

INTEGRIERTER
BERICHT 2020

DEN FORTSCHRITT LEBEN

BOUYGUES

1. Vorstellung der Bouygues-Gruppe

Wer wir sind, unser Geschäftsmodell
und unsere Ergebnisse 2020

S. 2-11

2. Unser Ökosystem

Makrotrends mit Auswirkungen auf unser Geschäft, den Dialog
mit unseren Stakeholdern und unsere CSR-Herausforderungen

S. 12-17

3. Die Strategie der Gruppe und ihrer Geschäftsfelder

Unsere langfristigen Strategien für das Wachstum unseres
Geschäfts und die Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks
bei uns und unseren Kunden

S. 18-35

4. Unsere Verpflichtungen

Unsere Verpflichtungen: Alle Mitarbeiter fördern,
nachhaltige Lösungen mit und für unsere Kunden entwickeln,
den Lebensalltag vereinfachen, zu einem harmonischen
Zusammenleben beitragen

S. 36-53

5. Unsere Governance

Unser Verwaltungsrat und unser Geschäftsleitungsteam,
unser Ansatz an Ethik, Compliance und Risikomanagement

S. 54-63

UNSERE WICHTIGSTEN KENNZAHLEN FINDEN SIE AUF S. 64

Fortschritt
wagen

Die Förderung der Mitarbeiter ist eine
der wichtigsten Verpflichtungen der Gruppe.
Dieses Symbol zeigt die Initiativen, die die
Talente der Mitarbeiter zur Entfaltung bringen.



Die Bouygues-Gruppe hat sich verpflichtet,
ihre Kohlenstoffemissionen entsprechend dem
Pariser Klimaabkommen zu reduzieren. Dieses Logo
informiert darüber, was die Bouygues-Gruppe
für die schonende Nutzung der Ressourcen
und den Klimaschutz tut.

Neue, grenzüberschreitende Radwege
im Naturschutzgebiet der Nordvogesen
im Grenzgebiet zwischen Deutschland
und Frankreich für Radfahrer und Fußgänger

TITELSEITE:
O'mega1, Frankreichs erste schwimmende
Photovoltaik-Anlage ist auch die größte Europas.
Die 50 000 Photovoltaik-Module senken
den CO₂-Ausstoß jährlich um 1 096 Tonnen.



Im Jahr 2020
haben wir bewiesen,
wie agil, resilient und
verantwortungsbewusst wir
als Unternehmensgruppe
sind. 2021 werden
wir investieren, um die
Geschäftsfelder zu stärken
und für schnelleres
Wachstum zu sorgen.

Interview

MARTIN BOUYGUES
Präsident des Verwaltungsrats

Wie sehen Sie die Gesundheitskrise, die wir seit letztem Jahr erleben?

Die dramatischen Folgen der Coronakrise für die Menschen
und die Wirtschaft haben unseren Blick darauf gelenkt,
in welchem Maß die Globalisierung sowohl eine Chance
als auch ein Risiko darstellt. Auch wenn in den kommenden
Monaten Impfstoffe einen Ausweg aus der Krise versprechen,
wäre es leichtsinnig, bei der Wiederaufnahme der Tätigkeit
die elementaren Probleme zu ignorieren, die unsere
moderne Gesellschaft für Ereignisse dieser Art anfällig machen.
Die Beseitigung dieser grundlegenden Probleme ist
besonders wichtig, wenn wir das Vertrauen wiederherstellen
und die Hoffnung auf eine bessere Welt aufbauen wollen.

Wie würden Sie das Jahr 2020 für die Bouygues-Gruppe zusammenfassen?

Im vergangenen Jahr haben wir gezeigt, wie agil, resilient
und verantwortungsbewusst wir als Gruppe sind. Wir
haben uns schnell auf neue Arbeitsweisen umgestellt und
strenge Gesundheits- und Hygienevorschriften eingeführt,
um die Sicherheit aller, d.h. unserer Mitarbeiter, Kunden,
Partner, Lieferanten und Subunternehmer gleichermaßen
zu gewährleisten. In Frankreich konnten wir unsere
Baustellen bereits ab Mitte April schrittweise wieder
öffnen, also noch vor dem Ende des ersten Lockdowns.

In der zweiten Jahreshälfte erholte sich das Geschäft
schnell wieder, so dass wir die Auswirkungen der Krise auf
den Konzernumsatz und das Ergebnis begrenzen konnten.
Wir verdanken unsere Resilienz unseren engagierten
Mitarbeitern, unserer robusten Finanzstruktur und der
Tatsache, dass alle unsere Geschäftsfelder lebenswichtige
Grundbedürfnisse der Menschen erfüllen. Und diese
Faktoren hat die Coronakrise in keiner Weise in Frage
stellen können.

Markieren die Änderungen in der Unternehmensführung den Beginn eines neuen Kapitels?

Die Bouygues-Gruppe wird bald 70 Jahre alt. Sie wird von
einer starken und unverwechselbaren Unternehmenskultur
geprägt und seit ihrer Gründung hatten erst zwei Personen
die Position des Präsidenten des Verwaltungsrats
und CEO inne. Um die Herausforderungen zu meistern,
denen wir gegenüberstehen, seien sie wirtschaftlicher,

klimabezogener, sozialer oder digitaler Natur, wollten wir
sicherstellen, dass Bouygues über die effektivste Führung
verfügt. Eine neue Generation von Führungskräften
übernimmt die Verantwortung. Ihre Professionalität und
Kompetenz steht außer Frage, sie wurden innerhalb des
Unternehmens ausgebildet und sind bestens mit seiner
Kultur vertraut. Diese Vorgehensweise steht ganz in der
Tradition von Bouygues. Seit seiner Gründung wurden die
Führungskräfte immer aus den eigenen Reihen ausgewählt,
um die Zukunft des Unternehmens zu sichern.

Bouygues hat sich ehrgeizige Ziele zur Reduzierung seiner CO₂-Emissionen gesetzt. Welcher Gedanke steht hinter dieser Verpflichtung?

Wir können uns nicht gegen die Klimakrise impfen lassen,
deren Folgen von Jahr zu Jahr spürbarer werden. Mit unserer
Strategie der nachhaltigen Entwicklung, die wir seit
15 Jahren verfolgen, haben wir unser Know-how
weiterentwickelt und neue Geschäftsaktivitäten erschlossen,
die mit den ökologischen Herausforderungen unseres
Planeten besser vereinbar sind. Wir sind der festen
Überzeugung, dass der Übergang zu einer kohlenstoffarmen
Wirtschaft eine noch nie dagewesene Chance für unsere
Geschäftsfelder darstellt. Bouygues ist besonders in Zeiten
großer Herausforderungen immer sehr leistungsstark.
Dieses Versprechen motiviert unsere Mitarbeiter
und inspiriert deren Kreativität.

Was wird uns das Jahr 2021 bringen?

Auch wenn wir hoffen, dass die Welt im Jahr 2021 die
Pandemie allmählich hinter sich lässt, werden ihre Folgen
noch das ganze Jahr über zu spüren sein. Aufgrund
unserer soliden Finanzlage wird die Gruppe investieren,
um ihre Geschäftsfelder zu stärken und deren Wachstum
zu beschleunigen. So wird Bouygues Telecom seinen
Strategieplan „Ambition 2026“ umsetzen, und TF1
die Aktivitäten von Newen ausbauen. Die Aussichten
für unser Baugeschäft sind ebenfalls gut, sowohl in
Frankreich als auch international und vor allem im Bereich
des kohlenstoffarmen Bauens.

Darüber hinaus werden wir unsere Anstrengungen
zum Schutz der Gesundheit und für mehr Wohlbefinden
am Arbeitsplatz verstärken, die Gleichstellung
der Geschlechter fördern, unsere Klimastrategie
umsetzen und den Schutz der Biodiversität vorantreiben.

Das Interview wurde am
17. Februar 2021 geführt.

2020 nahmen fast 800 Mitarbeiter der Gruppe in acht Ländern an „La Fresque du Climat“ teil.

Dabei handelt es sich um unterhaltsame und informative Workshops zu Klimathemen, in denen die Mitarbeiter etwas über die Ursachen und Mechanismen des Klimawandels und die Auswirkungen menschlichen Handelns auf die Gesundheit, den Planeten und die Umwelt gelernt haben. Dieser Workshop fand bei Challenger statt, dem Hauptsitz von Bouygues Construction in Saint-Quentin-en-Yvelines in Frankreich.

1. VORSTELLUNG DER BOUYGUES-GRUPPE

Bouygues ist eine breit aufgestellte Dienstleistungsgruppe und ist auf Wachstumsmärkten in über 80 Ländern aktiv. Sie nutzt das Know-how ihrer Mitarbeiter und die Vielfalt ihrer Geschäftsfelder, um innovative Lösungen anzubieten, die wesentliche Grundbedürfnisse der Menschen erfüllen.

WER WIR SIND

Auf der Grundlage einer gemeinsamen Kultur stehen die fünf Geschäftsfelder von Bouygues für die vier Stärken, die die Identität und die Unverwechselbarkeit unseres Unternehmens prägen.

UNSERE GRUPPE

Bouygues ist der festen Überzeugung, dass die Erfüllung der grundlegenden alltäglichen Bedürfnisse der Menschen nach ethischen und sozialen Grundsätzen dazu beiträgt, die Gesellschaft als Ganzes zu verbessern.

Was wir tun
Wir bringen Fortschritte in den Lebensalltag möglichst vieler Menschen.



WICHTIGE KENNZAHLEN 2020

129 000

Mitarbeiter weltweit

34,7 Mrd. €

Umsatz

3 Tätigkeitsbereiche

5 Geschäftsfelder

81 Länder

UNSERE GESCHÄFTSFELDER

Wichtige Kennzahlen, Stand 31. Dezember 2020

BAUGESCHÄFT



100 %^a

115 055

Mitarbeiter



100 %^a

26 208 Mio. €

Umsatz



96,8 %^a

MEDIEN



43,7 %^a

3 697

Mitarbeiter

2 082 Mio. €

Umsatz

TELEKOMMUNIKATION



90,5 %^a

9 550

Mitarbeiter

6 438 Mio. €

Umsatz

• Kapitalbeteiligung: **ALSTOM**

8 %^b

(a) Anteil am Aktienkapital, der von Bouygues SA gehalten wird.
(b) Anteil am Aktienkapital, der von Bouygues SA gehalten wird, Stand 31. Dezember 2020.
Zum 31. Januar 2021 lag der Anteil bei 6,35 %.

UNSERE STÄRKEN



Engagierte Mitarbeiter

Die Mitarbeiter von Bouygues sind engagiert, motiviert und verantwortungsbewusst. Auf der Grundlage einer starken Unternehmenskultur nehmen sie Herausforderungen offen an und halten sich zum Nutzen der Kunden an hohe Qualitätsstandards, sowohl einzeln als auch im Team.



Produkte und Dienstleistungen mit hohem Mehrwert

Die Geschäftsfelder der Bouygues-Gruppe setzen ihr technisches Know-how, ihre Erfahrung und ihre Innovationsfähigkeit für ihre Kunden ein. Sie heben sich von der Konkurrenz ab, weil sie ganzheitliche Lösungen mit hohem Mehrwert für komplexe Infrastrukturen und nachhaltiges Bauen bieten.



Über die gesamte Wertschöpfungskette

Um sicherzustellen, dass die hohen Standards für operative Exzellenz und Effizienz eingehalten werden, decken die Geschäftsfelder die gesamte Wertschöpfungskette ab. Sie verfügen über die Erfahrung und die Fähigkeit, die besten internen und externen Kompetenzen einzubinden, maßgeschneiderte Lösungen bereitzustellen und den direkten Kontakt zu ihren Kunden zu pflegen.



Gezielte und nachhaltige Präsenz weltweit

Neben einer starken Präsenz in Frankreich verfolgt Bouygues eine langfristige und gezielte Expansion in internationalen Märkten. Das Unternehmen nimmt dabei die Wachstumschancen wahr, die den Anforderungen des Risikomanagements entsprechen.

DIE GRUNDLAGEN UNSERER KULTUR



Respekt

Respekt ist der zentrale Wert für die Gruppe, denn Respekt fördert das Engagement und den Zusammenhalt der Mitarbeiter. Er zeigt sich jeden Tag durch das vorbildliche Verhalten unserer Mitarbeiter, durch ihr Bemühen, Zusagen einzuhalten, sich ethisch angemessen zu verhalten und durch die Aufmerksamkeit, mit der die Mitarbeiter für die Sicherheit aller sorgen. Für Bouygues ist jeder Mensch wichtig.



Vertrauen

Die Geschäftsfelder der Gruppe verfügen bei der Führung ihrer Geschäfte über ein hohes Maß an Autonomie. Vertrauen ist daher für das Funktionieren von Bouygues unerlässlich. Vertrauen ist eng mit Respekt verbunden und fördert die Zufriedenheit und die Effizienz der Mitarbeiter.



Kreativität

Es ist Kreativität, die Bouygues zu immer mehr Innovationen antreibt und zu neuartigen, innovativen Lösungen führt, die den Ansprüchen unserer Kunden gerecht werden und unseren Geschäftsfeldern helfen, ihren Wettbewerbsvorsprung zu behaupten. Kreativität bereichert die Arbeit unserer Mitarbeiter und fördert ihre Motivation, ihr Engagement und ihren Unternehmertegeist.



Weitergabe von Wissen

Der Erfolg von Bouygues hängt von den Fähigkeiten und dem Know-how seiner Mitarbeiter ab. Lernen, Entwickeln und Vermitteln von Fachwissen bilden die Grundlage für die Beziehungen zwischen unseren Mitarbeitern. Sie stärken auch die Bindungen zwischen den Generationen, fördern die Mitarbeiterzufriedenheit und ermöglichen es den Mitarbeitern, ihre Talente zu entwickeln.

WICHTIGE KENNZAHLEN DER GRUPPE 2020



Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen im Fokus

1. Platz

Das CAC 40-Unternehmen mit dem höchsten Anteil an Mitarbeiteraktien (20,3 % des Aktienkapitals)

64 %

der Tochtergesellschaften außerhalb Frankreichs haben eine offizielle Mitarbeitervertretung

84 %

Wahlbeteiligung bei den Wahlen der Mitarbeitervertreter in Frankreich

19,5 %

Anteil der Frauen in Führungspositionen (+ 0,3 Punkte)^a



Eine robuste finanzielle Performance

34 694 Mio. €

Umsatz

1 222 Mio. €

Laufendes operatives Ergebnis

696 Mio. €

Nettoergebnis (Konzernanteil)

1 202 Mio. €

Free Cashflow nach WCR^b

1 981 Mio. €

Nettoverschuldung



Starkes Engagement für die Umwelt



A-

Die Bewertung der Gruppe im CDP-Ranking 2020 in der Rubrik „Klimawandel“



Top 5

Die Position der Gruppe im Sektor *Heavy Construction* (26 europäische Unternehmen)



AA

Rating der nicht-finanziellen Rating-Agentur MSCI

WICHTIGE KENNZAHLEN ISR

Euronext Vigeo Eurozone 120 und Europe 120, FTSE4Good, CDP – Climate, MSCI Europe ESG Leaders

(a) Gegenüber 2019
(b) Ohne 5G-Frequenzen



Das Baugeschäft wächst international weiter

80 Länder

Anzahl der Länder, in denen wir mit unserem Baugeschäft aktiv sind

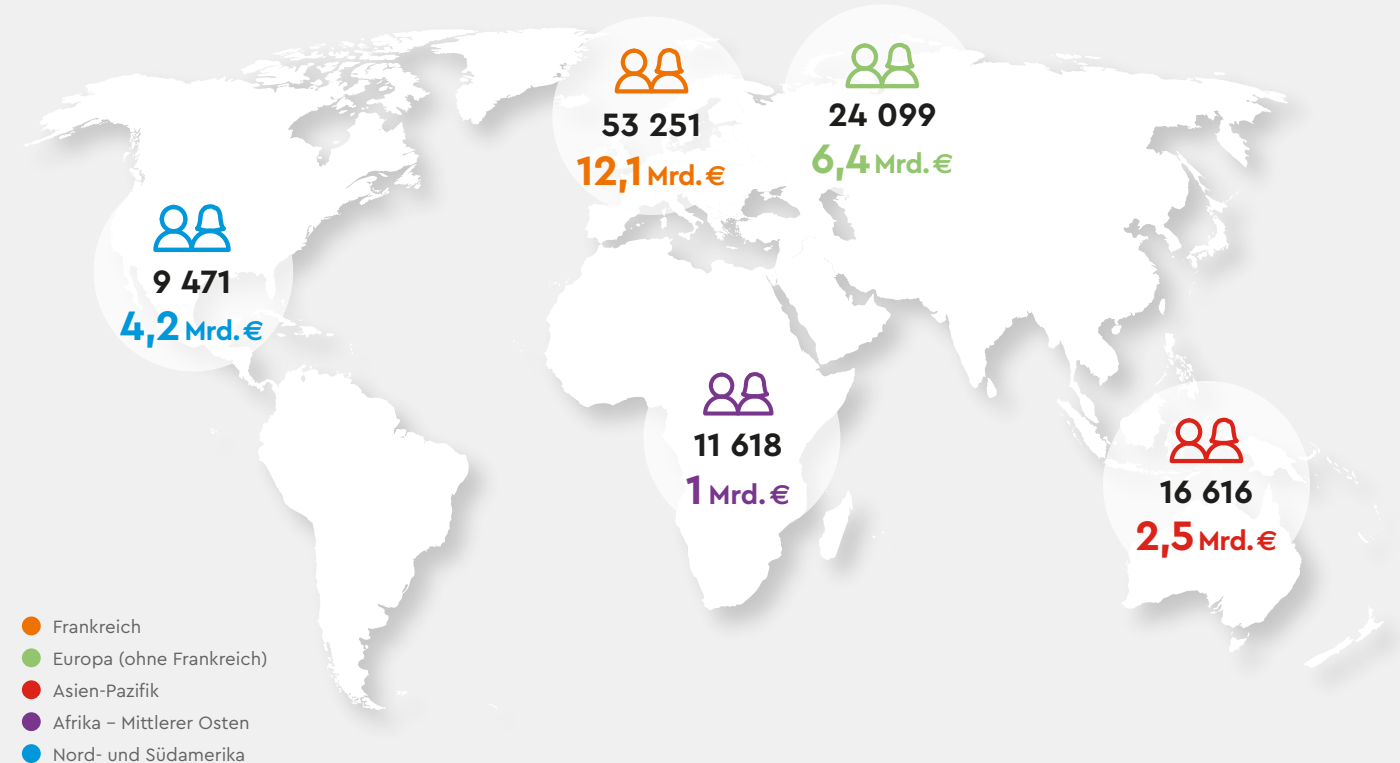
54 %

der Mitarbeiter des Baugeschäfts sind außerhalb von Frankreich tätig

62 %

des Auftragsbestands bei Bouygues Construction und Colas entfallen auf den internationalen Markt

MITARBEITER UND UMSATZ DES BAUGESCHÄFTS NACH REGIONEN



Ein sozial verantwortungsvolles Unternehmen

152 Mio. €

Ausgaben für Mäzenat und Sponsoring

989^a

Studenten haben von der Stiftung Francis Bouygues ein Stipendium erhalten (462 davon haben ihr Studium abgeschlossen)

(a) Seit Gründung der Unternehmensstiftung Francis Bouygues im Jahr 2005

UNSER GESCHÄFTSMODELL

Grundlage des Geschäftsmodells der Bouygues-Gruppe ist die nachhaltige Nutzung der Ressourcen und die Dekarbonisierung unserer drei Tätigkeitsbereiche. Ihre Resilienz sichert die langfristige Zukunftsfähigkeit der Gruppe und schafft gleichzeitig Werte für ihre Stakeholder.

UNSERE RESSOURCEN

Stand 31. Dezember 2020

HUMANKAPITAL

- 129 000 Mitarbeiter
- Vielfältige Kompetenzen und fundiertes Know-how in den fünf Geschäftsfeldern der Gruppe
- Corporate Universities zur Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter

FINANZKAPITAL

- Stabile Aktionärsstruktur
- Solide Finanzstruktur
- Generierung eines wiederkehrenden Free Cashflows (0,8 Mrd. Euro p.a.^{a)})

NATURKAPITAL

- Klimastrategie zur Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks der Gruppe
- Initiativen zur Kreislaufwirtschaft, die ökologische und wirtschaftliche Vorteile bringen
- Richtlinien zum Schutz der Biodiversität
- 94 % des Umsatzes von Bouygues Construction sind nach ISO 14001^b zertifiziert

PRODUKTIONSKAPITAL

- **Gruppe:**
 - 1,6 Mrd. Euro an betrieblichen Investitionen (netto)^c
- **Baugeschäft:**
 - Weltweite Präsenz: Bouygues Construction – mehr als 40 000 Baustellen, Colas – Netz aus 800 Betriebs- und Ausführungseinheiten sowie 3 000 Produktionsstandorte für Baustoffe (Steinbrüche, Asphaltmischanlagen und Transportbetonwerke, Bitumen-Produktionswerk)
 - Colas: 2,7 Mrd. Tonnen genehmigte Gesamtreserven an Zuschlagstoffen^d
 - Colas Campus für Wissenschaft und Technik: das weltweit führende private Forschungszentrum für den Straßenbau (100 Entwicklungsbüros und 50 Labore in Frankreich und weltweit)
- **Medien:**
 - 7 Produktionsstudios im Besitz von TF1
- **Telekommunikation:**
 - 21 000 Mobilfunkstandorte und ein breites Frequenzportfolio

UNSERE MAKROTRENDS


Bevölkerungswachstum, Urbanisierung und Verkehr


Der Klimawandel und der Verlust der Biodiversität


Digitale und technologische Transformation


Verändertes Kundenverhalten

WAS WIR TUN:

Wir bringen Fortschritte in den Lebensalltag möglichst vieler Menschen.

BAUGESCHÄFT

75 % des Umsatzes

Entwicklung, Bau und Betrieb von integrierten Lösungen für den Bau komplexer Gebäude und Infrastrukturen
> Weltweit das fünftgrößte Bauunternehmen^f

19 % des Umsatzes

Führender Anbieter im Mobilfunk und im Festnetz mit Konnektivitätslösungen für Privat- und Firmenkunden
> Bouygues Telecom belegt in Frankreich den zweiten Platz bei der Qualität des Mobilfunknetzes^g

TELEKOMMUNIKATION

MEDIEN

6 % des Umsatzes

Frankreichs führende TV-Mediengruppe, die die gesamte Wertschöpfungskette abdeckt (Produktion, Übertragung und Digital)
> Zuschaueranteil von 32,4 % bei den Zielgruppen^h

UNSERE VERPFLICHTUNGEN

1
Alle Mitarbeiter fördern

2
Nachhaltige Lösungen mit und für unsere Kunden entwickeln

3
Den Lebensalltag vereinfachen

4
Zu einem harmonischen Zusammenleben beitragen

WIE WIR WERTE SCHAFFEN

Stand 31. Dezember 2020

UNSERE KUNDEN

- 34,7 Mrd. Euro Umsatz
- Baugeschäft: Auftragsbestand von 33,1 Mrd. Euro
- TF1: 74 der 100 besten Einschaltquoten
- Bouygues Telecom: 25 Mio.^h Kunden

UNSERE MITARBEITER

- Lohnsumme von 6 256 Mio. Euro
- 52 000 Mitarbeiteraktionäre
- 21,1 % der Führungspositionen sind mit Frauen besetztⁱ
- 100 % der Mitarbeiter weltweit sind durch BYCare^j abgesichert
- 80 165 qualifizierte Mitarbeiter
- 84 % Wahlbeteiligung bei den Wahlen der Mitarbeitervertreter in Frankreich
- In allen Geschäftsfeldern „Top Employer“^k

DIE FINANZ-COMMUNITY

- 687 Mio. Euro Dividendenausschüttungen
- 5,1 % Dividendenrendite
- 1,83 Euro Nettogewinn pro Aktie

UNSERE LIEFERANTEN UND SUBUNTERNEHMER

- 22 924 Mio. Euro für externe Einkäufe und Ausgaben
- 42,5 % der Ausgaben der Geschäftsfelder unterliegen CSR-Bewertungen^l

DIE ZIVILGESELLSCHAFT

- 2 808 Mio. Euro abgeführte Steuern und Abgaben
- 152 Mio. Euro gezahlt an Gemeinden
- Mehr als 20 akademische Partnerschaften in Frankreich und im Ausland
- 989 Stipendiaten wurden seit ihrer Gründung im Jahre 2005 von der Francis Bouygues Stiftung unterstützt

(a) Durchschnitt über den Zeitraum 2016–2020

(b) Umweltmanagementsystem

(c) Ohne Kosten für 5G-Frequenzen in Höhe von 608 Millionen Euro, darunter 6 Millionen Euro Freigabekosten.

(d) Anteil von Colas; hinzu kommen noch 1,3 Mrd. Tonnen potenzieller Reserven.

(e) Médiamétrie – Zielgruppe: Frauen unter 50 Jahren, die das Kaufverhalten bestimmen Freigabekosten.

(f) Auf der Basis des internationalen Umsatzes, ohne Berücksichtigung des Herkunftslandes

(g) „ENR TOP 250 International Contractors“, August 2020).

(g) Umfrage der französischen Regulierungsbehörde Arcep zur Qualität der Mobilfunkdienste im Jahr 2020.

(h) Einschließlich 2,1 Millionen Kunden von EIT.

(i) Exekutivausschüsse oder gleichwertige Gremien der Geschäftsleitungen der fünf Geschäftsfelder der Gruppe sowie der Bouygues SA.

(j) Programm, das in allen Gesellschaften der Gruppe weltweit und basierend auf den Best Practices im jeweiligen Land ein Mindestmaß an sozialer Absicherung garantiert.

(k) Zertifizierungsprogramm des Top Employers Institute. Es unterstützt Unternehmen bei der Beurteilung und Verbesserung ihrer Arbeitsumgebung.

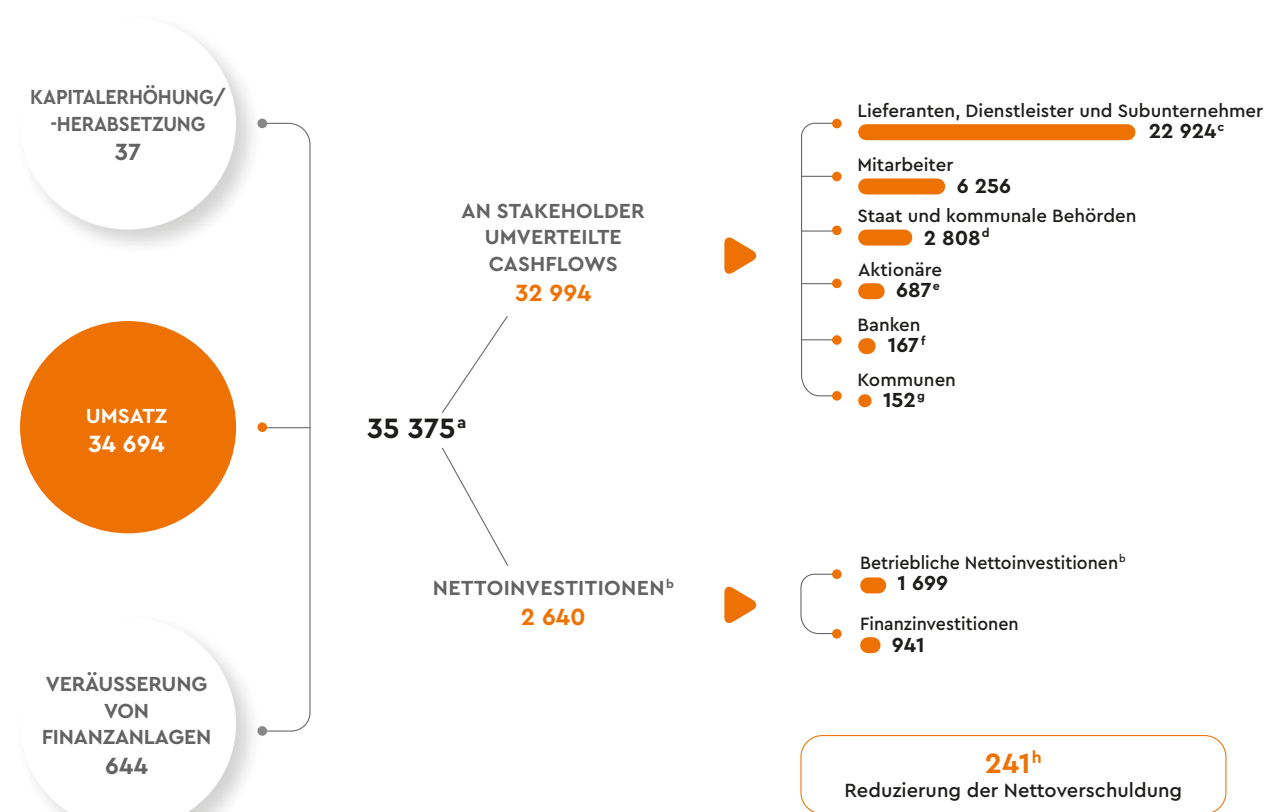
(l) Betrifft zielgerichtete Ausgaben

WERTSCHÖPFUNG UND FINANZERGEBNISSE FÜR 2020

Die Umverteilung der von der Bouygues-Gruppe generierten Cashflows hat positive Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung und die Attraktivität in den Regionen. Investitionen in das zukünftige Wachstum der Gruppe tragen dazu bei, diese positive Wirkung dauerhaft aufrecht zu erhalten.

Von der Gruppe generierte Cashflows im Jahr 2020

In Millionen Euro



(a) Neben den an die Stakeholder umverteilten Cashflows, den Nettoinvestitionen und der Reduzierung der Nettoverschuldung enthält dieser Betrag auch die Differenz zwischen geschuldeten und gezahlten Ertragssteuern, die Veränderung des Working Capital-Bedarfs und sonstige Posten in Höhe von 500 Mio. Euro.
(b) Einschließlich der ersten Rate für die 5G-Frequenzen in Höhe von 87 Mio. Euro.
(c) Externe Einkäufe und Ausgaben
(d) Unternehmenssteuern, Sozialversicherungsbeiträge und sonstige Steuern
(e) Im Jahr 2020 ausgeschüttete Dividenden für 2019, davon 81 Mio. Euro an Mitarbeiter.
(f) Kosten für Fremdkapital und sonstige Aufwendungen
(g) Spenden, Mäzenat und Sponsoring
(h) Nach Änderungen des Working Capital-Bedarfs und Währungseffekten

WEITERE INFORMATIONEN
> Einheitliches Registrierungsdokument, Kapitel 3 SEFP

Jahresergebnisse 2020

Die Jahresergebnisse für 2020 spiegeln die Resilienz der Gruppe während der Coronakrise wider, vor allem aber die Rückkehr zu einer signifikanten Rentabilität in der zweiten Jahreshälfte. Die Ziele für 2020 wurden erreicht oder übertroffen.

Der Auftragsbestand im Baugeschäft erreichte Ende 2020 ein Rekordniveau von 33,1 Milliarden Euro und bietet einen positiven Ausblick auf das künftige Geschäft. Der Zuschauermarktanteil von TF1 blieb mit 32,4 % bei Frauen unter 50 Jahren, die das Einkaufsverhalten bestimmen, auf einem hohen Niveau, und der Anteil in der Altersgruppe der 25- bis 49-jährigen erhöhte sich. Bouygues Telecom zeigte im Lauf des Jahres eine gute Geschäftsdynamik und gewann 606 000 neue Kunden für Mobilfunktarife^a und 604 000 neue FTTH^b -Kunden hinzu.

Der Umsatz liegt bei 34,7 Milliarden Euro, ein leichter Rückgang von 9 % gegenüber dem Vorjahr, nachdem er im ersten Halbjahr 2020 um 15 % gegenüber dem Vorjahr gesunken war. Diese Leistung spiegelt

die konzentrierten Anstrengungen der Geschäftsfelder wider, einen schnellen Neustart zu organisieren und den Geschäftsverlust unter Einhaltung der strikten Hygienevorschriften wettzumachen. Das laufende operative Ergebnis betrug 1 222 Millionen Euro, ein Rückgang um 454 Millionen Euro gegenüber 2019. Die laufende operative Marge für das Jahr lag bei 3,5 %. Die Rentabilität der Gruppe verbesserte sich infolge der raschen Erholung des Geschäfts und aufgrund der Anpassungsmaßnahmen in den Geschäftsfeldern in der zweiten Jahreshälfte 2020 deutlich. Das Nettoergebnis (Konzernanteil) betrug 696 Millionen Euro, gegenüber 1 184 Millionen Euro im Jahr 2019.

2020 erwirtschaftete die Gruppe einen Free Cashflow nach WCR^c von 1 202 Millionen Euro, deutlich mehr als 2019^d, trotz der Pandemie.

Der Free Cashflow^e fällt mit 725 Millionen Euro im Jahr 2020 nach wie vor solide aus. Gleichzeitig hielt die Gruppe weiter an ihrer Investitionsdynamik fest, um das Geschäftswachstum in den kommenden Jahren zu beschleunigen (die betrieblichen Nettoinvestitionen (netto) bleiben gegenüber 2019 mit 1,6 Milliarden^f Euro stabil). Der Working Capital-Bedarf hat sich im Berichtszeitraum aufgrund von Maßnahmen in den Geschäftsfeldern deutlich verbessert. Schließlich ist die Gruppe dank einer sehr soliden Finanzstruktur und Liquiditätslage robust aufgestellt. Die Nettofinanzverschuldung lag Ende 2020 auf einem niedrigen Niveau von 2 Milliarden Euro, wobei der Nettoverschuldungsgrad^g ein Rekordtief von 17 % erreichte.

FINANZRATINGS

31. Dezember 2020

	LANGFRISTIG	AUSBLICK
Standard & Poor's	A-	Negativ
Moody's	A3	Stabil

Ausblick 2021

Der folgende Ausblick geht davon aus, dass sich die Gesundheitssituation nicht weiter verschlechtert.

TF1 wird 2021 von starken und diversifizierten Programmen profitieren (Fiktion, Unterhaltung und UEFA Euro 2021). In einem nach wie vor unsicheren makroökonomischen und gesundheitlichen Umfeld wird TF1 seine Anpassungsfähigkeit nutzen, um

- die Auswirkungen wirtschaftlicher Schwankungen auf die Sender so gut wie möglich abzufedern;
- die Aktivitäten von Newen auf den internationalen Märkten auszubauen. Ein signifikanter Anteil des Umsatzes 2021 wird außerhalb Frankreichs und mit den Plattformen generiert, und der Auftragsbestand mit Pure Player-Plattformen wird erhöht werden; und
- die Neuausrichtung des Bereichs Unify, die Stärkung der Marken und die Generierung von Synergien umzusetzen, um den Umsatz zu steigern und im Jahr 2021 eine positive laufende operative Marge zu erreichen.

2021 wird Bouygues Telecom die erste Phase seines Strategieplans „Ambition 2026“ umsetzen und das Wachstum bei FTTH und im Mobilfunksegment durch die Integration von EIT beschleunigen. TF1 erwartet

- ein organisches Wachstum des Umsatzes im Dienstleistungsgeschäft von schätzungsweise 5 %, trotz der anhaltenden Reisebeschränkungen

im Zusammenhang mit der Pandemie, die die Roaming-Nutzung stark belasten;

- einen Anstieg des EBITDA nach Leasingverpflichtungen^h (einschließlich EIT) um etwa 5 % in Verbindung mit höheren Ausgaben im Zusammenhang mit der Wachstumsbeschleunigung im Festnetz und dem Ausbau der Mobilfunknetzkapazität; und
- Nettoinvestitionen in der Größenordnung von 1,3 Milliarden Euro (ohne 5G-Frequenzen), um mit dem Wachstum der Kundenbasis im Mobilfunk und Festnetz Schritt zu halten.

Die Ziele des Plans „Ambition 2026“ werden auf Seite 35 dieses Berichts ausführlich beschrieben.

Dank einer sehr soliden Finanzlage wird die Gruppe 2021 investieren, um ihre Geschäftsfelder zu stärken und deren Wachstum in den kommenden Jahren zu beschleunigen. 2021 dürften Umsatz und Ergebnis der Gruppe deutlich über denen von 2020 liegen, ohne jedoch die Werte von 2019 zu erreichen. 2022 dürfte das laufende operative Ergebnis der Gruppe erneut das im Jahr 2019 ausgewiesene Niveau erreichen oder sogar leicht darüber liegen.

(a) Ohne MtoM und ohne EIT
(b) Glasfaser bis in die Wohnung (Fibre-To-The-Home)
(c) Free Cashflow nach WCR: Netto-Cashflow (ermittelt nach (i) Kosten der Nettofinanzverschuldung, (ii) nach Zinsaufwendungen für Leasingverpflichtungen und (iii) abgeführten Ertragssteuern) abzüglich Nettoinvestitionen und Rückzahlungen von Leasingverpflichtungen. Er wird nach Änderungen des Working Capital-Bedarfs im Zusammenhang mit der betrieblichen Tätigkeit und ohne 5G-Frequenzen berechnet.
(d) 815 Millionen Euro 2019, ohne Alstom-Dividende von 341 Millionen im Jahr 2019.
(e) Free Cashflow; Netto-Cashflow (ermittelt (i) nach Kosten der Nettoverschuldung, (ii) Zinsaufwendungen für Leasingverpflichtungen und (iii) gezahlten Ertragssteuern), abzüglich Nettoinvestitionen und Rückzahlungen von Leasingverpflichtungen.

Er wird vor Veränderungen des Working Capital-Bedarfs im Zusammenhang mit der betrieblichen Tätigkeit und ohne 5G-Frequenzen berechnet.
(f) Ohne Kosten für 5G-Frequenzen in Höhe von 608 Millionen Euro, einschließlich 6 Millionen Euro für die Frequenzfreigabe.
(g) Nettoverschuldung/Eigenkapital
(h) Laufendes operatives Ergebnis nach Berücksichtigung der Zinsaufwendungen für Leasingverpflichtungen, bereinigt um die Nettoaufwendungen für Abschreibungen und Wertminderungen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten, für Rückstellungen und sonstige Wertminderungen und die Auswirkungen von Änderungen der Beherrschungsverhältnissen.

Der neue Solarpark mit einer Leistung von 15 MWp in Curbans (Südfrankreich) liegt auf dem Gelände eines stillgelegten Steinbruchs.

Der Park produziert das Äquivalent des durchschnittlichen jährlichen Stromverbrauchs von 5 000 Haushalten. Pro Jahr werden 1 041 Tonnen CO₂-Emissionen eingespart.

2

UNSER ÖKOSYSTEM

Die Bouygues-Gruppe hat vier Makrotrends identifiziert, die ihr Geschäft maßgeblich beeinflussen. Durch eine Fokussierung auf diese Trends und den regelmäßigen Kontakt mit ihren Stakeholdern kann die Gruppe Wachstumschancen in einer sich rasant verändernden Welt besser nutzen.

MAKROTRENDS, DIE CHANCEN BIETEN

Bouygues hat vier Makrotrends identifiziert, die sich auf das Geschäft auswirken können und eng miteinander verflochten sind. Deshalb hat die Gruppe einen ganzheitlichen Ansatz entwickelt und passt ihre Produkte und Dienstleistungen an, um nachhaltige Lösungen für die gesellschaftlichen Herausforderungen von heute zu liefern.



FABRICE BONNIFET
Direktor Nachhaltige Entwicklung & Qualität,
Sicherheit, Umwelt der Bouygues Gruppe

Der Klimawandel und der Verlust der Biodiversität führen zusammen mit dem Bevölkerungswachstum in den Städten und der Digitalisierung zu einer Veränderung der Lebensweisen und des Konsumverhaltens. Auch die Erwartungen unserer Stakeholder, insbesondere die unserer Kunden, ändern sich.

Die Unternehmen verstärken ihre Bemühungen, ihre Treibhausgasemissionen zu reduzieren, und wir beobachten, dass viele Länder ihren Energiemix auf erneuerbare Energien umstellen. Gleichzeitig werden Nachhaltigkeitsgesichtspunkte bei den Kaufentscheidungen der Verbraucher zu einem immer wichtigeren Faktor. Wir bei Bouygues begreifen die Umstellung auf eine kohlenstoffarme Wirtschaft als Chance.

Seit einigen Jahren haben wir unser Produkt- und Dienstleistungsangebot mit einem klaren Ziel vor Augen neu ausgerichtet:

Wir möchten unseren Kunden helfen, ihre CO₂-Emissionen zu reduzieren.

Die Coronakrise hat diese Entwicklung beschleunigt, denn „grüne“ Konjunkturpakete haben besonders in Frankreich und in Europa die Umwelt zu einem festen Bestandteil der öffentlichen Agenda gemacht. Darüber hinaus geraten die Finanzen der staatlichen und kommunalen Behörden krisenbedingt zunehmend unter Druck und sehen sich gezwungen, neue Finanzierungslösungen für ihre Projekte zu finden.

Die aktuelle Situation stärkt unser Vertrauen in unser Geschäftsmodell und unsere Ziele: die Erfüllung der Grundbedürfnisse der Menschen in den Bereichen Wohnen, Mobilität, Kommunikation, Information und Unterhaltung.

NEUE HERAUSFORDERUNGEN FÜR BOUYGUES

- Kreislaufwirtschaft, Rohstoffe und Abfallmanagement
- Anpassung an den Klimawandel
- Auswirkungen der digitalen Technologien und deren Integration in die Produkte und Dienstleistungen
- Neue Nutzungsmöglichkeiten und Anpassungsfähigkeit von Geschäftsmodellen
- Kompetenzen und Beschäftigungsfähigkeit

Diese Herausforderungen werden in der Materiality-Matrix der Gruppe (vgl. S. 17) und im Einheitlichen Registrierungsdocument^a beschrieben.

(a) Ab dem 18. März 2021 unter bouygues.com verfügbar.

BEVÖLKERUNGSWACHSTUM, URBANISIERUNG UND VERKEHR

Bis zum Jahr 2050 wird die Weltbevölkerung auf 9,7 Milliarden Menschen anwachsen. 68 % der Bevölkerung werden in Städten leben und 16 % werden über 60 Jahre alt sein^a. Eine alternde Bevölkerung, vor allem in Europa, China und Japan, und die massive Urbanisierung werden das Konsumverhalten und den Bedarf an Verkehrsdienstleistungen verändern.

DIE CHANCEN FÜR BOUYGUES

- Modulare und flexible Gebäude und Wohnimmobilien, die sich leichter an die sich verändernden Bedürfnisse der Bewohner anpassen
- Infrastrukturen für öffentliche Verkehrsmittel und sanfte Mobilität sowie Integration von Lösungen für die Elektromobilität in den Gebäuden
- Modulares Bauen
- Stadterneuerung mit Schwerpunkt auf Gesundheit (einschließlich Luftqualität), architektonisches Erbe, Inklusion und Barrierefreiheit



DIGITALE UND TECHNOLOGISCHE TRANSFORMATION

Die Digitalisierung verändert unsere Lebens- und Arbeitsweise grundlegend. Die Einführung von 5G macht industrielle Prozesse effizienter und eröffnet neue Perspektiven zur Vereinfachung des Alltags.

DIE CHANCEN FÜR BOUYGUES

- Verbesserung des Kundenerlebnisses
- Lösungen zur Rationalisierung und Optimierung der Daten- und Personenflüsse etc.
- Angebote, die einen nahtlosen Zugang zu Informationen, Unterhaltung und Diensten von unterwegs aus ermöglichen
- Entstehen neuer Aktivitäten, die durch die neuen Technologien (KI, IoT^b etc.) ermöglicht werden

(a) Quelle: UN (2019)

(b) Internet der Dinge (miteinander vernetzte Objekte)

KLIMAWANDEL UND VERLUST DER BIODIVERSITÄT

Überall auf der Welt spüren die Menschen die Auswirkungen des Klimawandels und der Umweltverschmutzung – von der Zunahme extremer Wetterereignisse bis hin zum Verlust der Biodiversität.

Die Nutzung fossiler Brennstoffe ist eine der Ursachen dafür. In einer Zeit, in der fast 80 % der weltweit verbrauchten Energie noch immer aus fossilen Quellen stammt und 75 % der Treibhausgasemissionen auf CO₂ entfallen, besteht die dringende Notwendigkeit, die Nutzung von Rohstoffen, insbesondere von Kohlenwasserstoffen, zu reduzieren und den Energieverbrauch zu senken. Gleichzeitig sind dabei auch die sozialen Auswirkungen dieser Veränderungen zu berücksichtigen. Um die CO₂-Konzentration in der Atmosphäre zu stabilisieren, müssen wir die Treibhausgasemissionen weltweit bis 2030 halbieren.

DIE CHANCEN FÜR BOUYGUES

- Kohlenstoffarme Produkte und Dienstleistungen
- Lösungen zur Anpassung an den Klimawandel und zur Begrenzung der Versiegelung von Böden bzw. des Verlustes von Grünflächen (Verschmutzung etc.)
- Entwicklung und Einsatz von biobasierten Materialien
- Lösungen für Energieeffizienz und erneuerbare Energien



VERÄNDERTES KUNDENVERHALTEN

Die Kundenerwartungen und Einkaufsgewohnheiten verändern sich. Gründe dafür sind die menschengemachte Verknappung natürlicher Ressourcen, der Anstieg digitaler Dienstleistungen und die Urbanisierung.

DIE CHANCEN FÜR BOUYGUES

- Lösungen, die auf den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft basieren: reduzieren, verwerten, wiederverwenden, recyceln, reparieren
- Produkte und Dienstleistungen, die stärker den Zugang und nicht das Eigentum fokussieren
- Entwicklung kollaborativer Plattformen für eine Schwerpunktverlagerung auf das Co-Design
- Personalisierte Produkte und Dienstleistungen

UNSEREN STAKEHOLDERN ZUHÖREN

Der Dialog mit internen und externen Stakeholdern ist für Bouygues eine wichtige Informationsquelle für die Prüfung strategischer Optionen und die Identifizierung vordringlicher Herausforderungen im Bereich CSR. Darüber hinaus fördert er die Kreativität der Bouygues-Teams und hilft nicht zuletzt bei einer zukunftsicheren Gestaltung des Geschäftsmodells der Gruppe.



KUNDEN

Öffentliche und private Auftraggeber, Privatkunden, Nutzer von Infrastrukturen und Dienstleistungen etc.

Wie wir den Dialog führen: Customer Relations-Team, Zufriedenheitsumfragen, Kundenausschüsse, kollaborative Plattformen, externe soziale Medien, Blogs, Messen

Vorzeigeinitiativen: S. 42–53

- Kundenausschuss von Bouygues Telecom
- TFI: höchste Platzierung unter den 50 am besten mit ihrem Publikum vernetzten Marken^a



FINANZ-COMMUNITY

Aktionäre und Investoren, Banken, Analysten und Rating-Agenturen

Wie wir den Dialog führen: gezielte Präsentationen, Interviews, Konferenzen und Roadshows^b, Hauptversammlungen, regulierte Dokumente, Geschäftsberichte und Beantwortung von Fragen von finanziellen und nicht-finanziellen Rating-Agenturen

Vorzeigeinitiativen: S. 10–11 und 18–35

- Erster Climate Market Day der Gruppe am 16. Dezember 2020
- 2020 trafen sich 570 Anleger mit dem Management bzw. dem Investor Relations-Team



MITARBEITER

Mitarbeiter, Gewerkschaften, Talente

Wie wir den Dialog führen: Gremien für den Dialog zwischen den Sozialpartnern in den Betrieben weltweit, eine Extranetseite für die Karriereentwicklung bei Bouygues, interne soziale Medien, jährliche Beurteilungsgespräche, Umfragen zur Mitarbeiterwahrnehmung und vieles mehr.

Vorzeigeinitiativen: S. 38–41

- Insgesamt 159 Tarifverträge in Frankreich und im Ausland unterzeichnet oder verlängert
- Interne virtuelle Veranstaltungen in allen Geschäftsfeldern während des Lockdowns



LIEFERANTEN UND SUBUNTERNEHMER

Industriepartner, Großunternehmen, mittelständische Unternehmen, KMU und Start-ups

Wie wir den Dialog führen:

Vertragsbeziehungen, Bewertungen der CSR-Performance sowie Innovations- und Co-Design-Partnerschaften

Vorzeigeinitiativen: S. 22–23 und 42–53

- Veröffentlichung der Einkaufsrichtlinien für die Kreislaufwirtschaft von Bouygues Construction
- Partnerschaft mit Next Energy, einem US-amerikanischen Start-up, das transparente Photovoltaik-Beschichtungen entwickelt



ZIVILGESELLSCHAFT

Mitbürger, Anwohner, gemeinnützige Organisationen und NGOs, Hochschulen und Wissenschaft, Behörden und Medien

Wie wir den Dialog führen: Gründung gemeinnütziger Stiftungen, Konferenzen, Partnerschaften mit NGOs, Mäzenat für Gemeinschaften und Kompetenzförderung, aktives Engagement in Forschung und Bildung, Mitarbeit in Think Tanks^c und Verbänden

Vorzeigeinitiativen: S. 22–23 und 42–53

- Einführung der App „Com'in“ zur Information der Anwohner von Baustellen und für Feedback
- Einrichtung des Lehrstuhls „Smart City und Gemeinwohl“ an der HEC Paris

(a) Quelle: BAV 2019 (Top 50)
(b) Mobile Informationsveranstaltungen
(c) Ideenschmieden

Unsere zentralen Herausforderungen im Bereich CSR

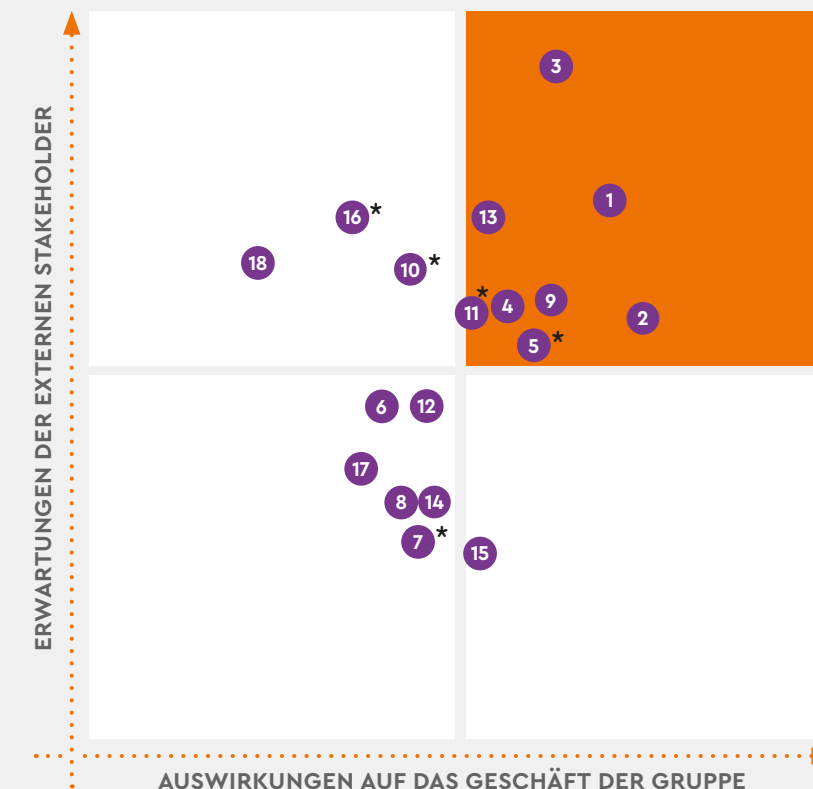
Die Materiality-Matrix^a der Bouygues-Gruppe wurde 2019 aktualisiert und ordnet die wichtigsten Herausforderungen der Gruppe im Bereich CSR entsprechend ihrer Bedeutung für externe und interne Stakeholder und entsprechend ihren Folgen für das Geschäft.

In diesem Bericht formuliert Bouygues konkrete Antworten auf die wichtigsten Erwartungen der Stakeholder, insbesondere zu folgenden Themen:

- **Geschäftsethik:** Bouygues verpflichtet sich, im Geschäftsverkehr die strengsten Standards einzuhalten (siehe S. 60–61).
- **Klimarisiko:** die Gruppe hat die Auswirkungen des Klimawandels auf ihre Geschäftstätigkeit erkannt und reagiert mit einer umfassenden, kohärenten Klimastrategie (siehe S. 24–31).

- **Qualität des Kunden- und Nutzererlebnisses:** Bouygues bietet allen Kunden und Nutzern ein unkompliziertes und positives Erlebnis (siehe S. 42–49).
- **Gesundheit, Sicherheit und Lebensqualität am Arbeitsplatz:** Sicherheit und Gesundheit zählen zu den Top-Prioritäten von Bouygues. Das Unternehmen bemüht sich ferner, mit den sich verändernden Bedürfnissen der Mitarbeiter Schritt zu halten (siehe S. 38–41).

MATERIALITY-MATRIX DER BOUYGUES GRUPPE



- 1 Geschäftsethik, Achtung der Menschenrechte und Compliance
- 2 Klimarisiko
- 3 Qualität des Kunden- und Nutzererlebnisses
- 4 Gesundheit, Sicherheit und Lebensqualität am Arbeitsplatz
- 5 Kreislaufwirtschaft, Rohstoffe und Abfallmanagement*
- 6 Wasser
- 7 Anpassung an den Klimawandel*
- 8 Verantwortungsbewusster Einkauf und verantwortungsbewusste Beziehungen zu Geschäftspartnern
- 9 Innovationsfähigkeit
- 10 Auswirkungen der digitalen Technologien und deren Integration in die Produkte und Dienstleistungen*
- 11 Neue Nutzungsmöglichkeiten und die Anpassungsfähigkeit von Geschäftsmodellen*
- 12 Gesundheitliche Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen
- 13 Nutzung personenbezogener Daten und Cybersicherheit
- 14 Lokale Verankerung und sozio-ökonomische Entwicklung der Regionen
- 15 Umweltauswirkungen der Geschäftsaktivitäten
- 16 Kompetenzen und Beschäftigungsfähigkeit*
- 17 Diversität, Gleichberechtigung und sozialer Zusammenhalt
- 18 Mitarbeiterengagement und Intrapreneurship

Die mit einem Sternchen (*) gekennzeichneten Themen sind Herausforderungen, deren Auswirkungen in den kommenden Jahren zunehmen werden.

Der Beitrag von Bouygues zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung



Bouygues verpflichtet sich, an der Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung der UN (SDG) mitzuwirken. Der Fokus liegt auf diesen fünf Zielen, denn die mit ihnen verbundenen Herausforderungen sind eng mit den Kerngeschäftsfeldern des Unternehmens verknüpft.



BOUYGUES.COM
> Materiality-Matrix (Methodologie)

QR-Code zum Einscannen (entsprechende App und eine Internetverbindung sind hierzu notwendig)

WEITERE INFORMATIONEN

> bouygues.com
> Einheitliches Registrierungsdokument, Kapitel 3 SEFP

(a) Tool zur Identifizierung und Priorisierung von Herausforderungen im Bereich CSR entsprechend ihrer jeweiligen Bedeutung für externe und interne Stakeholder und entsprechend ihren Auswirkungen auf das Geschäft. Die Antworten auf alle für das Unternehmen wesentlichen Themen sowie methodische Hinweise zur Materiality-Matrix finden Sie im Einheitlichen Registrierungsdokument (verfügbar unter bouygues.com am 18. März 2021).

Das in Zusammenarbeit mit Suez in Grenoble entworfene und errichtete Demonstrationsgebäude nach dem Konzept ABC (*Autonomous Building for Citizens*) ist eine Antwort auf die Ressourcenknappheit.

Das Konzept ABC zielt auf eine umfassende Wasser- und Energieautarkie des Gebäudes und ein optimiertes Abfallmanagement ab und stellt gleichzeitig die Bewohner in den Mittelpunkt der Planung.

3

DIE STRATEGIE DER GRUPPE UND IHRER GESCHÄFTSFELDER

Die Bouygues-Gruppe und ihre Geschäftsfelder verfolgen langfristige Strategien mit dem Ziel, die mit den Makrotrends in ihrem Ökosystem verbundenen Wachstumschancen zu nutzen und ihren CO₂-Fußabdruck zu reduzieren.

DIE STRATEGIE DER GRUPPE

Bouygues verfolgt das Ziel, langfristig Werte zu schaffen und mit seinen Stakeholdern zu teilen. Das Unternehmen hat einen strategischen Rahmen definiert, innerhalb dessen die Geschäftsfelder ihre operativen Strategien umsetzen, um den Auftrag der Gruppe zu erfüllen und Fortschritte in den Lebensalltag möglichst vieler Menschen zu bringen.

Die positive Dynamik der Strategie der Gruppe



Die Geschäftsfelder der Bouygues-Gruppe sind die langfristigen Wachstumstreiber des Geschäfts, da sie die Grundbedürfnisse der Menschen erfüllen: Wohnen, Mobilität, Kommunikation, Information und Unterhaltung. Gleichzeitig trägt ihre Vielfalt dazu bei, die Auswirkungen ungünstiger Konjunkturzyklen abzufedern. Im Jahr 2020 konnte das Unternehmen während der Coronakrise seine Resilienz unter Beweis stellen.

Diese Eigenschaften ermöglichen es Bouygues, auf Dauer einen Free Cashflow zu generieren. Der so geschaffene Wert kann in die Weiterentwicklung der Gruppe reinvestiert und mit ihren Stakeholdern geteilt werden.

Bouygues strebt außerdem kontinuierlich eine robuste Finanzstruktur an, um seine Unabhängigkeit und den Fortbestand seines Geschäftsmodells zu sichern.

So bindet das Baugeschäft der Gruppe wenig Kapital und generiert einen hohen Cashflow. Infolgedessen liegt der Nettoverschuldungsgrad von Bouygues Ende 2020 bei 17 %.

Diese Gesamtstrategie kann dank der stabilen Aktionärsstruktur von Bouygues langfristig umgesetzt werden.

Zwei Ankeraktionäre

Zwei Ankeraktionäre sind charakteristisch für die Aktionärsstruktur von Bouygues:

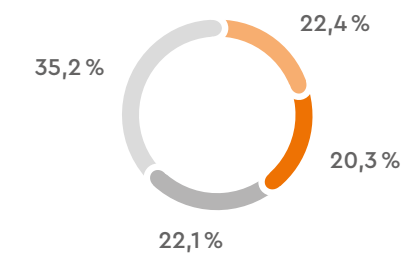
- SCDM, eine von Martin und Olivier Bouygues kontrollierte Gesellschaft; und
- die Mitarbeiter über diverse Fonds für vermögensbildende Leistungen.

Zum 31. Dezember 2020 besaßen 52 000 Mitarbeiter Aktien der Gruppe. Damit ist Bouygues das CAC 40-Unternehmen mit dem höchsten Anteil an Mitarbeiteraktionären. Seit fünfzig Jahren bietet die Gruppe nachhaltige und innovative Programme zur Mitarbeiterbeteiligung.

AKTIENBETEILIGUNG DES KONZERNS

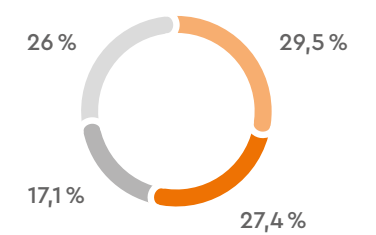
Stand 31. Dezember 2020

Verteilung des Kapitals
380 759 842 Aktien



● SCDM^a
● Mitarbeiter
● Sonstige französische Aktionäre
● Ausländische Aktionäre

Stimmrechtsanteile
514 767 427 Stimmrechte

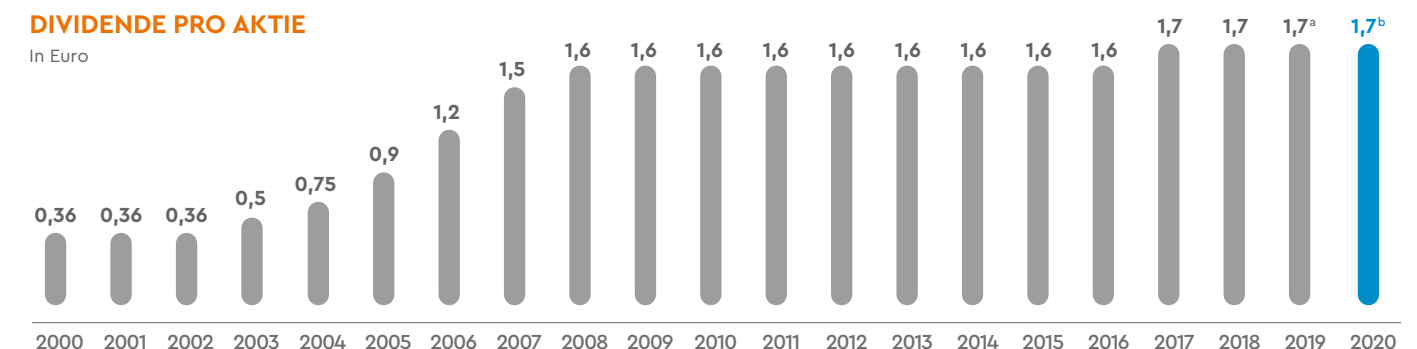


(a) SCDM ist eine von Martin und Olivier Bouygues kontrollierte Gesellschaft.

Eine Dividendenpolitik als Bestandteil einer langfristigen Strategie

DIVIDENDE PRO AKTIE

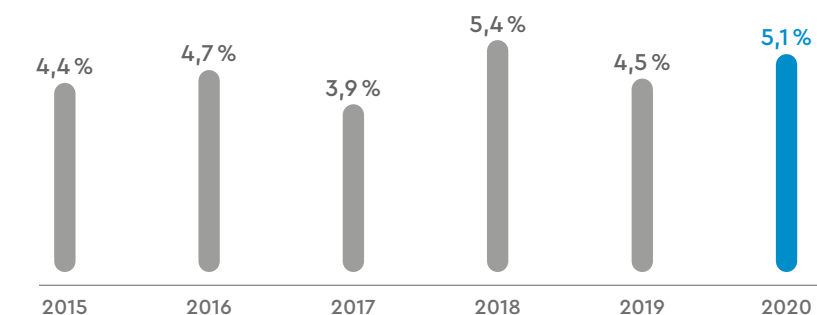
In Euro



(a) Beschlossen auf der ordentlichen Hauptversammlung vom 4. September 2020.

(b) Vorschlag an die ordentliche Hauptversammlung vom 22. April 2021.

DIVIDENDENRENDITE^a



(a) Dividende pro Aktie, bezogen auf den letzten Aktienkurs des Vorjahres.

EINE INNOVATIONSSTRATEGIE ZUM VORTEIL DER NUTZER

Der Fokus der Innovationsstrategie von Bouygues liegt auf der Bereitstellung von Dienstleistungen, die den Nutzern konkrete Vorteile bringen. Das Ziel besteht vor allem darin, den Alltag der Kunden, Partner und Mitarbeiter der Gruppe zu vereinfachen. Außerdem soll durch die Entwicklung nachhaltiger Lösungen die Produktivität der Gruppe verbessert und die Zufriedenheit der Stakeholder erhöht werden.

Die Vielfalt der Geschäftsfelder – ein entscheidender Vorteil

Die Vielfalt der Geschäftsfelder der Gruppe eröffnet Synergien bei der Arbeit an bereichsübergreifenden Themen, die vielfältigen zukünftigen Nutzungen dienen können. Diese einzigartige Struktur ist ein Vorteil, der die Wettbewerbsposition der Gruppe stärkt. Charakteristisches Merkmal dieser Struktur ist eine von Experten aus den einzelnen Geschäftsfeldern koordinierte Bearbeitung von Themen, wo immer dies sinnvoll erscheint. Das führt zu einer schnelleren Entwicklung von neuen Technologien, wie zum Beispiel der künstlichen Intelligenz, und von komplexen Produkten und Dienstleistungen, wie zum Beispiel Smart Cities.

Vier vielversprechende Technologien

Die Bouygues-Gruppe hat vier Technologien identifiziert, die sich maßgeblich auf ihr Geschäft auswirken:

- **Künstliche Intelligenz (KI)** kann vielen Geschäftsfeldern der Gruppe als effektive Entscheidungshilfe dienen. Durch die Analyse der physischen Daten eines Standorts, der Vorschriften sowie der Umweltfaktoren kann KI beispielsweise das Bebauungspotenzial eines Grundstücks optimieren und die Interaktion zwischen den verschiedenen an einem Immobilienprojekt beteiligten Parteien (Bauunternehmer, Architekten, Ingenieurbüros und kommunale Behörden) erleichtern.
- **Das Internet der Dinge** kann in Kombination mit **Big Data** riesige Datenmengen erheben und analysieren, um beispielsweise durch die Analyse des Verkehrs Risikobereiche im Straßennetz vorausschauend zu identifizieren.
- **In der virtuellen und erweiterten Realität** kann der Benutzer nahtlos digital erstellte Inhalte mit der realen Umgebung verknüpfen und diese miteinander interagieren lassen. So kann beispielsweise visuelle Markenwerbung in eine Fernsehsendung eingefügt werden, ohne die Sendung zu unterbrechen. Mit BIM-Software (*Building Information Modeling* oder *Bauwerksdatenmodellierung*) kann die 3D-Technik genutzt werden, um eine ganze Reihe von für die Planung und die

Ausführung eines Bauwerks relevanter Bauwerksdaten digital zu modellieren und ihr Verhalten zu simulieren.

- **Blockchain^a** schließlich macht den Austausch von Daten sicherer. Die Technologie vereinfacht Transaktionsprozesse und fördert so die Entwicklung neuer Dienstleistungen. Heute wird Blockchain beispielsweise zur Unterzeichnung komplexer Verträge genutzt, um einen sichereren, transparenteren und schnelleren Austausch zu gewährleisten.

Ein breit angelegtes Ökosystem von Partnern

Für den Ausbau seines Innovationspotenzials vertraut Bouygues auf ein umfangreiches globales Ökosystem, das interne und externe Partner zusammenbringt und sich über mehr als 80 Länder erstreckt.

- Zwei Büros für Technology Intelligence, d.h. Technologiefrühaufklärung (Winnovation in San Francisco, Bouygues Asia in Tokio)
- Partnerschaften mit den weltweit besten Universitäten, wie dem MIT^b
- Aktiver Austausch mit mehr als 1 300 Start-ups
- Investitionen in vielversprechende Start-ups über fünf institutionelle Investmentfonds der Gruppe^c
- Beteiligung an zukunftsweisenden, innovativen Initiativen wie „Futura Mobility“, die Unternehmen aus dem Bereich Mobilität zusammenbringt, oder „Impact AI“, ein Think and Action Tank, der die ethischen und gesellschaftlichen Fragen der künstlichen Intelligenz untersucht und innovative, wegweisende Projekte fördert.

Diese Struktur ist ein guter Nährboden für die Entwicklung neuer Ideen und neuer Geschäfte.

(a) Eine Technologie zur Datenübertragung und Datenspeicherung. Ein dezentrales System, das ein hohes Maß an Transparenz und Sicherheit bietet. Nutzer, die mit einem Netzwerk verbunden sind, können ohne zentrale Gegenpartei Daten austauschen.

(b) Massachusetts Institute of Technology in Cambridge (Vereinigte Staaten)

(c) Construction Venture bei Bouygues Construction, Colas Innovation Board (CIB), Bouygues Immobilien Forschung und Entwicklung (BIRD), One Innovation bei TF1, Bouygues Telecom-Initiativen

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

ZIELE > neue Produkte entwickeln und verbessern

MITARBEITERINNOVATIONEN

ZIELE > Best Practices austauschen und zur kontinuierlichen Verbesserung beitragen

PARTNERSCHAFTEN

ZIELE > Produkte und Dienstleistungen gemeinsam neu entwickeln, bestehende Produkte und Dienstleistungen durch eine breite Palette von Partnerschaften erweitern

Sechs Innovationsquellen

MINDERHEITSBETEILIGUNGEN AN START-UPS

ZIELE > neue Technologien und neue Geschäftsmodelle frühzeitig erkennen, Produkte und Dienstleistungen weiterentwickeln und sich von agilen Arbeitsweisen inspirieren lassen

ÜBERNAHME VON UNTERNEHMEN

ZIELE > die Aktivitäten der Geschäftsfelder mit neuen Technologien und innovativen Geschäftsmodellen weiterentwickeln und erweitern

INTRAPRENEURSHIP

ZIELE > neuartige, disruptive Geschäftsaktivitäten oder komplementäre Produkte und Dienstleistungen entwickeln



DEKARBONISIERTE UND VERNETZTE STÄDTE UND REGIONEN

Die fünf Geschäftsfelder der Bouygues-Gruppe arbeiten an Innovationen, um urbane Umgebungen intelligenter, lebendiger, kollaborativer und umweltfreundlicher zu machen und Fortschritte in den Lebensalltag möglichst vieler Menschen zu bringen.

Pflanzliche Bindemittel gegen urbane Hitzeinseln

In den Städten sind die Temperaturen oft höher als in ihrem Umland oder auf dem Land. Dieses Phänomen, der so genannte urbane Hitzeinseleffekt, wird unter anderem durch dunkle Oberflächen wie

Bitumen verursacht, denn sie absorbieren die Sonnenstrahlen und heizen die Luft auf. Um diesen Effekt einzudämmen, hat Colas Bindemittel auf pflanzlicher Basis entwickelt, die auf den Prinzipien der grünen bzw. nachhaltigen Chemie basieren. Mit ihnen lassen sich ästhetisch ansprechende, helle Oberflächen herstellen, was die Hitze in Städten reduziert.

Grüner Wasserstoff als Energiespeicher erneuerbarer Energien

Bouygues Energies & Services arbeitet gemeinsam mit seinem Partner PowiDian daran, eine der Herausforderungen der erneuerbaren Energien anzugehen – deren Speicherung. Mithilfe ihrer Lösungen wird die Energie in Form von grünem Wasserstoff gespeichert, der durch Elektrolyse erzeugt wird. Wenn Energiebedarf besteht, wird die Energie von einer Brennstoffzelle geliefert. Eine Innovation, die zuverlässige und grüne Energie sicherstellt.

Die Entwicklung von Plusenergie-Mischnutzungsimmobilien mithilfe der Blockchain-Technologie^a

Beim Projekt Sollys im Stadtteil Lyon Confluence wurden zwölf Gebäude so konzipiert, dass sie energieautark sind. Die Energie, die mithilfe von Photovoltaik-Modulen, einem Blockheizkraftwerk und aus geothermischen Quellen erzeugt wird, wird in Echtzeit zwischen den Nutzern der verschiedenen Gebäude verteilt. Unterstützt wird das System von der Blockchain-Technologie.

(a) Eine Technologie zur Datenübertragung und Datenspeicherung. Ein dezentrales System, das ein hohes Maß an Transparenz und Sicherheit bietet. Nutzer, die mit einem Netzwerk verbunden sind, können ohne zentrale Gegenpartei Daten austauschen.



VIDEO (nur in französischer Sprache)
> Grüner Wasserstoff
QR Code zum Einscannen (eine entsprechende App und eine Internetverbindung sind hierzu notwendig)

UNSERE KLIMASTRATEGIE

Angesichts des Klimawandels verpflichtet sich Bouygues konkret, den CO₂-Fußabdruck der Gruppe sowie der Kunden zu senken. Mit ihrer Klimastrategie und ihren Zielen zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen bis 2030 folgt die Gruppe einem Kurs, der ganz im Zeichen des Pariser Klimaabkommen steht^a.



OLIVIER ROUSSAT
CEO
der Bouygues-Gruppe

Engagiert sich Bouygues erst seit kurzem für das Klima?

Vor etwa 15 Jahren brachte die Gruppe ihre Dekarbonisierungsstrategie ins Rollen und konzentrierte sich darauf, Kunden kohlenstoffarme Lösungen anzubieten. So gehörten wir zu den ersten Bauunternehmen, die Plusenergiegebäude entwarfen und umfangreiche Renovierungen vornahmen, um den anspruchsvollen Zertifizierungsanforderungen für nachhaltiges Bauen gerecht zu werden. Aber wir wissen, dass wir unsere Anstrengungen verstärken müssen, wenn wir den Herausforderungen des Klimawandels begegnen und die Stärke des Engagements zeigen wollen, die unsere Stakeholder von uns erwarten. Deshalb haben wir uns Ende 2020 ehrgeizige, aber realistische Ziele für die Reduzierung unserer Treibhausgasemissionen gesetzt.

Was ist das Besondere am Konzept von Bouygues?

In erster Linie sind alle unsere Geschäftsfelder entschlossen, dem Klimawandel entgegenzuwirken, unabhängig von ihren Geschäftsaktivitäten und unabhängig davon, wie stark sie vom Klimawandel bedroht sind. Die Vielfalt unserer Geschäftsfelder bedeutet, dass wir in der Lage sind, alternative, kohlenstoffarme Lösungen anzubieten und das Bewusstsein für die Herausforderungen des Klimawandels auf allen Ebenen der Gesellschaft zu schärfen. Außerdem haben sich unsere fünf Geschäftsfelder dazu verpflichtet, sowohl ihre direkten als auch ihre indirekten Emissionen zu senken.

Während die Reduzierung von Emissionen im Zusammenhang mit unseren Einkäufen und anderen vorgelagerten Tätigkeiten von entscheidender Bedeutung ist, sehen wir, dass auch bei nachgelagerten Quellen, also bei den Kunden und Nutzern unserer Produkte, Dienstleistungen und Infrastrukturen, oft zu hohe Emissionen entstehen.

Welche Herausforderungen und Chancen sind mit Ihrer Klimastrategie verbunden?

Wir beobachten bei unseren Kunden ein wachsendes Bewusstsein für Umweltfragen. Trotz des in den einzelnen Ländern unterschiedlich ausgeprägten Klimabewusstseins sind wir überzeugt, dass die Umstellung auf eine kohlenstoffarme Wirtschaft zahlreiche Geschäftschancen mit sich bringt. Um diese Chancen zu nutzen, können wir uns zwar auf bereits bewährte Techniken stützen, gleichzeitig müssen wir aber auch die Art und Weise, wie wir planen, bauen und arbeiten, grundlegend ändern. Für Bouygues ist die Umstellung auf kohlenstoffarme Prozesse eine Chance für noch mehr Innovationen sowie für eine fortgesetzte Umgestaltung unserer Geschäftsmodelle. Unser Erfolg wird von unserer Fähigkeit abhängen, alle Stakeholder auf diese Reise mitzunehmen. Unsere Mitarbeiter, vor allem die jüngeren, sind bereits sehr umwelt- und klimabewusst. Unsere Klimastrategie wird daher dazu beitragen, ihrer Arbeit mehr Sinn zu verleihen und sie an unser Unternehmen zu binden.

(a) Ziel des Pariser Klimaabkommens ist eine deutlichere Reaktion der Welt auf die Bedrohungen durch den Klimawandel. So sollen insbesondere der Anstieg der weltweiten Durchschnittstemperatur auf deutlich unter 2 °C gegenüber vorindustriellen Werten begrenzt und die Maßnahmen zur Begrenzung des Temperaturanstiegs auf 1,5 °C gegenüber dem vorindustriellen Niveau fortgesetzt werden.

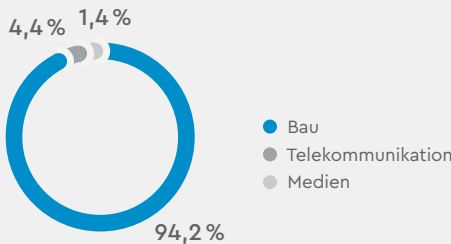
Reduzierung unseres CO₂-Fußabdrucks

Für die Scopes 1, 2 und 3a^a betrug der CO₂-Fußabdruck von Bouygues im Jahr 2020 15,9 Millionen Tonnen CO₂-Äquivalent. Der Großteil der Emissionen stammt aus den Einkäufen der Gruppe und dem Energieverbrauch der Baustellen und Anlagen. Auf das Baugeschäft entfällt ein wesentlicher Anteil an dieser Bilanz.

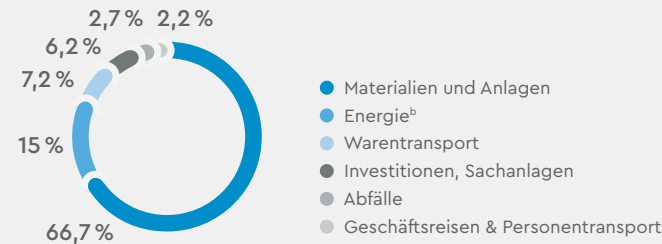
Die Gruppe und ihre Geschäftsfelder werden die Klimastrategie und ihre Ziele mit einer spezifischen Governance-Struktur und im Zuge einer regelmäßigen Überwachung durch den Ethik- CSR- und Mäzenatsausschuss sowie den Verwaltungsrat von Bouygues verwalten (siehe auch S. 57).

UNSER CO₂-FUSSABDRUCK

Treibhausgasemissionen nach Tätigkeitsbereich (Scopes 1, 2 und 3a^a)



Treibhausgasemissionen nach Quellen



UNSERE ZIELE ZUR REDUZIERUNG DER TREIBHAUSGASEMISSIONEN BIS 2030

		VERGLEICHJSJAHR	SCOPE 1 UND 2	SCOPE 3A	SCOPE 3B ^c
	Colas	2019	- 30 %	- 30 %	k.A.
	Bouygues Construction	2019	- 40 %	- 30 %	k.A.
	Bouygues Immobilier	2020	- 32 %	- 32 %	- 32 %
	Bouygues Telecom	2020	- 50 %	- 30 %	- 30 %
	TF1	2019	- 30 %	- 30 %	k.A.

k.A. : keine Angaben

(a) Scope 1-Emissionen (direkte Emissionen), Scope 2-Emissionen (indirekte aus bezogener Energie stammende Emissionen, vor allem Strom und Wärme aus Energiedienstleistungen) und Scope 3a (alle übrigen indirekten vorgelagerten Emissionen).
 (b) Energieverbrauch (Verbrennung am Standort), Strom- und Dampfverbrauch, Wärme oder Kälte und mit der Energieerzeugung verbundene Emissionen.
 (c) Scope 3b: alle anderen nachgelagerten indirekten Emissionen.

Strategie zur Dekarbonisierung des Baugeschäfts

COLAS

Colas hat aufgrund der Art seiner Geschäftsaktivitäten einen großen ökologischen Fußabdruck. Mehr als 65 % der Treibhausemissionen von Colas entfallen auf den Einkauf von Gütern (Rohstoffe, Baumaterialien etc.) und Dienstleistungen, die für seine Tätigkeit wesentlich sind (Scope 3a).

Zielsetzung und Aktionsplan

Die vom Kohlenstoffstrategieausschuss koordinierte Carbon Roadmap umfasst 24 Verpflichtungen, die durch Indikatoren überwacht werden, die entweder bereits existieren oder gerade erstellt werden. Die Maßnahmen konzentrieren sich auf vier Prioritäten: die Integration von Klimafragen

in die Strategie; die Verbesserung der Energieeffizienz zur Senkung der direkten Emissionen von Asphaltwerken, Maschinen und Fahrzeugen; die Entwicklung und Förderung von kohlenstoffarmen Produkten, Techniken und Lösungen sowie ein Beitrag zur Klimaneutralität und zur Reduzierung der Treibhausemissionen der Kunden und Nutzer. Durch diese Maßnahmen will Colas seine direkten, indirekten und induzierten Treibhausgasemissionen (Scope 1, 2 und 3a) bis 2030 um 30 % senken.

Geschäftschancen

Die kommenden Jahre werden einen deutlichen Zuwachs der Schienen-, See- und Binnenschiffstransporte bringen.

Colas ist auf diesen Märkten bereits präsent und baut seine Aktivitäten auch durch Partnerschaften aus, um eine Führungsposition im multimodalen Transport zu erreichen. Auch im Bereich der erneuerbaren Energien positioniert sich das Unternehmen und fokussiert hier insbesondere den grünen Wasserstoff. Außerdem entwickelt Colas unverändert Produkte und Dienstleistungen, die Städte und ländliche Regionen bei der Abschwächung und Anpassung an den Klimawandel unterstützen, darunter Lösungen für die Umweltechnik und die Instandhaltung der Infrastrukturen sowie Alternativen zur Flächenversiegelung.

IMPULSGEBER VON COLAS

- Die direkten Emissionen aus Anlagen und industriellen Aktivitäten verringern: Umstellung auf einen dekarbonisierten Maschinen- und Fuhrpark (Biogas, grüner Wasserstoff, Strom); Umstieg auf alternative Transportmittel (Schienengüterverkehr etc.); Überwachung der Leerlauftrate von Maschinen und Anlagen; Ausrüstung von 50 % des Fuhrparks mit On-Board-Datenerfassungssystemen bis 2024; Überwachung des Energieverbrauchs der Asphaltwerke; Dekarbonisierung der verbrauchten Strommenge; Prozessinnovation
- Die Kohlenstoffintensität von Produkten und Materialien reduzieren: Erhöhung des Anteils kohlenstoffarmer Bindemittel; bis 2030 Erhöhung des Anteils warmer Asphaltmischungen auf 50 %; Erhöhung der Produktion von warmen und kalten Asphaltmischungen; bis 2024 Erhöhung

des Anteils recycelter Materialien in Asphaltmischungen auf 18 %; verstärkte Verwendung von kohlenstoffarmen Beton; Vor-Ort-Recycling von Fahrbahnbelägen, Produktion und Verwendung von biobasierten Materialien und Projekte zur Erzeugung erneuerbarer Energien

- Die Treibhausemissionen bei den Nutzern/Kunden reduzieren: Lösungen für die Planung und Steuerung der „Baustellenströme“ in städtischen Umgebungen; Management von Mobilitätsströmen und Baustellenphasen; präventives Management des Straßennetzes; Optimierung der Nutzung von Infrastrukturen; Forschung und Entwicklung auf dem Gebiet der CO₂-Abscheidung und -Speicherung

- Sensibilisierung und Schulung der Mitarbeiter

BOUYGUES CONSTRUCTION

Über 90 % der Kohlenstoffemissionen von Bouygues Construction stammen aus Quellen, die der Wertschöpfungskette vor- und nachgelagert sind, wie zum Beispiel IT-Installationen, Frachttransporte und Einkäufe von Bauprodukten und -materialien. Neben der eigenen Kohlenstoffbilanz hat Bouygues Construction einen erheblichen Einfluss auf die Emissionen des gesamten Lebenszyklus der von ihr errichteten Bauwerke (Scope 3b).

Zielsetzung und Aktionsplan

Um seine Treibhausemissionen bis 2030 zu senken, strebt Bouygues Construction eine Reduzierung seiner direkten und indirekten Emissionen (Scopes 1 und 2) um 40 % und

seiner induzierten Emissionen (Scope 3a) um 30 % an. Um diese Ziele zu erreichen, arbeitet Bouygues Construction an der Reduzierung der Kohlenstoffintensität seiner Geschäftsaktivitäten. Gleichzeitig erweitert und verbessert das Unternehmen sein Know-how, um die Herausforderungen der Energiewende zu meistern. Bouygues Construction engagiert sich dafür, das Konzept des kohlenstoffarmen Handelns für seine Mitarbeiter und seine externen Partner zu einer Selbstverständlichkeit zu machen und diese Einstellung auch bei seinen Kunden durch die Förderung von kohlenstoffarmen Lösungen entsprechend zu unterstützen.

Geschäftschancen

Die Umstellung auf eine kohlenstoffarme Wirtschaft ist eine Chance, das Geschäft von Bouygues Construction durch Angebote mit geringen Auswirkungen und hoher Wertschöpfung in den Bereichen Hoch- und Tiefbau sowie Energie & Services auszubauen. Die integrierten Lösungen von Bouygues Construction umfassen die gesamte Wertschöpfungskette der dekarbonisierten Energie (Kernkraft, Wind, Solar und Wasserstoff) über Energieeffizienz, Sanierung und Renovierung bis zu kohlenstoffarmer Mobilität.

IMPULSGEBER VON BOUYGUES CONSTRUCTION

- Das Kohlenstoffkonzept im Unternehmen zu einer Selbstverständlichkeit machen: Schulung aller Mitarbeiter (Angestellte, Techniker, Meister, Führungskräfte) in Klimafragen; Behandlung des Themas in den Sitzungen der Projektbeiräte bzw. bei den Abschlussprüfungen aller Projekte von Bouygues Construction
- Die direkten Emissionen senken: weniger Geschäftsreisen; Erhöhung des Anteils umweltfreundlicher Fahrzeuge auf 90 % der Flotte bis 2030; bis 2025 Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks der IT um 15 %; Senkung des Energieverbrauchs an den Standorten und auf den Baustellen (Wohncontainer aus Holz, vernetzte Container, Fernsteuerung des Energieverbrauchs, kohlenstofffreie Energie)
- Die Kohlenstoffbelastung im Einkauf reduzieren: Entwicklung von Aktionsplänen für Schwerpunktlöse

(Stahl, Fassaden etc.); bis 2030 Reduzierung der Kohlenstoffintensität von Zement um 40 %; Erhöhung des Anteils von Projekten in Holzbauweise

- Die Treibhausgasemissionen von Infrastrukturnutzern senken: Zusammenarbeit mit den Kunden, um gemeinsam die Umstellung auf kohlenstoffarme Lösungen zu erreichen; Entwicklung von Lösungen für die Erzeugung und Verteilung kohlenstofffreier Energie (Kernkraft, Wind, Solar und Wasserstoff) für die Verbesserung der Energieeffizienz und die Nachhaltigkeit von Gebäuden und Quartieren (energieoptimierte Quartiere, Plusenergiegebäude, Lösungen für die Fernsteuerung der Energieleistung von Gebäuden), für die Renovierung und für kohlenstoffarme Mobilität (Installation von Ladestationen für Elektrofahrzeuge, Bau von kohlenstoffarmer Verkehrsinfrastruktur wie U-Bahnen und Straßenbahnen)

BOUYGUES IMMOBILIER

Bei der Aufstellung seiner Kohlenstoffbilanz berücksichtigte Bouygues Immobilier sowohl seine direkten CO₂-Emissionen als auch die Emissionen aus vor- und nachgelagerten Quellen. Die Ergebnisse zeigen, dass seine Kohlenstoffbelastung stark mit dem Geschäftsbereich Wohnimmobilien korreliert, auf den etwa 90 % seiner Emissionen entfallen.

Ziele und Maßnahmen

Bouygues Immobilier strebt eine Reduzierung der direkten, indirekten und induzierten Emissionen um 32 % an (Scopes 1, 2 und 3b). Um dieses Ziel zu erreichen, das den Empfehlungen der Nationalen Strategie für einen kohlenstoffarmen Energieverbrauch Frankreichs entspricht und mit dem Pariser Klimaabkommen übereinstimmt, setzt Bouygues Immobilier auf neue Bauverfahren und wird seine Aktivitäten an die neuen französischen Umweltvorschriften (RE2020^a) anpassen. Das Unternehmen kann seine Ziele jedoch nicht allein durch diese externen Treiber erreichen. Deshalb überprüft Bouygues Immobilier alle seine Produkte und Dienstleistungen, um den Kohlenstoffaspekt

zu berücksichtigen. Zu weiteren Maßnahmen gehören die Fortführung des verantwortungsvollen Einkaufs, die Schulung seiner Mitarbeiter und die Einführung neuer Öko-Design-Tools für seine Projekte.

Geschäftschancen

Die Umstellung auf eine kohlenstoffarme Wirtschaft bietet Bouygues Immobilier eine Fülle von Möglichkeiten, von der Entwicklung neuer Bauweisen (kohlenstoffarmer Beton, Holz etc.) bis zur Nutzung des Trends zu energieeffizienteren Gebäuden. Das Unternehmen bietet eine Reihe von bahnbrechenden, kohlenstoffarmen Produkten und Dienstleistungen zur Verbesserung der Lebensqualität in dichten städtischen Umgebungen, zur Anpassung von Gebäuden an neue Nutzungsmöglichkeiten (Coworking,^b Coliving^c etc.) und zur Verbesserung des Komforts der Bewohner. Bouygues Immobilier entwickelt darüber hinaus Renovierungs- und Sanierungslösungen für Gewerbe- und Wohnimmobilien.

IMPULSGEBER VON BOUYGUES IMMOBILIER

- Kohlenstoffarme Produkte und Dienstleistungen entwerfen und einführen: Anwendung neuer Bauverfahren; Verbesserung der Energieeffizienz von Gebäuden; Einführung kohlenstoffarmer Produkte und Dienstleistungen für Gewerbe- und Wohnimmobilien; Einführung des Services „Kohlenstoffgarantie“; Entwicklung neuer Sanierungs- und Renovierungslösungen
- Die Nutzungsintensität und -qualität verbessern: Entwicklung gemeinschaftlicher Wohnprojekte, reversibler Gebäude und passiver Wohnkomfortsysteme; Erhaltung der Biodiversität; Bau von Gebäuden mit integrierten Mobilitätslösungen
- Die Teams stärken: Schulung zum Thema Kohlenstoffreduzierung für alle Mitarbeiter; Einrichtung einer Kohlenstoff-Task Force^d, um die Mitarbeiter auf die RE2020^a -Verordnung vorzubereiten

- Einen verantwortungsvollen Einkauf auf der Grundlage von Schwellenwerten entwickeln: Aufnahme des Kriteriums Kohlenstoff zu den drei Kriterien Qualität/Kosten/Lieferung; Bestandsaufnahme der Meldeformulare zu Umwelt und Gesundheit; Beschaffung von kohlenstofffreien Materialien und Geräten; Ökologisierung der Einrichtungskataloge; Rahmenverträge für Dienstleistungen zur Lebenszyklusanalyse

- Messen und Entwickeln von Tools: Erstellung von „Factsheets zum Thema Low Carbon“ und eines „Kohlenstoffrechners“ für Gebäude und ganze Quartiere, um die drei technischen Leistungsindikatoren Leistung/Kohlenstoffleistung/Kosten zu optimieren; Carbon-Reporting für den Betrieb

(a) Neue Umweltverordnung, die ab dem 1. Januar 2021 für Neubauten gilt.

(b) Arbeitsräume für Freiberufler, Start-ups oder digitale Nomaden, die unabhängig voneinander in unterschiedlichen Bereichen arbeiten. Sie sollen den Austausch und das Wohlbefinden am Arbeitsplatz fördern und gleichzeitig die Wege zum Arbeitsplatz verkürzen.

(c) Wohnimmobilien mit Privatbereichen sowie Bereichen, die mit anderen Bewohnern gemeinschaftlich genutzt werden und darüber hinaus Dienstleistungen wie Internet und Wäscherei beinhalten.

(d) Arbeitsgruppe

BEISPIELE FÜR LÖSUNGEN IM BAUGESCHÄFT

Umweltgerechtere Rohstoffe Novacol (Colas)

Novacol ist ein Verfahren zur Wiederverwendung des Fräs- und Asphaltbrechergutes. Die halbstarile Bitumenemulsion umhüllt das Fräs- und Anbrechgut ohne Erwärmen und kann dann wieder aufgetragen werden. Da dieses Verfahren den Lkw-Verkehr im Baustellenumfeld reduziert, spart es Energie, begrenzt Schäden an den angrenzenden Straßen und verursacht weniger Störungen für andere Verkehrsteilnehmer. Je nach den Umständen sind CO₂-Einsparungen von 10 bis 50 % möglich.



Beim Novacol-Verfahren werden gebrauchte Straßenbeläge in einem einzigen Arbeitsgang recycelt. Dadurch werden CO₂-Emissionen reduziert und der Einsatz von Rohstoffen minimiert. Hier wird das Verfahren auf einer Baustelle im Südwesten Frankreichs angewandt.



Easycold wird auf eine Landstraße aufgebracht.

Energieeffiziente Produktionsverfahren: Niedrigtemperatur- und Kaltasphalt (Colas)

Heißes Asphaltmischgut wird auf Temperaturen von 160 °C erhitzt. Niedrigtemperaturvarianten wie Ecomat können dagegen schon bei 80 °C hergestellt werden. Dieses innovative Verfahren reduziert die CO₂-Emissionen um 30 % pro Tonne Fertigprodukt. Mit Kaltasphaltemischungen wie Easycold und Valorcol kann man sogar noch mehr CO₂ einsparen: bis zu 45 % pro Tonne Fertigprodukt.

Renovierung und Kreislaufwirtschaft: Das Gebäude *Hôtel des Postes* in Straßburg (Bouygues Immobilier)

Bei Renovierungsarbeiten muss man stets die Materialien identifizieren, die man recyceln kann. Das ist ein mühsamer Prozess. Bei der Renovierung des *Hôtel des Postes*, dem ehemaligen Hauptpostamt von Straßburg, konnten auf diese Weise zahlreiche Bauelemente wieder verwendet werden (Baukörper, Innentüren, Schreinerprodukte im Außenbereich etc.). Außerdem wurden viele innovative Ideen umgesetzt. Die alten Teppichböden wurden zum Beispiel als Dämmmaterialien verwendet. Wenn man die Einsparungen berücksichtigt, die sich bei der Nutzung der Prinzipien der Kreislaufwirtschaft und durch die Verwendung von kohlenstoffarmem Beton ergaben, konnten bei der Renovierung dieser Gebäude im Vergleich zu einem Neubau gleicher Größenordnung fast 7 100 Tonnen CO₂ eingespart werden.



Bei der Renovierung des *Hôtel des Postes* in Straßburg konnten 20 000 m² der bestehenden Baustrukturen beibehalten werden, 1 000 Holzfensterrahmen wurden wiederverwendet und 2 700 m² Teppichboden wurde recycelt.



Energieeffizienz und Nachhaltigkeit: *Green City* in Zürich (Bouygues Construction)

„2 000-Watt-Areal“ ist eine Schweizer Initiative, die sich zum Ziel gesetzt hat, den Pro-Kopf-Energieverbrauch auf 2 000 Watt pro Jahr zu begrenzen. Das ist genau der Wert, bei dem die endlichen Ressourcen der Erde für die Versorgung der menschlichen Bevölkerung ausreichen würde. *Green City* ist das erste Projekt seiner Art, das mit dem Zertifikat „2 000-Watt-Areal“ ausgezeichnet wurde. Das Öko-Quartier bündelt gleich mehrere Innovationen: hocheffiziente Gebäudedämmung aus nachhaltigen Materialien, Solarenergie und Erdwärme sowie Systeme, mit denen die Bewohner ihren Energieverbrauch überwachen und so ihren Beitrag zur Grundidee erhöhen können.



Green City wurde auf dem Pariser Klimagipfel als Projekt vorgestellt. Heute bietet das Öko-Quartier energiesparende Gebäude und sanfte Mobilitätslösungen.



Nachhaltiges und autarkes Wohnen: das Konzept ABC (Bouygues Construction)

Das Konzept ABC (*Autonomous Building for Citizens*) hat die umfassende Wasser- und Energieautarkie des Gebäudes sowie ein optimiertes Abfallmanagement zum Ziel. Der Schwerpunkt des Konzepts liegt dabei auf dem Wohlbefinden der Bewohner. Das Konzept integriert das Gebäude in seine natürliche Umgebung, aus der es auch die Ressourcen bezieht, die es für seinen Betrieb benötigt. Zu den besonderen Merkmalen gehören Sonnenkollektoren für die Stromerzeugung und ein System zur Regenwasserrückgewinnung und Trinkwasseraufbereitung. Die Bewohner können ihren Energieverbrauch überwachen und entsprechend anpassen und damit zur Energieautarkie des Gebäudes beitragen.

Das Konzept ABC erfindet Bauverfahren völlig neu, um eine hohe Energie- und Umweltleistung zu erreichen, ohne Kompromisse bei Komfort und Bequemlichkeit zu machen. Dieses Bild zeigt das erste Demonstrationsgebäude in Grenoble.

Dekarbonisierte Stromerzeugung: Wind- und Solarprojekte (Bouygues Construction)

Bouygues Construction setzt im Rahmen seines Engagements für die Dekarbonisierung des Energiemixes auf Solarenergie und Onshore- und Offshore-Windparkprojekte. Zusammen mit dem Start-up Ideol hat das Unternehmen das erste schwimmende Fundament für Offshore-Windkraftanlagen entwickelt (s. Foto). So können Windparks vor den Küsten auf dem Meer errichtet werden, wo die Windgeschwindigkeiten höher sind. Und im Bereich Sonnenenergie führt das Unternehmen schwimmende Photovoltaik-Anlagen ein und engagiert sich für die Entwicklung von Agro-Photovoltaik-Anlagen, um die Versiegelung von Bodenflächen zu begrenzen.



In Aiko, Japan, wird ein neues 102 MW-Solkraftwerk, das auf einem ehemaligen Golfplatz errichtet wurde, jährlich etwa 125 Millionen kWh Strom erzeugen und die jährlichen CO₂-Emissionen um etwa 5 Tonnen reduzieren.



WeWood: Anders bauen

Mit dem WeWood-Programm stellt Bouygues Construction das Bauen mit Holz und biobasierten Materialien in den Fokus seiner Strategie und verändert die Art und Weise, wie das Unternehmen in Frankreich und Europa baut.

Holz ist nicht nur eine erneuerbare Ressource, sondern auch ein Kohlenstoffspeicher^a. Es ist daher eine echte Alternative zu Beton, wenn es darum geht, Treibhausgasemissionen zu senken. Außerdem ist Holz eine Antwort auf die zunehmende Nachfrage nach umweltfreundlicheren Gebäuden.

Für Bouygues Construction ist Holz mehr als nur ein gleichwertiger Ersatz für Beton. Holz ist einer der Eckpfeiler eines breiteren Umdenkens in Richtung „Anders bauen“. Im Zuge dieses Trends muss das Unternehmen seine Vorstellungen vom

Bauen von Grund auf überdenken und neue Lösungen wie vorgefertigte Bauteile, modulare Baumethoden und Building Information Modelling-Systeme (BIM) einführen.

Um eine möglichst breite Akzeptanz dieses Konzepts sicherzustellen, sind alle Tochtergesellschaften von Bouygues Construction an dem WeWood-Programm beteiligt und Co-Design wird aktiv gefördert. Architekten und die technischen Gewerke sind von Anfang an in die Projekte eingebunden, ebenso feste Partner und Subunternehmer.

Im Unternehmen selbst kann WeWood auf ein eigenes Kompetenzzentrum Holz zurückgreifen, das Innovationen vorantreibt und die Projektteams bei praktischen Fragen unterstützt. Außerdem können die Mitarbeiter ihr Fachwissen durch Schulungen der WeWood Academy erweitern.

Holz ist nicht nur ein umweltfreundliches Material. Mitarbeiter und Kunden profitieren vielmehr auch von indirekten Vorteilen – sauberere und leisere Baustellen und kürzere Bauzeiten.

Die Gebäude im neuen Quartier Weidmatt in Lausen (Schweiz) sind in Holzbauweise erstellt. Nur die Treppenhäuser, Aufzugschächte und unterirdischen Bauteile sind aus Stahlbeton.



Die Baustelle Abela in Bry-sur-Marne nahe Paris in Holzbauweise.



60 %
Einsparung
von CO₂-Emissionen
durch Holz statt Beton

30 %
Anteil der Projekte
von Bouygues Construction,
bei denen in Frankreich
und europaweit ab 2030 Holz
als Baustoff verwendet wird

Strategie zur Dekarbonisierung des Telekommunikationsgeschäfts

BOUYGUES TELECOM

Verglichen mit dem Baugeschäft der Gruppe ist der CO₂-Fußabdruck von Bouygues Telecom kleiner. Auf die Investitionen und Sachanlagen (insbesondere das Netzwerk) und die Beschaffung der Geräte, die von den Kunden genutzt werden (Smartphones, Router etc.), entfallen 90 % der Kohlenstoffemissionen.

Zielsetzung und Aktionsplan

In einem von exponentiellen Wachstum des Datenverkehrs gekennzeichneten Umfeld hat sich Bouygues Telecom drei Ziele für 2030 gesetzt: Reduzierung der direkten und indirekten Emissionen (Scopes 1 und 2) um 50 %, Reduzierung der induzierten

Emissionen (Scope 3a und 3b) um 30 % und Erreichen eines Anteils von mindestens 50 % erneuerbarer Energie am Energieverbrauch des Unternehmens. Die Klimapolitik des Unternehmens, die unter dem Motto „Agir ensemble“ (*Gemeinsam Handeln*) steht, hat drei Schwerpunkte gesetzt: Verbesserung der Energieeffizienz der Infrastruktur, Entwicklung nachhaltiger Produkte und Förderung des verantwortungsvollen Umgangs mit der digitalen Technologie.

Geschäftschancen

Bouygues Telecom war der erste Betreiber, der sich schon 2011 für die Wiederaufbereitung von Mobiltelefonen

entschloss. Das Unternehmen festigt heute seine führende Position in der Kreislaufwirtschaft von Smartphones. Es setzt auf eine 4R-Strategie (Reparatur, Rücknahme, Rekonditionierung, Recycling) für gebrauchte Handys. Darüber hinaus bestärkt das Unternehmen seine Kunden, digitale Technologien nachhaltiger zu nutzen. Die Geräte von Bouygues Telecom sind umweltfreundlich gestaltet (Router, Verpackung, erster virtueller Router im TV-Gerät) und ihr Energieverbrauch wird regelmäßig optimiert (- 36 % zwischen der Bbox 4K und der Set-Top-Box Miami).

IMPULSGEBER VON BOUYGUES TELECOM

- Die Energieeffizienz von Infrastrukturen und Geräten verbessern: Verwendung von weniger energieintensiven Systemen (5G, FTTH^b); Einführung eines dynamischen Managements der Stromversorgung seiner Standorte; Umstellung auf erneuerbare Energiequellen; Einführung eines zertifizierten Energiemanagementsystems für Rechenzentren und Büros; Abschaltung ungenutzter Frequenzen und Schließung ungenutzter Standorte; Wiederverwendung von Netzwerkausstattung
- Nachhaltigere Produkte und Dienstleistungen entwickeln: Nutzung von Prinzipien des Ökodesigns für Produkte; Reduzierung der Verpackung; Reduzierung des Energieverbrauchs durch energieeffiziente Modems und Router der neuen Generation; Einführung der 4R-Strategie für gebrauchte Smartphones (Reparatur, Rücknahme, Rekonditionierung, Recycling); Verwendung von generalüberholten Produkten und Geräten

- Partnerschaften und Innovationen mit Lieferanten weiterentwickeln, um den Fußabdruck beim Einkauf zu reduzieren: Einführung einer verantwortungsvollen Einkaufspolitik; Einführung von Lebenszyklusanalysen und Ökobilanz als Standardbestandteil des Einkaufsprozesses; Einsatz von recycelten Materialien; Umstellung auf virtuelle Decoder
- Integration digitaler Nachhaltigkeit in Produkte und Dienstleistungen und in die Kommunikation mit dem Kunden
- Eine am Ziel der Dekarbonisierung orientierte digitale Denkweise im Unternehmen fördern: Einführung von vernetzten Objekten und KI-gestützter Lösungen zur Reduzierung des Energieverbrauchs bei Privat- und Firmenkunden

Strategie zur Dekarbonisierung des Mediengeschäfts

TF1

TF1 hat den kleinsten CO₂-Fußabdruck aller Tochtergesellschaften der Bouygues-Gruppe. Fast 95 % der Emissionen lassen sich auf Einkäufe zurückführen. Aufgrund der Art seiner Aktivitäten spielt TF1 jedoch eine entscheidende Rolle bei der Sensibilisierung der Öffentlichkeit für Umweltfragen.

Zielsetzung und Aktionsplan

TF1 strebt bis zum Jahr 2030 eine Reduzierung seiner direkten, indirekten und induzierten Emissionen (Scopes 1, 2 und 3a) um 30 % an. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeitet das Unternehmen daran, seinen CO₂-Fußabdruck in den Bereichen Einkauf, Digitales und Geschäftsreisen von

Mitarbeitern zu reduzieren. Außerdem möchte das Unternehmen seine Werbekunden dabei unterstützen, umweltfreundlichere Produkte zu bewerben, und durch entsprechende Inhalte zur Umstellung auf eine kohlenstoffarme Wirtschaft beizutragen.

Geschäftschancen

Die Umstellung auf eine kohlenstoffarme Wirtschaft ist ein starker Wachstumstreiber für TF1, da sozial und ökologisch verantwortungsbewusste Marken und Unternehmen ihre Produkte und Initiativen bewerben wollen. Dementsprechend entwickelt TF1 maßgeschneiderte Werbepakete. Dabei stützt sich das

Unternehmen auf ein im gesamten Medien-Ökosystem vorhandenes starkes Engagement für Herausforderungen im Bereich CSR.

Klimabezogene Inhalte machen einen erheblichen Anteil des Fernseh- und Digitalprogramms von TF1 aus. Das Unternehmen hat außerdem beschlossen, das mit der Marke Ushuaïa verbundene Angebot zu erweitern (Start der Sendung *Génération Ushuaïa* auf TF1 etc.). Diese redaktionelle Ausrichtung entspricht den Erwartungen der Zuschauer: 92 % der Franzosen sind der Meinung, dass die Medien bei der Sensibilisierung für Umweltfragen eine Rolle spielen.

IMPULSGEBER TF1

- Inhalte dekarbonisieren: Durchführung von internen Sensibilisierungs- und Schulungsmaßnahmen zum Thema „Öko-Produktion“ und Aufklärung der Zuschauer; Senkung der Kohlenstoffemissionen des Transports, der technischen Ausrüstung und des Sets; Überwachung der Kohlenstoffbilanz von Produktionen
- Einen verantwortungsvollen Einkauf fördern: Einführung von Kriterien für jede Art von Produkten; Überwachung der Kohlenstoffbilanz im Einkauf
- Ein verantwortungsvolles digitales Nutzungsverhalten entwickeln: Messung der Kohlenstoffbilanz digitaler

Aktivitäten (Produktion, Post-Produktion, Ausstrahlung) und Ermittlung von Möglichkeiten, diese zu reduzieren

- Nachhaltige Mobilitätslösungen einführen: Umstellung auf eine Elektrofahrzeugflotte; Vorrang für sanfte Mobilität, Bahn und Carsharing; Ausbau der Möglichkeiten des mobilen Arbeitens
- Das Bewusstsein für Klimafragen schärfen: Produktion von umweltbezogenen Inhalten und Förderung positiver Initiativen; Unterstützung des Werbemarkts bei der Umstellung auf eine verantwortungsvollere Kommunikation

(a) Durch die Photosynthese bleibt das während des Baumwachstums gebundene CO₂ während der gesamten Lebensdauer der aus Holz gefertigten Produkte gespeichert. Das gilt auch für den Fall, dass Holz wiederverwendet oder für andere Zwecke recycelt wird.
(b) Glasfaser bis in die Wohnung (*Fibre-To-The-Home*)

DIE STRATEGISCHEN PRIORITÄTEN DER TÄTIGKEITSBEREICHE DER BOUYGUES-GRUPPE



Baugeschäft

Bouygues ist weltweit der fünftgrößte^a Baukonzern. Als Entwickler, Bauunternehmen und Betreiber ist Bouygues in den Bereichen Hoch- und Tiefbau, Energies & Services, Immobilienentwicklung und Verkehrsinfrastruktur aktiv.

(a) Auf der Basis des internationalen Umsatzes, ohne Berücksichtigung des Herkunftslandes („ENR TOP 250 International Contractors“, August 2020).

Bevölkerungswachstum, Urbanisierung und neue ökologische Erfordernisse schaffen überall auf der Welt einen hohen Bedarf an komplexen Gebäuden und Infrastrukturen (Neubau und Renovierung). Mit dem Voranschreiten digitaler Technologien ändern sich auch die Erwartungen und das Verhalten der Verbraucher (siehe auch S. 14–15).

Vor diesem Hintergrund ist Bouygues gut positioniert, um ganzheitliche, innovative Lösungen mit hohem Mehrwert anzubieten. Durch seine Positionierung und seine vielen Stärken ist das Unternehmen nach wie vor ein wichtiger Partner für seine Kunden.

Die Bouygues-Gruppe verfolgt die nachstehenden strategischen Prioritäten:

Marktführerschaft in den Bereichen Bau und Renovierung von Gebäuden und Infrastrukturen

Bouygues baut, optimiert und hält die unterschiedlichsten Gebäude und Infrastrukturen instand (Transport, dekarbonisierte Energie, Telekommunikation). Um den Herausforderungen alternder Infrastrukturen gerecht zu werden und mit der steigenden Nachfrage nach Energieeffizienz Schritt halten zu können, baut Bouygues ebenfalls seine Fachkompetenz bei der Renovierung von Anlagen und Gebäuden aus, auch während diese in Betrieb bleiben.

In den 1970er-Jahren begann das Unternehmen, sein Baugeschäft außerhalb Frankreichs in ausgewählten Ländern auszubauen. Das Unternehmen ist heute langfristig über gut etablierte lokale Tochtergesellschaften (Australien, Kanada, Vereinigtes Königreich, Großbritannien, Hongkong,

die Schweiz etc.) und punktuell bei technisch anspruchsvollen Projekten mit lokalen Partnern präsent. Das Baugeschäft erwirtschaftet derzeit über die Hälfte des Umsatzes in diesen 80 Ländern.

Unterstützung unserer Kunden bei der Reduzierung ihres CO₂-Fußabdrucks

Die Umstellung auf eine kohlenstoffarme Wirtschaft ist für den Ausbau des Baugeschäfts von Bouygues von entscheidender Bedeutung, da sie zahlreiche Wachstumschancen eröffnet. Bouygues bietet ein komplettes Angebot differenzierter und wertschöpfender Produkte und Dienstleistungen, um Kunden bei der Bekämpfung der Auswirkungen des Klimawandels zu unterstützen.

Angeboten werden Lösungen für:

- die Erzeugung, Speicherung und Verteilung von dekarbonisierter Energie (Solar, Kernkraft, Wasserstoff etc.);
- die Energieeffizienz von Gebäuden, Quartieren und ganzen Städten (Plusenergiegebäude, energieoptimierte Quartiere etc.), sowohl bei Neubauten als auch bei Renovierungsprojekten;
- den Ausbau der kohlenstoffarmen Mobilität (Elektromobilität, Schieneninfrastruktur etc.) sowie
- die Verlängerung der Lebensdauer und die Intensivierung der Nutzung von Gebäuden und Infrastrukturen (gemeinsam genutzte Wohn- und Büroräume, reversible Gebäude, Instandhaltung der Infrastruktur etc.).

OPERATIVE PRIORITÄTEN

- Stärkung des Bereichs Energies & Services
- Fortsetzung der Entwicklung von Colas in Richtung neuer Wachstumsbereiche: Ausbau des internationalen Netzwerks durch externes Wachstum in den Zielländern (Deutschland, Nordamerika, Nordeuropa etc.), optimierte Nutzung industrieller Anlagen (Steinbrüche und Bitumen)
- Turnaround beim Umsatz und der Rentabilität von Bouygues Immobilien

Am Stadtrand von Bern (Schweiz) entsteht dieses Plusenergiegebäude in Holzrahmenbauweise und mit Solarzellen auf dem Dach und an den Fassaden. Die Übergabe von Bern 131 erfolgt im Jahr 2023. Das Gebäude wird die Vorgaben der Initiative 2 000 Watt übertreffen^a.

Im Jahr 2019 eröffnete CNR Les Sources du Mistral, einen Windpark im Nordosten Frankreichs. Die neun Windkraftanlagen haben eine installierte Leistung von 18 MW. Das entspricht dem jährlichen Stromverbrauch von 17 000 Menschen.

Tunnel der Linie 15 Süd des Grand Paris Express, zwischen den Bahnhöfen Villejuif Louis-Aragon und Créteil l'Eclat

Auf der Baustelle der Wohnimmobilie La Villa des Glycines in Plessis-Tréville nahe Paris.

WICHTIGE KENNZAHLEN 2020

115 055

Mitarbeiter

26 208 Mio. €

Umsatz^b

437 Mio. €

Laufendes operatives Ergebnis^b

33,1 Mrd. €

Auftragsbuch

2,8 Mrd. €

Netto-Cashflow

(a) Dieses energiepolitische Projekt wurde an der Eidgenössischen Technischen Hochschule in Zürich (ETH Zürich) entwickelt. Ziel ist die Reduzierung des Pro-Kopf-Energieverbrauchs auf ein Drittel des heutigen Niveaus.

(b) Folgen der Coronakrise für das erste Halbjahr 2020 sind Schätzungen zufolge ein Umsatzverlust von 2,5 Mrd. Euro und ein Rückgang des laufenden operativen Ergebnisses von 530 Mio. Euro. Da sich die Geschäftstätigkeit wieder erholte, ist es in der zweiten Jahreshälfte 2020 nicht mehr möglich, den Teil der Veränderung der Gesamtleistung eindeutig zu isolieren, der auf die Coronakrise zurückzuführen ist.



Medien

Als Frankreichs größte private Mediengruppe möchte TF1 die Gesellschaft positiv inspirieren und möglichst viele Menschen informieren und unterhalten. Dabei hält TF1 Schritt mit der rasanten Veränderung der Art und Weise, wie Menschen Inhalte sehen und konsumieren (*Replay^a*, erweiterte Dienste, *Salto^b*). TF1 hat ihre Position entlang der gesamten Wertschöpfungskette verstärkt und in neue Wachstumssegmente investiert, wie z.B. in die Produktion von Content und in das digitale Angebot.

WICHTIGE KENNZAHLEN 2020

3 697

Mitarbeiter

2 082 Mio. €

Umsatz^a

190 Mio. €

Laufendes operatives Ergebnis^a

9,1 %

Laufende operative Marge

32,4 %

Zuschaueranteil an der Zielgruppe^b

Auftragsbuch von Newen mit

+ 1.600 Sendestunden^c



Quand baleines et tortues nous montrent le chemin, im November 2020 auf Ushuaia TV ausgestrahlter Dokumentarfilm.

Die Coronakrise hat gezeigt, wie sehr sich die Franzosen für das Fernsehen interessieren. Die Sehdauer der Zuschauer hat sich während des Lockdowns deutlich verlängert und bleibt auch nach dem Ende des Lockdowns auf hohem Niveau. Vor diesem Hintergrund bestätigt TF1 seine ehrgeizigen Ziele:

Den Wandel des unverschlüsselten TV-Modells fortsetzen

- Anpassung der Zugänglichkeit von Inhalten an neue „nicht-lineare“^c und mobile Sehgewohnheiten über die Plattform MYTF1 und die Video-on-demand-Plattform Salto
- Monetarisierung der Inhalte und zusätzlichen Dienste
- Unter Vorwegnahme der Konvergenz der Medien Ausarbeitung innovativer kommerzieller Angebote

Die Position in der Produktion konsolidieren und die Entwicklung der digitalen Medien beschleunigen

Im Bereich der Produktion setzt TF1 auf Newen, eine Produktionsfirma mit anerkanntem Know-how. Der Auftragsbestand von Newen lag auch im Jahr 2020 auf einem hohen Niveau. Dies war einerseits der Diversifikation der Kundenbasis sowie der fortgesetzten internationalen Expansion nach

der Übernahme der Studios De Mensen (Belgien) und Reel One (Kanada) im Jahr 2019 zu verdanken.

Im digitalen TV-Angebot kann TF1 mit Unify

- das Content-Angebot mit Web-TV-Inhalten anerkannter Marken (Marmiton, Aufeminin etc.), die über aktive und engagierte Communities verfügen, und
- mit seinem Angebot für Werbefirmen und Anzeigenkunden stärken, um in einem wachsenden digitalen Werbemarkt mit der Markteinführung der Werbepattform Unify Advertising mehr Wert zu schöpfen.

Darüber hinaus verpflichtet sich TF1, seine CO₂-Bilanz zu verbessern und das Bewusstsein des TV-Publikums für Umweltthemen zu schärfen (siehe S. 30–31).

(a) Möglichkeit, ein bereits ausgestrahltes Programm zeitversetzt und wiederholt zu sehen.

(b) Salto ist eine OTT-Plattform (*Over-The-Top*) mit VoD-Diensten auf Abonnementbasis. Sie wurde gemeinsam von TF1, France Télévisions und M6 gegründet. Die erste Ausstrahlung erfolgte am 20. Oktober 2020.

(c) Der Übergang vom „linearen“ TV-Konsum nach einem vom Sender vorgegebenen Ausstrahlungszeitplan hin zu einem TV-Konsum, bei dem der TV-Zuschauer, z. B. über die Catch-up-Funktion oder Video-on-Demand, selbst bestimmt, wann er das TV-Angebot nutzt.

OPERATIVE PRIORITÄTEN

- Mit den Veränderungen des Konsums von Videoinhalten Schritt halten und diese neuen Nutzungsweisen monetarisieren
- Die Geschäftsausweitung von Newen insbesondere im Ausland weiter vorantreiben
- Unify erfolgreich integrieren, operative Synergien mit den anderen Aktivitäten von TF1 fördern und die Rentabilität verbessern



Telekom

Als führender Telekommunikationsanbieter in Frankreich stellt Bouygues Telecom seit 25 Jahren die beste Technologie bereit, um seinen Kunden ein immer vielfältigeres und intensiveres digitales Erlebnis zu bieten. Durch seine Netze und Angebote können 25 Millionen^a Kunden mit ihren Angehörigen in Verbindung zu bleiben. Als sozial verantwortlicher Player erleichtert Bouygues Telecom allen den Zugang zu hochwertigen digitalen Diensten und sorgt gleichzeitig dafür, dass die durch seine Aktivitäten verursachten Auswirkungen möglichst gering ausfallen.

WICHTIGE KENNZAHLEN 2020

9 550

Mitarbeiter

6 438 Mio. €

Umsatz^f

1 502 Mio. €

EBITDA nach Leasingverpflichtungen^g

30,7 %

EBITDA-Marge nach Leasingverpflichtungen^h

25 Mio.^a

Anzahl der Kunden

+ 500

der Anzahl an Verkaufsstellen von Bouygues Telecom in Frankreich

3 900

Anzahl der Kunden- und Verkaufsberater



Bedienung von Kunden in einer Verkaufsstelle von Bouygues Telecom im Frühjahr 2020

Mit dem neuen Strategieplan „Ambition 2026“ beschleunigt Bouygues Telecom sein Wachstum in einem florierenden französischen Markt. Ziel des Unternehmens ist es, bis 2026 zur Nummer 2 im Mobilfunk aufzurücken und im Glasfasergeschäft zu einem wichtigen Akteur zu werden. Bouygues Telecom hat sich bis 2026 die folgenden Ziele gesetzt:

- Ein Umsatz im Dienstleistungsgeschäft von über 7 Milliarden Euro
- Ein EBITDA nach Leasingverpflichtungen von etwa 2,5 Milliarden Euro mit einer EBITDA-Marge nach Leasingverpflichtungen von etwa 35 %
- Ein Free Cashflow^b in Höhe von etwa 600 Millionen Euro.

Der Strategieplan „Ambition 2026“ hat drei Schwerpunkte:

Im Mobilfunk die Nummer 2 werden

Bouygues Telecom will, gemessen an der Kundenzahl, auf dem französischen Markt die Nummer 2 unter den Mobilfunkbetreibern sein. Nach der Übernahme (Dezember 2020) von Euro-Information Telecom (EIT) ist Bouygues Telecom heute, gemessen am Marktanteil, der drittgrößte Betreiber. Das Unternehmen wird in Zukunft auf seine Marken, seine langfristige Partnerschaft mit der Bank Crédit Mutuel-CIC, über die es von einem komplementären landesweiten Vertriebsnetz mit 4.200 Bankfilialen profitieren kann, und schließlich seinem 2. Platz in Bezug

auf die Netzqualität^c setzen, eine Position, die das Unternehmen durch eine weitere Verbesserung der Netzabdeckung und des Frequenzspektrums verstärken wird.

Weitere 3 Millionen FTTH^d-Kunden hinzugewinnen

Bouygues Telecom beschleunigt in einem von einer stark wachsenden Nachfrage gekennzeichneten Umfeld den Glasfaserausbau. Um drei Millionen zusätzliche Kunden zu gewinnen, plant das Unternehmen im Zuge von Direktinvestitionen und Partnerschaften eine Verdoppelung seiner FTTH-Abdeckung (von 17,7 Millionen im Jahr 2020 auf 35 Millionen verkaufte Anschlüsse bis 2026).

Verdoppelung des Marktanteils im Festnetz-B2B-Markt und Entwicklung zum Festnetz-Wholesale^e-Player

Als drittgrößter Betreiber auf dem B2B-Markt will Bouygues Telecom sein Wachstum vor allem im Festnetzbereich beschleunigen, und kann sich dabei auf einige Stärken stützen: seine Position als Benchmark bei Kundenbeziehungen im B2B-Bereich, sein Multi-Channel-Vertriebsnetz und die Monetarisierung seiner B2B-Glasfaserinfrastruktur. Im Übrigen baut das Unternehmen auch sein Festnetz-Wholesale-Angebot weiter aus.

Bouygues Telecom verfolgt darüber hinaus eine dynamische Politik zum Schutz der Umwelt (siehe Seite 30–31).

(a) inklusive EIT

(b) Berechnung vor Veränderung des mit der Aktivität verbundenen WCR und ohne 5G-Frequenzen.

(c) Umfrage der ARCEP (Regulierungsbehörde für elektronische Kommunikation und Postdienste), Dezember 2020

(d) Glasfaser bis in die Wohnung (FTTH, *Fibre-To-The-Home*).

(e) „Whole-Sale“-Markt für Telekom-Betreiber

(f) Die Covid-19-Epidemie belastete das 1. Halbjahr 2020 in Höhe von 70 Millionen Euro. Da sich die Geschäftstätigkeit wieder erholte, ist es in der zweiten Jahreshälfte 2020 nicht mehr möglich, den Teil der Veränderung der Gesamtleistung eindeutig zu isolieren, der auf die Coronakrise zurückzuführen ist.

(g) Laufendes operatives Ergebnis nach Leasingverpflichtungen nach Berücksichtigung des Zinsaufwands für Leasingverbindlichkeiten, bereinigt um (i) die Nettoaufwendungen für Abschreibungen von Sachanlagen und immateriellen Vermögensgegenständen, (ii) Rückstellungen und sonstige Wertberichtigungen sowie (iii) Einflüsse durch Kontrollwechsel.

(h) EBITDA-Marge nach Leasingverpflichtungen im Dienstleistungsbereich.

OPERATIVE PRIORITÄTEN

- Landesweite 5G-Abdeckung bis Ende 2021
- Abschluss der Integration des alternativen Betreibers Euro-Information Telecom und dessen 2,1 Millionen Kunden
- Beschleunigung der Vermarktung von FTTH, um bis 2026 zusätzliche 3 Millionen B2C-Kunden zu gewinnen
- Ausweitung des Marktanteils am Festnetz-B2B um 5 Punkte bis 2026

(a) Die Covid-19-Pandemie führte im ersten Halbjahr 2020 zu einem Umsatzverlust von nahezu 250 Millionen Euro und zu einem Rückgang des laufenden operativen Ergebnisses um 100 Millionen Euro. Da sich das Geschäft im Verlauf der zweiten Jahreshälfte wieder erholen konnte, ist es nicht mehr möglich, den Teil der Veränderung der Gesamtleistung eindeutig zu isolieren, der auf die Coronakrise zurückzuführen ist.

(b) Quelle: Médiamétrie – TV-Zuschauerinnen unter 50, die das Kaufverhalten bestimmen.

(c) Projekte mit einem Budget von über 1 Millionen Euro.

Der 27 km-lange Radwanderweg La Voie Bleue ist für Baufahrzeuge nur schwer zugänglich und zahlreiche strenge Umweltauflagen erschweren die Arbeiten an diesem Weg.

Der Transport der Zuschlagsstoffe für den Bau dieses Radwanderweges entlang des Vogesen-Kanals (Canal des Vosges) erfolgte per Schiff.

4 • UNSERE VERPFLICHTUNGEN •

Um die wichtigsten Herausforderungen im Bereich CSR zu meistern, ihre langfristige Strategie zu unterstützen und ihre Transformation zu lenken, ist die Bouygues-Gruppe vier Verpflichtungen eingegangen: Alle Mitarbeiter fördern, nachhaltige Lösungen mit und für unsere Kunden entwickeln, den Lebensalltag vereinfachen, zu einem harmonischen Zusammenleben beitragen.



ALLE MITARBEITER FÖRDERN

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Bouygues sind das wertvollste Kapital. Die Voraussetzung für die Leistung des Unternehmens ist das Mitarbeiterengagement. Die Gruppe macht es sich daher zur Priorität, die berufliche Entwicklung der Mitarbeiter zu fördern und den Beitrag jedes einzelnen, unabhängig von seiner Herkunft, seiner Ausbildung oder seines Berufs, zu würdigen.

Die Bouygues-Gruppe fördert aktiv eine globale Gesundheits- und Sicherheitskultur. Deshalb hat die Gewährleistung des körperlichen und emotionalen Wohlbefindens der Mitarbeiter für die Gruppe höchste Priorität. Eine geringere Häufigkeit von Unfällen am Arbeitsplatz ist ein unternehmensweites, von allen getragenes Ziel.

Auch die Diversität – in allen ihren Formen – ist für Bouygues ein wichtiges Thema. Die Gruppe ist sich bewusst, dass Diversität erfolgsentscheidend ist und dazu beiträgt, Innovation, Kreativität und Erneuerung voranzutreiben.

Während der Coronakrise hat die Gruppe alles daran gesetzt, um die Gesundheit ihrer Mitarbeiter zu schützen und die Risiken durch eine entsprechende Anpassung der Arbeitsorganisation zu minimieren. Weltweit setzte die Gruppe systematisch die Abstandsregeln und andere Schutzmaßnahmen um, und die Mitarbeiter können, wo immer dies möglich ist, von zu Hause aus arbeiten.

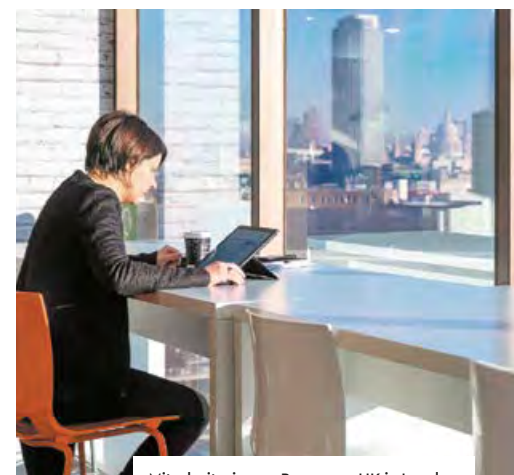
Angesichts dieser neuen Arbeitsformen und entsprechend seiner Klimastrategie und seiner Politik der Geschlechtergleichstellung

ist Bouygues entschlossen:

- die Umstellung auf neue Arbeitsformen zu unterstützen ;
- die Mitarbeiter auf die beruflichen Anforderungen von morgen vorzubereiten und
- die Förderung von Frauen in der Gruppe voranzutreiben.



Dank einer strikten Anwendung der Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen konnten die Teams von Dragages Hongkong bereits am 20. Februar 2020 die Arbeit wieder aufnehmen.



Mitarbeiterin von Bouygues UK in London



Mit dem Einsatz von iPilot, einem innovativen bodengestützten Fernsteuerungssystem, wird die Arbeit eines Kranführers optimiert und sicherer.

“ Nach langen Diskussionen mit unseren Büros für Technology Intelligence Bouygues Asia und Winnovation haben wir uns sofort an die Arbeit gemacht und die App „Bysafe“ entwickelt, damit die Mitarbeiter auf den Baustellen die Arbeit sicher und geschützt wieder aufnehmen können.”

Adrien BROUÉ
Dr. Ing. für Innovation bei Elab Bouygues-Gruppe

DIE ZIELE DER GRUPPE

Monitoring der aktuellen Zielerreichung:

	ERGEBNIS				ZIEL
	2018	2019	2020		
Senkung der Arbeitsunfallrate ^a	5,2 %	4,9 %	5,1 %	●	Sinkt gegenüber 2019
Erhöhung des Frauenanteils in der Gesamtzahl der Mitarbeiter	18,4 %	18,7 %	18,8 %	●	21 % im Jahr 2020
Erhöhung des Frauenanteils in den Führungspositionen in Frankreich ^b	18,8 %	20,4 %	21,1 %	●	23 % im Jahr 2020

● Ergebnis stimmt mit dem Ziel überein ● Ergebnis unter dem Ziel ● Ziel nicht erreicht

(a) Anzahl der mit einem Arbeitsausfall verbundenen Arbeitsunfälle x 1 000 000/Anzahl der gearbeiteten Stunden. Der Prüfer der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) bestätigt, dass die Kennzahl für 2020 mit angemessener Sicherheit dokumentiert ist.

(b) Exekutivausschüsse oder gleichwertige Gremien der Geschäftsleitungen der fünf Geschäftsfelder der Gruppe sowie der Bouygues SA

Zwischenbilanz 2020

Die Gruppe arbeitete intensiv daran, die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter sicherzustellen, und der Verwaltungsrat überprüfte regelmäßig die Ergebnisse der Maßnahmen. Im Jahr 2020 kam es häufiger zu Arbeitsunfällen. Die Gruppe beklagt den Tod von acht Mitarbeitern auf ihren Baustellen. Im Jahr 2021 wird die Gruppe ihre Bemühungen zur Unfallverhütung, zum Schutz der Gesundheit ihrer Mitarbeiter (Programm „BYCare“) sowie zur Verbesserung ihres Wohlbefindens am Arbeitsplatz intensivieren (Stärkung des Ansatzes „Lebensqualität am Arbeitsplatz“).

Darüber hinaus konnte Bouygues die Ergebnisse des Aktionsplans 2017–2020 zum Thema „Geschlechtergleichstellung in der Gruppe“ überprüfen. Alle Indikatoren zeigen zwar eine Verbesserung des Geschlechterverhältnisses an, doch wurde lediglich das Ziel der Erhöhung des Frauenanteils auf der Ebene „Abteilungsleiter und darüber“ erreicht (20,7 % im Jahr 2020 gegenüber 18 % im Jahr 2017). Daher wird Anfang 2021 ein neuer Plan mit neuen Zielen für die Gruppe und ihre Geschäftsfelder eingeführt, der die Geschlechtergleichstellung auf allen Ebenen fördern soll.

Den Übergang zu neuen Arbeitsweisen unterstützen

Um die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter zu schützen, setzt Bouygues zunehmend neue Technologien ein und transformiert so die Arbeit. In diesem Zusammenhang setzte die Bouygues-Gruppe im Jahr 2020 die Einführung von vernetzten Objekten auf ihren Baustellen fort. Innovationen wie das iPilot-System für die Fernsteuerung von Kränen und die vernetzten digitalen Assistenten erleichtern die Arbeit für die Mitarbeiter und machen es leichter, Unfälle zu verhüten. Während der Coronakrise haben diese neuen Technologien, zusammen mit den Abstandsregeln und anderen Sicherheitsmaßnahmen, dazu beigetragen, die Ausbreitung des Coronavirus einzudämmen.

Eine weitere Folge der Coronakrise ist, dass sich das Tempo der Veränderung der Arbeitsorganisation beschleunigt hat, insbesondere durch die Einführung des Homeoffice. Aufgrund der dynamischen Entwicklung des mobilen Arbeitens

betrachtet es die Gruppe als ihre Aufgabe, das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter sicher zu stellen.

Die Geschäftsfelder bieten Online-Kollaborations-Tools, organisieren Schulungen zum Erwerb digitaler Kompetenzen und stellen die erforderlichen Geräte zur Verfügung, damit die Mitarbeiter von ihren Homeoffice-Arbeitsplätzen aus effizient arbeiten können. Um das Wohlbefinden der Mitarbeiter weiter zu verbessern, sensibilisiert die Gruppe die Mitarbeiter für ihr Recht auf Abschalten („Right to disconnect“) und führt anonymisierte Umfragen zur Mitarbeiterzufriedenheit durch. Mit der Lockerung der Lockdown-Beschränkungen haben die Geschäftsfelder beschlossen, die Arbeitsorganisation erneut zu verändern und kombinieren nunmehr Homeoffice und Präsenzarbeit, um einem Mangel an sozialen Kontakten entgegenzuwirken und das Zugehörigkeitsgefühl zu fördern.

Trophée Entreprise IA

Bouygues Telecom erhielt im Jahr 2020 die Auszeichnung „Trophée Entreprise IA“ für seine Gesamtstrategie im Bereich künstliche Intelligenz. Besonders hervorgehoben wurden bei der Preisverleihung die Bemühungen, die KI-Kompetenzen der Mitarbeiter zu verbessern.

Fast 100

Exoskelette setzt Colas nunmehr weltweit ein. Diese Produkte bringen den Mitarbeitern Entlastung bei körperlich anspruchsvollen und repetitiven Arbeiten auf den Baustellen und tragen so zur Erhaltung deren Gesundheit bei.

Colas hat sein Schulungsangebot erweitert, insbesondere in Bezug auf das Abfallmanagement auf den Baustellen.



Die Mitarbeiter von Bouygues werden für die Herausforderungen des Übergangs zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft sensibilisiert und geschult.



Mit einer KI-gesteuerten App namens „Matchez votre CV!“ können Mitarbeiter ihre Lebensläufe analysieren lassen. Je nach Ergebnis erhalten sie dann eine Liste von offenen Stellen, die optimal auf ihre Fähigkeiten und Erfahrungen zugeschnitten sind.

Die Mitarbeiter auf die beruflichen Anforderungen von morgen vorbereiten

Im Jahr 2020 haben sich Bouygues und seine Geschäftsfelder zur Reduzierung von CO₂-Emissionen ihrer Geschäftsmodelle sowie zur beschleunigten Einführung von kohlenstoffarmen Produkten und Dienstleistungen verpflichtet. Da die Mitarbeiter des Konzerns im Mittelpunkt dieser Transformation stehen werden, muss die Gruppe an zwei Fronten aktiv sein: Sie muss zum einen gewährleisten, dass alle Mitarbeiter mit den Veränderungen in ihren Berufen Schritt halten können und gleichzeitig eine kollaborative und kollektive Initiative zur Umsetzung dieser Strategie in die Wege leiten.

Die Bouygues-Gruppe hat in den letzten Jahren ihre Schulungen in den Bereichen Umwelt und CSR ausgeweitet. Ein Beispiel hierfür ist die WeWood Academy von Bouygues Construction, die den Mitarbeitern die Möglichkeit gibt, ihre Kenntnisse im Holzbau zu vertiefen (siehe S. 30). Die Gruppe arbeitet außerdem daran, dafür zu sorgen, dass sich alle Mitarbeiter – Manager, Büro-, Technik- und Aufsichtspersonal – der CSR-Herausforderungen bewusst sind, denen Bouygues gegenübersteht, und wie die Gruppe auf diese Themen reagiert. Colas hat sein Schulungsangebot um Kurse zu Themen

wie Abfallmanagement auf Baustellen erweitert, während TF1 engagiert daran arbeitet, seine Mitarbeiter in der Anwendung der Prinzipien für eine nachhaltige und umweltfreundliche audiovisuelle Produktion^a zu schulen.

Initiativen dieser Art sind nicht nur wichtig für die Transformation der Gruppe, sondern erhöhen auch die Akzeptanz seitens der Mitarbeiter und verleihen ihnen das Gefühl, dass ihre Arbeit Sinn macht. Außerdem helfen sie dabei, Bouygues für eine neue Generation umweltbewusster Talente attraktiv zu machen. Schließlich sorgt die Gruppe auf diese Weise dafür, dass ihre Mitarbeiter hohe fachliche und diversifizierte Kompetenzen erwerben, um auf dem Arbeitsmarkt von morgen erfolgreich zu sein. Dieser Ansatz entspricht auch der Personalpolitik der Gruppe, die den Schwerpunkt auf interne Förderung, Ausbildung sowie berufliche und geografische Mobilität als Möglichkeit für ein abwechslungsreiches und bereicherndes Arbeitsleben setzt.

(a) Bei der nachhaltigen TV-Produktion handelt es sich um organisatorische und/oder technologische Maßnahmen, die die Umweltauswirkungen von industriellen Prozessen reduzieren oder diese Auswirkungen bereits an der Quelle beseitigen. Gleichzeitig zielt sie auf eine Schonung der natürlichen Ressourcen ab.

“

Man hat mich beim Jobwechsel innerhalb des Konzerns sehr gut unterstützt, und ich konnte mir schnell neue Fähigkeiten aneignen. Jeden Tag lerne ich etwas hinzu und arbeite darüber hinaus in einem wirklich netten Umfeld. Das motiviert mich sehr! Ich habe nun nicht nur neue Aufgaben. Meine neue Position hat mich auch näher an meinen Wohnort gebracht, was mir eine bessere Work-Life-Balance bietet, d.h. eine echte Win-Win-Situation.”

Chafèque JAWHARA
Leiter des Bereichs Governance des Managements von Netzwerkbetriebssystemen
Bouygues Telecom

Top Employer 2020

Bouygues erhielt diese Auszeichnung bereits im dritten Jahr in Folge.

80 165

Mitarbeiter nahmen 2020 an einer Schulung teil.

405

Mitarbeiter nahmen an den Online-Karriere-Workshops teil, die im Jahr 2020 begannen. Behandelt werden in insgesamt sieben berufsbegleitenden Webinaren Themen wie die Vorbereitung von Karrierezielen, die Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit etc.

Die Förderung von Frauen in der Gruppe vorantreiben

Bouygues ist fest davon überzeugt, dass der Erfolg von seiner Fähigkeit abhängt, das Beste aus den Frauen und Männern in den Geschäftsfeldern herauszuholen. Ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis fördert die Kreativität und den Zusammenhalt, was wiederum die Leistung deutlich verbessert und die Transformation der Gruppe beschleunigt. Dabei darf man allerdings nicht vergessen, dass die Gruppe aufgrund der Dominanz des Baugeschäfts aus historischen Gründen traditionell mehr Männer als Frauen beschäftigt. Dies ist ein weiterer Grund dafür, dass die Gruppe proaktiv eine Politik der Geschlechtergleichstellung verfolgt.

Diese Politik ist im Plan „Mixité Groupe“, d.h. dem Aktionsplan zur Verbesserung der Gleichstellung der Geschlechter, verankert, dessen erste Fassung im Jahr 2017 eingeführt wurde. Seitdem hat die Gruppe in vielen Bereichen große Fortschritte gemacht, insbesondere in Bezug auf die Beförderung von Frauen innerhalb der Gruppe.

“

Seit wir unseren ersten Aktionsplan gestartet haben, haben die Bemühungen um ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis im gesamten Unternehmen an Dynamik gewonnen. Unsere Priorität und langfristiges Ziel ist es, dass mehr Frauen in Führungspositionen aufrücken. Deshalb werden wir im Jahr 2021 einen neuen Plan auflegen.”

Jean-Manuel SOUSSAN
Senior Vice President
Direktor Human Resources
der Bouygues-Gruppe

WEITERE INFORMATIONEN
➤ Einheitliches Registrierungsdocument, Kapitel 3 SEFP

Fast 800

Frauen wurden seit dem Beginn der Mentoring-Programme von einem Mentor begleitet.

22. Rang

der Gruppe TF1 im Palmarès Ethics & Boards 2019, der den Frauenanteil in den Führungsgremien der Unternehmen des SBF 120 misst. TF1 steht ebenfalls auf dem 1. Platz unter den Mediengruppen.

80

französische und ausländische Mitarbeiter nahmen an der Online-Konferenz 2020 „Women's Forum Global Meeting“ teil. Mit Vertretern aus allen fünf Geschäftsfeldern war es die größte Delegation von Bouygues seit der ersten Teilnahme des Unternehmens an der Veranstaltung im Jahr 2014.



Bouygues ist sich bewusst, dass Führungskräfte in Bezug auf inklusive Verhaltensweisen gegenüber ihren Teams eine Vorbildfunktion haben. Im Jahr 2020 führte die Gruppe ein neues Schulungsmodul mit dem Titel „Inklusives Management und Performance“ ein und unterstreicht damit ihr Engagement für die Förderung von Diversität und Inklusion auf allen Ebenen der Gruppe.



NACHHALTIGE LÖSUNGEN MIT UND FÜR UNSERE KUNDEN ENTWICKELN

Umweltthemen haben strategische Bedeutung für die Bouygues-Gruppe. Sie zu berücksichtigen, ist für die langfristigen Perspektiven der Gruppe von entscheidender Bedeutung. Mit ihrer Klimastrategie und ihren Verpflichtungen stellt die Gruppe Lösungen bereit, die eine Antwort auf die globalen Herausforderungen des Klimawandels, der Ressourcenknappheit und des Verlustes der Biodiversität bieten.



Die Bouygues-Gruppe unterstützt ihre Kunden weltweit bei der Verbesserung ihrer CO₂-Bilanz. Für das Bauprojekt der BCA Academy in Singapur^a reduzierte Bouygues Construction die Kohlenstoffbelastung beim Bau und Betrieb des Gebäudes.

Bouygues ist davon überzeugt, dass die Stadt von morgen gemeinsam mit ihren Nutzern und Bewohnern gebaut werden muss. Deshalb fördert Bouygues die Mitgestaltung bei den urbanen Transformationsprojekten in Frankreich und im Ausland. Die Gruppe bietet Produkte und Lösungen, die die kohlenstoffarme Mobilität, die Kreislaufwirtschaft und den Schutz von Ökosystemen fördern.

Dabei legt die Bouygues-Gruppe vor allem den Schwerpunkt auf:

- die Förderung der E-Mobilität
- die Schonung von Ressourcen sowie
- den Schutz der Biodiversität.

DIE ZIELE DER GRUPPE

Monitoring der aktuellen Zielerreichung:

	ERGEBNIS				ZIEL
	2018	2019	2020		
Erhöhung des Anteils recycelten Asphalts bei der Asphalt-Produktion von Colas	15 %	16 %	16 %	●	18 % im Jahr 2024
Erhöhung der Anzahl der Steinbrüche und Kiesgruben von Colas, die an ihrem Standort Maßnahmen zum Schutz der Biodiversität durchführen	51 %	52 %	44 %	●	65 % im Jahr 2024
Bewertung der Baustellen, die für eine TopSite-Zertifizierung in Frage kommen (das führende CSR-Label im Bausektor)	11 %	20 %	46 %	●	100 % im Jahr 2020

● Ergebnis stimmt mit dem Ziel überein ● Ergebnis unter dem Ziel ● Ziel nicht erreicht

Zwischenbilanz 2020

Im Jahr 2020 stammten durchschnittlich 16 % der weltweiten Asphaltmischgutproduktion von Colas aus recyceltem Asphalt. Damit wurden über 300 000 Tonnen Bitumen eingespart, was der Bitumenproduktion einer mittelgroßen Raffinerie entspricht.

Im Rahmen des Programms für Steinbrüche von Colas haben insgesamt 171 Standorte Maßnahmen zum Schutz der Biodiversität getroffen. Auf diese Standorte entfallen 44 % des Umsatzes der Produktionsstandorte von Zuschlagstoffen von Colas. Aufgrund der Pandemie mussten zahlreiche mit lokalen Partnern durchgeführte Aktionen ausgesetzt werden.

Bouygues Construction hat das im Juni 2018 eingeführte TopSite-Label ins Leben gerufen, um sicherzustellen, dass seine CSR-Standards weltweit auf seinen Baustellen eingehalten werden. Aufgrund der Pandemie konnten im Jahr 2020 zwar nicht alle Standorte, die für dieses Label in Frage kommen, bewertet werden, dennoch konnte Bouygues Construction die Anzahl der bewerteten Standorte mehr als verdoppeln. Es wird allerdings darauf hingewiesen, dass auf jedem Kontinent mindestens eine Baustelle dieses Label erhalten hat.

(a) Staatliche für das Bauwesen zuständige Behörde (Building and Construction Authority)

Die E-Mobilität fördern

Der Verkehr gehört zu den größten Verursachern von CO₂-Emissionen weltweit^a. Elektrofahrzeuge und andere Formen der Elektromobilität, die leiser und schadstoffärmer sind als andere Verkehrsmittel, bieten die Voraussetzungen für einen gelungenen Umstieg auf einen kohlenstoffarmen Verkehr. Unerlässlich ist in diesem Zusammenhang allerdings der flächendeckende Ausbau der Ladeinfrastruktur.

Als Ergänzung der konventionellen Ladestationen hat Bouygues Energies & Services platzsparende Lösungen entwickelt, bei denen die Ladestationen direkt in die Straßenbeleuchtungsnetze integriert werden. Ein breites Angebot von Dienstleistungen ergänzt diese Systeme und erleichtert deren Nutzung: Mobile Apps und Websites ermöglichen es beispielsweise dem Nutzer, die nächstgelegene Ladestation zu finden und einen Platz zu reservieren etc.

Im privaten Bereich berücksichtigt Bouygues den Trend zur E-Mobilität bereits in der Planungsphase von Gebäuden durch die Integration von Ladestationen. Im Dezember 2019 war Bouygues Mitbegründer von „Ready4Mobility“, einem richtungsweisenden Konsortium, das Bau- und Mobilitätspartner zusammenbringt, um eine Reihe gemeinsamer Standards zu entwickeln, die die Konvergenz von Bau und Mobilität beschleunigen.

Die Gruppe ist auch an Infrastrukturprojekten für den öffentlichen Nahverkehr und die sanfte Mobilität, wie Straßenbahnen, Fahrradwege etc. beteiligt.

(a) Auf den Verkehrssektor entfallen 25% der weltweiten CO₂-Emissionen. Quelle: AIE, 2020.

660

Tonnen CO₂ werden jeden Monat dank des Ladestationsnetzes von Bouygues Energies & Services vermieden

3 663 km

von Colas Rail gewartete Bahnstrecken im Jahr 2020

Die auf Fahrradwegen verlegten Wattway-Platten produzieren erneuerbare Energie, die in das Stromnetz eingespeist wird. Hier in der Gemeinde Grave (Niederlande)



“Wir sind im Bereich der Elektromobilität als zuverlässiger Partner anerkannt. Durch die Leistungsfähigkeit unserer Netzwerke, die Qualität unserer Betriebssysteme, die Kompetenz unserer Mitarbeiter und unsere umfassende geografische Präsenz können wir uns von unseren Mitbewerbern abheben.”

Christophe MAYEN

Leiter der Sparte Mobilität im Verkehr
Bouygues Energies & Services

Ausbau des Straßenbahnnetzes in Birmingham (Vereinigtes Königreich), das jetzt die Grand Central Station und den Centenary Square miteinander verbindet.



Ressourcen sparen

Die Bauindustrie erzeugt in Frankreich 70 % der produzierten Abfälle*. Wichtige Themen für die Gruppe sind daher die zunehmende Verknappung und die rationelle Nutzung der natürlichen Ressourcen. Bouygues überarbeitet seine Prozesse, Produkte und Dienstleistungen, um die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft zu integrieren und die damit verbundenen ökologischen und wirtschaftlichen Vorteile zu nutzen.

Das Baugeschäft der Bouygues-Gruppe setzt Lösungen mit vier Schwerpunkten um: Auswahl nachhaltiger und leicht recycelbarer Materialien bereits in der Planungsphase, Reduzierung der beim Bau verwendeten Ressourcen, Rückgewinnung und Wiederverwendung der Materialien auf der Baustelle sowie Recycling von Materialien. Das Baugeschäft engagiert sich ebenfalls dafür, diese Praktiken in der gesamten Baubranche einzuführen. So haben sich

beispielsweise Bouygues Immobilier und Bouygues Construction mit rund 30 Auftraggebern zusammengeschlossen und eine Initiative unter dem Namen „Die Wiederverwendung aktiv fördern“ ins Leben gerufen. Das Ziel dieser Initiative ist zum einen die Bündelung der Beschaffung, zum anderen die Identifizierung von wiederverwendbaren Materialien und die Überprüfung der Verfügbarkeit solcher Materialien.

Die Gruppe wendet die Grundsätze der Kreislaufwirtschaft auch in ihrem Telekommunikationsgeschäft an. Angesichts von mehreren Millionen alter, ungenutzter Smartphones in Frankreich^b, führt Bouygues Telecom im Rahmen seiner 4R-Strategie (Reparatur, Rücknahme, Rekonditionierung, Recycling) Sensibilisierungskampagnen durch, um die Menschen dazu zu bewegen, alte Smartphones zu sammeln und zu recyceln.

Die Nachfolgenutzung des zukünftigen Olympia-Wassersportzentrums (mit Fußgängerübergang) von Saint-Denis, das für die Olympischen Spiele 2024 in Paris gebaut wird, wurde bereits in der Konzeptionsphase mit berücksichtigt. Die Anzahl der Sitzplätze kann reduziert werden. Der Boden, der Strand und die beiden mobilen Kais des großen Beckens ermöglichen neue Nutzungsmöglichkeiten.



La Maillerie ist das Ergebnis eines Sanierungsprojekts, auf einem Gelände, auf dem ursprünglich eine Textilfabrik und später ein Logistikzentrum standen. Bei dieser Sanierung entschied sich die Gruppe für eine umfangreiche Kreislaufwirtschaftsinitiative mit dem Ziel „Null Abfall“.



Bei der Herstellung der Kulissen und Bühnenbilder setzt TF1 auf Ökodesign und die Wiederverwendung von Kulissen, die bereits bei anderen Produktionen verwendet worden waren. Hier, die Kulissen der neuen Serie *Ici Tout Commence*.

“

Wir haben den Leitfaden „Der Einkauf in der Kreislaufwirtschaft“ erarbeitet und veröffentlicht, um mit dem klassischen linearen Verbrauchsmuster „Produzieren, konsumieren und wegwerfen“ zu brechen. Dieser Leitfaden soll das Bewusstsein unserer Mitarbeiter schärfen und ihnen dabei helfen, die Grundsätze der Kreislaufwirtschaft in ihre Einkaufspraxis zu integrieren.“

Marine ALLAIRE
CSR-Beauftragte
Bouygues Construction Purchasing

Top 5 weltweit

Mit mehr als 450 Recyclinganlagen und über 7 Millionen Tonnen recyceltem Abfall pro Jahr rangiert Colas weltweit unter den Top 5-Unternehmen aus allen Wirtschaftsbranchen.

EnergieSprong

Bouygues Construction hat diese europaweite Charta unterzeichnet, deren Ziel die Einführung von energetischen Sanierungen im sozialen Wohnungsbau ist.

228 494

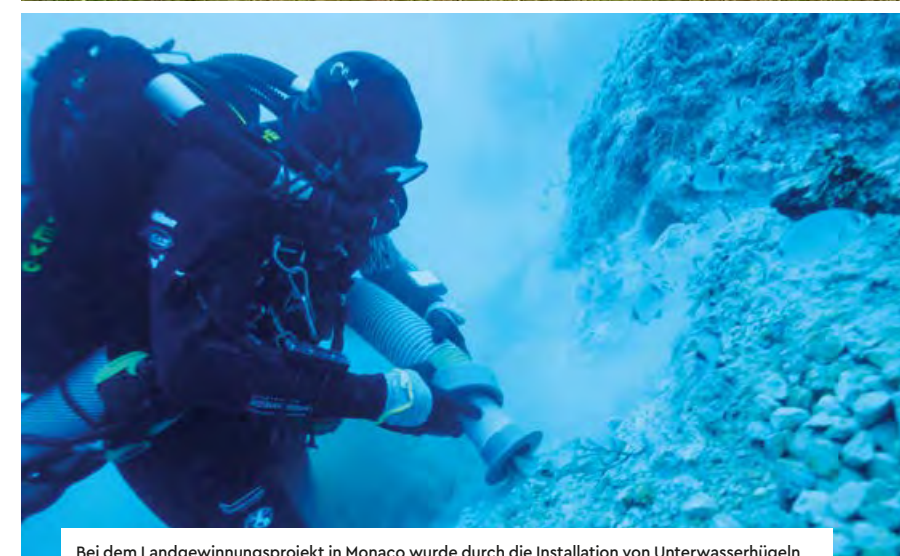
Anzahl der von Bouygues Telecom zum Recycling oder zur Wiederverwendung gesammelten Mobiltelefone

(a) Eurostat, 2018

(b) Alliance française des industries du numérique (Afinum), *Étude du marché et parc de téléphones portables français en vue d'augmenter durablement leur taux de collecte*, Juli 2019 [Studie über den französischen Mobiltelefonmarkt und den Handybestand im Hinblick auf eine langfristige Erhöhung ihrer Sammelquote].



Zur Sensibilisierung ihrer Mitarbeiter für das Thema Biodiversität produzierte Colas den Film *L'aigle et le bousier* (Der Adler und der Mistkäfer), der bei den Festivals „Deauville Green Awards“ und „Fimbacte“ ausgezeichnet wurde.



Bei dem Landgewinnungsprojekt in Monaco wurde durch die Installation von Unterwasserhügeln und vorgefertigten Modulen am Begrenzungsgürtel ein künstliches Riff geschaffen, das inzwischen von der lokalen Meeresfauna besiedelt wurde.

Schutz der Biodiversität

Bouygues ist sich der Auswirkungen von Infrastrukturprojekten auf die Biodiversität im Klaren. Deshalb arbeitet die Gruppe bereits seit mehreren Jahren intensiv daran, den ökologischen Fußabdruck ihrer Projekte zu begrenzen und Lösungen zum Schutz von Ökosystemen sowie zur Bekämpfung der Versiegelung wertvoller Grünflächen zu entwickeln.

Um zukunftsweisende, disruptive Lösungen zu finden, führen Bouygues Construction und Colas Forschungs- und Entwicklungsprogramme zum Schutz der Biodiversität in Infrastrukturen (Schutz vor invasiven Tier- und Pflanzenarten, Kompensationsmaßnahmen, Förderung der marinen Artenvielfalt etc.) und im urbanen Umfeld (Dachbegrünung etc.) durch. Colas Génie Écologique (Umwelttechnik) bietet praktische Lösungen zum Schutz von Ökosystemen an, wie beispielsweise die Renaturierung von Fließgewässern, Baurbeiten in gefährdeten Lebensräumen etc. Auch an seinen eigenen Standorten setzt Colas Maßnahmen zum Schutz der

Biodiversität um. Ein Beispiel: Bei Rose-Belle auf der Insel Mauritius fördert Colas die Entwicklung eines für die Maskareneninseln endemischen Baumfarns: *Cyathea Borbonica*.

Um alle Akteure – Bauunternehmer, Bauträger, Nutzer etc. – im Kampf gegen den Klimawandel zusammen zu bringen, war Bouygues Construction an der Entwicklung des Labels „BiodiverCity“ beteiligt. Als erstes internationales Label seiner Art zeichnet es Bau- und Renovierungsprojekte aus, die die biologische Vielfalt berücksichtigen. Auch Bouygues Immobilier, die das Label BiodiverCity aktiv einsetzt, will bis 2025 25 % der Flächen seiner Projekte mit Schwerpunkt „Positive Biodiversität“^a gestalten.

(a) Ein Projekt nach dem Prinzip „Positive Biodiversität“ verfügt nach Abschluss der Arbeiten über mehr umweltfreundliche Flächen, als vor Umsetzung des Projekts.

WEITERE INFORMATIONEN
> Einheitliches Registrierungsdokument, Kapitel 3 SEFP



2016 hat Colas den Küstenfluss Vistre in Südfrankreich (Departement Gard) renaturiert. Durch die Renaturierung verbesserte sich die Wasserqualität und Arten, die aus dem Gebiet verschwunden waren, kehrten zurück.

“

Steinbrüche und Kiesgruben sind echte ökologische Nischen! Unser erklärtes Ziel ist es, die Biodiversität zu schützen, indem wir Rückzugsgebiete für bedrohte Arten schaffen oder Bienenstöcke an unseren Standorten aufstellen. Solche Initiativen führen wir vor Ort in Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Partnern durch und nutzen sie als Forum für die Sensibilisierung unserer Mitarbeiter und der lokalen Bevölkerung.“

Anne-Laure LEVENT
Vice President Umwelt
Colas

Act4Nature

Bouygues Construction, Bouygues Immobilier und seit 2020 auch TF1 gehören zu den Unterzeichnern der Initiative „Act4Nature“, in der sich Unternehmen zusammengeschlossen haben, die sich für die Berücksichtigung der Biodiversität in ihren Strategien einsetzen.

31,4 %

der Anteil der Projekte von Bouygues Construction, bei denen Maßnahmen zur Förderung der Biodiversität ergriffen wurden

15

die Anzahl der Projekte von Bouygues Immobilier, d.h. fast 9.000 Wohnungen, mit dem BiodiverCity-Label oder für die dieses Label beantragt wurde

DEN LEBENSALLTAG VEREINFACHEN

Die Bouygues-Gruppe verbessert das Leben ihrer Kunden und der Bevölkerung insgesamt durch die innovativen Lösungen, die von ihren Geschäftsfeldern entwickelt werden.



Die Aufgabe des Welcome Managers in den Verkaufsstellen von Bouygues Telecom besteht nicht nur in der Begrüßung und Beratung der Kunden, sondern er ist auch für die ordnungsgemäße Einhaltung der Maskenpflicht und der Abstandsregeln verantwortlich.

Alle Produkte und Dienstleistungen, die von den fünf Geschäftsfeldern der Gruppe angeboten werden, sollen das tägliche Leben einfacher und angenehmer machen, sei es zu Hause, in der Nachbarschaft und in der Stadt oder bei der Mobilität, der Kommunikation, der Information oder Unterhaltung.

Um den Lebensalltag zu vereinfachen, verpflichtet sich die Bouygues-Gruppe insbesondere dazu:

- in Wohnungen und Büros ein Kundenerlebnis von hoher Qualität zu bieten
- die Mobilität in städtischen und ländlichen Zonen zu verbessern, und
- den Zugang zu Kommunikationsnetzen und Medien-Inhalten zu vereinfachen.



Als Lebensräume konzipierte Büroräume und Coworking-Spaces, die die Zusammenarbeit fördern.



Die evolutionen, flexiblen Wohnungen können leicht an die neuen Bedürfnisse der Bewohner angepasst werden (Familie bekommt Zuwachs etc.).

“

Unser *Coliving*-Angebot bietet Wohnkonzepte, die für junge, aktive Zielgruppen zum Sprungbrett ins Berufsleben werden. Dazu verwandeln wir Mietwohnungen in Lebensräume, die den heutigen Lebensstil widerspiegeln: flexible Mietvertragslaufzeiten, zahlreiche private und gemeinschaftlich genutzte Räume sowie Dienstleistungen und Events.”

Augustin ROUSSEAU
Leiter des Angebots *Coliving*^a
Bouygues Immobilier

DIE ZIELE DER GRUPPE

Monitoring der aktuellen Zielerreichung:

	ERGEBNIS				ZIEL
	2018	2019	2020		
In Frankreich und Europa 1 200 Coworking-Spaces unter der Marke <i>Wojo</i> ^a eröffnen, davon 40 <i>Wojo</i> -Coworking-Spaces (auf Standalone-Basis) bis 2024	10 Coworking-Spaces	11 Coworking-Spaces	12 Coworking-Spaces	●	40 Coworking-Spaces in 2024
Verbesserung der Abdeckung des Glasfasernetzes von Bouygues Telecom (in Millionen von vermarkteten FTTH-Anschlüssen)	7,2	12	17,7	●	35 im Jahr 2026

● Ergebnis stimmt mit dem Ziel überein ● Ergebnis unter dem Ziel ● Ziel nicht erreicht

(a) Nextdoor wurde im März 2019 in *Wojo* umbenannt. Die Marke steht für das "Coworking"-Angebot von Bouygues Immobilier im Rahmen einer Joint Venture mit Accor.

Zwischenbilanz 2020

Im Jahr 2020 wurde *Wojo* in Frankreich zum größten Anbieter von Coworking Spaces. Diese Entwicklung ist mit der Markteinführung eines speziellen Angebots an Coworking-Spaces mit der Bezeichnung „*Wojo-Corners*“ und „*Wojo-Spots*“ verbunden. Dabei handelt es sich um Coworking-Lösungen, die an strategischen Standorten z.B. in Cafés, Fitness Centern, Einkaufszentren, Bahnhöfen etc. angeboten werden können. Die beiden Konzepte entwickeln sich seit ihrer Markteinführung äußerst dynamisch: Derzeit gibt es 300 „*Wojo-Spots*“ und 4 „*Wojo-Corners*“. Als Folge der Coronakrise verlangsamte sich die Eröffnung von *Wojo*-Sites auf Standalone-Basis: 12 *Wojo*-Sites werden heute in Frankreich und Spanien betrieben.

Bouygues Telecom beschleunigte den Glasfaserausbau vor dem Hintergrund steigender Nachfrage von Privat- und Firmenkunden. Im Rahmen seines Strategieplans „*Ambition 2026*“ plant Bouygues Telecom eine Verdoppelung der FTTH-Abdeckung auf 35 Millionen vermarktete Anschlüsse bis Ende 2026. Das Unternehmen wird so Marktanteile gewinnen und seinen Kunden ein besseres Erlebnis bieten.

Im Jahr 2020 hat Bouygues Immobilier die Vermarktung der vernetzten Haustechniklösung „*Flexom*“ eingestellt. Allerdings bedeutet das nicht das Ende der Entwicklung von vernetzten Wohnungen. Mittlerweile bietet Bouygues Construction die Lösung „*Wizom Connected*“ an.

In Wohnungen und Büros ein Kundenerlebnis von hoher Qualität bieten

Klimawandel, Energiewende, die Möglichkeiten der Digitalisierung, der starke Trend zur Arbeit im Homeoffice und das Bedürfnis nach Einfachheit und Benutzerfreundlichkeit verändern die Erwartungen der Kunden an ihre Wohn- und Arbeitsumgebung. Die COVID-19-Pandemie hat ein Schlaglicht auf diese Trends geworfen und sie beschleunigt.

Bouygues reagiert darauf mit der Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen, die Dienstleistungen und der Nutzung einen höheren Stellenwert einräumen, als dem Eigentum an der Wohnimmobilie. So bietet die Gruppe insbesondere:

- Vernetzte Wohnungen, die dank Echtzeitüberwachung des Energieverbrauchs sowie Fernbedienung und Zentralisierung von Beleuchtung, Heizung und Rollläden komfortabler, effizienter und wirtschaftlicher sind.
- „All inclusive“-Mietwohnungen. Dieses bereits im Vereinigten Königreich angebotene Konzept läuft unter der Bezeichnung *Build-to-rent*.

Linkcity hat dieses Konzept 2020 in Frankreich eingeführt. Zielgruppe für diese bereits voll möblierten Mietwohnungen sind Familien und Haushalte in Großstädten. Sie bieten große gemeinschaftlich genutzte Einrichtungen (Lese- oder TV-Lounge, Dachterrasse, Fitnessstudio, Coworking-Bereich etc.).

- Evolutive, flexibel zu nutzende Wohnungen, die dank einer modularen Architektur an die sich ändernden Bedürfnisse der Bewohner angepasst werden können (Familie bekommt Zuwachs, häusliche Pflege von Senioren im eigenen Zuhause etc.).
- Ansprechend gestaltete Büros und Coworking Spaces, die die Zusammenarbeit und das Wohlbefinden bei der Arbeit fördern und gleichzeitig energieeffizient sind.

Spacemaker

Bouygues Immobilier hat einen Partnerschaftsvertrag mit dem norwegischen Start-up *Spacemaker* unterzeichnet, das ein KI-gestütztes Tool entwickelt hat, das Architekten bei der Optimierung von Immobilienentwicklungsprojekten unterstützt.

Über 3 000

vernetzte Wohnungen, die mit der Lösung „*Wizom Connected*“ ausgerüstet sind.

(a) Wohnimmobilien mit Privatbereichen sowie Bereichen, die mit anderen Bewohnern gemeinschaftlich genutzt werden und darüber hinaus Dienstleistungen wie Internet und Wäscherei beinhalten.



In der Republik Côte d'Ivoire hat Colas einen Abschnitt der „Nordstraße“ saniert, die die Stadt Abidjan mit dem Grenzgebiet zu Burkina Faso und Mali verbindet. Dieses Großprojekt unterstützt die wirtschaftliche Entwicklung der Region und verbessert die Lebensbedingungen für die Bewohner.

21,6 km

Länge des von Bouygues Construction gebauten Abschnitts für die Hochgeschwindigkeitszugstrecke zwischen London und Birmingham.

Singapur

Colas Rail konnte hier einen ersten Auftrag verzeichnen: Erneuerung der Stromversorgung des vollautomatischen Kabinenbahnsystems Bukit Panjang LRT.

Etwa 90 %

beträgt der prozentuale Anteil des Colas-Umsatzes auf bereits bebauten Böden.

Über 100 km

provisorische Radwege hat Aximum im Frühjahr 2020 in der Île-de-France angelegt.



In den westlichen Vororten von Paris wird das Viertel Nanterre Cœur Université durch die zahlreichen öffentlichen Verkehrsmittel (Straßenbahn, Bus, RER) aufgewertet, die im zukünftigen Bahnhof Nanterre Université an einem Knotenpunkt zusammengeführt werden.

Die Mobilität in städtischen und ländlichen Zonen erleichtern

Der Mobilitätsbedarf steigt aufgrund des Bevölkerungswachstums und der zunehmenden Urbanisierung. Städte und Gemeinden kämpfen mit Verkehrsstaus und zunehmender Umweltverschmutzung, die durch unzureichende oder fehlende Infrastrukturen verursacht werden. Dadurch verlieren sie als Wohnort an Attraktivität und auch ihre wirtschaftliche Entwicklung wird gebremst.

Diese Herausforderung steht im Mittelpunkt des Baugeschäfts der Bouygues-Gruppe. Sie baut Tunnel, Brücken, Straßen und Bahnstrecken, die den Personen- und Warenverkehr erleichtern. Die Bauunternehmen der Gruppe verfügen über anerkannte Expertise in der Renovierung und Sanierung bestehender Infrastrukturen, Lösungen, die die Gruppe bereits seit mehreren Jahren bevorzugt, um der Versiegelung und dem

Verlust von Grünflächen entgegenzuwirken und die CO₂-Emissionen in Grenzen zu halten.

In ihrem Bestreben, eine möglichst kohlenstoffarme Mobilität zu fördern, arbeitet die Gruppe eng mit den Städten und Gemeinden zusammen, um die Verkehrsnetze für die sanfte Mobilität (Fahrradwege etc.) und öffentliche Verkehrsmittel (U-Bahnen, Straßenbahnen und urbane Seilbahnen) zu erweitern.

Um den optimalen Betrieb der Bauwerke zu gewährleisten und deren Lebensdauer zu verlängern, setzt Colas vernetzte Objekte ein, die eine präventive Wartung ermöglichen. Colas bietet den Nutzern ebenfalls Dienstleistungen an, die die Verkehrssicherheit und den Verkehrsfluss verbessern.

“

Der künftige Bahnhof der Linie Eole[®] wird das Herzstück eines großen intermodalen Verkehrsknotenpunkts in Paris bilden, der den Nutzern erhebliche Zeitersparnis bringen wird. Das Projekt ist eine immense technische und organisatorische Herausforderung, da nahezu alle Techniken des Bauingenieurwesens zum Einsatz kommen.“

Philippe VAILLANT

Projektleiter des Bahnhofs Eole der Porte Maillot (Paris)
Bouygues Construction

(a) Verlängerung des RER E in Richtung Westen – SNCF Réseau

Den Zugang zu Kommunikationsnetzen und Medien-Inhalten vereinfachen

Arbeiten im Homeoffice, Videokonferenzen mit Freunden und Kollegen, aber auch virtuelles Lernen und Online-Unterricht sind für viele zur Selbstverständlichkeit geworden. Die Voraussetzung ist jedoch ein leistungsstarkes Kommunikationsnetzwerk. Bouygues Telecom steht damit vor einer doppelten Herausforderung: Zum einen beste Verbindungsqualität zu bieten, auch in Zeiten von Nachfragespitzen, und gleichzeitig einen gleichberechtigten Zugang zu allen Diensten für alle sicherzustellen, auch für Menschen, die in weniger dicht besiedelten Gebieten leben. Der Betreiber investiert daher in den Ausbau des Umfangs, der Qualität, der Geschwindigkeit und der Zuverlässigkeit seiner Highspeed-Breitbandnetze für Mobilfunk und Festnetz. So garantiert Bouygues Telecom, dass jeder von zu Hause aus oder auf mobilen Geräten einfach und nahtlos auf Inhalte zugreifen kann.

Im Mediengeschäft passt die Gruppe ihr Angebot an, um der wachsenden Nachfrage nach personalisierten Inhalten gerecht zu werden: *Replay*[®]-Plattform, erweiterte Serviceleistungen und *Video on Demand*. TF1 plant darüber hinaus die Einführung von „adressierbarem Fernsehen“, bei dem während der gleichen Sendung unterschiedlich auf den jeweiligen Zuschauer abgestimmte Werbefotoschichten gesendet werden.

Während der Pandemie haben sowohl TF1 als auch Bouygues Telecom besondere Anstrengungen unternommen, damit die Kunden stets in Verbindung bleiben konnten. Sie haben einen kontinuierlichen und zuverlässigen Zugang zu Kommunikationsnetzen und Medieninhalten sichergestellt.

(a) Möglichkeit, ein bereits ausgestrahltes Programm zeitversetzt und wiederholt zu sehen.

100 %

der Ziele des „New Deal Mobil“ wurden von Bouygues Telecom erreicht. Mit dieser mit dem französischen Staat unterzeichneten Vereinbarung soll die 4G-Abdeckung in den ländlichen Gebieten in Frankreich vervollständigt und vorangetrieben werden.

Salto

die von TF1, France Télévisions und M6 im Oktober 2020 ins Leben gerufene *Video-on-demand*-Plattform. Ziel des Streaming-Portals: aktive Beteiligung an der Ausstrahlung und Verbreitung audiovisueller Programme aus Frankreich oder Europa

+ 50 %

Anstieg der Sprachnutzung über das Mobilfunknetz durch die Kunden von Bouygues Telecom während des ersten Lockdowns in Frankreich^b

X 2

Während des ersten Lockdowns in Frankreich dauerte das Nachrichtenprogramm von TF1 durchschnittlich doppelt so lang wie üblich. 80 % des Nachrichtenprogramms bestand aus Reportagen.

(b) Von Mitte März bis Mitte Mai 2020

WEITERE INFORMATIONEN

> Einheitliches Registrierungsdokument, Kapitel 3 SEFP

“

Die schrittweise Abschaffung des TV-Modems und seine Ersetzung durch eine Smart-TV-App markiert den Beginn einer neuen Ära von *Triple-Play*-Angeboten: ein einfacheres Benutzererlebnis, ein geringerer CO₂-Fußabdruck und der Zugang zu immer breiteren TV-Inhalten.“

Benoît TORLOTING
Stellvertretender CEO
Bouygues Telecom



Seit dem ersten Lockdown im März 2020 haben die Teams von Bouygues Telecom die Wartung und Überwachung der Netzwerke vor Ort und in den Büros sichergestellt, um trotz der hohen Netzbelastung allen Kunden den Zugang zum Netz zu ermöglichen.

Die Teams von TF1 haben der französischen Bevölkerung während der Coronakrise ständig aktualisierte Informationen geboten. Dazu waren eine Neuorganisation der Redaktion und neue, der Gesundheitslage angepasste Arbeitsweisen erforderlich.



ZU EINEM HARMONISCHEN ZUSAMMENLEBEN BEITRAGEN

Mit dem digitalen und technologischen Wandel werden die modernen Gesellschaften kollaborativer. Auf lokaler Ebene wünschen sich die Menschen zunehmend engere soziale Bindungen. Angetrieben von seiner Vision, das Leben besser zu machen, leistet Bouygues als zentraler Akteur einen wichtigen Beitrag zu diesen gesellschaftlichen Entwicklungen.



Les Fabriques ist ein in einer ehemaligen Industriebrache in Marseille gelegenes dynamisches Stadtviertel mit urbaner Mischnutzung. Zur Begrünung wurden dort 85 heimische Baum- und Straucharten angepflanzt.

Die Bouygues-Gruppe ist der Meinung, dass die Stärkung des sozialen Zusammenhalts und des Dialogs das Leben jeden Tag besser macht. Wo immer es möglich ist, fördert sie gegenseitige Hilfe, harmonisches Zusammenleben und Solidarität für eine inklusivere Gesellschaft. Die Digitalisierung bringt als starker Impulsgeber für den sozialen Zusammenhalt eine zusätzliche Dimension ins Spiel.

Seit Beginn der Coronakrise arbeiten die Geschäftsfelder der Gruppe engagiert daran, den Zugang zu den wesentlichen Dienstleistungen für die Bevölkerung zu sichern. Ein Beispiel: Bouygues Telecom stellt qualitativ hochwertige Netzwerke

sicher und unterstützt den Trend zum Homeoffice und andere neue Nutzungs- und Verwendungsmöglichkeiten. TF1 konzentriert sich auf die Bereitstellung qualitativ hochwertiger Informationen und bietet Programme, die dieser schwierigen, von Lockdowns gekennzeichneten Zeit angepasst sind.

Um zu einem harmonischen Zusammenleben beizutragen, engagiert sich Bouygues für:

- die Stärkung der sozialen Bindungen
- die allgemeine Anwendung von Dialog und Mitgestaltung
- die Förderung lokaler Solidaritätsinitiativen.



Bouygues Telecom hat den Kunden, die im Kampf gegen Covid-19 an vorderster Front arbeiten (Krankenhäuser, öffentliche Einrichtungen, Unternehmen etc.) geholfen, technische Unterstützung geleistet und Material und Ausrüstung gespendet. Hier im Universitätskrankenhaus von Nantes.

“Nation apprenante” (Lernende Nation)

TF1 unterstützte diese landesweite Kampagne durch die Ausstrahlung von Bildungsprogrammen für Schulkinder aller Altersklassen, die während des Lockdowns zu Hause saßen.

20 000

Anzahl der Handy-Flatrates, die Bouygues Telecom im Rahmen der Aktion „Spende ein Gigabyte“ zusammen mit 10 000 Smartphones dem französischen Roten Kreuz gespendet hat.

31 %

Anteil der En-Bloc-Reservierungen, die Bouygues Immobilier an die Sozialwohnungsbaugesellschaften vermarktet hat.

DIE ZIELE DER GRUPPE

Monitoring der aktuellen Zielerreichung:

	ERGEBNIS			ZIEL
	2018	2019	2020	
Erhöhung der Anzahl von Produktionsstandorten von Colas, in denen Initiativen zum Dialog mit den lokalen Gemeinden ins Leben gerufen wurden*	47 %	44 %	43 %	50 % im Jahr 2021

● Ergebnis stimmt mit dem Ziel überein ● Ergebnis unter dem Ziel ● Ziel nicht erreicht

(a) Aktivität, für die (anhand eines spezifischen Berichts) während des Berichtszeitraums nachgewiesen werden kann, dass tatsächlich eine Interaktion mit den Anwohnern, den gewählten Vertretern und der Verwaltung (Treffen, Reaktion auf Beschwerden) stattgefunden hat. Die entsprechende Dokumentation muss in den Akten aufbewahrt werden.

Zwischenbilanz 2020

Um die Akzeptanz der Öffentlichkeit für seine Geschäftsaktivitäten zu verbessern, wurden von 43 % der mit Materialien verbundenen Geschäftsaktivitäten von Colas^b auf lokaler Ebene Initiativen zum Dialog ins Leben gerufen. Der im Vergleich zu 2019 zu beobachtende leichte Rückgang ist eine Folge der Reduzierung solcher Initiativen aufgrund von COVID-19-bedingten Einschränkungen.

Zusätzlich zu diesem formellen Dialog sorgt Colas dafür, dass seine Produktionsstätten vorbildlich organisiert sind. Auf seinen Baustellen setzt Colas innovative Lösungen ein. Dazu gehören auch Apps, um mit den Anwohnern in Verbindung zu treten und auf Beschwerden über mögliche Beeinträchtigungen aufgrund der Bautätigkeit reagieren zu können.

Den sozialen Zusammenhalt stärken

Auf der Grundlage dieser Vision entwickeln die Bouygues-Gruppe und ihre Geschäftsfelder Produkte und Dienstleistungen, bei denen Dialog und Austausch im Mittelpunkt stehen. Mit täglich 25 Millionen Zuschauern möchte TF1 die Gesellschaft positiv inspirieren. TF1 bemüht sich bei der Programmgestaltung, die Diversität der Gesellschaft zu repräsentieren möglichst allen unterschiedlichen Meinungen Gehör zu verschaffen. In einem von der Coronakrise gekennzeichneten Umfeld arbeitet TF1 mit großem Engagement daran, sein Publikum zu informieren und zu unterhalten und passt deshalb sein Nachrichten- und Inhaltsangebot der Situation an.

Die Bereiche Telekommunikation von Bouygues spielen eine wichtige Rolle dabei, Menschen in Kontakt zu bringen und soziale Kontakte aufrechtzuerhalten.

Bouygues Telecom half Freunden, Verwandten und Bekannten während des Lockdowns in Kontakt zu bleiben und spendete Hilfsgüter und Materialien für bedürftige Mitbürger, medizinisches Personal und Krankenhäuser. Bouygues Telecom verlängerte außerdem seine Partnerschaft und sein Engagement mit der Obdachlosenhilfe Samu Social de Paris, die u.a. die Überwindung der digitalen Kluft anstrebt.

Das Baugeschäft baut Räume für das tägliche Miteinander von Menschen und sozialen Gruppen. Die soziale Vielfalt wird bei der Gestaltung von Öko-Quartieren systematisch berücksichtigt. In kleinerem Maßstab fördern zahlreiche Community-Apps, Concierge- und ähnliche Dienste den Austausch zwischen Bewohnern desselben Wohngebäudes.

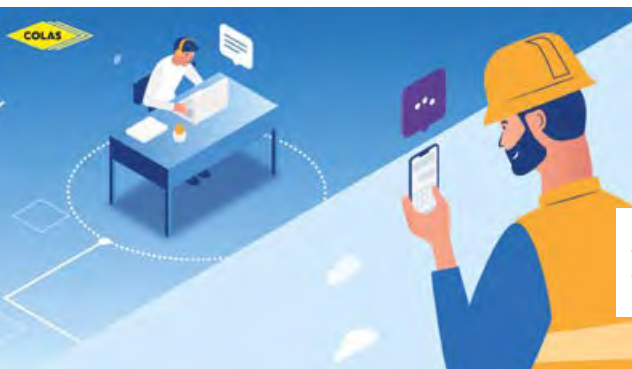
“

Während der Pandemie standen wir an der Seite unserer Kunden und haben alles daran gesetzt, um den Ausbau der Netzwerkinfrastruktur voranzutreiben. Und im April und Mai haben wir den außergewöhnlichen Schritt unternommen, alle Rechnungen sofort zu begleichen, ohne die übliche Zahlungsfrist abzuwarten, um so den finanziellen Druck auf unsere KMU-Partner zu verringern.”

Christian LECOQ
Finanzdirektor
Bouygues Telecom

(b) Bezogen auf den Umsatz

Für das Öko-Quartier Eglantine in Morges in der Schweiz schlug Bouygues Construction den Anwohnern und lokalen gemeinnützigen Vereinen einen innovativen partizipativen Ansatz vor (Brainstorming-Workshops, kreative Seminare, Informationstreffen, Besichtigungen etc.).



Um den Dialog mit den Bewohnern in der Nähe von Baustellen zu erleichtern und aufrechtzuerhalten, entwickelte Colas die interaktive Lösung „Hello Travaux“ und setzte sie bereits ein.

Den Dialog eröffnen und die Mitgestaltung fördern

Wenn noch vor Beginn eines Projekts alle Beteiligten, d.h. Kunden, Behördenvertreter, Anwohner, Studenten oder Senioren, eingebunden werden, können geeignetere und breiter akzeptierte Lösungen entwickelt und angeboten werden. Aus diesem Grund begrüßen alle Geschäftsfelder der Gruppe Initiativen, die auf Feedback, Dialog und Beratung basieren.

Das Baugeschäft legt großen Wert darauf, die unterschiedlichen Erwartungen der Anwohner zu berücksichtigen. Versammlungen, partizipative Workshops, *Serious Games*® und Apps sind nur einige Möglichkeiten, wie sie in allen Projektphasen einbezogen werden können – vor und während der Ausführungsarbeiten und nach der Übergabe.

Auch der Dialog und die Information der Menschen, die in der Nähe der Baustellen wohnen, sind dabei entscheidend für

die Akzeptanz. Die Plattform „Com'in“, ein Produkt des Intrapreneurship-Programms von Bouygues, ermöglicht es Anwohnern von Baustellen, in Echtzeit baustellenbedingte Lärm-, Staub- oder Verkehrsbelästigungen zu melden. In einigen Fällen werden die Arbeiten als Reaktion auf diese Meldungen ausgesetzt oder angepasst, um die empfundenen Störungen zu reduzieren.

Auch Bouygues Telecom bezieht seine Kunden in die kontinuierliche Verbesserung seiner Produkte und Dienstleistungen ein, insbesondere über den sogenannten „Kundenausschuss“.

Die TV-Kanäle und Medien von TF1 stehen ebenfalls über die sozialen Medien und die Rubrik „TF1&Vous“ der Website ständig in Kontakt mit ihren Zuschauern. Im Jahr 2020 führte TF1 außerdem eine Bürgerbefragung zu den Folgen der Coronakrise durch. Die Ergebnisse werden auch an die öffentlichen Behörden weitergeleitet und fließen in die Programmgestaltung von TF1 und LCI ein.

(a) Ein spielerisches, auf Rollenspielen basierendes pädagogisches Tool.

“

City.Play bildet die Grundlage für unsere Strategie, ein Global Player im Bereich End-to-End-Lösungen für Städte zu werden. Wir wollen die Bürger, Nutzer und Anwohner in die Gestaltung der Städte der Zukunft einbeziehen.”

Julien SCHMID
Leiter Strategisches Marketing
Bouygues Construction

„Com'in“

heißt die Lösung, die mit der Trophée de la Construction 2020 in der Kategorie „digitale Lösung für Baustellen“ ausgezeichnet wurde.

Lehrstuhl „Smart City und Gemeinwohl“

Dieser Lehrstuhl wurde im Jahr 2020 von der Gruppe gemeinsam mit der Elit Hochschule HEC Paris eingerichtet. Er soll die Gestaltung nachhaltiger Städte mit wissenschaftlich belegten Überlegungen begleiten.

Förderung von Solidaritätsinitiativen

Die Politik in Bezug auf das Mäzenatentum wird auf der Ebene der Bouygues-Gruppe, der Geschäftsfelder sowie über lokale Bürgerinitiativen umgesetzt. Die Mäzenatspolitik von Bouygues SA konzentriert sich auf drei Hauptthemen: Bildung, Gesundheit und Soziales. Jedes Geschäftsfeld des Konzerns entwickelt zudem eigene Initiativen im Bereich Mäzenatentum.

Die Gruppe unterstützt alle Arten von Initiativen, unabhängig davon, ob sie von großen oder kleinen Organisationen angestoßen werden. Langfristige Aktionen haben jedoch Priorität. Die Gruppe unterstützt Aktionen auf der ganzen Welt und an allen Standorten, sie beteiligt sich am lokalen Leben und hat dabei besonders die Projekte im Blick, die von ihren Mitarbeitern unterstützt werden.

Die Stiftung Francis Bouygues unterstützt Abiturienten aus benachteiligten Familien, damit sie einen Hochschulabschluss machen können. Ludvine Velay, Chirurgin für Haus- und Kleintiere und Stipendiatin der Stiftung.



Ihr Engagement trägt zum positiven Einfluss von Bouygues in den Regionen bei. Wo immer dies möglich ist, bringen die Geschäftsfelder ihr gesellschaftliches Engagement in konkretem Handeln zum Ausdruck und stellen ihre Expertise freiwillig und ehrenamtlich zur Verfügung.

Seit Beginn der Coronakrise haben die Geschäftsfelder alle Hebel in Bewegung gesetzt, um den Gesundheitssektor zu unterstützen. Sie spendeten chirurgische Masken, stellten ihre Produktionslinien auf die Herstellung von Handdesinfektionsmitteln um etc. Auch die Medien- und Telekommunikationsunternehmen haben ihren Teil dazu beigetragen. Sie strahlten kostenlos Aufklärungsspots und Spendenaufrufe für gemeinnützige Organisationen aus.



Im Frühjahr 2020 stellte das Werk Aximum (Colas) in Noyon (Nordfrankreich) seine Farb- und Markierungsproduktion innerhalb von wenigen Tagen auf die Produktion von Desinfektionsmitteln um. Innerhalb von sechs Wochen produzierte das Werk 40 000 Liter.

2020 veröffentlichte Bouygues Bâtiment International die Broschüre *Nos belles histoires (What commitment means to us - Was Engagement für uns bedeutet)*. Diese Broschüre beschreibt, wie die Mitarbeiter des Unternehmens ihren Beitrag zu lokalen Gemeinschaften leisten, wie z.B. hier in Madagaskar.



INTERNET
> Broschüre *Nos belles histoires – What commitment means to us*
QR Code zum Einscannen (eine entsprechende App und eine Internetverbindung sind hierzu notwendig)

WEITERE INFORMATIONEN
> Einheitliches Registrierungsdokument, Kapitel 3 SEFP

200 000 Euro

wurden im Rahmen einer SMS-Spendenkampagne für das Rote Kreuz gesammelt, zu der Bouygues Telecom während der Covid-19-Krise aufgerufen hat.

Fast 50

Mitarbeiter von Bouygues Telecom erklärten sich bereit, über die Unternehmensstiftung Bouygues Telecom gemeinnützigen Vereinen unter die Arme zu greifen (z.B. bei der Kontaktpflege mit Senioren etc.)

989

Stipendiaten wurden seit der Gründung der Stiftung im Jahr 2005 von der Francis Bouygues Stiftung gefördert.

“

Als das Land zum Stillstand kam, zeigten viele Franzosen ihre pragmatische Seite und engagierten sich in zahlreichen Initiativen. Sie wollten ihre Geschichten teilen und über ihre Initiativen sprechen - und wir waren da, um ihnen eine Plattform zu geben. Und auch viele Unternehmen haben sich schnell und sehr flexibel auf die neue Situation eingestellt. In unseren Nachrichtensendungen und Reportagen berichteten wir über diese Erfahrungen.”

Anne-Claire COUDRAY
Chefsprecherin/ Moderatorin der Wochenend-Nachrichtensendung von TF1 während des Lockdowns

5 UNSERE GOVERNANCE

Die Bouygues-Gruppe verfügt über eine stabile Governance, die es ihr ermöglicht, ihre Wertschöpfungsstrategie langfristig umzusetzen. Im Einklang mit ihrer Kultur, ihren vielfältigen Aktivitäten und ihrer einzigartigen Eigentümerstruktur setzt die Gruppe auf Vertrauen und Eigenverantwortung sowie auf den Dialog zwischen der Muttergesellschaft und den Geschäftsfeldern.



Das Baugeschäft der Bouygues-Gruppe unterstützt Städte und Kommunen bei der Entwicklung ihrer kohlenstofffreien Verkehrsnetze.

Die Bauarbeiten an der Linie B der Metro der Stadt Rennes, zwischen Saint-Jacques-Gaîté (im Nordosten) und Cesson-Viasilva (im Südwesten der Stadt)

EIN VERWALTUNGSRAT, DER EINE LANGFRISTIGE VISION VERFOLGT

Zusammensetzung des Verwaltungsrates

Stand 18. Februar 2021



● Martin Bouygues
Präsident des Verwaltungsrates



● Olivier Bouygues



● Edward Bouygues
Ständiger Vertreter
von SCDM



● Cyril Bouygues
Ständiger Vertreter
von SCDM Participations



● Clara Gaymard



● Anne-Marie Idrac



● Colette Lewiner



● Benoît Maes



● Rose-Marie
Van Lerberghe



● Alexandre de Rothschild



● Bernard Allain



● Béatrice Besombes



● Raphaëlle Deflesselle



● Michèle Vilain

- Mitglied der Gruppe SCDM
- Unabhängiges Verwaltungsratsmitglied
- Externes nicht unabhängiges Verwaltungsratsmitglied
- Verwaltungsratsmitglied Arbeitnehmervertreter
- Verwaltungsratsmitglied Vertreterin der Mitarbeiteraktionäre

50 %

Unabhängige
Verwaltungsratsmitglieder^a

50 %

Frauen im
Verwaltungsrat^b

8,9 Jahre

Durchschnittliche
Mandatsdauer der
Verwaltungsratsmitglieder

58 Jahre

Durchschnittsalter der
Verwaltungsratsmitglieder

VIELFÄLTIGE UND SICH ERGÄNZENDE ERFAHRUNGEN UND FÄHIGKEITEN

Fundierte Branchenkenntnisse

Bau – Immobilien

7

Energie – Verkehr – Versorger^c

6

Bank – Versicherung

4

Industrie

4

Telekom

4

Medien

3

Öffentlicher Dienst

2

Fachkompetenzen

Leitende Funktion in einem Großunternehmen

8

Finanzwesen

6

Internationale Erfahrung

5

Digitales

4

CSR (Corporate Social Responsibility)

4

Human Resources (Personalwesen)

2

(a) Ohne Arbeitnehmervertreter und Vertreter der Mitarbeiteraktionäre

(b) Ohne Arbeitnehmervertreter

(c) Dienstleister (Wasser, Strom, sonstige öffentliche Dienstleistungen)

Die Arbeit des Verwaltungsrats und seiner Ausschüsse im Jahr 2020

DIE ARBEIT DES VERWALTUNGSRATS AN DEN GROSSEN STRATEGISCHEN HERAUSFORDERUNGEN DER GRUPPE

Der Verwaltungsrat stellt sicher, dass die Strategie der Gruppe umgesetzt wird. Alle wichtigen strategischen Entscheidungen, die Bouygues und die Geschäftsfelder betreffen, werden vom Verwaltungsrat geprüft. So standen im Jahr 2020 auf der Tagesordnung des Verwaltungsrats beispielsweise die Gesundheitskrise Covid-19, die Klimastrategie der Gruppe, die geplante Übernahme von Euro-Information Telecom, einer Tochtergesellschaft des Crédit Mutuel, sowie die Veräußerung der von Bouygues an Alstom gehaltenen Aktien.



(a) soziale Verantwortung des Unternehmens (CSR/SVU)

WICHTIGE KENNZAHLEN DES VERWALTUNGSRATES 2020

98 %

Teilnahmequote
(an den Verwaltungsratssitzungen)

13

Verwaltungsratssitzungen –
darunter fünf zum Thema
Covid-19

16

Ausschusssitzungen,
darunter vier zum Thema
CSR und Klimastrategie

DIE ARBEIT DER DREI SONDERAUSSCHÜSSE IM JAHR 2020

Rechnungsausschuss

Benoît Maes
Vorsitzender

Wiederkehrende Aufgaben:

- Überwachung des Prozesses der Erstellung der Abschlüsse und Finanzinformationen
- Überprüfung der Wirksamkeit der internen Kontroll- und Risikomanagementsysteme
- Prüfung der Risikokartierung und der wichtigsten Rechtsstreitigkeiten
- Überwachung der Arbeit der Abschlussprüfer

Sonderprüfungen im Jahr 2020:
Cybersicherheit, Management der Gesundheitskrise Covid-19 und Organisation der Auswahl der Abschlussprüfer

6 Sitzungen
100 % Teilnahmequote

Ausschuss für Ethik, CSR und Mäzenatentum

Anne-Marie Idrac
Vorsitzende

Wiederkehrende Aufgaben:

- Gewährleistung der Einhaltung der Werte und Verhaltensregeln der Gruppe
- Überwachung der Themen in Bezug auf Compliance, CSR und Veränderungen der Geschäftsmodelle
- Nachverfolgung der Umsetzung der Roadmaps zur nachhaltigen Entwicklung in den Geschäftsfeldern
- Abgabe von Stellungnahmen zu Förderaktivitäten und Mäzenatentum gegenüber dem Verwaltungsrat
- Validierung der neuen Compliance-Programme und der Aktualisierungen des Ethikkodes und der Compliance-Programme

Sonderprüfungen im Jahr 2020:
Mitwirkung an der Ausarbeitung der Klimastrategie und Prüfung der in der Gruppe umgesetzten Maßnahmen zum Sapin-2-Gesetz.

5 Sitzungen
100 % Teilnahmequote

Nominierungs- und Vergütungsausschuss

Colette Lewiner
Vorsitzende

Wiederkehrende Aufgaben:

- Stellungnahmen zu Nominierungen sowie zur Verlängerung der Mandate von Mitgliedern des Verwaltungsrates, des CEO und der stellvertretenden CEOs gegenüber dem Verwaltungsrat
- Stellungnahmen zur Zusammensetzung der Ausschüsse gegenüber dem Verwaltungsrat
- Vorschläge gegenüber dem Verwaltungsrat zur Vergütungspolitik sowie zur Höhe der Vergütungen der Mitglieder der Verwaltungsorgane
- Vorschläge für Richtlinien für die Gewährung von Aktienoptionen

Sonderprüfungen im Jahr 2020:
Im Jahr 2020 Überprüfung der variablen Vergütung der Verwaltungsorgane im Hinblick auf die Covid-19-Krise

5 Sitzungen
100 % Teilnahmequote

WEITERE INFORMATIONEN
> Einheitliches Registrierungsdocument, Kapitel 5.3 Der Verwaltungsrat

GESCHÄFTSLEITUNGSTEAM UND VERGÜTUNGSGRUNDSÄTZE

Das Group Management Committee von Bouygues setzt sich aus den CEOs der Muttergesellschaft und den Leitern der Geschäftsfelder zusammen, die alle über große Erfahrung innerhalb der Gruppe verfügen. Jedes Geschäftsfeld definiert seine eigene Geschäftsstrategie im Rahmen der Hauptorientierungspunkte, die von der Muttergesellschaft festgelegt werden. Auf diese Weise arbeiten die Geschäftsfelder an der Bewältigung der großen Herausforderungen der Gruppe und behalten gleichzeitig einen großen Handlungsspielraum bei der Führung ihrer eigenen Geschäfte. Der kontinuierliche und konstruktive Dialog zwischen der Muttergesellschaft und den Geschäftsfeldern ist von wesentlicher Bedeutung, um auf höchster Ebene eine Harmonisierung und Koordinierung sicherzustellen.

GROUP MANAGEMENT COMMITTEE

Stand 18. Februar 2021

Bouygues SA:

Die Muttergesellschaft ist maßgeblich in den Verwaltungsräten der fünf Geschäftsfelder der Gruppe vertreten und kann so deren Strategie mitbestimmen und bei wichtigen Entscheidungen aktiv mitwirken.



Olivier Roussat
CEO



Edward Bouygues
Stellvertretender CEO
Entwicklung
der Telekommunikation,
CSR-Politik und Innovation



Pascal Grangé
Stellvertretender CEO
Chief Financial Officer



Jean-Manuel Soussan
Senior Vice President,
Direktor Human Resources
der Gruppe

Leiter der Geschäftsfelder:

Die Leiter der Geschäftsfelder nehmen an allen Sitzungen des Verwaltungsrates teil.



Philippe Bonnavé^a
Präsident
des Verwaltungsrates und CEO
von Bouygues Construction



Pascal Minault^b
Präsident
von Bouygues Immobilier



Frédéric Gardès
Präsident
des Verwaltungsrates
und CEO von Colas



Gilles Pélisson
Präsident
des Verwaltungsrates
und CEO von TFI



Richard Viel
Präsident
des Verwaltungsrates
und CEO Bouygues Telecom



Die Verwaltungsräte der Geschäftsfelder stützen sich bei ihren Arbeiten, so wie dies auch bei der Muttergesellschaft der Fall ist, auf Ausschüsse (Rechnungsprüfung, Ethik, Vergütung etc.), die zur Qualität der Arbeiten der Verwaltungsräte beitragen.

(a) Im August 2021 wird Pascal Minault als Präsident des Verwaltungsrates und CEO von Bouygues Construction die Nachfolge von Philippe Bonnavé antreten, der in den Ruhestand geht.
(b) Ab dem 19. Februar 2021 wird Bernard Mounier als Präsident des Verwaltungsrates von Bouygues Immobilier die Nachfolge von Pascal Minault antreten.

Vergütung

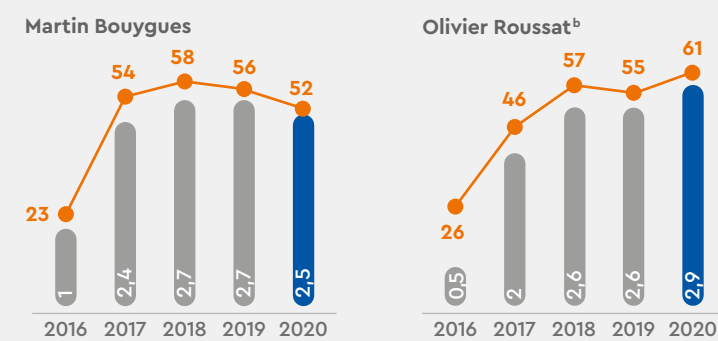
Die auf jeden einzelnen Mitarbeiter zugeschnittene leistungsorientierte Vergütungspolitik ist integraler Bestandteil der Unternehmenskultur von Bouygues. Die Gruppe achtet darauf, dass die feste Vergütung so festgelegt wird, dass die Mitarbeiter für ihre Fähigkeiten, ihre Leistung und ihr Potenzial angemessen entschädigt werden – und zwar in allen Unternehmen der Gruppe und in allen Ländern, in denen die Gruppe vertreten ist. Das Gesamtvergütungspaket ist so gestaltet, dass die Mitarbeiter für das Erreichen oder das Übertreffen von individuellen und gemeinsamen Zielen belohnt werden.

ALLGEMEINE FÜR DIE MITARBEITER UND VERWALTUNGSORGANE GELTENDE GRUNDSÄTZE

Gewinnbeteiligung der Mitarbeiter	- In Frankreich profitieren über 90 % der Mitarbeiter von obligatorischen und freiwilligen Gewinnbeteiligungsvereinbarungen - Seit 1999 gab es 14 fremdfinanzierte, den Mitarbeitern vorbehaltene Kapitalerhöhungen - Nahezu 700 Führungskräfte und High-Potentials profitieren vom langfristigen Incentive-Programm der Gruppe (Aktienoptionen) 52 000 Mitarbeiteraktionäre halten über 20 % des Aktienkapitals der Gruppe
Sicherstellung einer fairen Vergütung	- Entscheidungen über Vergütungen werden transparent und unter Einbeziehung aller relevanten Beteiligten getroffen - Die Gruppe analysiert das interne Lohnniveau und vergleicht die Vergütungen mit denen von Wettbewerbern in Frankreich und anderen Ländern, in denen die Gruppe aktiv ist - Ergebnis- und potenzialorientierte Leistungskriterien werden einbezogen
Angebot eines umfassenden Vergütungspakets	- Die Gruppe bietet ein Mitarbeiterbeteiligungsprogramm mit regelmäßigen Aufstockungen des freiwilligen Arbeitgeberanteils an - Neben dem reinen Vergütungspaket haben die Mitarbeiter ebenfalls Anspruch auf Sozialleistungen, die Mitgliedschaft in einem kollektiven Altersvorsorgesystem, Fort- und Weiterbildungsprogramme etc. - Das „BYCare“-Programm garantiert einen gemeinsamen Sockel von Mitarbeiterleistungen in allen Unternehmen der Gruppe weltweit, auf der Grundlage der besten Praktiken im jeweiligen Land - Die Gruppe hat im Oktober 2020 einen Plan zur Altersvorsorge (PER) unterzeichnet
Anpassung der Vergütungspolitik an den Kontext	Die attraktive Vergütungspolitik der Gruppe ist an die Besonderheiten der Geschäftssegmente, Profile, geografischen Gebiete und Ergebnisse angepasst

VERGÜTUNG DER VORSTANDSMITGLIEDER^a

Entwicklung der Vergütung und der Manager to Worker Pay Ratio^c



Im Jahr 2020 wurde der Olivier Roussat übertragene Aufgabenbereich erweitert, insbesondere aufgrund des Ausscheidens der stellvertretenden CEOs Philippe Marien und Olivier Bouygues. Der Verwaltungsrat hat daher beschlossen, seine jährliche feste, erfolgsunabhängige Vergütung der Marktpraxis anzupassen.

Wegen der außergewöhnlichen mit der Covid-19-Pandemie verbundenen Umstände hat der Verwaltungsrat am 28. Juli 2020 beschlossen, für das Geschäftsjahr 2020 die Vergütung der Verwaltungsorgane (fest und variabel) um 25 % zu senken.

● Für das jeweils angegebene Geschäftsjahr ausgezahlte Vergütung (in Millionen Euro)
— Manager to Worker Pay Ratio^c

Vergütungsstruktur für das Geschäftsjahr 2021

Infolge der Veränderungen im Geschäftsleitungsteam der Gruppe hat der Verwaltungsrat die Vergütungspolitik der Verwaltungsorgane^d überarbeitet. Die wesentlichen Änderungen betreffen die jährlichen und langfristigen variablen Vergütungen. Diese ist von nun an an die Fortschritte der Gruppe bei Themen wie Geschlechtergleichstellung und Klimastrategie gekoppelt. Um Überschneidungen bei den Vergütungskriterien zu vermeiden, wurden die Berechnungsmethoden ebenfalls überarbeitet.

	FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2021 VORGESCHLAGENE ÄNDERUNGEN	KRITERIEN UND VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGÜTUNG
Feste Vergütung Die feste Vergütung bemisst sich nach dem Umfang und der Komplexität der Aufgaben, der Erfahrung in der Position sowie der Dauer der Zugehörigkeit zum Unternehmen, außerdem nach den Vergütungspraktiken von Unternehmen mit vergleichbaren Tätigkeiten.	Anpassung der festen Vergütung: - Martin Bouygues: 490 000 € (920 000 € in 2020) - Olivier Roussat: 1 500 000 € (1 250 000 € in 2020) Festlegung der festen Vergütung: - Pascal Grangé: 920 000 € - Edward Bouygues: 400 000 €	n.z.
Jährliche variable Vergütung Die jährliche variable Vergütung ist so konzipiert, dass die Vergütung der Führungskräfte von der Erreichung der Jahresziele und den Fortschritten bei der Umsetzung der Strategie abhängig gemacht wird, und zwar in einer Weise, die mit den Interessen des Konzerns übereinstimmt.	Der jährliche variable Anteil enthält neue Kriterien, die sich auf das Erreichen der strategischen Prioritäten der Geschäftsfelder sowie auf die Fortschritte bei der Klimastrategie und dem Plan zur Geschlechtergleichstellung der Gruppe beziehen.	- Geschäftsentwicklung - Finanzielle Struktur - Fortschritte bei der Umsetzung einer strategischen Priorität - Extra-finanzielle Performance: Compliance, Gesundheit und Sicherheit, Klimastrategie sowie Strategie zur Geschlechtergleichstellung; Management
Langfristige variable Vergütung Die langfristige variable Komponente verknüpft die Vergütung mit dem Erreichen mittel- und langfristiger Ziele und der Umsetzung strategischer Prioritäten. Darüber hinaus stärkt sie die Angleichung der Interessen von Führungskräften und Minderheitsaktionären.	- Ein neuer Long-Term-Incentive-Plan (LTI) in Form der Zuteilung von Gratisaktien aus den Bestandsaktien von Bouygues wurde für alle Executive Officers eingeführt. Die Leistungskriterien sind für alle Mitglieder identisch. - Einführung neuer extra-finanzieller Leistungskriterien	- Es gilt nun eine Weiterbeschäftigungsbedingung - Die langfristige variable Vergütung ist abhängig von der Unternehmensleistung (ROCE), der Börsenkursentwicklung (relative Aktionärsrendite – TSR) und extra-finanziellen Kriterien (Klimastrategie, Strategie der Geschlechtergleichstellung)

n.z. : nicht zutreffend

(a) Vorbehaltlich der Zustimmung der Aktionäre anlässlich der Jahreshauptversammlung vom 22. April 2021

(b) Da Olivier Roussat seine Tätigkeit als stellvertretender CEO am 1. September 2016 aufgenommen hat, entspricht die für 2016 angegebene Vergütung dem Zeitraum September-Dezember. Für die Berechnung der Kennzahl wurde seine Vergütung 2016 annualisiert.

(c) Berechnet im Verhältnis zur durchschnittlichen Vergütung der Mitarbeiter. Die Beschreibung der Berechnungsmethoden ist dem einheitlichen Registrierungsdocument zu entnehmen.

(d) Ab dem 17. Februar 2021 erhält der Präsident des Verwaltungsrats entsprechend der Vergütungspolitik lediglich eine feste Vergütung sowie eine Vergütung aufgrund seines Mandats im Verwaltungsrat.

ETHIK UND COMPLIANCE: EINE DAUERHAFT VERPFLICHTUNG DER GRUPPE

Im Jahr 2006 führte die Bouygues-Gruppe einen Ethikkodex ein, der die grundlegenden Werte festlegt, an die sich die Gruppe und ihre Mitarbeiter bei der Ausübung ihrer beruflichen Pflichten halten sollen. Er soll den Mitarbeitern dabei helfen, Entscheidungen in konkreten Situationen unter Bezugnahme auf klare und präzise Prinzipien zu treffen.

Einige Themen, die der Gruppe besonders am Herzen liegen, wurden seither in einem umfangreichen Compliance-Programm näher behandelt. Der Ethik-, CSR- und Mäzenatsausschuss erweist sich in diesem Bereich als treibende Kraft und wird systematisch informiert, sobald schwerwiegende Verstöße festgestellt werden, außerdem überwacht er die Korrektur- und Abhilfemaßnahmen.

ETHIKKODEX



Ethikkodex

5 COMPLIANCE-PROGRAMME



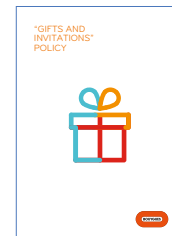
Finanzinformationen
und Wertpapierhandel



Wettbewerb



Korruptionsbekämpfung



Politik in Bezug
auf „Geschenke
und Einladungen“



Interessenkonflikte



Embargos und
Exportbeschränkungen

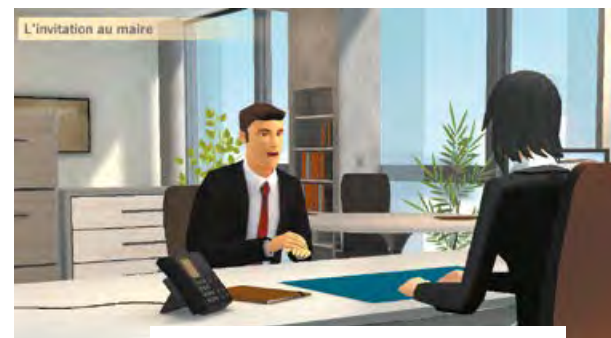
In diesen Compliance-Programmen wiederholt die Gruppe die wichtigsten geltenden Vorschriften und Verhaltensregeln und legt die Maßnahmen zur Information, Prävention, Kontrolle und Sanktionierung fest, die in den verschiedenen Geschäftsfeldern umgesetzt werden müssen.

Der Ethikkodex und die Compliance-Programme werden regelmäßig auf der Grundlage von Erfahrungen und Rückmeldungen aktualisiert und an alle Mitarbeiter verteilt. Im Jahr 2017 erfolgte eine umfassende Überarbeitung und Aktualisierung des Ethikkodexes und der Compliance-Programme. Gleichzeitig veröffentlichte die Gruppe ein neues Programm zum Thema „Embargos“. Anfang 2020 legte die Gruppe Compliance-Richtlinien zum Thema „Geschenke und Einladungen“ vor, in denen genau festgelegt wird, wann und wie Mitarbeiter im Rahmen ihrer beruflichen Pflichten Geschenke und Einladungen anbieten oder annehmen dürfen.

Auch das Whistleblowing-Verfahren der Gruppe wurde nach Inkrafttreten des französischen Gesetzes „Sapin 2“ zur Transparenz, zum Kampf gegen die Korruption und zur Modernisierung des Wirtschaftslebens in Frankreich überarbeitet.

Jedes Geschäftsfeld hat wie die Muttergesellschaft seinen eigenen Ethikausschuss und einen Ethikverantwortlichen. Im Jahr 2020 überprüften der Ethik-, CSR- und Mäzenatsausschusses und der Verwaltungsrat von Bouygues insbesondere die Klimastrategie der Gruppe und zogen eine Bilanz der Maßnahmen und Mechanismen, die im Rahmen des Gesetzes „Sapin 2“ umgesetzt werden mussten.

Der Ethikkodex kann auf der Website www.bouygues.com abgerufen werden.



Bei Colas können sich die Mitarbeiter mit einem **serious game** mit der Bezeichnung „Fairplay“ in Frankreich und im Ausland über die Best Practices in Bezug auf Ethik-Themen informieren.

(a) Ein spielerisches, auf Rollenspielen basierendes pädagogisches Tool.

Unsere Sorgfaltsprüfungspflicht

Die Bouygues-Gruppe ist bestrebt, schwerwiegende Verletzungen der Menschenrechte zu verhindern und die Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz sowie den Umweltschutz zu gewährleisten. Im Jahr 2020 hat sie ihren vierten Sorgfaltsplan (*Plan de vigilance*) veröffentlicht.

Der Sorgfaltsplan zielt darauf ab, Risiken zu identifizieren, Verstößen vorzubeugen und Sicherheitsthemen anzusprechen, die sich aus den Geschäftsaktivitäten der Gruppe, ihrer Tochtergesellschaften sowie der Subunternehmer und Lieferanten ergeben, mit denen eine Wirtschaftsbeziehung besteht.

Er ist ein integraler Bestandteil der Politik der Gruppe zur Geschäftsethik der Gruppe und wird in allen fünf Geschäftsfeldern umgesetzt.

Identifizierung der Hauptrisiken

Jedes Geschäftsfeld hat seine Risiken identifiziert, analysiert und eingestuft. Die Hauptrisiken der Gruppe betreffen insbesondere die folgenden Bereiche:

- Risiken in Bezug auf Umweltschäden und -verschmutzung, die durch die Aktivitäten der Geschäftsfelder verursacht werden, sowie Risiken durch die Anpassungen an den Klimawandel
- Menschenrechtsverletzungen, wie z. B. Auftragsarbeiten, die zur Vertreibung von Bevölkerungen und zu überlangen Arbeitszeiten führen können
- Risiken in Bezug auf Sicherheit, Arbeitsunfälle, Berufskrankheiten und die gesundheitlichen Auswirkungen der Covid-19-Pandemie und
- Risiken im Zusammenhang mit dem Beschaffungsprozess und den Lieferantenbeziehungen.

Sorgfaltspläne

Die formelle Identifizierung dieser Risiken hat die Gruppe veranlasst, die bestehenden Maßnahmen zu verschärfen und neue Präventions- und Minderungsmaßnahmen einzuführen. In den Geschäftsfeldern der Gruppe wurde eine spezielle funktionsübergreifende Governance-Struktur zur Steuerung dieser Maßnahmen umgesetzt. Eine positive Auswirkung dieser Entscheidung war die deutlich verbesserte Zusammenarbeit zwischen den betroffenen Bereichen und Abteilungen. Dieses Konzept wurde dem Ethik-, CSR- und Mäzenatsausschuss von Bouygues vorgelegt.

Außerdem hat Bouygues eine unternehmensweit geltende *CSR-Charta für Lieferanten und Subunternehmer* ausgearbeitet, die im Jahr 2019 aktualisiert wurde. Diese Charta legt die wichtigsten Verpflichtungen fest, die von den Lieferanten und Subunternehmen einzuhalten sind, die mit der Gruppe zusammenarbeiten wollen. Dieses Dokument wird den Bestellungen und/oder Verträgen beigelegt, die von den Einkaufs- und Beschaffungsabteilungen der Gruppe verwaltet werden. Die Nichteinhaltung dieser Richtlinien kann zu Maßnahmen führen, die bis zur Kündigung der jeweiligen Verträge reichen.

Die Gruppe setzt Tools wie z.B. die Plattformen „EcoVadis“ bzw. „Acesia“ der französischen Standardisierungsagentur Afnor ein, um die CSR-Leistung von Lieferanten und Subunternehmern zu bewerten, die mit den Geschäftsfeldern des Unternehmens Rahmenverträge abgeschlossen haben. So können Lieferanten und Subunternehmer in Fortschrittspläne und Abhilfemaßnahmen einbezogen werden. In den vergangenen zwei Jahren wurden insgesamt 7 841 CSR-Bewertungen durchgeführt. Die Geschäftsfelder stellen durch externe Audits sicher, dass ihre Lieferanten die CSR-Verpflichtungen einhalten.

Whistleblowing-Verfahren

Zur Entgegennahme und Bearbeitung aller Warnhinweise, insbesondere der Meldungen zur Sorgfaltsprüfungspflicht, hat die Gruppe eine Whistleblowing-Plattform eingerichtet, über die man den Ethikverantwortlichen des betreffenden Geschäftsfeldes kontaktieren kann. Diese Plattform ist für alle zugänglich und gewährleistet nicht

nur die Anonymität des Hinweisgebers, sondern auch die von einem Hinweis betroffenen Personen sowie die Vertraulichkeit aller damit verbundenen Informationen.

Die Plattform ist unter der nachfolgenden Adresse zugänglich:
<https://alertegroupe.bouygues.com>

WEITERE INFORMATIONEN

> Einheitliches Registrierungsdocument, Kapitel 3 SEFP



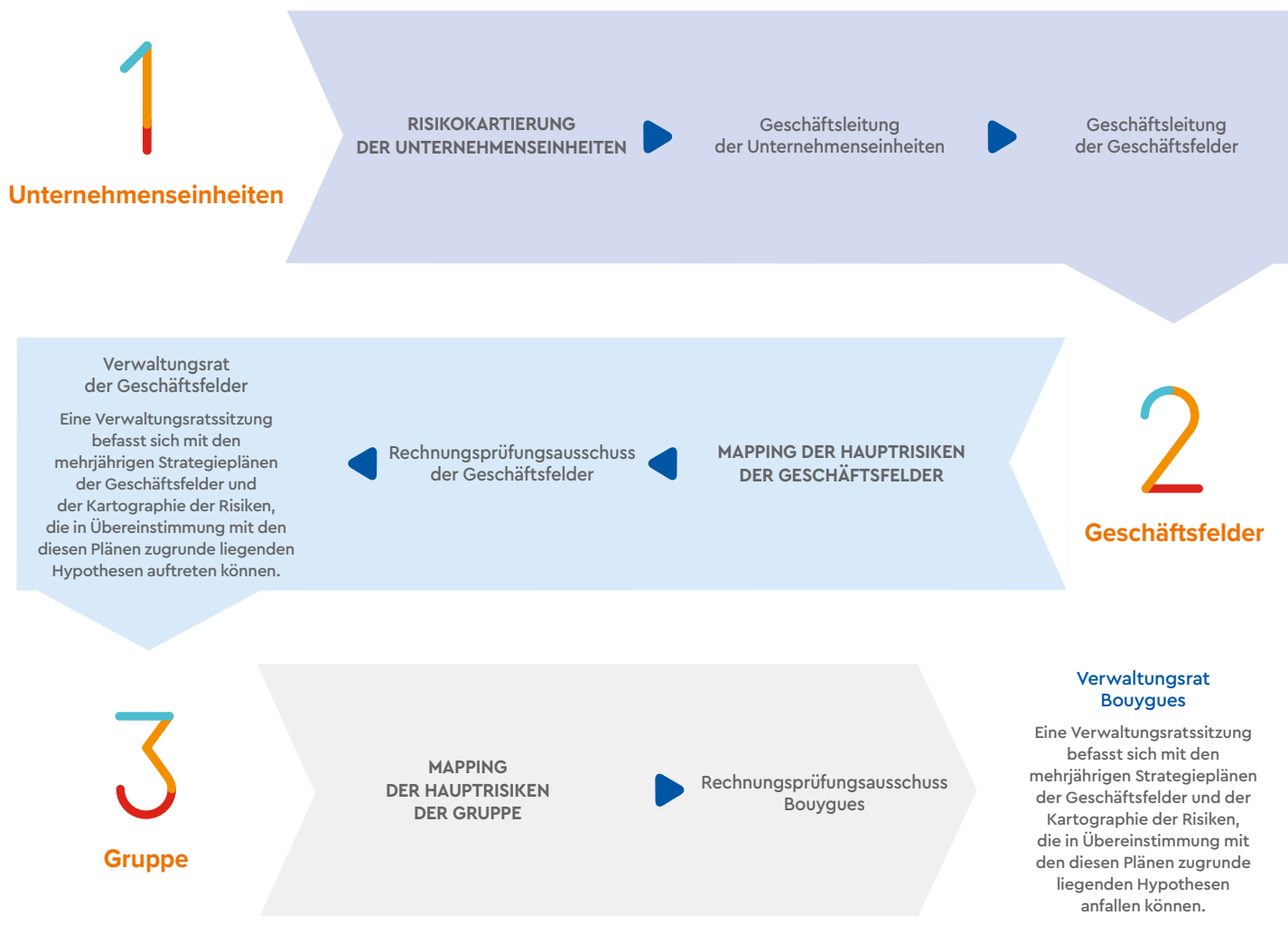
Bau eines 1,1 km langen Rollfelds am internationalen Flughafen von Los Angeles.

DAS RISIKOMANAGEMENT DER GRUPPE

Das Risikomanagement der Gruppe basiert auf den Grundsätzen, die die Mitarbeiter leiten: umsichtiges Denken, aus Erfahrungen lernen, vorausschauendes Handeln und langfristige Vision, Transparenz und kollegiale Entscheidungsprozesse.

Risikomanagementsystem

Jedes Jahr werden auf Ebene der operativen Einheiten, der Geschäftsfelder und der Gruppe die wichtigsten Risiken – von strategischen und operativen bis hin zu finanziellen, rechtlichen, IT- und ethischen Risiken – identifiziert und bewertet. Anschließend werden Aktionspläne erstellt, deren Umsetzung überwacht wird, um die Kontrolle dieser Risiken zu verbessern.



An diesem Verfahren, das einem jährlichen Zyklus folgt, sind eine große Anzahl operativer Mitarbeiter aber auch Mitarbeiter aus unterstützenden Fachfunktionen beteiligt. Sie liefern regelmäßige, transparente Informationen an die Governance-Gremien und tauschen Fachwissen zwischen den Generationen aus.

Die Hauptrisiken^a

BETROFFENE AKTIVITÄTEN	RISIKEN	BEDEUTUNG	BEISPIELE FÜR UMGESETZTE MASSNAHMEN
AKTIVITÄTEN DES BAUGESCHÄFTS	Operative Risiken im Zusammenhang mit Großprojekten, in der Studien- oder in der Realisierungsphase	● ●	Ein für Großprojekte ausgearbeitetes spezifisches Validierungs- und Managementverfahren, dessen Ergebnisse der Geschäftsleitung gemeldet werden
	HR-Risiko, Verlust von Fachwissen und High-Potentials	● ●	Identifizierung von Kompetenzen und High-Potentials, Verbesserung der Attraktivität der Geschäftsfelder
	Risiken im Zusammenhang mit der Entwicklung des Immobilienmarktes	●	Umsichtiges Management des Grundstück-Portfolios
MEDIEN	Wettbewerbsumfeld, Markteintritt neuer Player und Aufkommen von neuen Nutzungsweisen	●	Qualität der Einschaltquoten, Content-Innovation, Produkte und Dienstleistungen, Fortschreibung des Abstands zu den Wettbewerbern
TELEKOM	Wettbewerbsumfeld und Marktentwicklung	● ●	Netzqualität und Kundenerfahrung, die den Betreiber als zuverlässigen Betreiber positionieren
	Betriebs- und Sendestörung	● ●	Standortsicherheit, Business-Continuity-Plan, Krisenmanagementsystem
BOUYGUES SA/ GRUPPE	Akquisitionen und Diversifizierungen	●	Einrichtung von Investitionsausschüssen, systematischer Review-Prozess, Identifizierung und Überwachung von Risiken
	Cybersicherheit und Geschäftskontinuität (Business-Continuity)	●	Daten- und Systemsicherungsmaßnahmen Überwachung, Web-Monitoring und Management von Sicherheitsvorfällen Versicherung des Cyber-Risikos, Audits, Simulation von Angriffen, Partnerschaften
	Compliance und Ethik	●	Umfassende Verbreitung des Ethikkodexes, der Compliance-Programme, des internen Referenzhandbuchs für die interne Kontrolle; sichtbares Engagement der Führungskräfte, Schulungen
	Risiken im Zusammenhang mit dem Klimawandel: Auswirkungen des Klimawandels auf die Aktivitäten der Gruppe und die Folgen der Anpassung der Gruppe an diesen Klimawandel	●	Präsentation der Klimastrategie der Geschäftsfelder der Gruppe und der Dekarbonisierungsziele. Anpassung der Produkte und Dienstleistungen, Unterstützung der Kunden bei der Verbesserung ihrer Energieeffizienz

Geschätzte Auswirkung und Eintrittswahrscheinlichkeit, auf einer Skala von 1 bis 2.
 ● Geringe Bedeutung ●● Bis zu hoher Bedeutung

(a) Nennenswerte Ereignisse wie z.B. die weltweite Covid-19-Pandemie können immer wieder eintreten und sich auf die Geschäftstätigkeit auswirken.

WEITERE INFORMATIONEN
 > Einheitliches Registrierungsdocument, Kapitel 4 Risiken und Risikomanagement

UNSERE GLOBALE PERFORMANCE

HUMANKAPITAL	2018 ^a	2019	2020	Berücksichtigung bei der Festlegung der Vergütung der Verwaltungsorgane		SDG*
				2020	2021	
 - Arbeitsunfallrate - Anteil der Frauen auf der Ebene "Abteilungsleiter und höher" - Anzahl der Mitarbeiter, die an einer Schulung teilgenommen haben - Anzahl der Mitarbeiter mit Behinderungen	5,2	4,9	5,1	■	●	8
	19,7 %	20 %	20,7 %		●	5
	66 903	83 612	80 165			8
	1 918	1 860	1 927			8

FINANZKAPITAL	2018 ^a	2019	2020	2020	2021	SDG*
Angaben in Millionen Euro						
 - Umsatz - REBIT - Nettogewinn, Konzernanteil - Nettoverschuldung - Gesamtkapitalrendite (ROCE) - Kursentwicklung der Aktie^b	35 555	37 929	34 694	■	●	9 - 11
	1 564	1 676	1 222	■	●	
	1 308	1 184	696	■	●	
	3 612	2 222	1 981	■	●	
	9 %	8 %	6 %		●	
	- 8 %	+ 20,9 %	- 11,2 %	■	●	

NATURKAPITAL	2018 ^a	2019	2020	2020	2021	SDG*
 - CO₂-Emissionen In Millionen TEQ (Toxizitätsäquivalenten) CO₂ - CO₂-Intensität In TEQ CO₂/Millionen Euro Umsatz - CDP-Klimaschutz-Ranking - Anteil der Steinbrüche und Kiesgruben von Colas, die an ihrem Standort Maßnahmen zum Schutz der Biodiversität umsetzen	17	17,4	15,9		●	13
	502	486	461		●	13
	A	A-	A-			13
	51 %	52 %	44 %			15

■ Kriterium bzw. Leistungsbedingung, das/die in der variablen Vergütung mit berücksichtigt wird.
● Thematik, die bei der Festlegung der Kriterien bzw. Leistungsbedingungen der Vergütungspolitik im Jahre 2021 berücksichtigt wird.
(a) Die finanziellen Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2018 wurden um die Auswirkungen der Anwendung des Standards IFRS 16 bereinigt.
(b) Entwicklung des Schlusskurses der Aktie zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember des Jahres

(*) Bouygues verpflichtet sich, einen Beitrag zur Erreichung der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDG) zu leisten, wobei der Schwerpunkt auf diesen fünf Zielen liegt, da diese eng mit dem Kerngeschäft der Gruppe verknüpft sind

5 GENDER EQUALITY

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES

13 CLIMATE ACTION

Angaben zu diesem Integrierten Bericht

Dieser integrierte Bericht richtet sich an Investoren, Mitarbeiteraktionäre, Mitarbeiter und andere Stakeholder der Bouygues-Gruppe.

Ziel: Der Bericht soll einen Überblick über die Bouygues-Gruppe, ihre Prioritäten und Geschäftsfelder geben und erläutern, wie die Gruppe für ihre Stakeholder langfristige - sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle - Werte schafft.

Methode: In Anlehnung an das vom IIRC^a vorgeschlagene Rahmenkonzept ist der integrierte Bericht das Ergebnis der Zusammenarbeit zwischen der Geschäftsleitung der Gruppe, den Mitarbeitern der verschiedenen Abteilungen der Muttergesellschaft und der fünf Geschäftsfelder.

Berichtsumfang: Dieser Bericht behandelt das Geschäftsjahr 2020. Genaue Angaben zur Methodik und die Geltungsbereiche der Indikatoren sind dem Einheitlichen Registrierungsdokument der Gruppe zu entnehmen, das ab dem 18. März 2021 verfügbar ist.

Wichtigste Änderungen: Dieser vierte integrierte Bericht enthält einen detaillierten Überblick über das Geschäftsmodell von Bouygues sowie über die Klimastrategie der Gruppe und ihrer Geschäftsfelder.

Leser können ihre Fragen und Kommentare an folgende E-Mail-Adresse richten:



rapport.integre@bouygues.com

Panorama der Veröffentlichungen der Gruppe



EINHEITLICHES REGISTRIERUNGSDOKUMENT

Wirtschaftliche, finanzielle und buchhalterische, soziale, ökologische und gesellschaftliche sowie rechtliche Informationen für das vergangene Geschäftsjahr (vorgeschriebene Informationen). Wird jedes Jahr bei der französischen Regulierungsbehörde AMF eingereicht.



INVESTORENPRÄSENTATION

Präsentation der Ergebnisse, der Strategien und der Aussichten der Bouygues-Gruppe



DIE WEBSITE BOUYGUES.COM UND SOZIALE NETZWERKE

Alle Nachrichten, Informationen, Veröffentlichungen und Stellenangebote der Bouygues-Gruppe.



QR Code zum Einscannen (eine entsprechende App und eine Internetverbindung sind hierzu notwendig)

BOUYGUES-GRUPPE

32 Avenue Hoche

F-75378 Paris Cedex 08

Tel.: +33 (0)1 44 20 10 00

bouygues.com

Twitter: @GroupeBouygues



BOUYGUES CONSTRUCTION

Challenger

1 Avenue Eugène Freyssinet – Guyancourt

F-78061 Saint-Quentin-en-Yvelines cedex

Tel.: +33 (0)1 30 60 33 00

bouygues-construction.com

Twitter: @Bouygues_C

BOUYGUES IMMOBILIER

3 Boulevard Gallieni

F-92445 Issy-les-Moulineaux cedex

Tel.: +33 (0)1 55 38 25 25

bouygues-immobilier-corporate.com

Twitter: @Bouygues_Immo

COLAS

1 Rue du Colonel Pierre Avia

F-75015 Paris

Tel.: +33 (0)1 47 61 75 00

colas.com

Twitter: @GroupeColas

TF1

1 Quai du Point du jour

F-92656 Boulogne-Billancourt cedex

Tel.: +33 (0)1 41 41 12 34

groupe-tf1.fr

Twitter: @GroupeTF1

BOUYGUES TELECOM

37-39 Rue Boissière

F-75116 Paris

Tel.: +33 (0)1 39 26 60 33

corporate.bouyguestelecom.fr

Twitter: @bouyguestelecom

Aktionäre und Investoren

Karine Adam Gruson

Leiterin Investor Relations

Tel.: +33 (0)1 44 20 10 79

investors@bouygues.com

Abteilung Namensaktien

Gaëlle Pinçon – Marie-Caroline Thabuy

Tel.: +33 (0)1 44 20 10 61/11 07

servicetitres.actionnaires@bouygues.com

Abteilung Corporate Communications der Gruppe / Presse und Kommunikation

Tel.: +33 (0)1 44 20 12 01

(Pressedienst)

presse@bouygues.com



Februar 2021 • Groupe Bouygues • Übersetzung: Sabine Hellmann & Bernhard Lorenz [Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Dokument die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.] • **Konzept und Realisierung:** TERRE DE SIENNE • **Druck:** DEJA LINK (Seine-Saint-Denis)

Hinweis: Einige Fotos in diesem Bericht wurden noch vor der Coronakrise und vor der damit verbundenen Maskenpflicht aufgenommen.

Fotonachweis/Perspektiven: J.-P. Baltel/MI2/TF1 (S. 44), F. Berthet (S. 39, 47, 49, 53), D. Bleuset (S. 28), Bouygues Energies & Services Japan (S. 29), Bouygues Immobilier (S. 28), Bouygues SA (S. 40), Bouygues Telecom (S. 5, 16, 51), Bouygues Travaux Publics (S. 45), Y. Chanoit (S. 16, 32), C. Chevalin/TF1 (S. 5), D. Cocatrix (S. 41), A. Compain/Shutterstock Custom (S. 29), J. Cresp (Titelbild, Umschlagseite 3 (U3)), Daesign (S. 60), A. Da Silva (S. 48, 56, 58), V. Defest (S. 60), diff. Kommunikation AG (S. 33), N. Dohr (S. 28, 36-37, 40), S. Duparc (S. 54-55), SO Dupont Renoux (S. 5, 12-13, 39-40), L. Fabry (S. 28), A. Février (S. 2-3, 35, 46, 49, 56, 58, 64), C. Fouquin (S. 32), M. Foyet/MyProd (S. 48), Isabelle & Philippe Gesret (S. 53), D. Giannelli (2. Umschlagseite (U2)), N. Grosmond (S. 18-19, 23), Ideol Bouygues Travaux Publics Centrale Nantes Above all (S. 29), N. Imre (S. 50), S. Jouve/Colas (S. 45), J.-F. Labat (S. 56, 58), N. Lascourrèges (S. 32), C. Lau (S. 39), Losinger Marazzi (S. 52), S. Loubaton/Capa Pictures (S. 1, 14, 53, 56, 58), J. Lutt/Capa Pictures (S. 56, 58), C. Mangin (S. 44), Merlin Photography Ltd (S. 29), F. Momayez/MyPhotoAgency (S. 31), A. Montaufer (S. 28), S. Nivens/Shutterstock (S. 16), NMC Production/Colas (S. 45), A. Popov/Shutterstock (S. 16), Proloog (S. 44), S. Tetu (S. 16, 47), TEC Production (S. 34), O. Timmers/Capa Pictures (S. 43), Uppview Productions Sarl (S. 31), R. Weston (S. 43), Xenosis/Colas (S. 52) **Architekten:** ADDP Architect LLP (S. 42), Atelier 5 (S. 33), Diener & Diener Architekten (S. 29, 31), IF Architectes (S. 23), IttenBrechtBühl/Ferrari Architectes/Magisan/Tribu Architecture/Wilmotte & Associés/V W A (S. 52), Linkcity/Valode & Pistre (S. 18, 29), Tadao Ando Architect & Associates, NeM/Niney et Marca Architectes, Pierre-Antoine Gatier (S. 64), VenhoevenCS et Ateliers 2/3/4/ (S. 44), Weber Keiling Architectes (S. 28), UrbanEra/François Leclercq Architectes Urbanistes/Mekene (S. 48)



Making progress become reality

