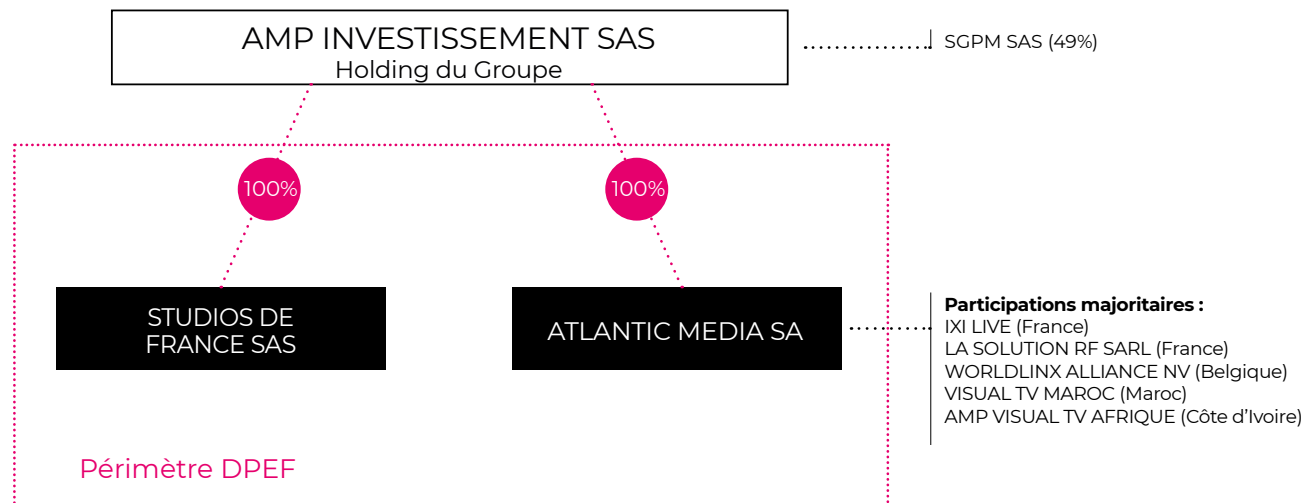
- Ancrer notre politique RSE à long terme 
- Agir en faveur de l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes 
- Accentuer les efforts fournis pour limiter notre empreinte carbone 
- Développer notre engagement éthique et en faveur de l'environnement 
- Valoriser le savoir-faire interne 



En cours de réalisation



Objectif atteint mais le travail continue



avis de sincérité de l'OTI



Exercice clos le 31 mars **2021**

RAPPORT

DE L'ORGANISME TIERS INDEPENDANT
SUR LES INFORMATIONS RSE

AMP INVESTISSEMENT
ALLEE TITOUAN LAMAZOU
ZONE ACTILONNE
85340 OLLONNE SUR MER

www.groupepy.fr



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

AMP INVESTISSEMENT

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

Exercice clos le 31 mars 2021

Aux actionnaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1103 (dont la portée est disponible sur le site www.cofrac.fr), nous vous présentons notre rapport sur la déclaration de performance extra-financière relative à l'exercice clos le 31/03/2021 (ci-après la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion en application des dispositions légales et réglementaires des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Responsabilité de l'entité

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

Indépendance et contrôle qualité

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

GROUPE Y AUDIT
Société d'Expertise Comptable et de Commissariat aux Comptes
Inscrite au tableau de l'Ordre de la Région Poitou-Charentes Vendée - Membre de la Compagnie Régionale de Portiers
Membre indépendant du réseau Nexia International - Membre de l'Association Technique A.T.H.
SAS au capital de 37 000 €
Siège social : 53 rue des Marais - CS 18421 - 79024 NIORT Cedex - Tél : 05 49 32 49 01
RCS NIORT B 377 530 563 - APE 6920 Z - TVA : FR 10 377 530 563
FONTENAY-LE-COMTE - FUTUROSCOPE - LA ROCHE-SUR-YON - LUÇON - NANTES - NIORT - PARIS



Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

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

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

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

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

Nature et étendue des travaux

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

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

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

AMP INVESTISSEMENT
Exercice clos le 31 mars 2021
Version 1 - Imprimée le 20/07/2021

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

- des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
- des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices² et couvrent entre 96,9% et 100% des données sélectionnées des indicateurs clés de performance et résultats sélectionnés pour ces tests ;

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

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

¹ **Informations sociales** : Santé et sécurité : « les conditions de santé et de sécurité au travail » via les taux de fréquence & taux de gravité. Relations sociales : « le bilan des accords collectifs » via le nombre d'accord collectifs signés. Organisation du travail « l'absentéisme » via le nombre de journées d'absences. Formation « le nombre total d'heures de formation » et le nombre de recrutement de jeunes et stagiaires. Egalité de traitement : « les mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes » via l'index égalité.

Informations environnementales : Economie circulaire : "utilisation durable des ressources : la consommation d'énergie; les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables" via la consommation électrique des sites / la consommation de carburant de la flotte automobile. Economie circulaire : "Prévention et gestion des déchets : les mesures de prévention, de recyclage, de réutilisation, d'autres formes de valorisation et d'élimination des déchets" via la quantité de piles déchets et leur part de valorisation / la quantité de déchets tout venant et leur part de valorisation. Changement climatique : "Les mesures de prévention, de réduction ou de réparation de rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement" via les émissions de CO2 (scope 1 et 2).

Informations sociétales : Loyauté des pratiques : « Informations relatives à la lutte contre la corruption : les actions engagées pour prévenir la corruption » via le nombre de documents éthiques. Engagements sociétaux en faveur du développement durable : « les relations entretenues avec les parties prenantes de la société et les modalités du dialogue avec celles-ci » via le nombre d'actions de promotion. Sous-traitance et fournisseurs : « la prise en compte dans la politique d'achat des fournisseurs locaux » « l'impact de l'activité de la société en matière d'emploi et de développement local » via le nombre de sociétés fournisseurs dits locaux.

² Cf Annexe 1

Moyens et ressources

Nos travaux, notamment matérialisés par la réalisation d'une douzaine d'entretiens, ont mobilisé les compétences de 3 personnes et se sont déroulés sur le mois de juillet 2021 sur une durée totale d'intervention d'environ 2 semaines.

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

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

Conclusion

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

Commentaires

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

- Nous attirons votre attention sur le fait de veiller à la bonne stabilité des indicateurs clés de performance élevés au rang de KPIs et qui représentent la performance de votre société sur les volets sociaux, environnementaux et sociétaux.

Fait à Niort, le 20 juillet 2021

L'ORGANISME TIERS INDEPENDANT

GROUPE Y Audit



Arnaud MOYON

Associé Département Développement Durable

Annexe 1 : Entités contributrices

Indicateurs Environnementaux

Atlantic Media SA
Studio de France SAS

Indicateurs Sociaux

Atlantic Media SA
Studio de France SAS

Indicateurs Sociétaux

Atlantic Media SA



Imprimé sur du papier issu de forêts gérées durablement

