

2023

Rapport d'activité



Message du Président Cyrille Bolloré , Président-directeur général	2
---	----------

Profil	4
Chiffres clés	6
Organigramme économique	8
Données boursières	9
Stratégie du Groupe	10
Modèle d'affaires	12
Performance RSE en bref	14
Gouvernance	15

Le Groupe

— Logistique pétrolière	17
— Communication	21
— Industrie	33

Autres actifs	41
Responsabilité sociale et environnementale	45
L'histoire du Groupe	50

Message du Président

Savoir se réinventer fait partie de notre ADN.

Après la cession de Bolloré Africa Logistics au groupe MSC en 2022, nous avons cédé en février 2024 l'activité de commission de transport et logistique internationale (Bolloré Logistics) à CMA-CGM. De son côté, Vivendi a finalisé son rapprochement avec Lagardère, acteur mondial de l'édition et du travel retail en novembre 2023. Un projet de scission de la société en quatre entités qui seraient chacune cotées en Bourse est actuellement à l'étude. Ces différentes opérations témoignent de l'agilité du Groupe Bolloré et de sa capacité à saisir des opportunités nouvelles.

Sur le plan opérationnel, l'année 2023 a fait ressortir de bons résultats de l'ensemble des activités du Groupe avec un EBITA⁽¹⁾ de 994 millions d'euros, en baisse de 6% à périmètre et taux de change constants, impacté par le ralentissement de la logistique pétrolière et la baisse de la contribution d'UMG.

Le résultat opérationnel ajusté (EBITA)⁽²⁾ de Bolloré Energy ressort à 44 millions d'euros, contre 141 millions d'euros en 2022, qui était une année aux résultats exceptionnels alimentés par le déclenchement de la guerre en Ukraine. L'année 2023 a été impactée par la baisse des prix et des volumes des produits pétroliers et des effets stocks négatifs.

Le résultat du secteur Communication, composé des activités de Vivendi, d'UMG et de Lagardère⁽³⁾, a progressé de 4%, à 1102 millions d'euros, porté par les bonnes performances des activités de Vivendi (Havas, Groupe Canal+ et la progression de la

contribution de Lagardère, mis en équivalence sur onze mois de 2023), malgré la baisse de la contribution d'UMG (impact négatif de la mise en place du plan de rémunérations en actions).

Enfin, le secteur Industrie (Blue, Films et Systèmes) enregistre une progression de ses résultats de +11 millions d'euros par rapport à ceux de 2022 grâce à une amélioration de la rentabilité de l'activité films Packaging et diélectrique, et des résultats des activités de Systèmes, portées par les terminaux spécialisés et Polyconseil.

Le résultat net 2023 de 566 millions d'euros est peu comparable à celui de 2022 (2724 millions d'euros), qui intégrait la plus-value de cession de Bolloré Africa Logistics (3150 millions d'euros). Chez Vivendi, le résultat 2022 avait été impacté par la déconsolidation de Telecom Italia (-1494 millions d'euros) et la plus-value sur l'apport de la participation dans Banijay Holdings Group à FL Entertainment (515 millions d'euros).

Après la cession de Bolloré Africa Logistics au groupe MSC en 2022 et celle de Bolloré Logistics à CMA-CGM début 2024, le Groupe Bolloré (hors Vivendi) dispose d'une trésorerie nette positive de plus de 6 milliards d'euros et d'une forte liquidité (12 milliards d'euros de disponibilités et lignes confirmées au niveau de Bolloré). Cette solidité financière va permettre au Groupe Bolloré qui a fêté l'an dernier ses deux cents ans, de continuer à écrire son histoire en investissant sereinement dans ses différents métiers, et peut-être demain dans de nouveaux secteurs.

(1) Dont contributions des mises en équivalence opérationnelle chez Vivendi (UMG [94 millions d'euros] et Lagardère [125 millions d'euros]) : +219 millions d'euros et contribution de la mise en équivalence opérationnelle d'UMG chez Bolloré : +169 millions d'euros.

(2) Avant frais de groupe et redevances de marque Bolloré.

(3) À compter du 23 septembre 2021, UMG est mis en équivalence opérationnelle. Lagardère est mis en équivalence opérationnelle du 1^{er} juillet 2021 au 30 novembre 2023 et consolidé par intégration globale depuis le 1^{er} décembre 2023.



Cyril Bolloré

Président-directeur général

« Le Groupe Bolloré va continuer à écrire son histoire en investissant dans ses différents métiers et, peut-être demain, dans de nouveaux secteurs. »

Profil

– Le Groupe Bolloré, qui a fêté ses deux cents ans d’histoire en 2022, est contrôlé majoritairement par la famille Bolloré. La stabilité de son actionnariat lui permet de mener une politique d’investissement à long terme. Depuis son origine, le Groupe continue de se démarquer grâce à sa capacité d’adaptation vers des services et solutions innovantes, et à sa stratégie de diversification à l’international, tout en veillant à générer des impacts sociaux et environnementaux positifs. Aujourd’hui, fort d’une structure financière solide, il entend déployer ses investissements au sein de ses propres métiers que sont : la logistique pétrolière, la communication et l’industrie, et peut-être demain, dans de nouveaux secteurs d’activité.

Plus de
76 000
collaborateurs

91
pays sur les 5 continents

14
milliards d’euros
de chiffre d’affaires en 2023

1
milliard d’euros
de résultat opérationnel ajusté
(EBITA) en 2023

36
milliards d’euros de capitaux propres à fin 2023



Logistique pétrolière

Bolloré Energy est un acteur important de la logistique et de la distribution pétrolière en France et en Europe. Depuis 2018, Bolloré Energy diversifie sa gamme de produits pour proposer à ses clients des alternatives plus propres et leur permettre de réduire significativement les émissions de CO₂ dans l'atmosphère.



Communication

Le pôle Communication du Groupe Bolloré repose sur ses participations :

- dans Vivendi avec : Groupe Canal+, n° 1 de la télévision payante en France, Lagardère, 3^e éditeur de livres grand public et d'éducation dans le monde et le n° 1 en France. 5^e opérateur mondial de commerce en zone de transport et n° 2 mondial dans les aéroports, Havas, l'un des plus grands groupes de communication au monde, Prisma Media, leader des groupes bimédias de France, n° 1 de la presse magazine, de la vidéo en ligne et de l'audience digitale quotidienne, Gameloft, leader dans les jeux vidéo sur mobile;
- dans Universal Music Group, leader mondial du divertissement musical.



Industrie

La division Blue rassemble les activités industrielles du Groupe, aux côtés de Blue Solutions, de Bluebus et de Bluestorage. La division Films est spécialisée dans les films d'emballages rétractables ultrafins et les films diélectriques pour condensateurs. La division Systèmes s'appuie sur le savoir-faire et l'expertise de plusieurs entités du Groupe Bolloré rassemblées autour d'un objectif commun : proposer un écosystème d'optimisation des flux de personnes, de matériels et de données.



Autres actifs

À côté de ses trois activités, le Groupe Bolloré gère un ensemble de participations financières représentant près de 16,5 milliards d'euros à fin 2023, dont 8,9 milliards d'euros pour le portefeuille Bolloré (Universal Music Group, groupe Socfin...) et 7,6 milliards d'euros pour le portefeuille Vivendi (Universal Music Group, Telecom Italia, MediaForEurope, FL Entertainment...).

Chiffres clés

Compte de résultat

(en millions d'euros)

	2023 ⁽¹⁾	2022 ⁽¹⁾	2021 ⁽²⁾
Chiffre d'affaires	13 679	13 635	16 640
EBITDA	1 382	1 616	1 407
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)	994	1 087	843
Résultat opérationnel	768	816	447
Dont mises en équivalence opérationnelle ⁽³⁾	311	370	129
Résultat financier	(83)	(1 051)	(41)
Part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence non opérationnelle	(76)	(345)	(583)
Impôts	(198)	(83)	(272)
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	154	3 387	20 673
Résultat net	566	2 724	20 224
Dont part du Groupe	268	3 400	6 062

(1) Conformément à la norme IFRS 5 et pour assurer la comparabilité des résultats, les reclassements en activités cédées ou en cours de cession concernent les activités Transport et logistique du Groupe hors Afrique sur les exercices 2022 et 2023 (ces activités sont destinées à être cédées depuis le 8 mai 2023). Pour mémoire, les données publiées intégraient déjà le reclassement en activités cédées ou en cours de cession des activités Transport et logistique du Groupe présentes en Afrique sur l'exercice 2022 (ces activités ont été cédées le 21 décembre 2022) et Editis sur les exercices 2022 et 2023 (depuis le 21 juin 2023, Editis est déconsolidée, par suite de perte de contrôle et cédée le 14 novembre 2023).

(2) Données comparatives non disponibles.

(3) Dont, pour 2023, les contributions d'UMG (67 millions d'euros) et de Lagardère (125 millions d'euros) mises en équivalence opérationnelle chez Vivendi et la contribution d'UMG mis en équivalence opérationnelle chez Bolloré (120 millions d'euros), contre 365 millions d'euros en 2022.

Résultat opérationnel ajusté par activité (EBITA)⁽¹⁾⁽²⁾

(par activité, en millions d'euros)

	2023	2022	2021
Bolloré Energy⁽³⁾	44	141	75
Communication	1 102	1 086	698
Vivendi ⁽⁴⁾	934	868	640
UMG (mises en équivalence opérationnelle Bolloré 18%)	169	218	58
Industrie⁽³⁾	(114)	(125)	(111)
Autres (actifs agricoles, holdings)	(38)	(15)	(62)
EBITA Groupe Bolloré	994	1 087	600

(1) Conformément à la norme IFRS 5 et pour assurer la comparabilité des résultats, les reclassements en activités cédées ou en cours de cession concernent les activités Transport et logistique du Groupe hors Afrique sur les exercices 2022 et 2023 (ces activités sont destinées à être cédées depuis le 8 mai 2023). Pour mémoire, les données publiées intégraient déjà le reclassement en activités cédées ou en cours de cession des activités Transport et logistique du Groupe présentes en Afrique sur l'exercice 2022 (ces activités ont été cédées le 21 décembre 2022) et Editis sur les exercices 2022 et 2023 (depuis le 21 juin 2023, Editis est déconsolidée, par suite de perte de contrôle et cédée le 14 novembre 2023).

(2) En 2021, données comparatives non disponibles.

(3) Avant frais de groupe et redevances de marque Bolloré.

(4) Dont les contributions d'UMG (94 millions d'euros) et de Lagardère (125 millions d'euros) mises en équivalence chez Vivendi en 2023.

Bilan

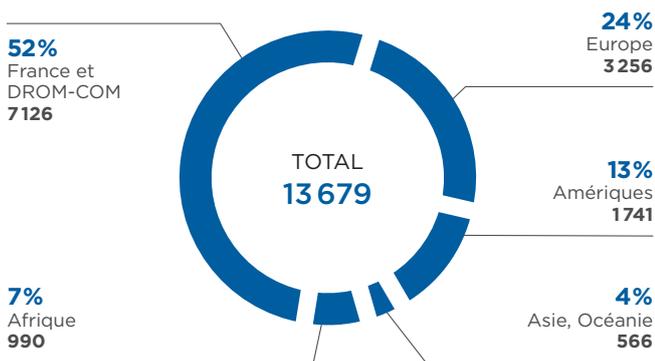
(en millions d'euros)

	31/12/2023	31/12/2022	31/12/2021
Capitaux propres	36 406	36 568	34 418
Capitaux propres, part du Groupe	23 075	23 269	19 479
Endettement net/(trésorerie)	1 465	(1 207)	3 428
Valeur boursière du portefeuille de titres cotés ⁽¹⁾	16 470	16 056	17 410

(1) Hors titres du Groupe (voir chapitre 5 - point 1.1.1).

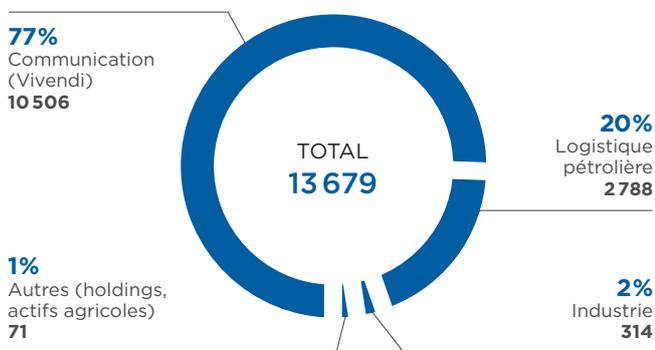
Répartition du chiffre d'affaires 2023 par zone géographique

(en millions d'euros)



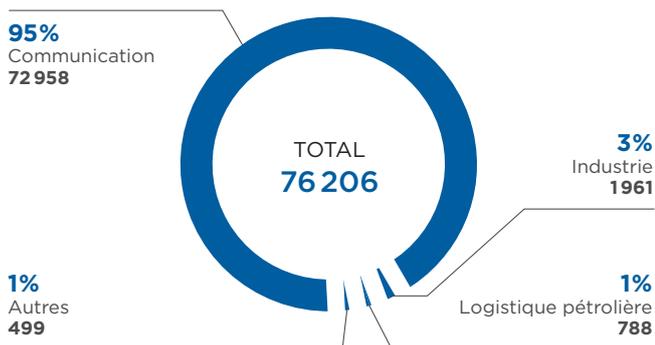
Répartition du chiffre d'affaires contributif 2023 par activité

(en millions d'euros)



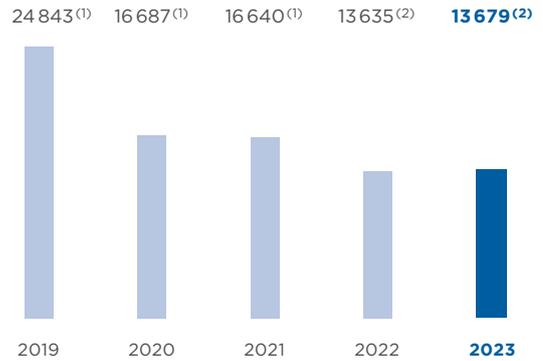
Répartition des effectifs par activité

(au 31 décembre 2023)



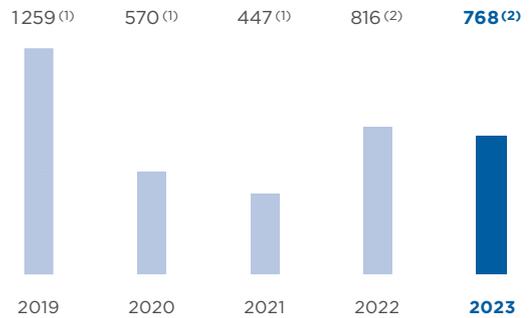
Évolution du chiffre d'affaires

(en millions d'euros)



Évolution du résultat opérationnel

(en millions d'euros)



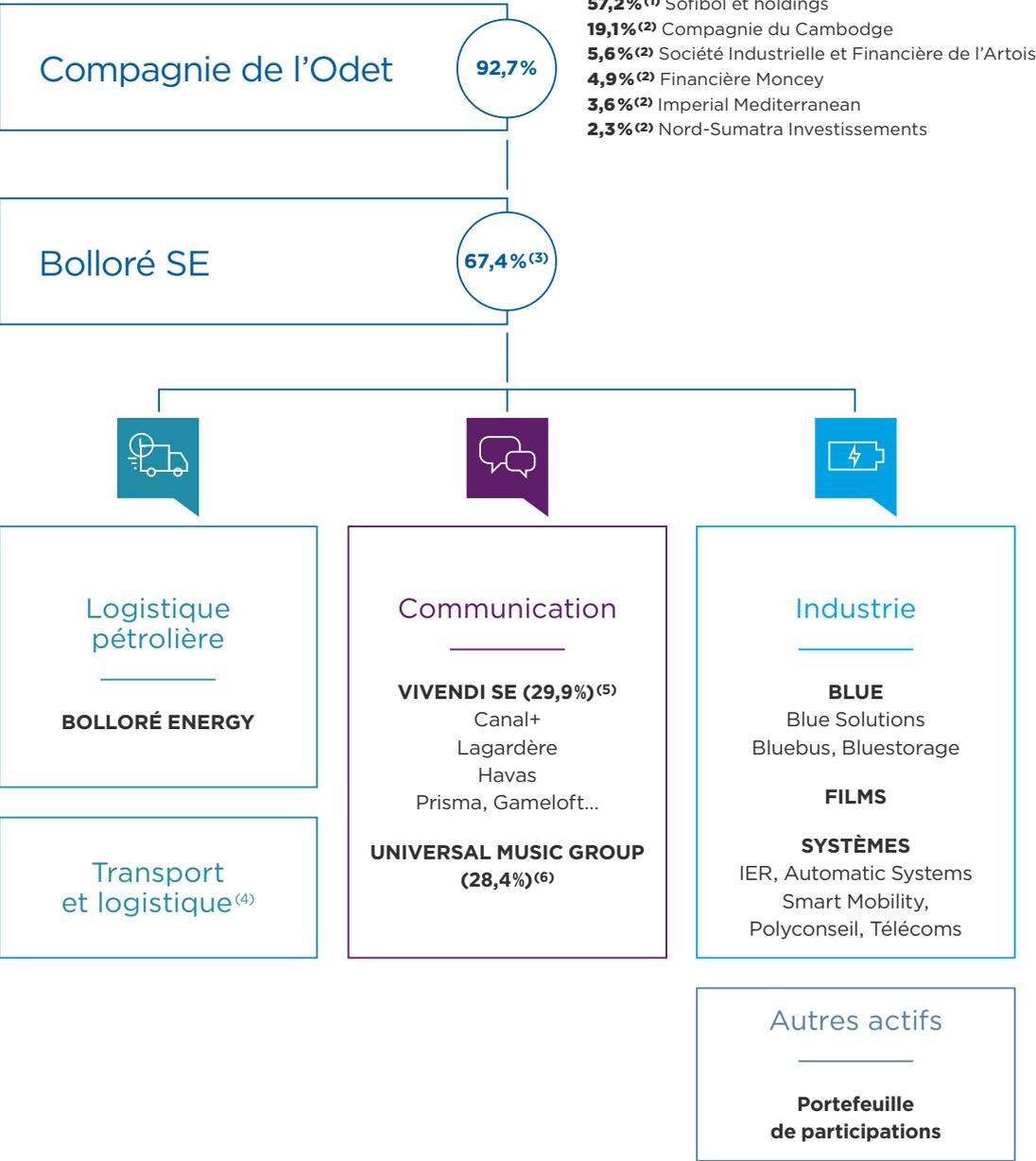
(1) Les données comparables 2019, 2020 et 2021 ne sont pas disponibles.

(2) Conformément à la norme IFRS 5 et pour assurer la comparabilité des résultats, les reclassements en activités cédées ou en cours de cession concernent les activités Transport et logistique du Groupe hors Afrique sur les exercices 2022 et 2023, ces activités sont destinées à être cédées depuis le 8 mai 2023. Pour mémoire, les données publiées intégraient déjà le reclassement en activités cédées ou en cours de cession des activités Transport et logistique du Groupe présentes en Afrique sur l'exercice 2022 (ces activités ont été cédées le 21 décembre 2022) et Editis sur les exercices 2022 et 2023 (depuis le 21 juin 2023, Editis est déconsolidée, par suite de perte de contrôle et cédée le 14 novembre 2023).

Organigramme économique

Au 31 décembre 2023

(en pourcentage du capital)

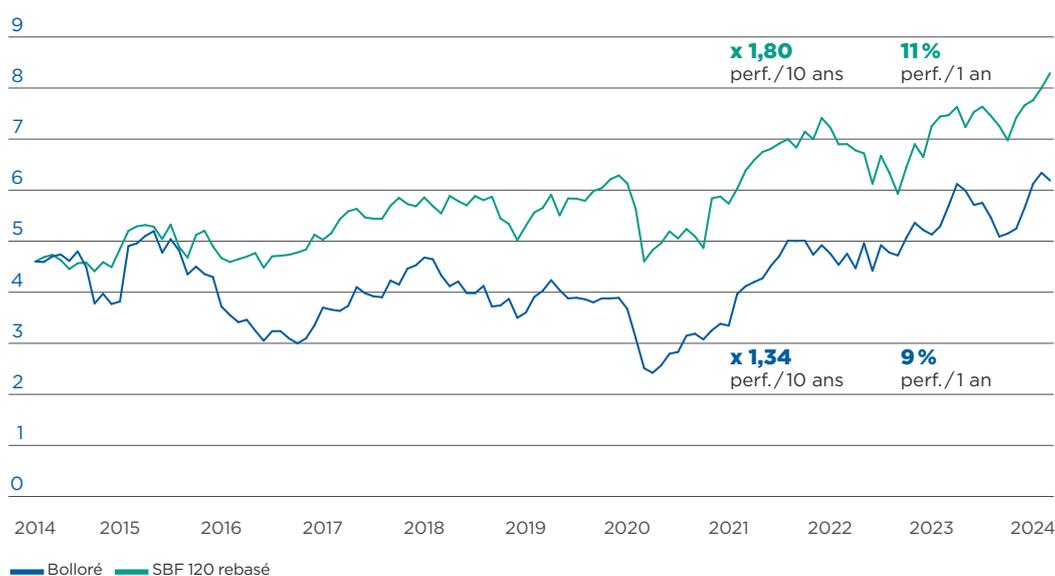


(1) Directement par Sofibol et holdings contrôlées par Bolloré Participations SE (Famille Bolloré).
 (2) Sociétés contrôlées par Bolloré SE.
 (3) Dont 0,5% par des filiales de Bolloré SE hors autodétention (3,4%).
 (4) L'activité Bolloré Africa Logistics a été cédée le 21 décembre 2022, et le reste des activités Transport et logistique du Groupe, le 29 février 2024. Ces activités ont été classées depuis le 8 mai 2023 en activités destinées à être cédées et ont été retraitées dans les comptes consolidés du Groupe en application de la norme IFRS 5.
 (5) 29,3% par Compagnie de Cornouaille, filiale à 100% de Bolloré SE, et 0,6% par Compagnie de l'Odet.
 (6) 18,09% par Compagnie de Cornouaille, filiale à 100% de Bolloré SE, 0,3% par Compagnie de l'Odet et 10,0% par Vivendi.

Données boursières

Évolution du cours de l'action Bolloré SE

Au 29 mars 2024 (en euros, cours de clôtures mensuelles)



Données boursières

Au 31 décembre 2023 (en euros)

	2023	2022	2021
Cours au 31 décembre (en euros)	5,66	5,22	4,92
Nombre d'actions au 31 décembre	2 951 174 374	2 950 389 374	2 947 446 874
Capitalisation boursière au 31 décembre (en millions d'euros)	16 689	15 401	14 501
Nombre de titres émis et potentiels ⁽¹⁾	2 841 801 478	2 940 200 612	2 938 425 036
Résultat net part du Groupe dilué par action (en euros)	0,04	1,16	2,06
Dividende net par action (en euros) ⁽²⁾	0,07	0,06	0,06

(1) Hors autocontrôle et autodétention.
(2) Dont 0,02 euro d'acompte déjà versé.

Actionnariat

Au 31 décembre 2023

	Nombre d'actions	% du capital
Compagnie de l'Odet	1 973 613 200	66,88
Autres sociétés du Groupe	117 014 704	3,97
Total Groupe	2 090 627 904	70,84
Yacktman Asset Management LP	201 728 372	6,84
Orfim	155 169 347	5,26
Public	503 648 751	17,07
Total	2 951 174 374	100,00

Stratégie du Groupe

Le Groupe Bolloré a su évoluer au cours des deux siècles derniers en transformant ses métiers et en adaptant son modèle afin d'assurer sa résilience. Il a cédé son activité portuaire et logistique en Afrique en décembre 2022 au Groupe MSC, et l'activité de commission de transport et logistique internationale (Bolloré Logistics) a été cédée à CMA-CGM en février 2024. Ces deux cessions contribuent à renforcer les capacités financières du Groupe, qui prévoit de se redéployer en investissant dans ses métiers existants et/ou dans de nouveaux segments d'activités. Tout en conservant sa structure capitalistique familiale, le Groupe va poursuivre le développement de ses trois secteurs d'activité :

(i) Logistique pétrolière; (ii) Communication; (iii) Industrie.

Une stratégie de diversification du Groupe sur le marché de la distribution pétrolière avec, dès 2018, une gamme de carburants alternatifs contribuant à la transition énergétique.



Logistique pétrolière

Bolloré Energy est un acteur majeur de la logistique et de la distribution pétrolières en France, en Suisse et en Allemagne. Bolloré Energy est aussi un acteur de la consolidation du secteur de la distribution de produits pétroliers en France (cf. acquisition de Sicarbu et d'une dizaine de fonds de commerce tous les ans) et continue également à investir dans son réseau de stations-service en Allemagne.

Pour faire face à la décroissance structurelle du marché de la distribution pétrolière, Bolloré Energy a mis en place une stratégie de diversification dans le stockage de produits pétroliers (lancement en 2018 de l'activité du Dépôt Rouen Petit-Couronne - capacité de stockage de près de 600 000 m³), a également continué d'investir dans le développement de carburants alternatifs tels que le biodiesel (B100), le gazole de synthèse (HVO) ou encore le biofioul contenant 30% de biocarburant afin de réduire son empreinte carbone et contribuer ainsi à la transition énergétique. Enfin, il a créé la société isglö, spécialisée dans la rénovation énergétique des habitations et immeubles.

Communication

Le Groupe est entré dans le capital de Vivendi en septembre 2012, dont il est devenu l'actionnaire de référence et dont il détient aujourd'hui 29,9% du capital. Vivendi est intégré globalement dans Bolloré depuis avril 2017.

Depuis 2014, Vivendi construit un groupe mondial de contenus, de médias et de communication qui repose sur une feuille de route stratégique centrée sur la transformation, l'internationalisation et une plus grande intégration de ses métiers. Pour ce faire, Vivendi poursuit le développement de ses trois principaux métiers. Dans les métiers de l'audiovisuel et des médias, Groupe Canal+ s'est fixé pour objectif d'atteindre 30 millions d'abonnés à l'horizon 2025. L'atteinte de cet objectif passe notam-

ment par la poursuite de l'internationalisation de sa base d'abonnés, soit par croissance organique, soit par acquisitions. Groupe Canal+ a ainsi pris des participations significatives dans MultiChoice en Afrique du Sud et dans VIU en Asie, 2^e plus gros service OTT en nombre d'abonnés (plus de 12 millions) dans cette zone. Après M7 en 2019, il a également finalisé en 2023 l'acquisition de SPI, présent en Europe centrale et de l'Est.

Dans la communication, Havas Group, continue sa politique d'acquisitions ciblées afin de renforcer sa présence dans des zones géographiques stratégiques et/ou dans des métiers spécifiques. La société a réalisé entre 5 et 9 acquisitions en moyenne par an depuis 2015 et devrait continuer à ce rythme au cours des prochaines années.

Le Groupe Vivendi souhaite également continuer à se développer dans l'édition afin de créer un acteur de taille mondiale pour promouvoir la création, les auteurs, le savoir et la culture. À la suite de son offre publique sur Lagardère, clôturée en juin 2022, Vivendi détient plus de 60% du capital. Afin d'obtenir l'autorisation de la Commission européenne pour intégrer cette société dans son périmètre, Vivendi a cédé Editis, numéro 2 français de l'édition (acquis en 2019), ainsi que le magazine *Gala*, détenu par Prisma Media. La clôture de ses opérations, le 21 novembre 2023, a permis à Vivendi de finaliser son rapprochement avec Lagardère.

Afin de libérer pleinement le potentiel de développement de l'ensemble de ses activités, Vivendi a proposé en décembre la possibilité d'étudier la faisabilité d'un projet de scission de la société en plusieurs entités qui seraient chacune cotées en Bourse et qui serait structuré autour de quatre entités, Groupe Canal+, Havas, une société regroupant les actifs dans l'édition et la distribution (Lagardère et Prisma Media), et une société détenant des participations financières cotées et non cotées dans les secteurs de la culture, des médias et du divertissement.



Canal+ s'est fixé pour objectif d'atteindre 30 millions d'abonnés à l'horizon 2025. Parmi les créations originales prometteuses de 2024 : *Mister Spade* de Scott Frank.

Ce projet, s'il se réalisait, serait créateur de valeur pour toutes les parties prenantes du Groupe et permettrait de constituer des « pure players » indépendants dotés des moyens humains et de l'agilité financière nécessaires, pour mener leur propre trajectoire de croissance dans un contexte international marqué par de nombreuses opportunités d'investissement.

Enfin, à la suite de la cotation-distribution de Universal Music Group (UMG), en septembre 2021, le Groupe Bolloré détient 18% d'UMG et Vivendi en a conservé 10%. UMG est le numéro un mondial de la musique enregistrée. Il continuera de s'appuyer sur la croissance du streaming et sa proximité avec les artistes pour développer son chiffre d'affaires partout dans le monde et son catalogue inégalé.

Industrie

Le secteur Industrie regroupe : (i) Blue, avec les activités de e-mobilité du Groupe dont les batteries électriques LMP®, les productions de solutions de transports propres et la commercialisation de solutions de stockage d'énergie; (ii) Films, qui intègre la production de films polypropylène pour condensateurs et films pour emballage alimentaire et industriel; (iii) Systèmes, qui propose un ensemble de solutions et d'équipements pour l'optimisation des flux de personnes, de matériels et de données.

La division Bolloré Innovative Thin Films continue ses développements pour fournir de nouveaux produits de haute technicité, notamment dans les films d'emballages rétractables ultrafins recyclables, qui lui permettront de poursuivre le développement de ses activités commerciales à l'international. En lien avec cette stratégie commerciale, elle poursuit également ses investissements industriels, notamment dans ses capacités, afin d'accroître la part de films à plus forte valeur ajoutée dans sa production.

Avec plus de 500 bus électriques en circulation dans le monde, le Groupe est l'un des partenaires privilégiés des acteurs du transport décarboné, grâce notamment à ses batteries LMP® dites « tout solide ».



Le Groupe a fait des activités de Blue Solutions un axe de développement supplémentaire, grâce notamment à sa batterie novatrice dite « tout solide » qui repose sur une technologie propriétaire Lithium Métal Polymère (LMP®), et dont les applications commerciales portent actuellement sur les bus électriques 6 mètres et 12 mètres, au travers notamment des contrats avec la RATP et plusieurs grandes agglomérations en France et Belgique, mais également sur le stockage d'électricité. En effet depuis 2022, le Groupe a intensifié son effort de R&D au travers d'accords de collaborations stratégiques avec des laboratoires universitaires en France et en Suisse afin de développer, avant la concurrence, une nouvelle batterie (Gen4) qui puisse être adaptée à l'industrie automobile. Blue Solutions travaille en collaboration avec des constructeurs et équipementiers automobiles pour affiner au mieux les développements techniques et positionner la technologie au plus proche des besoins de leurs prochaines plateformes de véhicules électriques.

Au sein de la division Systèmes, Automatic Systems (AS), leader mondial de l'automatisation du contrôle sécurisé des entrées (accès piétons, véhicules, passagers), poursuit son développement avec succès, grâce notamment à ses innovations produits et la qualité de ses experts. IER bénéficie du dynamisme de l'activité automate et bornes d'enrôlement biométrique, et les solutions EASIER, qui associent produits et services d'AS et IER, continuent de démontrer leur pertinence avec le gain d'importants appels d'offres pour les transports publics en France et l'international.

Enfin, le Groupe poursuivra la gestion de son portefeuille de participations financières et de ses actifs agricoles (vignes, oliveraies...) tout en étudiant les éventuelles possibilités d'utiliser ses nouvelles capacités financières pour se redéployer.

Modèle d'affaires

– Représentation systémique et synthétique du Groupe, de sa création de valeur économique, du partage de cette valeur entre ses différentes parties prenantes pour l'année 2023 et de ses contributions à la société.

Nos ressources

Humaines

76 206 salariés dans 91 pays
85 % des effectifs à temps plein
88,7 % des effectifs en CDI
20,5 % de turnover

Ancrage territorial

Fine connaissance des parties prenantes locales grâce à un ancrage territorial et culturel fort. La force du réseau local provient de la grande diversité des métiers et des territoires dans lesquels le Groupe est implanté. Le Groupe noue des partenariats permettant de diversifier les investissements.

Financières

14 milliards d'euros de chiffre d'affaires⁽¹⁾
994 millions d'euros de résultat opérationnel ajusté⁽¹⁾

Industrielles

Brevets et procédés industriels

696 brevets
Batteries LMP® : le Groupe a développé un procédé de fabrication à électrolyte solide utilisé pour la batterie électrique LMP®.

Actifs industriels

422 millions d'euros d'investissements
1,2 million de m³ de capacité de stockage pétrolier
64 stations-service dans la flotte Bolloré Energy
11 usines de production :
Blue : **2** usines en France et **1** au Canada, jusqu'à **1,5** GWh de capacité de production par an
Films : **2** usines en France, **1** usine aux États-Unis
Systèmes : **2** usines en France, **2** usines en Belgique, **1** usine au Canada

Nos activités

Logistique pétrolière

Bolloré Energy est un acteur majeur de la logistique et de la distribution de produits pétroliers en France et en Europe



1 % des effectifs
20 % du chiffre d'affaires
44 millions d'euros de résultat opérationnel ajusté (EBITA)
10 millions d'euros d'investissements

Communication

Vivendi et **Universal Music Group**
Groupe Canal+ : n° 1 de la télévision payante en France
Lagardère : 3^e éditeur de livres grand public et d'éducation dans le monde et n° 1 en France ; 5^e opérateur mondial de commerce en zone de transport et n° 2 mondial dans les aéroports
Havas Group : l'un des plus grands groupes mondiaux de communication
Prisma Media : leader des groupes bimédias de France et n° 1 de la presse magazine, de la vidéo en ligne et de l'audience digitale quotidienne
Gameloft : parmi les leaders mondiaux des jeux vidéo sur mobile



95 % des effectifs⁽²⁾
77 % du chiffre d'affaires⁽²⁾
1102 millions d'euros de résultat opérationnel ajusté (EBITA)
387 millions d'euros d'investissements⁽²⁾

Industrie

Blue regroupe les activités e-mobilité du Groupe incluant les batteries électriques LMP® et les productions de solutions de transports propres
Films : le Groupe est leader mondial du film polypropylène pour condensateurs et films pour emballage
Systèmes : ensemble de solutions et d'équipements pour l'optimisation des flux de personnes, de matériels et de données



3 % des effectifs
2 % du chiffre d'affaires
-114 millions d'euros de résultat opérationnel ajusté (EBITA)
21 millions d'euros d'investissements

Autres actifs

Le Groupe Bolloré gère un ensemble de participations financières



1 % des effectifs
16 milliards d'euros de titres cotés
3542 hectares d'actifs agricoles et viticoles

(1) Conformément à la norme IFRS 5 et pour assurer la comparabilité des résultats, les reclassements en activités cédées ou en cours de cession concernent les activités Transport et logistique du Groupe hors Afrique sur les exercices 2022 et 2023 (ces activités sont destinées à être cédées depuis le 8 mai 2023).

(2) Hors UMG.

La valeur créée

Pour les employés

3262 millions d'euros de frais de personnel
13 heures de formation par employé sur l'année
6582 recrutements en CDI

Pour les États et les collectivités

194 millions d'euros d'impôts sur les sociétés décaissés (information hors Bolloré Logistics, activité cédée)
99,2% d'emploi local contribuant au développement local des territoires (hors Bolloré Logistics, incluant Vivendi)
 Contribution aux recettes fiscales locales
 Autres actions locales de mécénat : **89** projets à impact sociétal dont **51** à l'étranger
 Près de **10000** bénéficiaires, dont près de **50%** de jeunes

Pour l'économie locale

9563 millions d'euros d'immobilisations corporelles et incorporelles (information au 31 décembre 2023)

Pour nos actionnaires et partenaires

-5,9% de baisse du résultat opérationnel ajusté (EBITA) (à périmètre constant)
170 millions d'euros de dividendes versés aux actionnaires par Bolloré SE

Pour l'environnement

25,6 millions d'euros investis sur des projets de R&D servant la transition énergétique (batteries, Bluebus, électromobilité)

Pour la promotion des droits humains

Promotion de la diversité et inclusion :
86,7% de femmes formées dans l'année (périmètres Bolloré et Vivendi⁽¹⁾). Sur le périmètre Bolloré, **39,2%** de femmes ont été formées au management⁽²⁾.
 Earthtalent by Bolloré :
30 projets soutenus contribuant à l'ODD n° 4 « Éducation de qualité », **37** à l'ODD n° 10 « Inégalités réduites » et **41** à l'ODD n° 3 « Bonne santé et bien-être »

Contributions aux ODD

Les engagements du Groupe sont en ligne avec les objectifs de développement durable (ODD) définis par l'ONU.

Ses actions ont un impact positif sur 15 ODD dont les enjeux rejoignent les 4 piliers fondamentaux de sa politique de responsabilité sociale et environnementale.



(1) Pourcentage de femmes formées/total femmes du Groupe hors entités entrant dans le périmètre (et notamment hors Lagardère), et pour Vivendi hors entités dont l'effectif au 31 décembre 2023 est inférieur à 15.

(2) Pourcentage de femmes parmi les salariés formés au management.

Performance RSE en bref

– Cette synthèse des principaux indicateurs RSE vient illustrer la performance du Groupe Bolloré au regard des grands axes d’engagements pris dans le cadre de sa politique de responsabilité sociale et environnementale.



Environnement

Objectifs de réduction fixés en 2023 :
 → **42%** des scopes 1 et 2 du Groupe Bolloré à l’horizon 2030 (vs 2022)⁽¹⁾
 → **30%** du poste « Combustion des produits pétroliers vendus », notamment grâce aux investissements de la filiale Bolloré Energy dans les biocarburants. Cet objectif permettra de réduire de **19%** les émissions de gaz à effet de serre issues du scope 3 du Groupe en 2030 (vs 2022)
34% de l’électricité consommée issue de sources d’énergie renouvelables (contre **29%** en 2022)

93% des entités juridiques⁽²⁾ couvertes par un système de management de l’environnement déclarent avoir au moins un site certifié ou labellisé par un référentiel environnemental⁽³⁾



Éthique/ Droits humains

Transmission de la Charte achats responsables, de la Charte Éthique et RSE et du Code de conduite à **100%** des fournisseurs centraux en 2023

95% des **12 485** collaborateurs inscrits ont achevé avec succès le module e-learning relatif au Code de conduite

91% de complétion de l’e-learning sur les droits humains ciblant la sensibilisation de près de **15 013** collaborateurs



Social

Près de **9 737** recrutements, dont **68%** correspondent à des embauches sous contrat à durée indéterminée

95% des collaborateurs de Bolloré formés en 2023

89% des collaborateurs de Vivendi formés en 2023

82% des entités juridiques⁽²⁾ couvertes par un système de management HSE déclarent avoir au moins un site certifié ou labellisé santé-sécurité⁽⁴⁾



Sociétal

Plus de **23 500** jeunes formés pour un grand accès à nos métiers par Vivendi Create Joy et Groupe Canal+

135 campagnes pro bono réalisées par les agences d’Havas Group en 2023

Près de **18** millions d’euros offerts par les groupes Bolloré et Vivendi en 2023 au titre de fondations d’entreprise, des programmes de solidarité, d’actions de partenariat et de mécénat, dons en nature et soutien pro bono

Notation extra-financière

CDP	MOODY'S	SUSTAINALYTICS
BOLLORÉ : B VIVENDI : B	BOLLORÉ : 54/100 VIVENDI : 61/100	BOLLORÉ : 12,5 VIVENDI : 11,3

(1) Objectif aligné avec une trajectoire permettant de limiter le réchauffement climatique à 1,5 °C.

(2) Périmètre de reporting RSE du Groupe Bolloré (hors Vivendi).

(3) Certifications prises en compte : ISO 14001, ISO 50001, etc.

(4) Certifications prises en compte : ISO 45001, SQAS, ICMI, ISPS, TAPA FSR, ISO 22000 ou Pedestrian Free Yard.

Gouvernance

Conseil d'administration

Au 14 mars 2024

Cyrille Bolloré

Président-directeur général

Yannick Bolloré

Vice-Président

Cédric de Bailliencourt

Vice-Président

Chantal Bolloré

Marie Bolloré

Sébastien Bolloré

Virginie Courtin

Gildas Hémerly

Administrateur représentant les salariés

Sophie Johanna Kloosterman

Jean-Christophe Mandelli

Administrateur représentant les salariés

Elsa Berst

Représentant Bolloré Participations SE

Alexandre Picciotto

François Thomazeau

13

administrateurs

4

membres indépendants⁽¹⁾

45%

de femmes

50

ans de moyenne d'âge

Comité des nominations et des rémunérations (CNR)

François Thomazeau

Président

Virginie Courtin

Gildas Hémerly

Comité d'audit

François Thomazeau

Président

Virginie Courtin

Sophie Johanna Kloosterman

(1) Hors administrateurs représentant les salariés.



Logistique pétrolière

Bolloré Energy

Acteur majeur de la logistique pétrolière en France
et distributeur de produits pétroliers en France et en Europe.



→ CHIFFRE D'AFFAIRES
2,8 MILLIARDS D'EUROS

→ MOYENS DE DISTRIBUTION
110 AGENCES ET DÉPÔTS SECONDAIRES,
64 STATIONS-SERVICE

→ INVESTISSEMENTS
10 MILLIONS D'EUROS

→ CAPACITÉ DE STOCKAGE
1,2 MILLION DE M³

→ VENTES PRODUITS PÉTROLIERS
3,0 MILLIONS DE M³

→ EFFECTIFS AU 31/12/2023
788 COLLABORATEURS

Bolloré Energy

Bolloré Energy est un acteur majeur de la logistique et de la distribution pétrolières en France, en Suisse et en Allemagne. Depuis 2018, Bolloré Energy diversifie sa gamme de produits pour proposer à ses clients des alternatives plus propres et leur permettre de réduire significativement les émissions de CO₂ dans l'atmosphère.

Logistique pétrolière

En France, Bolloré Energy possède en pleine propriété les dépôts de Caen, Strasbourg, Mulhouse, Gerzat et Chasseneuil-du-Poitou. Il possède des participations dans les sociétés de dépôts DPL-Lorient (20%), SDLP-La Rochelle (18%), DPSPC-Tours (20%), EPV-Valenciennes (16%) et EPM-Mulhouse (14%). Il est, de plus, actionnaire à parts égales avec TotalEnergies et Esso du premier exploitant de dépôts de produits pétroliers en France, la société Raffinerie du Midi (33,33%).

Bolloré Energy est également l'actionnaire majoritaire de la société Dépôt Rouen Petit-Couronne (DRPC), en activité depuis 2018. Ce site, disposant de près de 600 000 m³ de stockage, est stratégique pour l'approvisionnement en carburants de la Normandie, de l'Île-de-France et de ses aéroports. En Suisse, Bolloré Energy est l'actionnaire de référence dans les sociétés de dépôts de TAR-Zurich et de Sasma-Genève, qui approvisionnent respectivement les aéroports internationaux de Zurich et de Genève, et détient également des participations dans plusieurs autres dépôts, totalisant ainsi une capacité de stockage de 360 000 m³.

Distribution de produits pétroliers

Bolloré Energy, un des leaders de la distribution indépendante de produits pétroliers en France, propose à ses clients particuliers et professionnels du fioul domestique, du gazole, du gazole non routier et des biocarburants. Bolloré Energy propose également à ses clients des conseils et des services techniques liés au chauffage au fioul domestique, au gaz et aux pompes à chaleur, dont l'installation, l'entretien et le dépannage.

Bolloré Energy dispose d'un réseau de 110 agences et dépôts secondaires, et opère un réseau de 64 stations-service, dont 54 en Allemagne sous la marque Calpam. La distribution détail représente plus de 800 000 m³ par an et concerne une clientèle de particuliers, d'agriculteurs, de copropriétés et d'administrations en France. L'activité Négoce représente plus de 1,5 million de m³ par an et four-



Bolloré Energy travaille au quotidien à la performance environnementale de ses sites, certification ISO 14001, réhabilitation en fin de vie des dépôts pétroliers, etc.



En 2023, 88% de l'approvisionnement des dépôts détail ont été effectués par des véhicules roulant au biocarburant (HVO100 ou B100), contre 30% en 2022.

Diversification

Bolloré Energy a financé en 2023 le déploiement de la société isglö, une entreprise spécialisée dans la rénovation énergétique implantée dans la métropole rennaise. Sa spécificité est d'offrir aux particuliers des solutions de travaux qui allient économies d'énergie et confort thermique, et de proposer des matériaux biosourcés et durables pour lutter contre le réchauffement climatique.

nit principalement les transporteurs et les revendeurs en France et en Suisse. Enfin, sa filiale Deutsche Calpam à Hambourg déploie une activité de soutage de navires dans le monde entier pour ses clients armateurs nord-européens. Depuis 2017, le périmètre d'intervention a été élargi pour servir les besoins des armateurs du sud de l'Europe.

Bolloré Energy conduit une politique volontariste de rachat de fonds de commerce ou de sociétés de distribution afin de compenser la baisse tendancielle de la consommation de fioul domestique. Parmi les acquisitions significatives de l'année, Bolloré Energy a finalisé en juillet le rachat de 100% des parts de la société Sicarbu Ouest, filiale de la coopérative Eureden, spécialisée dans la distribution de produits pétroliers. Au-delà de consolider l'ancrage territorial de Bolloré Energy avec des implantations fortes en Bretagne, Loire-Atlantique et Mayenne, ce rachat renforce les liens entre le monde agricole et la société. L'activité e-commerce, lancée en 2017, avec le site de vente en ligne de fioul domestique hellofioul.fr, poursuit sa croissance.

Sur l'exercice 2023, Bolloré Energy affiche de solides résultats sur l'ensemble de ses activités grâce à l'engagement de ses équipes, à la qualité de ses processus opérationnels et à la fiabilité de son réseau.

Transition énergétique

Tout en défendant la position du fioul domestique dans le mix énergétique français, Bolloré Energy est engagé dans la transition énergétique.

Depuis 2018, Bolloré Energy a diversifié sa gamme de produits pour proposer à ses clients des alternatives plus propres. Elle commercialise, depuis l'automne 2021, du biodiesel (B100) sous l'appellation « Koolza 100 », produit à partir d'huile de colza issue de l'agriculture française, et, depuis décembre 2021, un gazole de synthèse (HVO100) sous la marque Izipure, issu à 100% de matières recyclées et permettant de réduire les émissions de CO₂ jusqu'à 90%. Elle a également mis sur le marché en 2022 Calorza, un biofioul F30 contenant jusqu'à 30% d'esters méthyliques d'acides gras (EMAG), plus spécifiquement d'huile végétale française.

Pour développer son offre de carburant liquide bas carbone et devenir un acteur engagé de la transition énergétique, Bolloré Energy a conclu en novembre 2023 un partenariat avec le leader mondial dans la production de biocarburant, le groupe Neste, pour la distribution du HVO100 Neste MY Renewable Diesel sur le marché français à partir de 2024.

Bolloré Energy s'engage également à travers la mise en place et la promotion de nombreuses actions d'économies d'énergie auprès des consommateurs dans le cadre du dispositif CEE (certificats d'économie d'énergie). Chaque année, l'entreprise finance plusieurs centaines de projets afin d'accompagner des particuliers, des agriculteurs, des transporteurs, des industriels ou des collectivités à opter pour des solutions plus vertueuses et ainsi réduire leur consommation d'énergie.



Communication

Vivendi

N° 1 dans la télévision payante en France (Groupe Canal+); troisième groupe mondial de l'édition grand public et de l'éducation et aussi un des leaders mondiaux du commerce en zone de transport (Lagardère), l'un des plus grands groupes mondiaux de publicité, digital et conseil en Communication (Havas); leader des groupes bimédias en France, n° 1 de la presse magazine, de la vidéo en ligne et de l'audience digitale quotidienne (Prisma Media); l'un des leaders mondiaux des jeux vidéo sur mobile (Gameloft).

Universal Music Group

Leader mondial du divertissement musical, présent sur plus de 60 territoires couvrant 200 marchés, le Groupe dispose d'un catalogue unique de titres et d'enregistrements autour de ses trois segments d'activité que sont la musique enregistrée, l'édition musicale et le merchandising.

Le Règne animal de Thomas Cailley, présenté en ouverture du Festival de Cannes 2023. Il reçoit 5 prix à la 49^e cérémonie des César 2024, dont celui des meilleurs costumes.



→ REVENUS
10,5 MILLIARDS D'EUROS

→ INVESTISSEMENTS DANS LES CONTENUS
2 MILLIARDS D'EUROS

→ INVESTISSEMENTS
387 MILLIONS D'EUROS

→ EFFECTIFS AU 31/12/2023
72958 COLLABORATEURS

Vivendi

Depuis 2014, Vivendi est engagé dans la construction d'un leader mondial des contenus, des médias et de la communication, mettant en œuvre une stratégie ambitieuse axée notamment sur l'internationalisation, la transformation et l'intégration de ses activités. Cette stratégie d'accompagnement et d'expansion a permis à ses actifs de se transformer avec succès et de croître. Au 31 décembre 2023, le Groupe Bolloré détenait 29,9% du capital de Vivendi.

Groupe Canal+ connaît une très forte dynamique

Canal+, autrefois une chaîne de télévision principalement française, est devenue aujourd'hui un groupe audiovisuel mondial implanté en Europe, en Afrique, en Asie-Pacifique, aux Caraïbes et dans l'océan Indien. Il est présent dans plus de 50 pays, où il édite plus de 100 chaînes spécifiques, tirant désormais sa croissance de l'international, où il compte 16,6 de ses 26,4 millions d'abonnés. Dans le domaine cinématographique, Groupe Canal+ détient Studiocanal, le leader européen du cinéma dont les créations multiplient les succès commerciaux et les récompenses. Après avoir fait l'acquisition de M7, puis de SPI, Groupe Canal+ a pris des participations stratégiques dans des entreprises telles que MultiChoice Group, VIU ou encore Viaplay, démontrant ainsi sa capacité à identifier et saisir des opportunités prometteuses dans toutes les géographies.

Group Vivendi Africa (GVA) commercialise dans huit pays d'Afrique sous la marque Canalbox un réseau de fibre optique qui permet de connecter les populations locales au très haut débit et d'avoir ainsi accès aux solutions de vidéo par internet. Il est également l'opérateur de Dailymotion, l'une des plateformes leaders dans la distribution de vidéo sur Internet.

Lagardère, un leader dans la publication de livres et le travel retail

En 2023, le rapprochement avec Lagardère, que la Commission européenne a validé le 21 novembre, a constitué une étape majeure pour Vivendi dans son ambition de devenir un leader de l'édition. Lagardère est un groupe de dimension mondiale présent dans plus de 40 pays, comptant plus de 36 100 salariés, et qui réalise 75% de son chiffre d'affaires à l'international. Il est le troisième éditeur de livres grand public et d'éducation dans le monde et un opérateur international majeur du commerce en zone de transport. Il rassemble également des métiers de la presse et du spectacle vivant. Il a une histoire riche, des marques reconnues et des valeurs communes à celles de Vivendi.

Havas affiche l'une des plus belles croissances du secteur de la communication

Havas, un des leaders mondiaux de la communication, du marketing et du conseil, opère dans plus de 100 pays et réunit plus de 23 000 collaborateurs. Au cours des deux dernières années, il a mené un rythme soutenu d'acquisitions ciblées renforçant ainsi son champ d'expertises et son maillage géographique. Le groupe a également lancé de nombreuses solutions innovantes pour répondre aux besoins de ses clients et signé un accord majeur avec Adobe permettant à toutes ses agences d'exploiter l'IA

Groupe Canal+ : poursuit son développement

Le groupe a conclu en 2023 des prises de participation significatives sur les trois continents prioritaires de son développement : MultiChoice Group en Afrique anglophone et lusophone, Viu en Asie du Sud-Est et Viaplay en Europe du Nord.

Lagardère : un rapprochement majeur

De dimension mondiale, Lagardère a une histoire riche, des marques reconnues et des valeurs communes à celles de Vivendi. Ce rapprochement constitue une étape majeure pour Vivendi dans son ambition de devenir un leader de l'édition.

Havas Group : un nouveau record d'acquisitions

Dix agences ont rejoint le groupe, renforçant sa présence mondiale. Citons : Uncommon Creative Studio, l'agence créative la plus primée du Royaume-Uni; PivotRoots, une des principales agences de communication et de marketing numérique en Inde; Noise Digital (Canada), spécialisée dans la performance digitale et l'analyse des données.

généraliste d'Adobe et d'offrir des expériences client personnalisées en temps réel, sans compromettre la qualité ou la cohérence des marques.

Prisma Media, leader français dans la presse magazine, déjà fort de plus de 20 marques à son actif, s'est brillamment lancé dans le secteur du luxe, de la mode et du style, avec notamment la création de l'édition française de *Harper's Bazaar*, le magazine féminin iconique d'origine américaine. Ce lancement, tout comme celui de *Mortelle Adèle* et des *Clés de mon énergie*, le rachat de *Côté Maison* et la prise de participation majoritaire dans *Milk Magazine* ont conforté la place de Prisma Media de numéro un de la presse magazine et digitale en France.

Vivendi possède également un portefeuille unique de participations cotées et non cotées dans le secteur des médias, du divertissement et de la culture qui s'élève à 7,6 milliards d'euros au 31 décembre 2023. Il comprend notamment des participations dans UMG, Telecom Italia, MediaForEurope, FL Entertainment, Telefónica et Prisa. Vivendi a accompagné avec succès la transformation et l'internationalisation de ses actifs, qui sont devenus leaders de leurs secteurs d'activité respectifs. Toutefois, depuis la distribution-cotation d'Universal Music Group en 2021, le groupe subit une décote de conglomérat très élevée. Afin de libérer pleinement le potentiel de développement de l'ensemble de ses activités, le Directoire de Vivendi a proposé, le 13 décembre 2023, au Conseil de surveillance la possibilité d'étudier la faisabilité d'un projet de scission du groupe en plusieurs entités, qui seraient chacune cotées en Bourse. Ce projet serait structuré autour de Groupe Canal+, Havas, une société regroupant les actifs dans l'édition et la distribution en zone de transport (Lagardère et Prisma Media), ainsi qu'une société détenant des participations



D'argent et de sang de Xavier Giannoli. Adaptée du livre du même nom, la série relate la fraude aux quotas carbone survenue en Europe entre 2008 et 2009.



B.R.I. de Jérémie Guez. Portrait de l'unité d'élite de la police judiciaire française et du déroulement de plusieurs opérations parmi les plus délicates.

financières cotées et non cotées dans les secteurs de la culture, des médias et du divertissement.

Depuis cette annonce, le Groupe poursuit l'étude de faisabilité. En toute hypothèse, plusieurs étapes importantes devront être franchies, si le Conseil de surveillance autorise le Directoire à poursuivre le projet. Parmi celles-ci figurent, entre autres, la consultation des instances représentatives du personnel des entités concernées, avant laquelle aucune décision de principe ne sera prise, l'obtention des autorisations réglementaires nécessaires, les approbations requises de la part de créanciers du Groupe et le consentement des actionnaires de Vivendi, qui interviendrait à l'occasion d'une Assemblée générale. Comme indiqué le 13 décembre dernier, le délai de réalisation d'une telle opération serait de douze à dix-huit mois.

CONTENUS, MÉDIAS, COMMUNICATION, COMMERCÉS EN ZONE DE TRANSPORT GROUPE CANAL+

Présent dans plus de 50 pays et avec près de 7600 collaboratrices et collaborateurs en 2023, Groupe Canal+ est un acteur majeur de la création et de la distribution de contenus dans le monde. Dans un marché de la vidéo en croissance continue (à la fois en termes de consommation, de nombre d'abonnés et de prix moyen des abonnements), Groupe Canal+ a vu en 2023 ses positions se renforcer sur les marchés où il est présent, et des partenariats majeurs se concrétiser autour de nouveaux contenus, canaux de distribution et géographies. Il compte désormais 26,4 millions d'abonnés dans le monde avec une implantation géographique diversifiée à travers sa présence principalement sur trois continents, avec des positions fortes et une proposition de valeur attractive à la fois sur des marchés plus matures (Europe) et sur des marchés en croissance (Afrique, Asie).

Grâce à des recettes d'abonnement qui représentent près de 80% du chiffre d'affaires du groupe, une distribution sur l'ensemble des canaux de diffusion (Satellite, ADSL, TNT, Digital) et des offres à la fois linéaires et délinéaires, Groupe Canal+ bénéficie d'un business model résilient, lui permettant par ailleurs de saisir les opportunités de croissance qui se présentent sur ses différents marchés.

Avec 3,5 milliards d'euros investis dans les contenus premium chaque année, il est un acteur essentiel du sport (principal financeur du football et du rugby en France, et premier partenaire de l'UEFA et de l'EPL à l'international), du cinéma (premier financeur en France et en Pologne) ou encore des séries (notamment plus de 50 séries originales par an dans plus de 15 langues) et du divertissement (documentaires, humour, spectacle). Ce modèle généraliste, basé sur différents piliers thématiques (sport, cinéma, séries, divertissement, jeunesse) et doté d'un fort ancrage local, le distingue de ses principaux concurrents, en particulier des acteurs de streaming globaux. Groupe Canal+ propose également plus de 2000 chaînes thématiques, dont 130 produites en interne. Avec l'appui de sa filiale Studiocanal, qui détient 14 sociétés de production – dont 13 en Europe et une aux États-Unis –, Groupe Canal+ est le premier producteur et distributeur de longs-métrages et de séries TV en Europe. Il détient le catalogue le plus important d'Europe, soit 9000 titres environ, provenant de plus de 60 pays. Parmi ces titres figurent ceux d'Orange Studio, depuis l'acquisition d'OCS par Groupe Canal+ le 31 janvier 2024. Par ailleurs, Studiocanal détient et développe des franchises internationales à succès, la plus connue étant *Paddington*.

Historiquement à la pointe de l'innovation technologique pour distribuer ses contenus dans les meilleures conditions du marché, le groupe a développé un modèle de distribution omnicanal, dont la maîtrise de myCanal, son application cross-plateforme (Web, Mobile, Smart TV, Player propriétaire et tiers) est l'incarnation. Cette dernière, développée en interne, offre une expérience utilisateur au plus haut standard du marché et sur l'ensemble des équipements connectés. Il en découle un engagement fort et une forte croissance des abonnés utilisant ce service. Son déploiement à l'international s'est accéléré avec une présence dans plus de 40 pays et territoires à date.

Dans un environnement en forte mutation qui compte de nombreux acteurs, Groupe Canal+ s'illustre par son savoir-faire technologique, commercial et dans les contenus, ainsi que par sa capacité unique à nouer des partenariats avec l'ensemble des acteurs. Sur les contenus par exemple, Groupe Canal+ a su nouer des contrats avec de nombreuses chaînes thématiques tierces, ainsi que des accords de long terme avec les principales majors et des partenariats avec des plateformes mondiales de contenus (Netflix, Disney+, Paramount+). À cela s'ajoute la signature d'un partenariat unique au monde, exclusif et multiterritoire avec AppleTV+. Le groupe a, par ailleurs, prolongé plusieurs accords dans le sport, en particulier celui avec l'English Premier League, et la signature d'un nouvel accord avec le service de streaming sportif DAZN. Après plusieurs acquisitions accrétives et leurs intégrations réussies ces dernières années (M7 et SPI notamment), Groupe Canal+ a conclu en 2023 des prises de participation significatives sur les trois continents prioritaires de son développement : MultiChoice Group en Afrique anglophone et lusophone, Viu en Asie du Sud-Est et Viaplay en Europe du Nord. Ces investissements sont cohérents avec l'ambition affichée du groupe de participer à la consolidation du secteur et d'en devenir ainsi l'un des leaders mondiaux avec à terme entre 70 et 100 millions d'abonnés.

Groupe Canal+, premier actionnaire de MultiChoice Group, a annoncé, le 1^{er} février 2024, avoir franchi le seuil des 35% du capital et avoir soumis au Conseil d'administration de MultiChoice Group une offre indicative non contraignante en vue d'acquiescer la totalité des actions ordinaires émises de la société qu'il ne détenait pas encore. Cette offre a été rejetée par le Conseil d'administration de MultiChoice Group le 5 février 2024. Le 28 février 2024, le TRP (Takeover Regulation Panel), comité de réglementation des offres publiques d'achat en Afrique du Sud, a considéré que Groupe Canal+ avait l'obligation de lancer une offre publique d'achat sur la totalité des actions de MultiChoice Group qu'il ne détenait pas encore. Le 5 mars 2024, Groupe Canal+ a fait savoir via une communication conjointe avec MultiChoice Group qu'il relevait son offre à 125 rands par action, payés en numéraire, soit une valorisation de MultiChoice Group à 2,6 milliards d'euros (actions de trésorerie

Soudain seuls, adapté du roman d'Isabelle Autissier. Film réalisé par Thomas Bidegain avec Gilles Lellouche et Mélanie Thierry. Il est distribué par Studiocanal.



Toni en famille. L'actrice Camille Cottin incarne une maman solo exténuée mais résolue dans ce film de Nathan Ambrosioni coproduit par Studiocanal.

exclus). MultiChoice Group est entré dans un accord d'exclusivité avec Groupe Canal+, qui a déposé son offre obligatoire 125 rands par action le 8 avril 2024. Groupe Canal+ a réitéré son engagement en faveur d'une cotation de MultiChoice Group au JSE, ainsi que son soutien au statut BBBEE élevé de MultiChoice Group (certification de pratiques équitables en Afrique du Sud) et sa reconnaissance de l'importance de Phuthuma Nathi (programme d'actionnariat de grande échelle au sein de MultiChoice Group pour les actionnaires appartenant à la fraction de la population sud-africaine considérée comme historiquement désavantagée).

LAGARDÈRE

Créé en 1992, Lagardère est un groupe de dimension mondiale, fort de 36 159 collaborateurs présents dans plus de 40 pays. Le groupe repose sur 2 activités-marques prioritaires : Lagardère Publishing et Lagardère Travel Retail. Dans le périmètre du groupe figurent également les actifs de Lagardère News, Lagardère Live Entertainment et Lagardère Paris Racing. En outre, le groupe consolide dans ses comptes Lagardère Radio, dont il détient l'intégralité du capital et ses filiales contrôlées par Arnaud Lagardère. Le marché de référence du titre Lagardère est Euronext Paris. Le rapprochement entre Vivendi et Lagardère a été finalisé le 21 novembre 2023.

Lagardère Publishing

Lagardère Publishing⁽¹⁾ (dont la marque principale est Hachette Livre, fondée en 1826) est le troisième éditeur de livres grand public (Trade) et d'éducation dans le monde. Représenté directement ou indirectement dans plus de 70 pays, il rassemble plus de 200 marques d'édition et publie plus de 15 000 nouveautés par an dans une douzaine de langues, avec un fort ancrage dans les trois grands bassins linguistiques (anglais, espagnol et français).

Avec près de 8 000 collaborateurs, Hachette Livre dispose d'un portefeuille équilibré et diversifié, couvrant tous les segments éditoriaux : scolaire et parascolaire, littérature, illustré, fascicule, dictionnaire, jeunesse, livre de poche, guide de voyage, etc. La majorité des nouveautés

sont également publiées au format numérique en France, au Royaume-Uni et aux États-Unis. Elles sont commercialisées sous forme d'e-books sur toutes les plateformes et, de plus en plus, sous la forme de livres audio téléchargeables. Par ailleurs, Lagardère Publishing s'est diversifié dans des marchés adjacents présentant des modèles économiques similaires à celui du livre, à savoir : les jeux de société (Hachette Boardgames), les jeux sur mobiles (Hachette Mobile Studios) et la papeterie haut de gamme (Paperblanks).

Le business model de Hachette Livre repose sur une chaîne de valeur édition-distribution : avec ses maisons d'édition et ses marques de renom, Lagardère Publishing sait capitaliser autant sur la qualité de la relation qu'il entretient avec ses auteurs que sur l'expertise de ses forces de vente, la logistique rigoureuse de sa distribution et l'engagement de son personnel qualifié.

Lagardère Travel Retail

Lagardère Travel Retail⁽²⁾ est le troisième opérateur mondial du travel retail (deuxième opérateur mondial de travel retail en aéroports). Il poursuit ses activités en zone de transport et concession sur trois segments : Travel Essentials, Duty Free & Fashion, Foodservice. Présent dans plus de 40 pays sur 5 continents et fort de près de 27 000 collaborateurs, le réseau de Lagardère Travel Retail comptabilisait, à fin 2023, un total de 5 122 points de vente dans le monde. Son réseau, établi dans plus de 290 aéroports ainsi que 700 gares et stations de métro, comprend des points de vente :

→ sous enseignes propres :

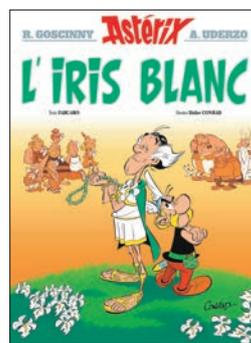
- à dimension internationale avec Relay, Discover, Tech2go, InMedio, 1Minute, Hubiz, Hub Convenience, Aelia Duty Free, The Fashion Gallery, The Fashion Place, Eye Love, So Chocolate, Bread&Co, So Coffee, Trib's, Vino Volo, Natoo, FIX, Beercode, Marché, etc.;

- ou à forte identité locale avec Casa Del Gusto, The Belgian Chocolate House, Sawa, Extime Duty Free, Icons, etc.;

→ en franchise ou licence avec des enseignes partenaires comme Lego, TripAdvisor, Fnac, iStore, Marks & Spencer, Hermès, Victoria's Secret, Nespresso, Costa Coffee, Burger King, EL&N, Panda Express, Pierre Hermé, Eric Kayser ou Paul.

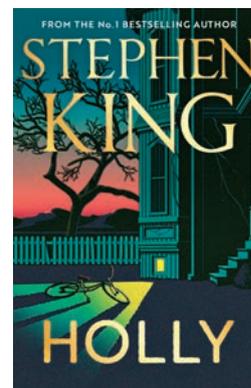


Lagardère Travel Retail avec Relay, la marque internationale regroupant les essentiels du voyage (alimentaire, cadeaux et souvenirs, produits de lecture, voyage, etc.).



L'Iris blanc, album d'Astérix, Hachette. Il fait partie de la belle progression de 6,1% de Lagardère Publishing France, en 2023.

Holly chez Albin Michel de Stephen King figure parmi les 15 000 publications par an de Lagardère Publishing.



(1) Cette activité est indifféremment désignée sous l'une ou l'autre des dénominations suivantes : « Hachette Livre » ou « Lagardère Publishing ».

Le classement mondial des groupes d'édition réalisé en interne par Lagardère Publishing provient :

- des rapports annuels financiers disponibles de ces groupes (pour la plupart) ;

- complétés par les données du classement qui paraît chaque année dans *Livres Hebdo* (classement réalisé avec Rüdiger Wischenbart Content and Consulting et généralement repris ensuite en partenariat par *The Bookseller*, *Publishers Weekly* et *Buchreport*) et qui s'appuie parfois sur des contacts directs avec les groupes (lorsque leurs rapports annuels ne sont pas disponibles) ;

- ce classement tient compte des acteurs privés de l'édition sur le périmètre de l'édition scolaire (hors édition professionnelle, scientifique, technique et médicale) et grand public (Trade).

(2) Source : Moodie Report - chiffres 2022 (post-épidémie de Covid-19) ; direction de la stratégie de Lagardère Travel Retail ; rapports annuels des sociétés.

Le site www.moodiereport.com, qui est reconnu comme une référence du secteur, publie régulièrement les évolutions de part de marché des opérateurs du travel retail.

Lagardère Paris Racing, club de sports certifié ISO 14001 par l'Afnor (Association française de normalisation), pour ses actions environnementales (récupération des eaux pluviales, maîtrise des consommations énergétiques, etc.).



Couvertures de presse et publicités radio Lagardère News.

En 2023, Lagardère Travel Retail a acquis deux groupes spécialisés dans le Foodservice : Marché (groupe suisse multimarque présent en Allemagne, Autriche, Croatie, Slovaquie, République tchèque et Singapour) et Tastes on the Fly (opérateur reconnu dans les aéroports nord-américains).

Lagardère News

Lagardère News regroupe trois titres de presse en France (*Paris Match*, *Le Journal du dimanche*, *JDD Magazine*) ainsi qu'une marque de presse mondiale (*Elle*). Avec 10,1 millions de lecteurs chaque mois⁽³⁾ sur ses différents supports (papier et digital), *Paris Match* est le premier magazine français d'actualité en audience papier et en diffusion. Il se distingue par son positionnement unique qui combine la rigueur des news magazines et l'émotion des picture magazines, ainsi que l'information, la culture, le lifestyle et le people.

Le Journal du dimanche a rassemblé, sur ses différents supports (papier et digital), 4,9 millions de lecteurs chaque mois, dont des leaders d'opinion. Grâce à ses scoops, à ses interviews exclusives et aux centaines de reprises hebdomadaires effectuées par les autres médias, il est le journal français de référence du week-end et l'un des plus influents de l'Hexagone en politique, économie et culture.

Première marque média mode et lifestyle, *Elle International* (près de 80 éditions internationales) est le premier réseau féminin média au monde avec 32 millions de lecteurs mensuels, plus de 90 millions de visiteurs uniques mensuels via 56 sites internet locaux et une audience supérieure à 200 millions de socionauts sur les réseaux sociaux. En outre, elle compte une activité de licences hors média qui regroupe 190 licenciés. Lagardère a reçu une offre d'achat concernant le titre *Paris Match* émanant du groupe LVMH. Dans sa séance du 27 février 2024, le Conseil d'administration a décidé d'entamer des discussions exclusives avec ce dernier. Les instances représentatives du personnel seraient consultées sur ce projet de cession en temps opportun.

Lagardère Radio

Lagardère Radio est l'un des acteurs majeurs du marché de la radio en France avec Europe 1, Europe 2 et RFM, ainsi que les activités de la régie publicitaire. En 2023, ces radios ont rassemblé plus de 5 millions d'auditeurs chaque jour⁽⁴⁾.

(3) ACPM One Next 2023 S2/ACPM Brand One Next Global 2023 S2.

(4) Source : Médiamétrie EAR National; 13 ans et +; lundi-vendredi; 5 heures-24 heures; novembre-décembre 2023; audience cumulée.

(5) Source : étude Cross Médias 2023.1; 15 ans et +; exposition sur un mois; radio, sites internet et applications, presse; Europe 1, Europe 2, RFM, *Paris Match*, *Le Journal du dimanche*.

Europe 1, radio généraliste de référence, exigeante et grand public, a été écoutée par plus de 2,2 millions d'auditeurs chaque jour.

Lancée le 1^{er} janvier 2023, la marque Europe 2 est de retour pour succéder à Virgin Radio. Radio musicale pour les 25-49 ans, elle est écoutée par près de 1,2 million d'auditeurs chaque jour. RFM propose à ses auditeurs une programmation musicale riche alliant pop, disco, funk et rock. Un positionnement familial et grand public qui a séduit plus de 1,8 million d'auditeurs chaque jour.

Lagardère Publicité News est la régie publicitaire des radios de Lagardère Radio, des marques de presse éditées par Lagardère News ainsi que de plusieurs autres radios. Elle a touché en 2023 près de 29 millions d'individus sur un mois⁽⁵⁾.

Lagardère Live Entertainment

Lagardère Live Entertainment est le premier acteur français à intervenir sur les trois métiers du spectacle vivant : la gestion de salles de spectacles iconiques (Casino de Paris et Folies Bergère) et d'équipements majeurs de nouvelle génération (Arkéa Arena à Bordeaux et Arena du Pays d'Aix); la production de spectacles et tournées (L Productions); l'accueil et la promotion locale à destination des productions françaises et internationales (Euterpe Promotion).

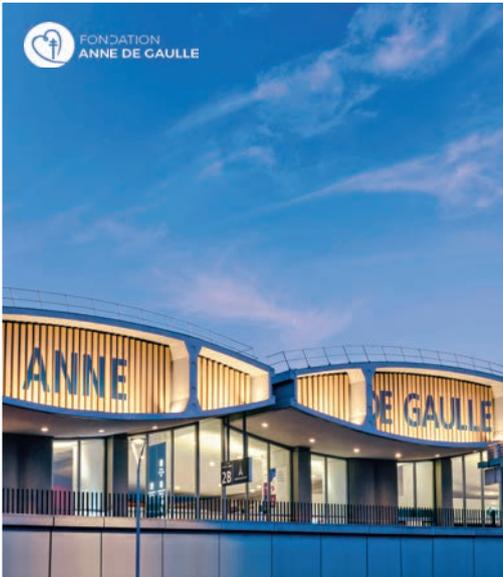
Lagardère Paris Racing

Lagardère Paris Racing a pour principale activité l'organisation d'activités sportives sur le site de la Croix-Catelan (Paris, France). En 2023, le site, qui compte 13500 membres, a renoué avec la fréquentation d'avant la pandémie de Covid-19.

HAVAS

Havas est l'un des plus grands groupes de communication au monde, opérant à chaque étape de la chaîne de valeur depuis la définition de grandes idées créatives et le conseil stratégique jusqu'à l'exécution. Depuis sa création à Paris en 1835 par Charles-Louis Havas, inventeur de la communication moderne, le groupe n'a cessé de se développer et de se réinventer pour guider les évolutions du secteur et anticiper les nouveaux besoins des entreprises. Il compte aujourd'hui plus de 23000 collaborateurs, présents dans plus de 100 marchés.

Pour répondre aux besoins de ses clients, Havas a été précurseur dans le développement d'un modèle d'agences totalement intégré en lançant, dès 2013, la stratégie « Together », incarnée par plus de 70 Havas Villages à travers le monde regroupant l'ensemble des métiers de la communication. Les équipes des différentes entités et agences y travaillent avec



Une communication Havas Paris engagée sur la cause du handicap. Initiée par la Fondation Anne de Gaulle, la campagne a rencontré un succès retentissant à l'international, touchant plus de 2 milliards de personnes.

Campagne Volvo « Les Chemins », signée Arena by Havas. Un engagement fort de la marque sur la réduction de son empreinte environnementale d'ici à 2040.



agilité et en parfaite synergie pour proposer des solutions sur mesure et innovantes à leurs clients, issus de verticales sectorielles très variées telles que la grande consommation, la santé, l'automobile, les télécommunications ou le luxe, pour n'en citer que quelques-unes. Havas est ainsi un partenaire de transformation pour ses clients, les accompagnant dans leur évolution vers plus de pertinence et de performance.

À travers un nouveau système d'exploitation propriétaire, toutes les expertises, outils et ressources du groupe sont parfaitement intégrés au sein d'un réseau global One Havas. Tous les Villages y sont interconnectés et augmentés par la data, les nouvelles technologies et l'intelligence artificielle. Avec les idées créatives au cœur de ce modèle unique, les équipes de Havas produisent et diffusent à grande échelle des contenus et des expériences personnalisés, au service d'une même mission « *Make a meaningful difference* », pour les marques, les entreprises et la société dans son ensemble.

La structure de Havas est conçue pour offrir une réponse intégrée et sur mesure aux besoins de chacun de ses clients en couvrant l'ensemble des métiers de la communication. À travers cette approche, le groupe propose une offre créative visionnaire et augmentée, avec une production de contenus personnalisés à grande échelle, des stratégies médias ciblées et *meaningful*, au plus près des audiences, et des solutions spécifiquement adaptées au domaine de la santé.

En 2023, Havas a poursuivi le développement de solutions transformantes et noué d'importants partenariats stratégiques pour offrir le meilleur de la technologie à ses clients, ainsi qu'à ses équipes :

→ la collaboration avec Adobe, leader mondial dans le développement de logiciels de pointe, permet de transformer les workflows de création de contenus du groupe, de l'idéation à la diffusion, et d'ouvrir la voie à une chaîne de production plus intelligente et plus responsable. Ce partenariat s'inscrit dans la continuité du lancement par Havas d'un réseau mondial de production de contenus à grande échelle, *Prose on Pixels*, alimenté par l'intelligence artificielle;

→ le partenariat avec Mirakl, leader de l'économie de plateforme, permet d'accélérer la croissance du e-commerce et du retail media, segment en forte croissance;

→ l'alliance avec Future4Care, accélérateur de start-up dans le domaine de l'e-santé en Europe, piloté par Sanofi, Capgemini, Generali et Orange, vient enrichir les offres existantes de Havas en matière de santé;

→ en s'associant à The Sandbox, Havas propose le développement d'expériences de marque dans le métavers.

En 2023, Havas a également poursuivi sa politique d'acquisitions ciblées visant à renforcer la présence du groupe dans des zones

géographiques stratégiques et des métiers spécifiques. Dix nouvelles agences ont ainsi rejoint le groupe pendant l'année, ce qui constitue un nouveau record :

→ Uncommon Creative Studio (Royaume-Uni) – agence créative indépendante la plus primée du Royaume-Uni;

→ PivotRoots (Inde) – une des principales agences de communication et de marketing numérique en Inde;

→ PR Pundit (Inde) – l'une des principales agences de conseil en relations publiques d'Inde qui marque l'arrivée de Havas Red, réseau mondial de relations publiques, sur le dynamique marché indien;

→ HRZN (Allemagne) – agence créative allemande, spécialisée dans les contenus pour les réseaux sociaux, couvre toutes les disciplines de la communication de marque en ligne;

→ Eprofessional (Allemagne) – agence hambourgeoise affichant des expertises allant du référencement (SEO/SEA) aux réseaux sociaux en passant par le suivi multicanal des actions de communication et des performances;

→ Noise Digital (Canada) : agence spécialisée dans la performance digitale et l'analyse des données.

Havas a continué de renforcer son réseau global H/Advisors, leader en conseil stratégique, communication financière et affaires publiques, présent dans 23 pays, avec trois nouvelles acquisitions : Australian Public Affairs (Australie), Cunha Vaz & Associados (Portugal) et Klareco Communications (Singapour). Havas a également investi dans Trinity Life Sciences (États-Unis), le leader mondial en conseil, insights et technologie pour les biotechnologies et grands groupes pharmaceutiques. L'année 2023 a en outre été marquée par une refonte de l'identité visuelle du groupe. En effet, pour la première fois depuis vingt ans, Havas a revu son identité et son architecture de marque dans un souci de modernité et de meilleure lisibilité pour ses clients, ses partenaires et ses talents. Le groupe renforce ainsi son positionnement unique sur le marché et réaffirme son ADN : celui d'un leader créatif, innovant et résolument centré sur ses clients.

PRISMA MEDIA

Fondée en 1978 par Axel Ganz sous le nom de « Prisma Presse », l'entreprise est devenue Prisma Media en 2012. Le groupe Prisma Media accompagne le quotidien des Français depuis plus de quarante ans pour les divertir et les informer. Il est aujourd'hui le leader de la presse magazine et des médias en ligne. Avec un portefeuille de 30 marques de référence, le groupe est présent sur les principaux segments grand public et luxe. Il a pour ambition de devenir le leader

européen des marques médias désirables. Chaque mois, deux Français sur trois consultent une marque de Prisma Media⁽⁶⁾. Avec environ 500 millions de vidéos vues (dont plus de 100 millions sur les réseaux sociaux) et 28 millions de vidéonautes uniques chaque mois, Prisma Media est le premier groupe média de vidéos online en France. Avec six studios intégrés et plus de 20 professionnels (concepteurs, réalisateurs, cadresurs, ingénieurs du son, make-up artists, monteurs, motion designers, mixeurs...), il produit plus de 2000 vidéos chaque mois. Après avoir conquis la vidéo, Prisma Media s'est engagé dans l'univers du podcast avec l'objectif de faire de ses marques des médias conversationnels. Prisma Audio produit plusieurs dizaines de podcasts sur des thématiques variées. En 2023, ce sont plus de 1300 épisodes qui ont été produits, pour un total de 15 millions d'écoutes (et un record de près de 3 millions d'écoutes au mois de décembre). Afin d'élargir ses territoires de marques sur le print, Prisma Media a lancé la première version française de *Harper's Bazaar*, une marque mythique de plus de cent cinquante ans dans le domaine de la mode et du style, en février 2023. Cette licence, concédée pour plusieurs années, a été déployée de manière globale : magazine, site web et réseaux sociaux. Prisma Media et Mr Tan & Co., la maison de création des BD *Mortelle Adèle*, se sont associés pour lancer le magazine *Mortelle Adèle*. Prisma Media s'est aussi associé à Natacha Calestrémé, l'autrice aux 1 million de lecteurs, et a lancé son magazine bien-être *Les Clés de mon énergie*. Prisma Media a acquis une participation majoritaire dans la société Milk, editrice de magazines haut de gamme dans la décoration et la mode. Une acquisition complète est prévue d'ici à cinq ans. Prisma Media a également confirmé, avec l'acquisition du groupe Côté Maison, sa volonté de bâtir un pôle luxe éditorial puissant et ambitieux. Enfin, Prisma Media a racheté les actifs du pôle M6 Digital Services, qui est devenu Digital Prisma Players. Prisma Media a lancé le kiosque numérique PassPresse. Outre les titres Prisma Media, il comprend un catalogue de plus de 200 titres. PassPresse est un service inclus aux offres Canal+.

GAMELOFT

Gameloft s'est imposé comme un pionnier dans l'industrie du jeu vidéo, créant des expériences de jeu innovantes depuis plus de vingt ans. Historiquement centré sur le jeu mobile, il a pris un

virage stratégique dans le développement de jeux multiplateforme console-PC-mobile. La société jouit d'une expertise mondialement reconnue grâce à un portefeuille de plus de 120 jeux vidéo développés dans ses 13 studios et a une audience moyenne de 44 millions de joueurs mensuels en 2023.

Gameloft dispose d'un large portefeuille de marques en propre avec des franchises comme Asphalt (course automobile), Dungeon Hunter (aventure), Dragon Mania Legends (simulation), Modern Combat et Gangstar (action) ou encore War Planet Online, March of Empires (stratégie), et aussi des jeux casuels avec SongPop (quiz musical) et Journeys (histoires interactives). En parallèle, Gameloft crée de nombreux jeux via des partenariats noués avec de grands détenteurs de droits comme Disney, Hasbro®, Fox®, Universal, LEGO® et Sega. Parmi ses formidables succès, Minion Rush a dépassé, en 2021, la barre du milliard de téléchargements.

Lancé en septembre 2022 simultanément sur Nintendo Switch, PlayStation 4 et 5, Xbox One et Series X/S, Steam, Epic et Microsoft Store, Disney Dreamlight Valley a atteint, dix jours après sa sortie, la barre du million d'installations. Le jeu comptabilisait plus de 5,3 millions d'installations à fin décembre 2023, bénéficiant de l'engouement pour sa nouvelle extension, Disney Dreamlight Valley: A Rift in Time, ainsi que de sa sortie sur mobiles.

Les revenus de Gameloft sont générés par différents modèles économiques, dont la vente de jeux premium, le free-to-play (jeu gratuit au téléchargement, proposant par la suite des achats intégrés et/ou de la publicité) et les services d'abonnement.

Gameloft for brands commercialise des espaces publicitaires (bannières, interstitiels et vidéos) dans ses applications mobiles et dans des applications tierces partenaires. En outre, il propose une offre de gamification permettant aux marques de communiquer de façon plus engageante.

Après vingt ans en tant qu'acteur majeur du jeu mobile, Gameloft a pris un nouveau virage stratégique en se positionnant sur le marché des consoles et en développant des jeux GaaS (*games as a service*, ou jeu vidéo en tant que service : jeu qui reçoit des mises à jour et de nouveaux contenus, monétisés ou non, au fil du temps) pour les grandes plateformes de jeux comme PlayStation, Xbox, Nintendo Switch, Steam et Epic Games Store. Grâce au succès immédiat rencontré par Disney Dreamlight Valley, qui a repré-



Le succès rencontré par le jeu vidéo Disney Dreamlight Valley a représenté 24% du chiffre d'affaires 2023 de Gameloft.

Lancement par Prisma Media en février 2023 de la version française d'*Harper's Bazaar*, une marque mythique de plus de 150 ans.



(6) Source : ACPM One Next Global 2023 S2.

senté 24% du chiffre d'affaires en 2023, la diversification hors mobile de Gameloft s'est accélérée : les revenus consoles et PC ont représenté 36% du chiffre d'affaires en 2023, contre 28% en 2022 et 14% en 2021.

Pour ses jeux mobile (56% de son chiffre d'affaires 2023), Gameloft dispose de nombreux canaux de distribution et utilise notamment les portails d'Apple, de Google, de Microsoft et d'Amazon. Ses jeux sont également distribués par plus de 260 opérateurs télécoms dans près de 120 pays.

VIVENDI VILLAGE

Vivendi a décidé, en septembre 2023, d'étudier la possibilité d'une cession de ses activités de billetterie et de festivals, logées dans Vivendi Village. Les salles de spectacles en France et de cinéma en Afrique ne sont pas concernées par cette décision. De nombreuses marques d'intérêt prometteuses ont été recueillies. Une cession éventuelle interviendrait dans le courant du premier semestre 2024. La stratégie de Vivendi consiste à donner la priorité aux métiers où il a atteint une taille critique significative et dispose de positions fortes, en particulier à l'échelle internationale. Ce projet intervient alors que le groupe a cédé, en 2021, ses activités dans la musique, qui sont par nature étroitement liées aux festivals et à la billetterie.

Depuis 2010, Vivendi a développé, par croissance externe et organique, un groupe significatif de billetterie dans une dizaine de pays en Europe et aux États-Unis (sous une marque unique, See Tickets). Vivendi Village a également acquis ou créé ces dernières années des festivals, essentiellement en France et en Grande-Bretagne. Ce portefeuille de festivals a rassemblé plus de 400 000 personnes à l'été 2023. L'année 2023 a été l'occasion pour L'Olympia de célébrer les cent trente ans de sa création. Il a accueilli 280 spectacles, ce qui constitue un record, et près de 500 000 spectateurs y ont assisté. Vivendi détient également le Théâtre de l'Œuvre, un lieu chargé d'histoire niché dans le 9^e arrondissement de Paris.

Fort de 18 salles présentes dans 12 pays cumulant plus de 5 000 places, CanalOlympia est le premier réseau de salles de cinéma et de spectacles en Afrique francophone. Ses équipes poursuivent l'objectif de positionner davantage leurs infrastructures comme des pôles d'attraction culturels et de divertissement.

DAILYMOTION

L'écosystème de Dailymotion se compose d'une plateforme d'hébergement vidéo (dailymotion.com), d'une solution player vidéo (technologie qui permet de diffuser des vidéos et des live en streaming) à la pointe de la technologie, d'un réseau international d'éditeurs partenaires et d'une plateforme programmatique de monétisation vidéo. Dailymotion est une plateforme vidéo internationale qui connecte chaque mois près de 400 millions d'utilisateurs. En mai 2023, il a lancé sa nouvelle application pour toucher une audience plus large, notamment les jeunes générations. Il se donne pour mission, en alternative positive des réseaux sociaux dominants, d'apporter plus de nuances aux débats quotidiens et d'encourager les utilisateurs à interagir différemment et avec davantage de bienveillance. Dailymotion est la première audience vidéo française, grâce à son écosystème partenaire de plus de 2 000 éditeurs dans le monde. Ce sont 49,7 millions d'utilisateurs uniques par mois qui consomment des vidéos via le player Dailymotion en France⁽⁷⁾. Le player vidéo de Dailymotion assure une expérience de streaming optimale pour les éditeurs et les entreprises qui souhaitent diffuser leurs contenus en ligne.

GVA

Sous la marque Canalbox, Group Vivendi Africa (GVA) est le leader du marché FTTH dans les pays où il est implanté. Canalbox révolutionne l'accès à Internet et les usages en Afrique en présentant la meilleure qualité de service, les meilleurs débits, l'usage en illimité et les tarifs les plus accessibles.

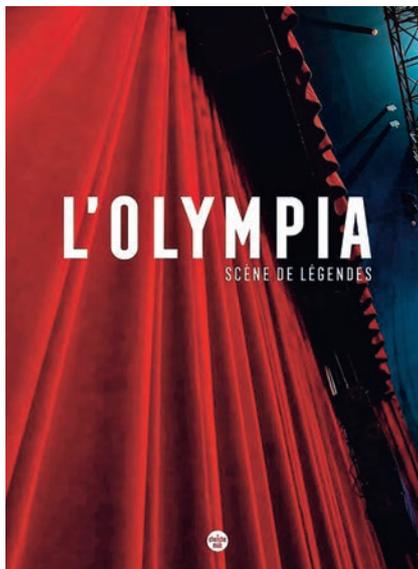
En 2023, après sept années d'activité opérationnelle, GVA a poursuivi une croissance soutenue grâce à une demande toujours plus importante du très haut débit à domicile dans ses huit pays d'opération (Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Congo-Brazzaville, République démocratique du Congo, Gabon, Ouganda, Rwanda et Togo).

Fin 2023, GVA couvrait 2,7 millions de foyers et d'entreprises éligibles et se classait 1^{er} opérateur FTTH dans la quasi-totalité de ses marchés. Il prévoit l'extension de ses réseaux FTTH dans les principales métropoles africaines avec un objectif de couverture de 5 millions de foyers et entreprises.

L'Olympia, qui a fêté ses 130 ans en 2023, a accueilli 280 spectacles, ce qui constitue un record avec près de 500 000 spectateurs.



GVA, filiale dédiée à la fourniture d'accès Internet à très haut débit en Afrique. Déjà implantée dans 13 métropoles et 8 pays d'Afrique subsaharienne.



(7) Source : Médiamétrie, mesure Internet Global, novembre 2023.



Taylor Swift. Son quatrième titre remporté début 2024 la hisse au panthéon des Grammy Awards, devant Frank Sinatra, Stevie Wonder et Paul Simon.

→ REVENUS

11,1 MILLIARDS D'EUROS

→ INVESTISSEMENTS DANS LES CONTENUS

278 MILLIONS D'EUROS⁽¹⁾

→ INVESTISSEMENTS

722 MILLIONS D'EUROS⁽¹⁾

→ EFFECTIFS AU 31/12/2023

10290 COLLABORATEURS

Universal Music Group

UMG est un leader mondial du divertissement musical qui dispose d'une couverture globale grâce à une présence locale dans plus de 60 territoires couvrant 200 marchés. Tout ce que UMG fait consiste à soutenir les artistes et à offrir aux fans la meilleure musique du monde. Ses trois principaux segments d'activité travaillent en synergie pour insuffler la dynamique d'un marché mondial de la musique, en constante évolution.

Musique enregistrée

Cette activité se consacre à la découverte et au développement d'artistes du disque, et à la commercialisation, la promotion, la distribution, la vente et l'octroi de licences pour la musique qu'ils créent. UMG est une société de musique enregistrée de premier plan et abrite les plus grands labels et groupes de disques au monde, notamment Capitol Music Group, Interscope Geffen A&M, Republic Records, Island Records, Motown Records, Def Jam Recordings, Universal Music Group Nashville, Universal Music Latin Entertainment, EMI Records et Polydor, et ses labels classiques et jazz, Blue Note Records, Decca, Deutsche Grammophon et Verve Label Group.

UMG accueille également les studios les plus emblématiques du monde, notamment Capitol Studios et Abbey Road. Sa structure multilabel favorise l'esprit d'entreprise, l'art et la diversité. Cet ensemble d'entreprises dynamiques lui permet de couvrir efficacement le marché de la musique dans tous les genres et styles, chaque label ayant ses propres culture et histoire. Elle donne également à chaque label la liberté de créer et d'innover, tout en bénéficiant des avantages d'appartenir à UMG dans son ensemble.

L'activité de musique enregistrée comprend également Virgin Music Label & Artist Services, par le biais duquel UMG offre aux entrepreneurs et aux talents des services haut de gamme et flexibles pour labels et artistes indépendants, y compris la distribution mondiale, des informations privilégiées, des données et des outils de marketing, grâce à des équipes de promotion, de marketing et de développement d'artistes à la fois aux niveaux régional et mondial.

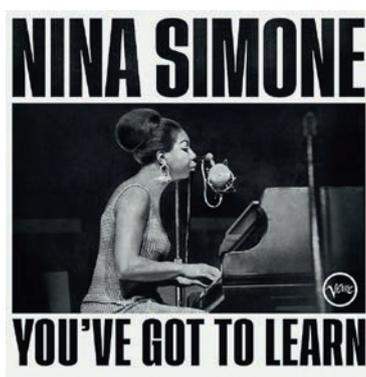
En 2023, UMG a proposé un nouveau modèle de royalties pour le streaming musical afin d'améliorer la rémunération des artistes (*artist centric model*). En quelques mois, ce nouveau modèle a été adopté par plusieurs plateformes globales, y compris la plus grande d'entre elles, traduisant ainsi la pertinence de ce dernier.

En complément de sa grande diversité artistique, l'activité de musique enregistrée d'UMG dispose d'une présence géographique diversifiée, enrichie chaque année. En 2023, le groupe a poursuivi son expansion géographique dans les marchés émergents à forte croissance avec l'acquisition d'une participation majoritaire dans RS Group en Thaïlande et l'acquisition de Chabaka Music dans la région MENA (Moyen-Orient et Afrique du Nord). En 2023, l'Amérique du Nord représentait 51% de nos revenus liés à la musique enregistrée, l'Europe, 28%, l'Asie, 13%, l'Amérique latine, 4%, et le reste du monde, 4%.

Un catalogue unique de titres et enregistrements

- **MUSIQUE ENREGISTRÉE** : plus de 3,2 millions d'enregistrements
- **ÉDITION MUSICALE** : 4,5 millions de titres détenus et administrés
- **MERCHANDISING** : plus de 220 artistes/marques
- **DIVERTISSEMENT VISUEL BASÉ SUR LA MUSIQUE** : une bibliothèque de plus de 3300 titres de contenus audiovisuels musicaux de longue durée à travers 1350 artistes. Près de 11 trilliards de streams de contenus audiovisuels UMG sur les plateformes de médias sociaux en 2023.

Rédition de l'album live inédit « You've Got To Learn », enregistré en 1966 au Festival de jazz de Newport, en hommage à Nina Simone pour les 90 ans de sa naissance et les 20 ans de sa disparition.



L'année 2023 marque la plus grande année de Sabrina Carpenter en tant qu'artiste, remportant plusieurs certifications d'or et de platine.

Quelques exemples du palmarès 2023

- **SUR SPOTIFY** : UMG comptait 6 des 10 meilleurs artistes mondiaux; les 4 artistes les plus streamés aux États-Unis; 7 du Top 10 en Allemagne et en Italie, dont les n° 1 dans les deux pays; et la meilleure artiste féminine de France.
- **SUR APPLE MUSIC** : 13 des 20 chansons les plus streamées, dont celle de la chanson la plus streamée, et 5 des 7 premiers du classement aux États-Unis
- **SUR YOUTUBE** : UMG avait 3 des 5 meilleures chansons, dont la n° 1.
- **SUR BILLBOARD** : UMG a eu les deux premiers albums du top 200 et 6 des 10 meilleurs albums.
- **EN ALLEMAGNE** : les 6 des 10 meilleurs albums
- **AU ROYAUME-UNI** : 7 des 10 meilleurs artistes, dont le n° 1
- **AU JAPON** : 5 des 10 meilleurs albums du classement Billboard

Cette activité génère des revenus grâce à la vente de ces contenus musicaux dans des formats digitaux et physiques tels que les CD et les disques vinyles, et à sa distribution aux plateformes de streaming musical et d'abonnement. Ses contenus musicaux enregistrés sont également distribués aux consommateurs par le biais de plusieurs autres plateformes et supports, y compris les films, la télévision et les jeux vidéo. UMG a réalisé une croissance sur ses principaux segments de revenus de la musique enregistrée en 2023. Les revenus de la musique enregistrée en 2023 étaient de 8461 millions d'euros, en hausse de 6,6% par rapport à 2022, et en hausse de 10,2% à taux de change constants.

Édition musicale

Universal Music Publishing Group (UMPG)

Cette activité s'engage à acquérir et à administrer les droits sur les compositions musicales et à les concéder sous licence pour une utilisation dans de multiples formats. UMPG accorde une licence pour les compositions musicales à utiliser dans les enregistrements sonores, les films, la télévision, les publicités, les jeux vidéo, les concerts et autres représentations publiques, et à utiliser dans les partitions imprimées de musique et de chansons. UMPG combine à la fois une présence mondiale et locale grâce à des équipes de représentants locaux opérant dans 40 pays. Le chiffre d'affaires de l'édition musicale s'est élevé à 1956 millions d'euros en 2023, en hausse de 8,7% par rapport à l'année précédente, soit une progression de 12,3% à taux de change constant. L'augmentation globale des revenus de l'édition musicale s'explique principalement par la croissance continue des abonnements et du streaming. UMPG est l'une des premières sociétés d'édition musicale au monde, avec une forte croissance et qui s'appuie sur un catalogue de 4,5 millions de titres détenus. Elle bénéficie

également de partenariats avec de nombreux auteurs-compositeurs et artistes parmi les meilleurs au monde. Le catalogue a été encore élargi en 2023. Fin juin, UMG a acquis le vaste catalogue musical de RS Group, le deuxième plus important de Thaïlande. Comprenant plus de 10000 enregistrements originaux et 6000 droits d'auteur, droits d'édition et licences et représentant le travail de plus de 960 artistes, l'acquisition a constitué l'élément central d'un nouveau partenariat stratégique entre RS Group et UMG. Ce nouveau partenariat, détenu à 70% par UMG et à 30% par RS Group, permettra à UMG de se développer davantage sur l'un des marchés de la musique où la croissance est la plus rapide au monde.

Merchandising (Bravado)

Cette activité représente les droits de merchandising des artistes et des marques et propriétés de divertissement. Fournissant un écosystème de merchandising complet, Bravado propose des services comprenant les ventes, les licences, l'image de marque, le marketing, le commerce électronique et les ressources créatives pour ses clients, et des expériences innovantes pour les fans du monde entier. Cette activité détient une position de leader mondial du merchandising musical avec un portefeuille de plus de 220 artistes et marques.

En termes de palmarès, les artistes et auteurs-compositeurs ont continué de briller en 2023. De très nombreux artistes du monde entier ont contribué au succès de l'année 2023, avec des performances exceptionnelles de Taylor Swift, The Weeknd, Drake, Feid, Karol G, Lana Del Rey, Morgan Wallen, Imagine Dragons, Lil Baby, Bad Bunny, King & Prince, Wu Qingfeng, parmi tant d'autres.

(1) Inclus les investissements catalogues et les avances artistes nettes.



Industrie

Blue

Blue regroupe les activités e-mobilité du Groupe incluant les batteries électriques LMP®, les productions de solutions de transports propres et la commercialisation de solutions de stockage d'énergie.

Films

À partir de la technologie de l'ultrafin acquise dans la fabrication historique des papiers minces, le Groupe est leader mondial du film polypropylène pour condensateurs et des films pour emballage. Il est présent en France (Bretagne) et aux États-Unis.

Systèmes

La division Systèmes est un ensemble de solutions et d'équipements pour l'optimisation des flux de personnes, de matériels et de données. Il offre des produits et services dans des domaines de compétences réunis sous trois business units : Technology, Smart Mobility et Solutions.

Usine Blue Solutions de production de batteries LMP® et des bus électriques 6 mètres et 12 mètres.



BLUE

→ INVESTISSEMENTS INDUSTRIELS
10 MILLIONS D'EUROS,
DONT 4,9 MILLIONS D'EUROS EN R&D

→ USINES DE PRODUCTION
2 USINES, EN BRETAGNE ET AU CANADA :
48 MILLIERS DE M²

→ CAPACITÉ DE PRODUCTION ANNUELLE
JUSQU'À 1,5 GWH

→ EFFECTIFS AU 31/12/2023
504 COLLABORATEURS

MARCHÉ DE L'ÉLECTROMOBILITÉ

→ USINE DE PRODUCTION
UNE USINE BLUEBUS EN BRETAGNE : 10 500 M²
PLUS DE 500 BLUEBUS EN CIRCULATION

MARCHÉ DU STATIONNAIRE

→ BLUESTORAGE
UNE CAPACITÉ DE STOCKAGE D'ÉNERGIE
DE 250 KWH À PLUSIEURS MWH

Blue

Blue réunit les activités e-mobilité du Groupe, incluant Blue Solutions, Bluebus et Bluestorage, lesquels sont devenus des partenaires privilégiés des acteurs du transport décarboné, grâce notamment à ses batteries novatrices dites « tout solide » et plus de 500 bus électriques aujourd'hui en circulation dans le monde.

Les batteries et la recherche et développement

Batteries Lithium Métal Polymère (LMP®)

Dans une course mondiale à l'innovation, la batterie « tout solide » est reconnue comme l'une des voies les plus prometteuses. La principale caractéristique de cette batterie est son électrolyte, solide, par opposition aux batteries lithium-ion conventionnelles, dont l'électrolyte est liquide. Blue Solutions est le seul acteur au monde à avoir conçu et industrialisé cette technologie avec sa batterie LMP®, qui se distingue par :

- sa forte densité énergétique;
- ses performances et fiabilités avérées sur le terrain depuis plus de dix ans;
- sa longue durée de vie, supérieure à 3500 cycles de charge;
- sa sécurité;
- sa facilité d'intégration;
- sa composition, sans matériaux polluants (solvant organique, métaux lourds et/ou rares);
- et sa recyclabilité.

Ces batteries ont l'avantage d'être aussi plus respectueuses de l'environnement que la plupart des autres technologies car elles ne contiennent ni cobalt, ni nickel, ni cadmium et sont dotées d'un potentiel élevé de recyclabilité. Plus de 400 chercheurs, ingénieurs et techniciens produisent ces batteries de haute technologie sur deux sites situés en Bretagne, à Ergué-Gabéric, et au Canada, à Boucherville.

Recherche et développement

Forte de trente ans de R&D et de douze ans de production, Blue Solutions dispose d'une feuille de route ambitieuse pour les générations futures de ses batteries. Sa stratégie 3S (Safe, Sustainable, Smart) a pour objectif d'améliorer encore et toujours la sécurité, la densité d'énergie, la température de fonctionnement, les temps de charge, l'ergonomie du packaging et les systèmes de contrôle électronique, la compétitivité et enfin la recyclabilité. Blue Solutions a ainsi lancé un programme dédié au recyclage de ses batteries dont l'objectif est la récupération de plus de 90% du lithium et sa réutilisation dans la chaîne de production. Une ligne pilote est actuellement testée dans l'usine de Bretagne, avec des résultats prometteurs.

En parallèle, un MoU a été signé en 2023 avec le gouvernement du Chili et la société Eramet pour sécuriser l'approvisionnement d'un lithium extrait et purifié durablement.

Blue Solutions

Blue Solutions fournit ses batteries à des constructeurs de renom, ainsi qu'à sa société sœur, Bluebus, développant une connaissance holistique des systèmes, des besoins des véhicules et des usages d'exploitations. La société prévoit l'introduction sur le marché de plusieurs nouvelles batteries, dont la génération 4, spécialement conçue pour le marché des voitures individuelles. Blue Solutions répond ainsi aux besoins d'une mobilité électrique en pleine croissance.



Le bus 6 mètres a poursuivi son développement européen en 2023, avec une distribution en Grèce, en Espagne et en Italie. Ici en circulation à Barcelone.

Afin d'accélérer ces développements avec les meilleurs talents du monde académique, deux collaborations stratégiques ont été mises en place depuis 2022 avec les laboratoires Lepmi (Grenoble INP-UGA, CNRS, Université Savoie Mont-Blanc) et IMN (CNRS, Nantes Université). En parallèle, un accord de collaboration scientifique a été signé en juillet 2023 avec le CSEM, le Centre suisse d'électronique et de microtechnique, autour de deux projets d'amélioration des batteries lithium métal tout solide. Depuis le mois d'août, Blue Solutions collabore également avec la Haute École spécialisée bernoise (BFH) pour deux projets de gestion des données des batteries « tout solide » qui comprennent l'analyse du big data et l'apprentissage automatique appliqués aux données de production et d'utilisation. Enfin, une mission de recherche sur les batteries a été confiée au Switzerland Innovation Park Biel/Bienne (SIPBB) autour du désassemblage automatisé, un digital twin et des tests de vieillissement accéléré. De plus, la société travaille au rapprochement avec des constructeurs et industriels du monde automobile pour affiner au mieux les développements et positionner la technologie de Blue Solutions au plus proche des besoins de leurs prochaines plateformes de véhicules électriques. BMW et Blue Solutions collaborent depuis mars 2023 dans cet objectif. Blue Solutions et Foxconn Technology collaborent depuis octobre 2023 afin de développer conjointement un écosystème de batteries « tout solide » visant le marché des deux-roues. De nouveaux partenariats seront amenés à être signés avec des partenaires internationaux et de grande renommée, finalisant un écosystème robuste et durable.

Bluebus

La société Bluebus est devenue un des tout premiers acteurs du bus électrique en France. Solutions propres et silencieuses de transport collectif, les Bluebus répondent

aux enjeux environnementaux et allient haute technologie et performance. Ils sont produits en France dans une usine certifiée ISO 9001, ISO 14001 et disposent de la certification Origine France Garantie.

La 2^e génération du Bluebus 6 mètres, sortie en 2021, permet une autonomie de 280 kilomètres en une seule charge et une énergie totale embarquée de 126 kWh. Ce minibus urbain répond ainsi aux besoins actuels et futurs du transport citadin. Il est d'ailleurs entré en 2023 dans le catalogue de l'Ugap, la centrale d'achat public.

Le bus 6 mètres séduit progressivement d'autres pays européens. Un accord exclusif a été signé en mai 2023 avec le groupe Syngelidis en Grèce et avec Indcar pour la distribution en Espagne et en Italie en juin 2023.

Bluebus a mis au point un Bluebus Autonome®, et plusieurs dizaines de kilomètres en mode autonome de niveau 4 ont été effectués en 2023 sur des parcours d'exploitation types sécurisés.

Le Bluebus 12 mètres, qui atteint 387 kilomètres d'autonomie selon le cycle e-SORT, est déployé avec succès sur de nombreuses lignes. Aujourd'hui, il est exploité dans de grandes agglomérations comme Paris, Rennes, Vichy, Aubervilliers ou encore Bruxelles.

Bluestorage

Les applications stationnaires développées par Bluestorage contribuent également à la transition énergétique. La société commercialise des solutions de stockage allant de 250 kWh à plusieurs mégawattheures. Connectées au réseau électrique, elles permettent de stocker l'énergie pour sécuriser les réseaux, d'intégrer les énergies renouvelables, de stocker l'énergie électrique lorsque son coût est bas pour l'utiliser lorsqu'il est élevé et de se prémunir contre les risques de coupures de courant.

Protocole d'accord

En mars 2023, Blue Solutions, Bluebus et Forsee Power ont annoncé la signature de leur protocole d'accord entérinant le lancement de nouveaux projets de collaboration. Ensemble, les deux entreprises ambitionnent de développer plusieurs nouvelles générations de cellules « tout solide », notamment la GEN4, qui devrait être disponible sur le marché en 2028.



Les batteries LMP® dites « tout solide », reconnues comme l'une des voies les plus prometteuses.



→ CHIFFRE D'AFFAIRES
PACKAGING
73 MILLIONS D'EUROS

→ INVESTISSEMENTS
6 MILLIONS D'EUROS

→ PRODUCTION VENDUE
14,3 MILLIERS DE TONNES

→ CHIFFRE D'AFFAIRES
DIÉLECTRIQUE
30 MILLIONS D'EUROS

→ NOMBRE D'USINES
2 EN FRANCE ET 1 AUX ÉTATS-UNIS

→ EFFECTIFS AU 31/12/2023
443 COLLABORATEURS

Films

Filiale du Groupe Bolloré, Bolloré Innovative Thin Films est un des leaders mondiaux dans les secteurs des films diélectriques pour condensateurs et des films thermorétractables recyclables pour emballages spéciaux. À partir de ses deux sites industriels en France et d'une unité de transformation aux États-Unis, Bolloré Innovative Thin Films fabrique 20 000 tonnes de films par an et s'appuie notamment sur un réseau de distribution spécialisé pour exporter ses produits dans plus de 60 pays.

Deux segments d'activité

Bolloré Innovative Thin Films maîtrise la technologie de l'ultrafin et produit des films innovants avec un très haut niveau de performances techniques et environnementales. Chaque film possède des performances uniques et optimisées pour ses différentes applications.

Les films produits par Bolloré Innovative Thin Films se destinent à deux applications majeures : l'emballage, sous la marque « Packaging films », et les films pour condensateurs, sous la marque « Dielectric films ».

Packaging films

Sous cette marque, on trouve des films d'emballage rétractables ultrafins, reconnus pour leur extrême finesse, leur haute performance et leur niveau de recyclabilité.

Elle se décline autour de deux gammes phares de produits : Bolphane (gamme étendue et innovante d'emballages, multi-usages ou fonctionnalisés, répondant aux divers besoins des marchés de l'industrie et de la grande consommation) et Bolfresh (pour la protection et la mise en valeur des produits alimentaires frais et surgelés).

L'usine de Pen-Carn, en Bretagne, qui utilise les plus hauts standards de certification pour la qualité et la sécurité des denrées alimentaires, permet au Groupe de figurer parmi les trois premiers fabricants mondiaux de films thermorétractables de faible épaisseur pour emballages. Grâce à de nouveaux produits haut de gamme, cette activité poursuit son développement commercial à l'international.

Diélectric films

Sous cette marque, on trouve la production de films ultrafins, composants principaux de condensateurs à haute valeur ajoutée, qui contribuent notamment à



La division Films est reconnue comme l'un des principaux fabricants mondiaux de films d'emballage thermorétractables ultrafins.



L'usine de fabrication des films pour emballages de Pen-Carn, en Bretagne.

Une nouvelle identité visuelle

Le 20 novembre 2023, l'activité Films du Groupe Bolloré sous la division Bolloré Films a pris un nouveau virage stratégique en annonçant le changement de nom et d'identité visuelle, pour devenir Bolloré Innovative Thin Films.

l'optimisation des réseaux électriques et au développement des énergies renouvelables. Ces films disposent d'un haut niveau de rigidité diélectrique pour une bonne isolation entre les électrodes et des caractéristiques thermomécaniques constantes pour une bonne stabilité des performances en condensateur. Ils sont utilisés notamment dans l'équipement des véhicules électriques et participent ainsi à la transition énergétique. Ils contribuent à l'optimisation des réseaux électriques et au développement des énergies renouvelables.

En 2023, Bolloré Innovative Thin Films a poursuivi ses investissements, notamment capacitaires, visant à accroître la part des films réticulés à plus forte valeur ajoutée dans la production.

Réduire – réutiliser – recycler

Pour répondre aux enjeux de réduction des matières plastiques à la source et du « juste » emballage, Bolloré Innovative Thin Films utilise les technologies de l'ultrafin avec une complète maîtrise des procédés et des résines de dernière génération. Les films développés sont de plus en plus fins afin d'utiliser le moins de matière première possible.

Grâce à l'intégration de matériaux biosourcés et de matériaux de récupération, l'empreinte carbone des produits est sans cesse améliorée.

Bolloré Innovative Thin Films valorise les déchets issus de sa propre production à travers des procédés internes de régénération. Cela permet de transformer les chutes de films plastiques en matières premières réutilisables dans la fabrication de films moins techniques.

La plupart des films produits par Bolloré Innovative Thin Films sont recyclables.

Si l'utilisation de films d'emballage est actuellement controversée, Bolloré Innovative Thin Films défend son impact positif dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. En effet, ils protègent les aliments des contaminations extérieures et augmentent leur durée de conservation.

Des actions d'amélioration continue sont également menées au niveau des sites de production pour rendre la fabrication de ces films moins énergivore.

Près de 40 millions d'euros vont être investis sur trois ans pour moderniser, automatiser et améliorer les performances des deux usines en Bretagne et accélérer leur basculement dans l'ère de l'industrie 4.0. L'objectif est de pouvoir, grâce aux nouvelles technologies, répondre rapidement et efficacement aux besoins des clients tout en respectant l'environnement et en conservant l'humain au cœur des processus. C'est à la fois un défi et une véritable opportunité pour la division Bolloré Innovative Thin Films.



Le SmartLane allie élégance, sécurité et durabilité. Il est couramment mis en œuvre dans les entrées de bâtiments nécessitant un niveau de contrôle élevé.



TECHNOLOGY

- 300 000 ÉQUIPEMENTS DE CONTRÔLE DES ACCÈS DANS 150 PAYS
- PLUS DE 30 000 PORTIQUES SÉCURISÉS DÉPLOYÉS POUR LES TRANSPORTS PUBLICS, LES AÉROPORTS ET LES COMPAGNIES AÉRIENNES
- PLUS DE 200 000 TERMINAUX DÉPLOYÉS À TRAVERS LE MONDE

SMART MOBILITY

- 17,8 MILLIONS DE TRAJETS DE MOBILITÉ ÉLECTRIQUE PARTAGÉE TRAITÉS PAR AN
- COLLABORATION AVEC DE GRANDES MÉTROPOLIS : LOS ANGELES, PARIS, SINGAPOUR, LONDRES, SAN JOSÉ, LYON, NEW YORK

- 23 OPÉRATEURS DE MOBILITÉ DOUCE CONNECTÉS À NOTRE PLATEFORME DANS LE MONDE
- 70,8 MILLIONS DE DÉPLACEMENTS ET 120,8 MILLIONS DE KILOMÈTRES PARCOURUS EN VÉHICULES ET APPAREILS ÉLECTRIQUES DEPUIS 2019

SOLUTIONS

- 55 000 ENTREPÔTS ET CONDUCTEURS ÉQUIPÉS DE SOLUTIONS DE TRAÇABILITÉ
- PLUS DE 3 MILLIONS D'UTILISATEURS CONNECTÉS À NOS SOLUTIONS DIGITALES
- PLUS DE 122 000 APPAREILS DÉDIÉS À LA TRAÇABILITÉ DES MARCHANDISES (IMPRIMANTE + TERMINAL PDA [PERSONAL DIGITAL ASSISTANT])

Systemes

La division propose un écosystème d'optimisation des flux de personnes, de matériels et de données permettant d'apporter une réponse aux nouvelles problématiques des entreprises et des villes. Trois pôles d'expertises qui produisent chacun des solutions à forte valeur ajoutée.

TECHNOLOGY

Grâce à des produits et des équipements à la pointe de la technologie, le pôle Technology de Blue Systems vise à fluidifier la gestion des accès et à optimiser les déplacements.

Automatic Systems

Leader mondial dans le domaine de l'automatisation du contrôle d'accès et de la gestion des flux, l'entreprise conçoit et fabrique depuis plus de cinquante ans des portes de sécurité et des barrières fiables et performantes distribuées dans plus de 150 pays. Automatic Systems intègre proactivement les valeurs de durabilité dans son processus de développement produits en s'appuyant sur une expertise en R&D reconnue par plusieurs prix décernés par la profession pour son excellence en termes de détection et de design de produits innovants. À travers des pratiques de fabrication durables, l'utilisation de matériaux recyclés et l'optimisation énergétique, Automatic Systems réduit son empreinte écologique avec des équipements ayant un taux de recyclabilité des plus élevés du marché.

Automatic Systems reste agile pour s'adapter aux besoins du client avec des produits sur mesure qui équipent des références architecturales, dont certains dessinés en colla-

boration avec des cabinets d'architecture renommés. Fort de ses équipes de techniciens itinérants, Automatic Systems propose également une large gamme de services incluant l'installation, la maintenance de ses équipements, le service après-vente et la formation de ses partenaires à travers le monde.

Son approche responsable se reflète dans son engagement envers ses employés, partenaires et utilisateurs finaux, contribuant ainsi à bâtir un avenir durable tout en demeurant à l'avant-garde de l'innovation écoresponsable.

EASIER

EASIER est né de l'alliance entre les solutions libre-service d'IER et passagers d'Automatic Systems, et s'appuie sur leurs forces respectives.

Ainsi, EASIER propose une palette de produits et de services variés et haut de gamme aux opérateurs de transports aériens et terrestres et aux établissements publics. Elle collabore depuis maintenant dix ans avec Aéroports de Paris par exemple, à qui elle a fourni jusqu'à présent 450 bornes d'enregistrement en libre-service. Mais aussi des aéroports internationaux, comme celui de LAX à Los Angeles, où elle a déployé plus de 125 Skylane e-Gates. Du côté des solutions biométriques, EASIER a installé 22 portes d'immigration, en collaboration avec Advanced Vision, à l'aéroport international King Khaled en Arabie saoudite fin 2023.

Dans le cadre du Programme de modernisation de la billetterie en Île-de-France, initié et financé par Île-de-France Mobilités, la RATP a choisi de s'appuyer sur les compétences d'EASIER pour le déploiement de la nouvelle génération des 2 400 automates de vente. Le déploiement a commencé en 2023.

Pour le projet du Grand Paris Express, le plus grand projet urbain en Europe, EASIER va déployer progressivement, entre 2024 et 2025, pas moins de 1 200 portillons avec des technologies de pointe dans les futures lignes du métro (15, 16, 17 et 18).



EASIER propose une large gamme d'équipements en libre-service pour les aéroports et les compagnies aériennes, de l'enregistrement à l'embarquement.

Solutions de libre-service multifonctionnelles et de systèmes d'impression dans les bureaux de Poste.



SMART MOBILITY

Le pôle Smart Mobility regroupe un ensemble de solutions permettant de construire la ville de demain.

Smart City Platform

Une plateforme SaaS (Software as a Service) permet de concentrer et d'agréger l'ensemble des données des opérateurs de mobilité et des infrastructures de la ville. Elle s'appuie sur l'intelligence artificielle et offre aux villes une solution innovante leur permettant de superviser et de réguler, en temps réel, les services de mobilité ainsi que les infrastructures de stationnement au travers de trois modules : le Mobility Manager, le Curb Manager et la Smart Patrol. Cette solution est une réponse numérique d'intermédiation qui contribue à l'optimisation de la mobilité urbaine et de la gestion de l'espace public des villes et des grandes métropoles. Pionnière à Los Angeles, la Smart City Platform est aujourd'hui déployée à New York, San José, Londres et sur le Grand Lyon.

Indestat

Indestat accompagne au quotidien l'État, plusieurs centaines de collectivités locales et des entreprises privées dans leurs missions de sécurisation et de surveillance du respect des règles d'usage de l'espace public. Elle propose une offre complète de services autour de progiciels réputés permettant de couvrir l'ensemble de la chaîne conventionnelle : procès-verbal électronique, forfait post-stationnement, contrôle du stationnement payant et contrôle des titres dans les transports publics. La solution TeFPS, leader pour la gestion du stationnement payant en France, est choisie par plus de la moitié des grandes collectivités françaises. Elle est par exemple déployée à Paris, Strasbourg, Nice, Lille, Bordeaux, et tout récemment à Nantes (en janvier 2024).

L'objectif d'Indestat est de faire évoluer les systèmes existants vers des outils à la pointe de la législation, tant techniques que réglementaires.

SOLUTIONS

Le pôle Solutions conçoit des solutions innovantes et connectées pour assurer la gestion des données et développer des offres adaptées aux nouveaux enjeux.

Track & Trace

Business unit d'IER, Track & Trace conçoit et intègre les meilleures solutions d'identification automatique, de traçabilité et de mobilité à destination des acteurs du retail, du transport et de la logistique, ou encore de l'industrie. Sa maîtrise de l'ensemble des technologies d'identification et de localisation (RFID, IoT, code-barres, wirepas, etc.) permet à Track & Trace d'intervenir sur toutes les étapes de la chaîne logistique et de répondre aux problématiques d'entreprises variées. Parmi ses partenaires figurent Franprix, Renault, Geodis, Relais Colis, Bergerat Monnoyeur ou encore Auchan. Fin 2023, les équipes ont commencé le renouvellement des portiques chez son partenaire historique Auchan, permettant à l'entreprise d'obtenir une meilleure visibilité sur ses stocks, ses flux et ses opérations.

Polyconseil

Spécialiste de l'innovation numérique, Polyconseil se positionne sur des projets ambitieux à forte composante technique et à haute valeur ajoutée pour ses clients. Consultants, chefs de projet, développeurs, devops, infra ou data scientists, ses collaborateurs accompagnent au quotidien des grands groupes, des institutions publiques et des start-up afin de leur proposer des solutions innovantes de bout en bout. Son équipe multidisciplinaire est composée de passionnés qui interviennent, dans une logique d'amélioration continue, sur l'ensemble de la chaîne de valeur des projets : cadrage stratégique du besoin client, gestion du projet, conception, déploiement et maintenance des solutions logicielles.



Autres actifs

Portefeuille de participations

Les portefeuilles de titres cotés Bolloré et Vivendi représentent près de 16,5 milliards d'euros à fin 2023, dont 8,9 milliards d'euros au niveau de Bolloré (Universal Music Group, groupe Socfin...) et 7,6 milliards d'euros au niveau de Vivendi (Universal Music Group, Telecom Italia, MediaForEurope). Le Groupe Bolloré est également propriétaire de trois fermes aux États-Unis et de vignobles dans le sud de la France.



Norah Jones, lauréate de neuf Grammy Awards. La chanteuse, compositrice et pianiste dévoile son neuvième album studio solo « Visions ».

Le vignoble du Domaine de La Croix, situé en zone d'appellation « Côtes de Provence », bénéficie de la reconnaissance de Cru Classé.



Portefeuille de participations

Le Groupe Bolloré gère un portefeuille de participations cotées d'une valeur de 16,5 milliards d'euros à fin 2023. Il se compose du portefeuille de Bolloré, représentant 8,9 milliards d'euros, et du portefeuille de Vivendi, représentant 7,6 milliards d'euros à fin 2023. En outre, le Groupe possède divers actifs agricoles.

Tout en développant chacun de ses métiers opérationnels, le Groupe Bolloré inscrit dans sa stratégie la constitution d'une épargne industrielle composée d'actifs pouvant soit être cédés en cas de nécessité, soit au contraire constituer les bases de nouveaux développements ou de partenariats.

Participations

La valeur boursière du portefeuille de titres cotés du Groupe Bolloré s'élève à 16,5 milliards d'euros au 31 décembre 2023, contre 16,1 milliards d'euros à fin 2022.

Le portefeuille directement détenu par Bolloré s'élève à 8,9 milliards d'euros à fin 2023, contre 7,5 milliards d'euros à fin 2022. Cette hausse provient principalement de l'appréciation des cours de Bourse, principalement celui d'UMG. Il intègre notamment des participations dans UMG, Bigben, Socfin... :

→ Universal Music Group (UMG)⁽¹⁾ : à la suite de la cotation d'UMG à la Bourse d'Amsterdam et de la distribution de 60% du capital d'UMG aux actionnaires de Vivendi intervenues en septembre 2021, le Groupe possède une participation de 18,1%⁽²⁾ du capital d'UMG, évaluée à 8505 millions d'euros au 31 décembre 2023.

Le portefeuille de participations de Vivendi s'élève à 7,6 milliards d'euros, contre 8,6 milliards d'euros à fin 2022. Cette baisse s'explique par la sortie de la participation dans Lagardère à la suite de la consolidation par intégration globale à compter du 1^{er} décembre 2023. Elle est partiellement compensée par l'appréciation des cours de Bourse des autres participations, dont UMG et Telecom Italia. Le portefeuille de participations de Vivendi comprend notamment des participations dans UMG, Telecom Italia, MediaForEurope, FL Entertainment, MultiChoice... :

→ Universal Music Group : depuis les cessions de 20% du capital d'UMG à un consortium mené par Tencent et de 10% au groupe Pershing Square ainsi que la distribution de 60% du capital aux actionnaires de Vivendi en 2021, ce dernier détient 9,98% d'UMG⁽⁴⁾. Cette participation représente un montant de 4692 millions d'euros au 31 décembre 2023;



La mise en culture de terres du domaine pour les besoins commerciaux en huile de tournesol extra-vierge s'est poursuivie en 2023.

Portefeuille Bolloré au 31/12/2023

- Universal Music Group⁽¹⁾⁽²⁾ : 18,1 %
- Bigben Interactive : 20,8 %
- Groupe Socfin⁽³⁾ : 39,8 %

Portefeuille Vivendi au 31/12/2023

- Universal Music Group⁽⁴⁾ : 9,98 %
- Telecom Italia : 17,0 %
- MediaForEurope : 19,8 %
- FL Entertainment : 19,2 %
- MultiChoice : 33,8 %

Actifs agricoles

- Participations dans le groupe Socfin
- Fermes américaines : 3 300 hectares
- Domaines viticoles : 242 hectares, dont 110 hectares de droits viticoles
- Bouteilles de vin produites : 650 000



Exemples de produits alimentaires responsables distribués et commercialisés par Alterfood.

→ FL Entertainment : depuis l'apport de sa participation de 32,9% dans Banijay Group Holding à FL Entertainment en 2022, Vivendi a reçu en échange 19,9% du capital dans FLE, cotée en Bourse sur Euronext Amsterdam depuis le 1^{er} juillet 2022. Vivendi détient 19,2% du capital, ce qui représente une valeur de la participation de 687 millions d'euros au 31 décembre 2023.

Actifs agricoles

Au travers de ses participations dans Socfin (39,8%)⁽³⁾ et dans ses filiales Socfinasia (22,3%) et Socfinaf (8,6%), le Groupe Bolloré est un actionnaire minoritaire du groupe Socfin. Celui-ci est l'un des principaux planteurs indépendants dans le monde et gère plus de 190 000 hectares de plantations.

En Asie, Socfin est présent en Indonésie à travers Socfindo, qui exploite 45 000 hectares de palmiers à huile et d'hévéas, et au Cambodge, où il a entrepris la plantation de 7 000 hectares d'hévéas, dont plus de 6 000 hectares sont arrivés à maturité.

En Afrique, Socfin possède de nombreuses implantations dans différents pays, comme le Cameroun, où Socapalm et SAFA Cameroun gèrent 44 000 hectares de palmiers à huile et d'hévéas, la Côte d'Ivoire, où la Société des Caoutchoucs de Grand Bereby (SOGB) exploite 23 000 hectares de palmiers et d'hévéas, ou encore le Nigeria (26 400 hectares). Par ailleurs, Redlands Farm Holding possède 3 300 hectares répartis sur trois fermes en Géorgie et en Floride.

La récolte 2023 des olives a été amoindrie par des accidents climatiques liés aux gels hivernaux. En outre, après les tests concluants réalisés en 2022, la mise en culture de terres du domaine visant à une autosuffisance en graine

de tournesols pour les besoins commerciaux en huile de tournesol extra-vierge s'est poursuivie en 2023.

Après les premiers succès en 2022, l'expansion commerciale rapide de la marque Fresh Press Farms s'est poursuivie en 2023 aux États-Unis, où elle est désormais présente dans près de 4 000 supermarchés. Cette expansion s'accompagne de l'accélération des efforts de développement de nouveaux produits visant à exercer un effet de levier logistique et commercial dans les points de distribution acquis. Ces développements devraient également permettre d'établir la marque Fresh Press Farms comme innovante aux yeux des consommateurs et qui contribue à une amélioration de leur régime alimentaire.

Le Groupe est aussi actionnaire et exploitant d'un domaine viticole dans le sud-est de la France. Il s'agit du Domaine de La Croix, situé en zone d'appellation « Côtes de Provence » et bénéficiant de la reconnaissance de Cru Classé. Ce domaine représente une superficie totale de 242 hectares, dont 110 hectares de droits viticoles qui produisent environ 650 000 cols par an.

Enfin, le Groupe a acquis une participation indirecte de 47,5% dans Alterfood. Cette société distribue et commercialise des produits alimentaires responsables.

(1) Participation mises en équivalence opérationnelle dans les comptes de Bolloré.

(2) Bolloré détient directement 18,1% du capital d'UMG et, par ailleurs, Vivendi, 9,98%, et Compagnie de l'Odet, 0,33%.

(3) Participations mises en équivalence dans les comptes de Bolloré.

(4) Participations mises en équivalence dans les comptes de Vivendi.



Responsabilité sociale et environnementale

Le Groupe

met en œuvre une politique engagée autour de quatre piliers fondamentaux pour créer de la valeur et du lien entre les femmes et les hommes de l'entreprise, leur environnement et les parties prenantes. Ces engagements sont portés par l'ensemble des divisions pour faire vivre la RSE au quotidien au sein de leur cœur de métier.

Chargement du Biofioul Évolution au pôle de distribution de Strasbourg.
Une alternative écologique et économique au fioul domestique.



DES COLLABORATEURS TOUS UNIS PAR DES VALEURS COMMUNES

- HUMILITÉ
- EXCELLENCE
- COURAGE
- SOLIDARITÉ
- AGILITÉ & INNOVATION

Responsables et engagés

Anticiper et répondre aux attentes de nos parties prenantes, protéger notre capital humain, lutter contre le changement climatique, être acteurs du développement de notre société et des territoires où nous sommes implantés sont autant de facteurs qui nous permettront d'assurer la création de valeur de demain.

Politique de responsabilité sociale et environnementale

Les engagements du Groupe se traduisent dans sa stratégie de développement et reposent sur quatre piliers fondamentaux constituant sa politique de responsabilité sociale et environnementale comme :

- protéger et entretenir une relation durable avec les collaborateurs et les sous-traitants;
- la mise en œuvre d'un cadre strict pour garantir la conduite éthique de ses affaires et promouvoir le respect des droits humains dans ses activités;

- la protection de l'environnement, la lutte contre le changement climatique et le développement de produits et services innovants contribuant à la transition énergétique;
- la contribution économique et sociétale au développement de ses territoires d'implantation.

Les engagements du Groupe Bolloré sont en ligne avec les objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies. Ses actions ont un impact positif direct ou indirect sur 69 des 169 cibles.

Gouvernance

La Direction RSE Groupe, rattachée à la Direction financière, définit les orientations stratégiques RSE soumises par le Comité d'audit à la validation du Conseil d'administration et présentées aux Directions générales du Groupe et de ses filiales lors de comités Éthique, RSE et anticorruption. Sa mission est d'assurer un rôle de sensibilisation et de mobilisation des équipes, de coordonner les plans d'action, de piloter le reporting et d'analyser et valoriser la performance. Elle s'appuie sur les services RSE des divisions et sur un réseau de délégués au sein de chaque entité.

Quatre piliers d'engagement

Agir avec intégrité dans la conduite de nos affaires et promouvoir les droits humains

Les attentes normatives et sociétales ont conduit l'intégration progressive d'une démarche de diligence raisonnable au sein du Groupe, dans toutes ses opérations et également dans le cadre de ses relations d'affaires. Ainsi, le Groupe s'inscrit dans une démarche éthique reposant sur des



30^e édition d'Octobre rose avec des activités de mobilisation des collaborateurs du Groupe, pour la lutte contre le cancer du sein.

34% de l'électricité consommée par le Groupe en 2023 est issue de sources d'énergie renouvelables, contre 29% en 2022.



engagements partagés par l'ensemble de ses filiales, et déploie tous les efforts pour instaurer un cadre garantissant des pratiques éthiques et respectueuses des droits humains dans la conduite de ses affaires.

La santé et la sécurité sont aussi une priorité absolue, pour nos collaborateurs comme pour les personnes indirectement exposées aux activités du Groupe.



Innover face aux grands enjeux environnementaux

Afin d'anticiper les grands changements de la société et de soutenir les adaptations nécessaires à un développement durable, telles que la réduction de l'empreinte des activités humaines sur l'environnement ou encore la promotion de la transition énergétique, le Groupe Bolloré déploie des mesures d'atténuation, travaille au renforcement de sa « stratégie climat » et investit à long terme afin de proposer des produits et services bas carbone, innovants et connectés.

S'engager à long terme pour le développement des territoires

En sa qualité d'acteur économique majeur, le Groupe mène une politique volontariste dans les domaines de l'accès à l'éducation, à la formation et aux soins. Il met en place des partenariats pérennes sur des thématiques en lien avec ses activités et ses valeurs en développant des synergies avec les acteurs locaux des territoires au sein desquels il est implanté.



Fédérer et protéger les femmes et les hommes, première force de l'entreprise

L'épanouissement des collaborateurs et collaboratrices est directement lié à celui du Groupe Bolloré : leur engagement et leurs compétences sont au cœur de sa performance. Le Groupe se positionne comme un employeur de référence en attirant des talents qui partagent ses valeurs.

Le foyer Jean-Bosco rassemble plusieurs nationalités parmi les étudiants. Il dispose également de chambres d'accueil pour jeunes malades et personnes âgées.



ENGAGEMENTS ET POLITIQUE DU MÉCÉNAT

→ 89 PROJETS À IMPACT SOCIÉTAL
DANS 14 PAYS, 61% DES DONNS EN FAVEUR
DE LA JEUNESSE

→ 41 PROJETS SOUTENUS EN 2023
CONTRIBUENT À LA RÉPONSE À L'ODD N° 3
« BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE ».

→ 30 PROJETS SOUTENUS EN 2023
CONTRIBUENT À LA RÉPONSE À L'ODD N° 4
« ÉDUCATION DE QUALITÉ ».

→ 10 PROJETS EN FAVEUR
DES FEMMES

→ PRÈS DE 10 000 BÉNÉFICIAIRES,
DONT PRÈS DE 50% DE JEUNES

Actions de solidarité

La solidarité reflète l'une des valeurs fondamentales du Groupe. La politique de solidarité du Groupe Bolloré et les actions menées chaque année dans ce cadre s'articulent autour de la Fondation de la 2^e chance, du foyer Jean-Bosco, d'actions sociétales ciblées et de la Direction de l'engagement solidaire international et du mécénat Groupe.

La Fondation de la 2^e chance, un accompagnement depuis plus de vingt-cinq ans

Créée en juin 1998 à l'initiative de Vincent Bolloré, la Fondation de la 2^e chance est reconnue d'utilité publique depuis 2006. Sous la présidence de Marie Bolloré, la Fondation accompagne des femmes et des hommes de 18 à 62 ans ayant traversé de lourdes épreuves de vie,

aujourd'hui en situation de grande précarité, mais manifestant une réelle volonté de rebondir. Elle leur offre un soutien financier et humain pour mener à bien un projet professionnel réaliste et durable :

→ une création ou reprise d'entreprise (financement jusqu'à 8000 euros);

→ une formation qualifiante (financement jusqu'à 5000 euros).

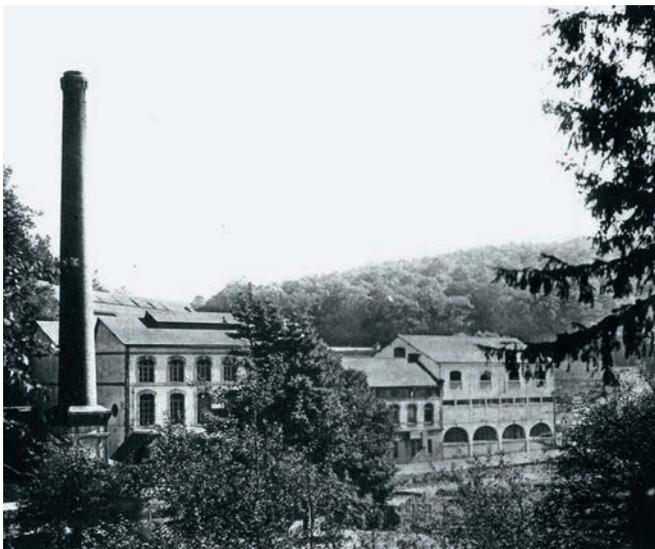
Ce coup de pouce financier est accompagné obligatoirement d'un parrainage professionnel et humain du lauréat jusqu'à la réalisation complète de son projet.

L'action continue de la Fondation repose sur une équipe de salariés et de bénévoles. Six salariés coordonnent l'ensemble des acteurs de la Fondation au siège, hébergé par le Groupe Bolloré. Un réseau actif de 1000 bénévoles assurent les fonctions de délégués de sites, d'instructeurs et de parrains sur tout le territoire. Depuis sa création, la Fondation de la 2^e chance a aidé plus de 9255 personnes à rebondir.

En 2023, ce sont 243 nouveaux lauréats qui ont pu être soutenus, avec une aide moyenne par dossier de 2971 euros. 70% des candidats ont bénéficié d'une aide dans le cadre d'une formation et 30% pour une création d'entreprise. Les lauréats entre 25 et 44 ans représentent 54% des projets soutenus.

Les collaborateurs du Groupe Bolloré en Bretagne (Nantes, Quimper, Rennes) s'impliquent dans la Fondation de la 2^e chance et s'engagent à soutenir la réinsertion sociale

L'usine de la manufacture de papier à Odet, en Bretagne. C'est le site historique de l'entreprise Bolloré.



Pôle industriel de Pen-Carn, en Bretagne, de nos jours. Le site regroupe les activités des films plastiques et de production des bus électriques.

L'histoire du Groupe

Fondée en 1822 en Bretagne, l'entreprise familiale spécialisée dans la fabrication de papiers fins a été reprise par Vincent Bolloré au début des années 1980.

En 2022, le Groupe a fêté son bicentenaire au siège historique d'Odet en Bretagne

Après avoir développé un pôle de spécialités industrielles liées à la technologie des films plastiques et des papiers minces, le Groupe Bolloré a pris le contrôle, d'une part, en 1986, de la société Sofical, complété par l'acquisition de JOB puis de Tobaccor pour développer un pôle Tabac (qui sera cédé en 2001), et, d'autre part, des sociétés Scac, Rhin-Rhône, Delmas-Vieljeux (1991) et Saga (1997) pour développer un pôle Transport.

Fin 1996 : le Groupe Bolloré prend le contrôle du groupe Rivaud, dans lequel il détenait des participations depuis 1988. L'activité Papiers sera cédée au groupe américain Republic Technologies International en 2000, et le solde sera réglé en 2009.

2000 : attribution de la concession du troisième oléoduc français Donges-Melun-Metz.

2001 : reprise par Bolloré Énergie d'une partie des activités de distribution des produits pétroliers de BP en France.

2002 : rachat par IER d'Automatic Systems, spécialisé dans les métiers du contrôle d'accès. Reprise par Bolloré Énergie d'une partie des activités de distribution de fioul de Shell en France. Acquisition par SDV de l'activité Commission de transport du groupe allemand Geis. Fusion de six sociétés de l'activité Commission de transport, donnant naissance à SDV Logistique Internationale.

2003 : prise de participation dans Vallourec, qui sera en grande partie cédée entre 2005 et 2008.

2004 : acquisition d'une participation de 20% dans Havas. Développement de la Bluecar®, prototype de véhicule électrique équipé des batteries Batscap.

2005 : lancement de Direct 8, la chaîne de télévision numérique terrestre (TNT) créée par le Groupe. Acquisition d'Air Link, troisième opérateur indien de commission de transport. Prise de participation dans Aegis, cédée en 2012 et 2013.

2006 : fusion de Bolloré et de Bolloré Investissement. Cession des activités maritimes.

2007 : acquisition de JE-Bernard, groupe de logistique et de commission de transport en Grande-Bretagne, et de Pro-Service, société de logistique américaine. Acquisition des actifs d'Avestor au Canada. Lancement du quotidien gratuit *Direct Matin Plus*.

2008 : création de deux joint-ventures pour le développement de véhicules électriques (Pininfarina pour la Bluecar® et Gruau pour le Microbus).

2009 : obtention de la concession du terminal à conteneurs de Cotonou, au Bénin, et démarrage de l'exploitation du terminal portuaire de Pointe-Noire, au Congo. Démarrage des deux usines de production de batteries électriques en Bretagne et au Canada.

2010 : obtention de concessions portuaires en Afrique notamment en Sierra Leone. Acquisition de la chaîne de TNT Virgin 17, rebaptisée « Direct Star ». Gain du contrat



La famille Bolloré participe aux festivités du bicentenaire du Groupe, sur le site d'Odet, en Bretagne.



Autolib', location de voitures électriques Bluecar® dans la région parisienne.

2011 : acquisition de LCN (Les Combustibles de Normandie).

2012 : cession des chaînes Direct 8 et Direct Star à Groupe Canal+, contre une participation de 1,7% du capital Vivendi, et montée à 5% dans Vivendi.

2013 : obtention du terminal à conteneurs n° 2 d'Abidjan, en Côte d'Ivoire, et du terminal roulier de Dakar, au Sénégal. Acquisition de Petroplus Marketing France par la division Logistique pétrolière. Introduction en Bourse de Blue Solutions. Lancement des services d'autopartage Bluely (Lyon-Villeurbanne) et Bluecub (Bordeaux).

2014 : offre publique d'échange sur Havas. Gain des appels d'offres de Londres pour la gestion du réseau de 1400 bornes de charge et de la RATP pour la livraison de bus de 6 mètres et 12 mètres.

2015 : montée à 14,4% au capital de Vivendi. Montée à 60% dans Havas. Obtention des concessions portuaires (Timor oriental et Haïti). Lancement du service d'autopartage électrique BlueIndy, à Indianapolis.

2016 : inauguration de l'usine de fabrication de bus 12 mètres et du service d'autopartage électrique à Turin, en Italie. Franchissement des seuils de 20% du capital et des droits de vote de Vivendi et mise en équivalence de Vivendi.

2017 : intégration globale de Vivendi à compter du 26 avril 2017. Acquisition par Vivendi de la participation de 59% du Groupe Bolloré dans Havas, suivie d'une OPAS puis d'une OPRO permettant à Vivendi de détenir 100% d'Havas. OPAS Bolloré sur Blue Solutions. Obtention de la concession du nouveau terminal à conteneurs de Kribi, au Cameroun. Inauguration du nouveau terminal d'Owendo, au Gabon.

2018 : renforcement dans le capital de Vivendi, portant la participation à 26,28% du capital. Cession par Vivendi des

participations dans Ubisoft, Fnac-Darty et Telefónica. Arrêt du service d'autopartage Autolib' à Paris. Lancement d'un service d'autopartage électrique à Los Angeles, BlueLA.

2019 : cession des activités portuaires en France au groupe Maritime Kuhn. Inauguration d'une nouvelle plateforme logistique BlueHub de 50000 m² à Singapour. Cession par Bolloré Energy de sa participation de 5,5% dans la société de transport par pipeline Trapil. Acquisition de 100% du capital d'Editis par Vivendi. Entrées de Tencent Holdings Ltd et de certains investisseurs financiers internationaux, à hauteur de 10%, dans le capital d'Universal Music Group (UMG).

2020 : acquisition d'une participation de 29,2% dans Lagardère.

2021 : cession de 10% supplémentaires du capital d'UMG à un consortium mené par Tencent et de 10% au groupe Pershing Square, suivie de la distribution par Vivendi de 60% du capital de sa filiale (UMG) à ses actionnaires puis de la cotation de cette dernière sur Euronext Amsterdam. Bolloré détient une participation de 18% dans UMG et Vivendi en conserve 10%. Vivendi a acquis la participation d'Amber Capital dans Lagardère, portant sa participation à 45,1% du capital de Lagardère.

2022 : lancement de l'offre publique d'achat sur Lagardère. Au 31 décembre, Vivendi détient 81,4 millions d'actions Lagardère, représentant 57,66% du capital de Lagardère et 48,36% des droits de vote théoriques. Cession de 100% de Bolloré Africa Logistics au groupe MSC. Acquisition par Vivendi de 8,5% du capital du groupe de communication digitale Progressif Media.

2023 : Constitution d'un comité ad hoc et désignation d'un expert indépendant en vue d'un projet d'offre publique simplifiée de Bolloré SE sur ses propres actions.

2024 : Cession de 100% de Bolloré Logistics à CMA CGM.

CRÉDITS PHOTO

Photothèques : Bolloré, Bolloré Energy, Bluebus, EASIER, IER, Automatic Systems, Vivendi, Canal+, Studiocanal, Lagardère, Prisma Media, Gameloft, Universal Music Group, Redlands Farm Holding, Alterfood.

Photographes : Florian Léger, Pascal Léopold, Patrick Sordoillet, Guillaume Voiturier, droits réservés Taylor Swift re-record (US), Peter Mountain © 2002 Universal Studios, Louis Brunet, Tsarina Merrin, Saint-Ambroise, Dorothée Van Der Cruyssen, Ander Haramboure, Pierre Charlier.

Campagnes de communication : Burger King « Vaisselle réemployable » - Buzzman, Volvo « The Paths » - Arena by Havas, Fondation Anne de Gaulle - Havas Paris.

CONCEPTION ET RÉALISATION

HAVAS Paris



Dans le souci du respect de l'environnement, le présent document est réalisé par un imprimeur Imprim'Vert® sur un papier certifié FSC®, fabriqué à partir de fibres issues de forêts gérées de façon responsable et d'autres sources contrôlées.



Tour Bolloré, 31-32, quai de Dion-Bouton
92811 Puteaux Cedex - France
Tél. : +33 (0)1 46 96 44 33
Fax : +33 (0)1 46 96 44 22

|
www.bollore.com