

Le 3 novembre 2005

**Note :** Vivendi Universal a déposé au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires (BALO) des informations préliminaires et non auditées sur son chiffre d'affaires du troisième trimestre et des neuf premiers mois 2005, établis selon les normes IFRS conformément à la réglementation européenne.

## Vivendi Universal : Chiffre d'affaires des neuf premiers mois 2005 en hausse de 8 % en base comparable

### Chiffre d'affaires des neuf premiers mois 2005

Le chiffre d'affaires publié de Vivendi Universal s'élève à 14 005 millions d'euros, contre 12 759 millions d'euros pour les neuf premiers mois de 2004, soit une hausse de 10 %.

**En base comparable<sup>1</sup>, le chiffre d'affaires s'élève à 13 960 millions d'euros**, contre 12 960 millions d'euros pour les neuf premiers mois de 2004, **soit une hausse de 8 %.**

### Chiffre d'affaires du troisième trimestre 2005

Le chiffre d'affaires publié de Vivendi Universal s'élève à 4 874 millions d'euros, contre 4 353 millions d'euros au troisième trimestre 2004, soit une hausse de 12 %.

**En base comparable, le chiffre d'affaires s'élève à 4 874 millions d'euros**, contre 4 500 millions d'euros au troisième trimestre 2004, **soit une hausse de 8 %.**

<sup>1</sup> La base comparable illustre essentiellement l'impact des cessions intervenues en 2004 (principalement Canal+ Benelux, les clubs de vente par correspondance d'UMG, Kencell et Monaco Telecom), des cessions intervenues en 2005 (principalement NC Numéricâble) et tient compte de la consolidation par intégration globale de participations dans des sociétés de distribution par SFR et de Mauritel par Maroc Telecom, comme si ces transactions s'étaient produites au 1<sup>er</sup> janvier 2004. La base comparable inclut aussi, au titre de 2004, une estimation des ventes de mobile à mobile, au tarif 2005, pour SFR. Les chiffres d'affaires en base comparable ne sont pas nécessairement indicatifs de ce qu'auraient été les chiffres d'affaires combinés, si les événements en question s'étaient effectivement produits au 1<sup>er</sup> janvier 2004.

## Universal Music Group

### Neuf premiers mois 2005 :

Le chiffre d'affaires d'Universal Music Group (UMG) s'élève à 3 211 millions d'euros, en hausse de 5 % en base comparable<sup>2</sup> et à taux de change constant. UMG a surperformé le marché avec une forte croissance en Amérique du Nord, en Europe, tout particulièrement en France, et en Australie, compensant ainsi la faiblesse du marché en Asie. Les ventes de musique en ligne (incluant la téléphonie mobile) ont pratiquement triplé par rapport à la même période en 2004 pour atteindre 170 millions d'euros, représentant 5 % du chiffre d'affaires total d'UMG.

Parmi les meilleures ventes figurent les nouveaux albums de 50 Cent, Mariah Carey et Black Eyed Peas venant en plus des ventes toujours importantes de Gwen Stefani et The Killers. Parmi les meilleures ventes régionales figurent Mylène Farmer, Chimène Badi et Calogero en Europe, Juanes et Café Tacuba en Amérique Latine et Spitz en Asie.

Aux Etats-Unis, les ventes totales d'albums estimées par SoundScan ont baissé de 10,4 %<sup>3</sup>; cependant, UMG affiche des performances supérieures au marché avec une augmentation de ses ventes de 0,1 %, entraînant une hausse de 3 points de sa part de marché à 31,7 %.

### Troisième trimestre 2005 :

Le chiffre d'affaires d'UMG s'élève à 1 119 millions d'euros, soit une baisse de 1,5 % en base comparable et à taux de change constant par rapport à un très bon troisième trimestre 2004. La croissance de l'activité numérique et de l'édition musicale a été compensée par une baisse des ventes physiques due en partie à un catalogue de sorties moins favorable. Les ventes de musique en ligne (incluant la téléphonie mobile) s'élèvent à 67 millions d'euros, représentant 6 % du chiffre d'affaires total d'UMG.

Parmi les meilleures ventes de la période figurent les nouveaux albums de Kanye West, Bon Jovi et Sheryl Crow. Les meilleures ventes du troisième trimestre 2004 comprenaient deux albums de Nelly sortis simultanément, la très bonne sortie du premier album d'Ashlee Simpson ainsi que l'album de compilation NOW16. Les meilleures ventes régionales du troisième trimestre 2005 comprennent AI et Masayoshi Yamazaki au Japon et the Kaiser Chiefs et Juanes en Europe.

## Vivendi Universal Games

### Neuf premiers mois 2005 :

Le chiffre d'affaires de Vivendi Universal Games (VUG) s'établit à 396 millions d'euros, en progression de 88 % par rapport à l'année précédente (en hausse de 92 % à taux de change constant).

Cette amélioration s'explique par le succès de *World of Warcraft*, jeu de rôles en ligne multi-joueurs par abonnement (*massively multiplayer online role-playing game - MMORPG*), ainsi que par le lancement prometteur de *The Incredible Hulk: Ultimate Destruction (Hulk II)*, jeu basé sur le personnage de l'Incroyable Hulk et développé par le studio Radical. Cette croissance s'explique également par les bonnes ventes de *Robots*, jeu lancé en début d'année, et les ventes importantes en Amérique du Nord provenant de la distribution de *Delta Force: Black Hawk Down* et de *FlatOut*.

*World of Warcraft* continue d'être le jeu de sa catégorie à la croissance la plus rapide, avec plus de 4 millions de clients payants à travers les activités gérées directement en Amérique du Nord, en Europe et en Corée et les activités gérées conjointement avec le partenaire local The9 en Chine.

Parmi les autres meilleurs titres des neuf premiers mois de 2005 figurent le nouveau jeu *Empire Earth 2* ainsi que la poursuite des ventes de *The Simpson's: Hit & Run*.

### Troisième trimestre 2005 :

Le chiffre d'affaires de VUG s'établit à 158 millions d'euros, en progression de 151 % par rapport à l'année précédente (en hausse de 151 % à taux de change constant).

<sup>2</sup> La base comparable illustre l'impact de la cession des clubs de vente par correspondance d'UMG au Royaume Uni et en France comme si ces opérations s'étaient produites le 1<sup>er</sup> janvier 2004.

<sup>3</sup> Données Nielsen SoundScan pour la période s'achevant le 2 octobre 2005. Les données de Nielsen SoundScan comparent 39 semaines de ventes sur l'année calendaire 2005 à 40 semaines de ventes sur l'année calendaire 2004. Vivendi Universal ne peut-être tenu pour responsable de l'exactitude des données fournies par Nielsen SoundScan.

Cette forte amélioration s'explique principalement par le succès de *World of Warcraft*, jeu de rôles en ligne multi-joueurs par abonnement, par le lancement prometteur de *Hulk II* au troisième trimestre 2005, ainsi que par les fortes ventes en Amérique du Nord provenant de la distribution de *Delta Force: Black Hawk Down* et de *FlatOut*.

### Groupe Canal+

#### Neuf premiers mois 2005 :

Le chiffre d'affaires du Groupe Canal+ s'établit à 2 560 millions d'euros. En base comparable<sup>4</sup>, le chiffre d'affaires est en hausse de 77 millions d'euros, soit +3 % par rapport à la même période l'année dernière.

Cette progression reflète celle de l'ensemble des activités de télévision à péage en France (+3% en base comparable), grâce notamment à l'effet combiné d'une hausse du revenu par abonné, la croissance du portefeuille ainsi que la diminution progressive de l'impact des offres promotionnelles.

De janvier à septembre, Canal+ a enregistré ses meilleurs recrutements sur cette période depuis 1988 avec plus de 400 000 nouveaux abonnés, soit +30 % par rapport aux neuf premiers mois de 2004. Dans le même temps, CanalSat enregistrerait ses meilleurs résultats depuis 1999 avec 300 000 nouveaux abonnés, soit une hausse des recrutements de près de 20 %.

A fin septembre, le portefeuille total du Groupe Canal+ (individuels et collectifs, métropole et outre-mer) affiche une progression nette de près de 290 000 par rapport à septembre 2004, dont plus de 65 000 pour Canal+. Le chiffre d'affaires publicitaire progresse lui aussi malgré un marché en repli.

Les bonnes performances de Groupe Canal+ en Pologne (+30 millions d'euros de chiffre d'affaires) sont principalement dues à la croissance du portefeuille d'abonnements.

Sur les neuf premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires de l'activité cinéma de Groupe Canal+ est en recul, reflet de l'arrêt de la production intégrée.

#### Troisième trimestre 2005 :

Le chiffre d'affaires s'élève à 863 millions d'euros. En base comparable, le chiffre d'affaires progresse de 76 millions d'euros, soit +10 % par rapport à la même période en 2004.

Le chiffre d'affaires de l'activité de télévision à péage (+5 % en base comparable) enregistre sa plus forte progression sur un troisième trimestre depuis plus de trois ans.

Les excellentes performances du portefeuille d'abonnements au troisième trimestre coïncident avec la reprise en exclusivité sur les offres du groupe du championnat de France de Ligue 1 et la rentrée des programmes sur Canal+ Le Bouquet.

Entre juillet et septembre, les recrutements ont dépassé les 150 000 nouveaux abonnements sur Canal+ (soit environ +50 % par rapport au troisième trimestre 2004) et les 100 000 sur CanalSat (soit environ +35 % de hausse par rapport au troisième trimestre 2004).

Le chiffre d'affaires de l'activité cinéma pour le 3ème trimestre progresse fortement (+29 %) grâce à la hausse des revenus provenant des films de Working Title.

### SFR

***Suite à la finalisation, le 22 août 2005, du rapprochement entre Cegetel et neuf telecom pour former le premier opérateur français alternatif de télécommunications fixes en France, et en application des normes IFRS, l'activité fixe du groupe SFR – la filiale Cegetel – n'est plus intégrée dans le chiffre d'affaires de Vivendi Universal. En conséquence, les chiffres publiés pour SFR en 2004 et 2005 concernent uniquement l'activité mobile.***

#### Neuf premiers mois 2005 :

Le chiffre d'affaires de SFR s'élève à 6 475 millions d'euros, en hausse de 21,2 %. En base comparable<sup>5</sup>, le chiffre d'affaires a progressé de 7,6 %, principalement sous l'effet de la croissance du parc d'une année sur l'autre, combinée

<sup>4</sup> La base comparable illustre principalement l'impact des cessions de Groupe Canal+ (Canal+ Benelux en 2004, NC Numéricâble en mars 2005) comme si ces opérations s'étaient produites le 1er janvier 2004.

<sup>5</sup> La base comparable inclut une estimation des ventes de mobile à mobile au titre de 2004 au tarif 2005 et tient compte de la consolidation par intégration globale de participations dans des sociétés de distribution à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2004.

à une légère progression du revenu annuel moyen par client<sup>6</sup> (ARPU) et ce, malgré l'impact de la baisse de 16,3% du prix des appels en provenance des réseaux fixes intervenue le 1er janvier 2005.

SFR a encore une fois fait preuve de son dynamisme commercial au cours des neuf premiers mois de l'année, avec 640 000 nouveaux clients, ce qui porte son parc à 16,455 millions de clients<sup>7</sup>, une hausse de 9 % en un an. Le parc d'abonnés a augmenté de 14 % d'une année sur l'autre, et s'élève désormais à 10,383 millions de clients.

Le revenu annuel moyen par client (hors terminaison d'appel mobile), a augmenté de 1 % pour s'établir à 433 euros contre 430 euros en septembre 2004 - en dépit de la baisse du prix des appels en provenance des réseaux fixes - sous l'effet de l'amélioration du mix clients (63 % d'abonnés contre 60 % à fin septembre 2004) et d'une progression de 8 % de l'usage moyen par client (AUPU)<sup>8</sup> à 285 minutes par mois. Ce développement de l'usage reflète la volonté permanente de SFR de faire bénéficier ses clients d'offres attractives et de politiques tarifaires avantageuses, comme en témoigne une croissance en volume du trafic deux fois plus rapide que celle du chiffre d'affaires.

Cette performance est le reflet du succès des offres de SFR qui visent à développer l'usage de la voix sur le réseau mobile et les nouveaux services de données autour de la télévision et de la musique. Cela est rendu possible grâce à la technologie 3G et à d'importants accords stratégiques conclus avec les fournisseurs de contenus. Après la signature d'accords avec CanalSat en juin et avec UMG en juillet (portant à 500 000 le nombre de titres musicaux proposés au téléchargement pour ses clients), SFR a acquis en exclusivité pour la France les droits de diffusion sur mobile de la Coupe du Monde de Football 2006. A la fin du mois de septembre, SFR comptait 399 000 clients 3G.

Le chiffre d'affaires net des services de données<sup>9</sup> a progressé de manière significative et représente 12,9 % du chiffre d'affaires du réseau (hors terminaison d'appel mobile) en septembre 2005 contre 10,6 % l'an passé, sous l'effet d'une augmentation de 22 % du nombre de SMS à 3,9 milliards, d'une multiplication par 2,7 des MMS envoyés par les clients SFR à 66 millions et du succès confirmé de Vodafone *live!* qui compte aujourd'hui 3 823 000 clients contre 1 444 000 fin septembre 2004. Ceci a contribué à la croissance de 22 % de l'ARPU des services de données à 58 euros.

### **Troisième trimestre 2005 :**

Au cours du troisième trimestre 2005, le chiffre d'affaires a progressé de 20,4 % pour s'établir à 2 236 millions d'euros. En base comparable, le chiffre d'affaires a progressé de 6,7 %, principalement sous l'effet de la croissance du parc d'une année sur l'autre, et d'un revenu annuel moyen par clients (ARPU) stable sur le troisième trimestre.

## **Maroc Telecom**

### **Neuf premiers mois 2005 :**

Le chiffre d'affaires s'établit à 1 380 millions d'euros, en progression de 17 % par rapport à fin septembre 2004 (+16 % à taux de change constant en base comparable<sup>10</sup>) grâce notamment à la performance de ses activités Mobile et Internet.

Le chiffre d'affaires de l'activité Mobile s'établit à 861 millions d'euros, en hausse de 31 % par rapport à fin septembre 2004 (+29 % à taux de change constant en base comparable). En neutralisant l'impact de la hausse du tarif de terminaison d'appel international décidée par l'ANRT (intervenue le 1<sup>er</sup> janvier 2005), la croissance du chiffre d'affaires est de 26 % (+23 % à taux de change constant en base comparable). Cette croissance est principalement due à la poursuite de la croissance du parc<sup>11</sup> (8,30 millions de clients, +37,5 % par rapport à fin septembre 2004, avec un accroissement net du parc de 1,94 million de clients depuis le début de l'année). Elle reflète également la bonne tenue de l'ARPU<sup>12</sup> mensuel prépayé à 8,9 euros malgré la progression du parc, avec un impact positif de l'augmentation du tarif de terminaison d'appel international intervenue au 1er janvier 2005, et le maintien du taux d'attrition identique au taux de 2004 dans un contexte de forte croissance du parc.

<sup>6</sup> L'ARPU se définit comme le chiffre d'affaires net des promotions et du chiffre d'affaires réalisé pour compte de tiers pour les services de contenu (y compris le chiffre d'affaires reversé pour les numéros spéciaux), hors roaming in et ventes d'équipements, divisé par le parc moyen de clients total ARCEP pour les douze derniers mois.

<sup>7</sup> SFR hors parc de clients pour compte de tiers (28 000 clients à fin septembre 2005 et 17 000 à fin juin 2005).

<sup>8</sup> L'AUPU se définit comme la somme des volumes entrant et sortant de minutes "voix" divisé par le parc moyen de clients total ARCEP pour les douze derniers mois.

<sup>9</sup> Le chiffre d'affaires data est dorénavant présenté net des ventes de services réalisés par SFR pour le compte de fournisseurs de contenu.

<sup>10</sup> La base comparable illustre l'impact de la consolidation par intégration globale de Mauritel comme si elle s'était effectivement produite au 1<sup>er</sup> janvier 2004.

<sup>11</sup> Hors Mauritel.

<sup>12</sup> L'ARPU se définit comme le chiffre d'affaires (généré par les appels entrants et sortants et par les services de données) net des promotions, hors roaming in et ventes d'équipement, divisé par le parc de clients moyen de la période.

Le chiffre d'affaires de l'activité Fixe et Internet s'établit à 800 millions d'euros, en hausse de 7 % par rapport à fin septembre 2004 (+6 % à taux de change constant en base comparable). Cette évolution positive est due à la croissance du parc clients fixe et des activités Internet haut débit, à la poursuite de la progression du trafic international entrant qui compensent la baisse de la facture moyenne voix.

Le parc fixe atteint 1,35 million de lignes (+3,5% par rapport à fin septembre 2004) et le parc ADSL, stimulé par la baisse des prix opérée en mars 2005, poursuit son développement avec 179 000 accès à fin septembre 2005, contre 60 000 à fin décembre 2004.

### **Troisième trimestre 2005 :**

Le chiffre d'affaires de Maroc Telecom atteint 503 millions d'euros en progression de 18 % par rapport au troisième trimestre 2004 (+18 % à taux de change constant) grâce à la poursuite de ses performances sur les activités mobile et internet.

Le chiffre d'affaires de l'activité Mobile s'élève à 323 millions d'euros en hausse de 31 % par rapport au troisième trimestre 2004 (+32 % à taux de change constant). En neutralisant l'impact de la hausse du tarif de terminaison d'appel international, la croissance du chiffre d'affaires du troisième trimestre 2005 est de 26 % (+26 % à taux de change constant).

Le chiffre d'affaires de l'activité Fixe et Internet s'élève à 280 millions d'euros en hausse de 6 % par rapport au troisième trimestre 2004 (+6 % à taux de change constant).

### **Avertissement Important**

*Vivendi Universal est une société cotée au NYSE et à Euronext Paris SA et le présent communiqué de presse contient des déclarations prospectives au sens des dispositions du US Private Sector Securities Litigation Reform Act de 1995. Ces déclarations ne sont pas des garanties quant à la performance future de la Société. Les résultats effectifs peuvent être très différents des déclarations prospectives en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes, dont la plupart sont hors de notre contrôle, et notamment : le risque que les perspectives 2005 de résultat net ajusté puissent différer des prévisions énoncées, de même que les risques décrits dans les documents déposés par Vivendi Universal auprès de la US Securities and Exchange Commission et de l'Autorité des Marchés Financiers ([www.amf-france.org](http://www.amf-france.org)). Il est fortement conseillé aux investisseurs et aux détenteurs de valeurs mobilières de prendre connaissance de ces documents, disponibles sur les sites de la U.S. Securities Exchange Commission (<[www.sec.gov](http://www.sec.gov)>). Ils peuvent également obtenir gratuitement copie des documents auprès de Vivendi Universal. Le présent communiqué de presse contient des informations prospectives qui ne peuvent s'apprécier qu'au jour de la diffusion du présent communiqué de presse.*

## **CONTACTS :**

### **Médias**

#### **Paris**

Antoine Lefort  
+33 (0) 1 71 71 11 80  
Agnès Vétillart  
+33 (0) 1 71 71 30 82  
Alain Delrieu  
+33 (0) 1 71 71 10 86

#### **New York**

Flavie Lemarchand  
+(1) 212.572.1118

### **Relations Investisseurs**

#### **Paris**

Daniel Scolan  
+33 (0) 1 71 71 32 91  
Laurence Daniel  
+33 (0) 1 71 71 12 33  
Edouard Lassalle  
+33 (0) 1 71 71 30 45

#### **New York**

Eileen McLaughlin  
+(1) 212.572.8961

**ANNEXE I**  
**VIVENDI UNIVERSAL**  
**CHIFFRE D'AFFAIRES PAR METIER**  
**(IFRS, non audité)**  
**BASE COMPARABLE**

La base comparable illustre essentiellement l'impact des cessions intervenues en 2004 (principalement Canal+ Benelux, les clubs de vente par correspondance d'UMG, Kencell et Monaco Telecom), des cessions intervenues en 2005 (principalement NC Numéricâble) et tient compte de la consolidation par intégration globale de participations dans des sociétés de distribution par SFR et de Mauritel par Maroc Telecom, comme si ces opérations étaient intervenues au 1<sup>er</sup> janvier 2004. La base comparable inclut aussi, au titre de 2004, une estimation des ventes de mobile à mobile, au tarif 2005, pour SFR. Les chiffres d'affaires en base comparable ne sont pas nécessairement indicatifs de ce qu'auraient été les chiffres d'affaires combinés, si les événements en question s'étaient effectivement produits au 1<sup>er</sup> janvier 2004.

3 <sup>èmes</sup> trimestres clos le 30 septembre				Sur neuf mois au 30 septembre			
2005	2004	% Variation	% Variation à taux de change constant	2005	2004	% Variation	% Variation à taux de change constant
(en millions d'euros)							
<b>Chiffre d'affaires</b>							
1 119	1 132	-1%	-2%	Universal Music Group	3 211	3 108	3%
158	63	151%	151%	Vivendi Universal Games	396	211	88%
863	787	10%	9%	Groupe Canal+	2 515	2 438	3%
2 236	2 097	7%	7%	SFR (a)	6 475	6 019	8%
503	427	18%	18%	Maroc Telecom	1 380	1 206	14%
				Activités non stratégiques et éliminations des opérations intragroupe (b)	(17)	(22)	23%
(5)	(6)	17%	17%	<b>Total Vivendi Universal</b>	<b>13 960</b>	<b>12 960</b>	<b>8%</b>
<b>4 874</b>	<b>4 500</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>				

**PUBLIE (c)**

3 <sup>èmes</sup> trimestres clos le 30 septembre			Sur neuf mois au 30 septembre			
2005	2004	% Variation	2005	2004	% Variation	
(en millions d'euros)						
<b>Chiffre d'affaires</b>						
1 119	1 163	-4%	Universal Music Group	3 211	3 229	-1%
158	63	151%	Vivendi Universal Games	396	211	88%
863	846	2%	Groupe Canal+	2 560	2 674	-4%
2 236	1 857	20%	SFR (a)	6 475	5 342	21%
503	428	18%	Maroc Telecom	1 380	1 176	17%
			Activités non stratégiques et éliminations des opérations intragroupe (b)	(17)	127	na*
(5)	(4)	-25%	<b>Total Vivendi Universal</b>	<b>14 005</b>	<b>12 759</b>	<b>10%</b>
<b>4 874</b>	<b>4 353</b>	<b>12%</b>				

\*na : non applicable.

(a) Suite au rapprochement entre Cegetel et neuf telecom, annoncé le 11 mai 2005 et finalisé le 22 août 2005, l'activité fixe de SFR est une activité cédée en application de la norme IFRS 5. En conséquence, le chiffre d'affaires publié de SFR au titre de 2005 et 2004 exclut Cegetel et intègre uniquement l'activité mobile.

A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2005, le chiffre d'affaires de SFR inclut les ventes de mobile à mobile, qui s'élèvent à 674 millions d'euros au titre des neuf premiers mois de 2005 (dont 225 millions d'euros au titre du 3<sup>ème</sup> trimestre). La base comparable 2004 inclut une estimation des ventes de mobile à mobile 2004 au tarif 2005, soit 642 millions d'euros au titre des neuf premiers mois de 2004 (dont 225 millions d'euros au titre du 3<sup>ème</sup> trimestre).

(b) Comprend Vivendi Telecom International, Vivendi Valorisation et les autres activités non stratégiques.

(c) Données telles qu'elles seront publiées au BALO le 4 novembre 2005.

**ANNEXE II**  
**VIVENDI UNIVERSAL**  
**ETAT DE PASSAGE ENTRE LE CHIFFRE D'AFFAIRES ETABLI SELON LES PRINCIPES**  
**COMPTABLES FRANÇAIS ET LE CHIFFRE D'AFFAIRES IFRS**

(non audité)

Sur neuf mois au 30 septembre 2004								
(en millions d'euros)	Normes françaises publiées (a)	Chiffre d'affaires des opérateurs de télécommunications				Autres impacts	Reclassement de Cegetel et de VUE en activités cédées (c)	IFRS
		Changement de présentation (b)	Subventions clients	Ventes d'équipement	Autres			
<b>Chiffre d'affaires</b>								
Universal Music Group	3 233	-	-	-	-	(4)	-	3 229
Vivendi Universal Games	211	-	-	-	-	-	-	211
Groupe Canal+	2 689	-	-	-	-	(15)	-	2 674
SFR	6 301	(128)	(78)	(7)	(2)	-	(744)	5 342
Maroc Telecom	1 210	(1)	(34)	1	-	-	-	1 176
Activités non stratégiques et éliminations des opérations intragroupe	123	-	-	-	-	(2)	6	127
Vivendi Universal Entertainment	2 327	-	-	-	-	-	(2 327)	-
<b>Total Vivendi Universal</b>	<b>16 094</b>	<b>(129)</b>	<b>(112)</b>	<b>(6)</b>	<b>(2)</b>	<b>(21)</b>	<b>(3 065)</b>	<b>12 759</b>

3ème trimestre clos le 30 septembre 2004								
(en millions d'euros)	Normes françaises publiées (a)	Chiffre d'affaires des opérateurs de télécommunications				Autres impacts	Reclassement de Cegetel en activité cédée (c)	IFRS
		Changement de présentation (b)	Subventions clients	Ventes d'équipement	Autres			
<b>Chiffre d'affaires</b>								
Universal Music Group	1 164	-	-	-	-	(1)	-	1 163
Vivendi Universal Games	63	-	-	-	-	-	-	63
Groupe Canal+	850	-	-	-	-	(4)	-	846
SFR	2 188	(45)	(26)	(18)	(4)	-	(238)	1 857
Maroc Telecom	440	-	(10)	(2)	-	-	-	428
Activités non stratégiques et éliminations des opérations intragroupe	(2)	-	-	-	-	(1)	(1)	(4)
<b>Total Vivendi Universal</b>	<b>4 703</b>	<b>(45)</b>	<b>(36)</b>	<b>(20)</b>	<b>(4)</b>	<b>(6)</b>	<b>(239)</b>	<b>4 353</b>

- (a) Données telles que publiées au BALO le 10 novembre 2004 et intégrées dans l'actualisation au Document de référence déposée auprès de l'AMF en date du 10 décembre 2004.
- (b) Les ventes de service aux abonnés gérées par SFR et Maroc Telecom pour le compte des fournisseurs de contenu sont présentées nettes des charges afférentes. En normes françaises, ce changement de présentation n'est intervenu qu'au quatrième trimestre 2004. Se référer aux notes 1.3.4.4 et 2.8.L. de la note « Transition aux normes IFRS 2004 » publiée le 14 avril 2005 et intégrée dans le Document de référence 2004 déposé auprès de l'AMF en date du 18 avril 2005 sous le numéro D.05-0456.
- (c) En application de la norme IFRS 5, Cegetel et VUE ont été qualifiées d'activités cédées et les charges et les produits afférents ont été déconsolidés à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2004.