

La culture, un pilier essentiel du développement durable

En proclamant le 21 mai Journée mondiale de la diversité culturelle pour le dialogue et le développement, les Nations Unies ont souhaité mettre en évidence le lien entre culture et compréhension mutuelle, entre connaissance et dialogue entre les peuples, entre accès aux techniques de l'information et lutte contre la pauvreté.

Définie par l'Unesco comme un « ressort fondamental du développement durable des communautés, des peuples et des nations », la diversité culturelle « est indispensable à la paix et à la sécurité aux plans local, national et international ». Célébrer cette journée permet donc de sensibiliser l'opinion publique à la valeur de la diversité culturelle, pilier du développement durable, au même titre que l'environnement. Ce 21 mai est également l'occasion de rappeler la contribution des industries culturelles au développement durable : permettre aux générations

actuelles et futures de satisfaire leur besoin de communiquer, de nourrir leur curiosité, de développer leurs talents et d'encourager le dialogue interculturel.

C'est ainsi que Vivendi, au cœur des contenus, des plates-formes et des réseaux, a défini sa contribution au développement durable.

Point de vue



Par
PASCALLE THUMERELLE
Directrice du développement durable, Vivendi

Par ses activités, le groupe exerce sur la société une influence humaine, culturelle, intellectuelle. Aussi, dès 2003, Vivendi a-t-il défini la promotion de la diversité culturelle comme l'un des enjeux spécifiques de sa politique de développement durable. Car elle est une source de performance économique pour l'entreprise et un aiguillon de sa responsabilité sociale.

Proposer une offre de contenus de qualité et d'une riche diversité assure au groupe un avantage compétitif par rapport à ses concurrents. La diversité cinématographique, par exemple, est l'un des axes structurants de la ligne éditoriale de Canal Plus. Les abonnés déclarent à 90 % que les films diffusés sont de genres variés et se disent satisfaits à 88 % de l'offre cinéma. Un autre exemple concerne Universal Music Group (UMG) : plus de 60 % de ses ventes physiques et numériques sont réalisées par des artistes locaux, dans un périmètre de 59 pays.

La promotion de la diversité culturelle répond aussi à la responsabilité sociale des industries culturelles : comment nourrir au mieux les capacités créatives des générations actuelles et futures ? Comment veiller à ne pas favoriser une monoculture, source d'obésité intellectuelle ? Pour éviter ces écueils, nous nous sommes fixés comme objectifs d'encourager la création dans sa diversité, de contribuer au renforcement des capacités de production en Afrique, ou encore de valoriser le patrimoine. Des indicateurs visant à mesurer l'offre des différents métiers du groupe ont été définis : répartition du chiffre d'affaires d'UMG par genre musical ; nombre de langues chantées par les artistes ; part des coproductions cinématographiques non françaises ; pourcentage des investissements consacrés à la valorisation du patrimoine, etc.

Délicate et complexe, cette élaboration des indicateurs doit être améliorée. C'est pourquoi Vivendi et l'Alliance des civilisations des Nations unies ont créé un groupe de travail réunissant des représentants des institutions internationales et du secteur privé. L'objectif est de mutualiser les expertises et les données pour mieux intégrer la culture dans la

Dès 2003, Vivendi a défini la promotion de la diversité culturelle comme une source de performance économique pour l'entreprise.

mesure du bien-être et du progrès économique et social.

Cette exigence de mesure s'applique également aux dirigeants de Vivendi et de ses filiales qui, depuis 2010, doivent satisfaire à des objectifs de développement durable, intégrés dans leur rémunération variable. Parmi les critères d'évaluation retenus, mentionnons la promotion des premiers films et des œuvres européennes par Canal Plus ou encore la promotion des talents dans les pays émergents par UMG. Vivendi est la première entreprise à intégrer des objectifs liés à la promotion de la diversité culturelle dans la rémunération variable des dirigeants. Peut-être une bonne pratique novatrice à partager avec d'autres industries culturelles ?