

# PROJET PILOTE DE REPORTING INTÉGRÉ

## Capital culturel/immatériel : l'impact de l'investissement dans la diversité des contenus sur la création de valeur du groupe

Alors que Vivendi opère son recentrage sur les activités de médias et de contenus et considérant la demande croissante des différentes parties prenantes du groupe de mieux comprendre sa performance globale, la Direction générale s'est engagée dans un projet pilote de reporting intégré visant à illustrer comment la promotion de la diversité culturelle, un des enjeux de la politique RSE de Vivendi, crée de la valeur sociétale et financière en prévenant certains risques et en favorisant des opportunités de conquête de marchés.

### L'enjeu

Vivendi exerce, sur des millions de clients et de citoyens, une influence humaine, culturelle et intellectuelle, grâce à l'activité d'Universal Music Group, numéro un mondial de la musique, à celle de Groupe Canal+, premier groupe audiovisuel français, présent également en Afrique francophone, en Pologne et au Vietnam, et à celle de sa filiale Studiocanal, le principal acteur européen en matière de production, d'acquisition, de distribution et de ventes internationales de films et séries TV. La responsabilité sociétale de Vivendi consiste notamment à nourrir la curiosité et les goûts divers de ses publics sur tous les continents, à contribuer à leur épanouissement, à leur offrir les conditions de s'ouvrir au monde et d'exercer leur esprit critique.

La diversité culturelle est, par ailleurs, au cœur des modèles d'affaires des métiers de la musique, du cinéma et de l'audiovisuel. Proposer des contenus originaux et riches, signer de nouveaux artistes tous genres confondus, éviter l'évasion des talents créatifs, satisfaire les attentes de nos abonnés, rendre attractives nos plateformes dans un environnement numérique qui bouleverse les usages, sont autant d'objectifs poursuivis par les métiers, soucieux de préserver leur position de leader sur leur marché respectif (voir schéma ci-dessous).

### La démarche

Dans un premier temps, Vivendi a décidé de mener cet exercice de manière pragmatique et de le déployer dans un périmètre délimité à Universal Music France, Canal+ en France et Studiocanal. Sous l'impulsion de la Direction de la RSE (responsabilité sociétale d'entreprise) de Vivendi, des travaux ont réuni les directeurs en charge des finances et de la stratégie de ces trois entités du groupe ainsi que des analystes représentant les investisseurs (Amundi, Groupama AM, Oddo Securities). Des indicateurs établissant le lien entre investissements dans la diversité des contenus et rentabilité ont été retenus (voir ci-dessous). Leur matérialité a ensuite été soumise à l'examen des analystes.

Les directeurs financiers des métiers ont réservé un très bon accueil à cette démarche à laquelle ils ont pleinement adhéré. Les analystes sollicités ont également salué cette initiative qu'ils ont jugée innovante, motrice et pleinement intégrée à la stratégie d'un acteur clé du secteur des médias.

L'objectif est d'enrichir le projet pilote d'ici à 2015 en assurant un suivi des indicateurs, en élargissant le périmètre et le champ de l'exercice à d'autres enjeux RSE, après une consultation des principales parties prenantes de Vivendi.

## Contribution de l'investissement dans la diversité des contenus à la création de valeur (chiffres 2013)

### Enjeu RSE

- ▶ Promouvoir la diversité culturelle dans l'offre de contenus
- ▶ Investir dans les nouveaux talents et attirer de nouvelles signatures d'artistes
- ▶ Valoriser le patrimoine culturel par l'exploitation d'un catalogue exceptionnel d'œuvres

### Valeur sociétale

- ▶ Participation des publics à la vie culturelle, source d'épanouissement personnel
- ▶ Accès favorisé au savoir et au divertissement
- ▶ Renforcement de la compréhension mutuelle et du lien social

### Valeur financière

- ▶ Croissance du chiffre d'affaires
- ▶ Amélioration de la rentabilité
- ▶ Renforcement du rayonnement des marques
- ▶ Création de valeur

### UNIVERSAL MUSIC FRANCE (hors Publishing)

- ▶ Montant des investissements marketing consacrés aux nouveaux talents en pourcentage de la totalité des investissements : 21 %
- ▶ Pourcentage du CA (chiffre d'affaires) réalisé par les nouveaux talents : 10 %
- ▶ Pourcentage du CA numérique et CA physique réalisé par le catalogue (œuvres commercialisées depuis plus de 2 ans)
  - Poids du catalogue physique : 20,3 %
  - Poids du catalogue numérique : 44,7 %
- ▶ Nombre de nouvelles signatures : 49
- ▶ Part du CA réalisé par genre musical (signatures locales ; signatures internationales ; classique et jazz ; compilations)
  - CA local : 53 %
  - CA international : 26 %
  - CA classique et jazz : 8 %
  - CA compilations : 13 %

Source : UMF

Pour Universal Music France, investir dans des genres musicaux divers accroît les parts de marché de ses différents labels, valoriser le catalogue stimule son chiffre d'affaires numérique et physique et attirer de nouvelles signatures d'artistes confirmés ou celles de nouveaux talents constitue un riche vivier qui contribue à la pérennité de l'entreprise.

### GROUPE CANAL +

#### CANAL+ ET CANALSAT

- ▶ Enquête auprès des abonnés de Canal+ :
  - Canal+ est une chaîne vraiment originale, différente des autres : 77 %
  - Canal+ est une chaîne qui découvre et fait émerger de nouveaux talents : 70 %
  - Les films diffusés par la chaîne sont de genres variés : 90 %
- ▶ Enquête auprès des abonnés de Canalsat :
  - Canalsat m'ouvre et m'enrichit sur le monde : 74 %

Source : Baromètre abonnés Canal+ et Canalsat 2013

#### STUDIOCANAL

- ▶ Investissements dans les œuvres européennes en valeur absolue et en pourcentage : 129 M€ sur 181 M€, soit 71 %

Source : Studiocanal

Les chiffres de Canal+ et de Canalsat établissent le lien direct entre une offre diversifiée et originale de programmes et la satisfaction de leurs abonnés. Les investissements de Studiocanal dans les œuvres européennes permettent de développer une offre complémentaire à celle des majors américaines sur le marché international et d'atteindre une rentabilité supérieure à la moyenne de ses concurrents.