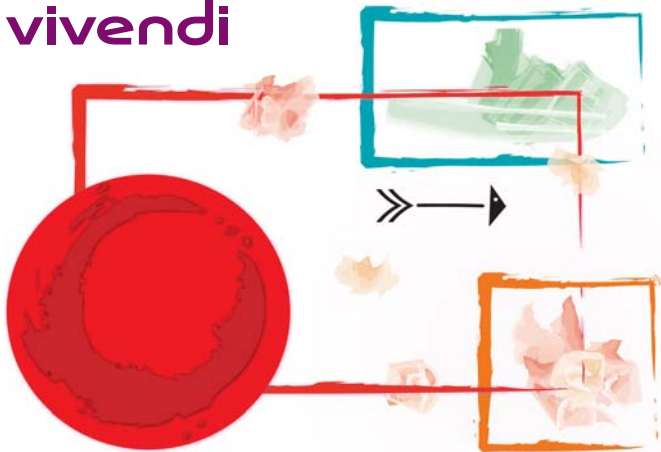
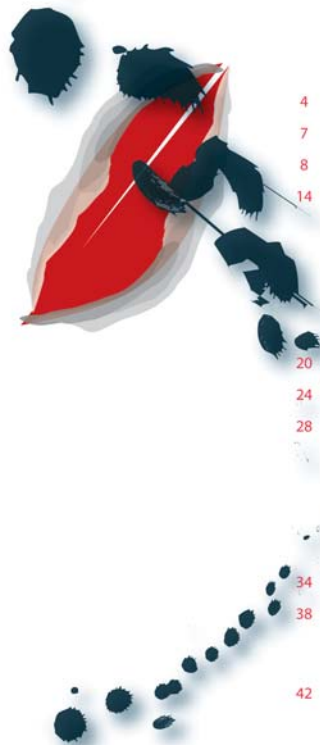


vivendi



CHIFFRES CLÉS 2005
REGARD SUR 2006



GROUPE

- 4 Message de Jean-Bernard Lévy
- 7 Organigramme simplifié
- 8 Chiffres clés 2005
- 14 Gouvernement d'entreprise

MÉDIAS

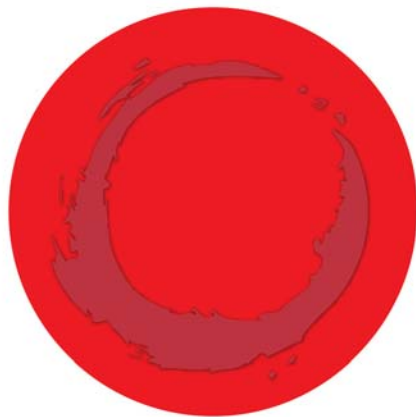
- 20 Universal Music Group
- 24 Vivendi Games
- 28 Groupe Canal+

TÉLÉCOMS

- 34 SFR
- 38 Maroc Telecom

- 42 ADRESSES ET INFORMATIONS UTILES

GROUPE



Message de Jean-Bernard Lévy
Organigramme simplifié
Chiffres clés 2005
Gouvernement d'entreprise





Message de Jean-Bernard Lévy

Madame, Monsieur,

Ensemble, nous avons réussi à faire de Vivendi un groupe solide, rentable et dynamique, comme en témoignent les bons résultats, tant financiers que commerciaux, de l'année 2005.

L'année 2005 aura, en effet, été riche en événements et en succès! Les performances de Vivendi ont dépassé nos objectifs. Notre stratégie de renforcement de nos activités de médias et de télécommunications, mise en œuvre dès 2003, porte ses fruits: forte croissance du résultat net ajusté, qui affiche une hausse de 55% sur l'exercice, et excellents résultats de tous nos métiers sur leurs marchés respectifs.

Nos actionnaires bénéficient directement de ces performances qui nous permettent de verser un dividende d'un euro par action au titre de l'exercice 2005, soit une hausse de 67% par rapport au dividende de l'exercice 2004.

L'année 2005 aura notamment été marquée par le projet d'accord conclu avec TPS, suivi d'un second projet d'accord avec Lagardère en février 2006. En créant ainsi un nouvel acteur majeur de la télévision à péage en France, Vivendi se met en position de répondre à la nouvelle donne concurrentielle liée à l'émergence de nouveaux acteurs, en particulier les opérateurs du câble et de l'internet.

Aujourd'hui, sur la quasi-totalité des marchés où nous opérons, nos métiers sont numéro un ou numéro deux et, surtout, ils innovent et gagnent des parts de marché. Universal Music Group a réaffirmé sa position de leader mondial de la musique

...
et est devenu le leader mondial de la distribution numérique de musique, Vivendi Games est à l'origine du plus grand succès de l'histoire des jeux en ligne avec *World of Warcraft*, le Groupe Canal+ a conforté sa position de leader français de la télévision à péage, SFR a contribué, plus que tout autre, au dynamisme du secteur de la téléphonie mobile de troisième génération (3G) en France, et Maroc Telecom fait progresser, jour après jour, le marché marocain du téléphone mobile et de l'Internet à haut débit.

Au cœur de l'ère numérique, de la mobilité et du haut débit, Vivendi est une des entreprises les mieux positionnées pour répondre aux demandes grandissantes des consommateurs en matière de divertissement et de médias interactifs. L'ensemble des activités de notre Groupe est en effet tourné vers la satisfaction du consommateur : les métiers de Vivendi, qui présentent de fortes complémentarités opérationnelles, créent et proposent aux consommateurs les contenus que ceux-ci recherchent le plus (musique, jeux, télévision) sur des plates-formes de distribution variées (téléphone mobile, Internet, télévision numérique, satellite), dans une recherche constante d'innovation technologique et de variété des services offerts.

Les perspectives de croissance de nos métiers sont fortes à l'échelle mondiale : développement de la téléphonie 3G, progression de la pénétration de la télévision à péage, développement du téléchargement légal et de la consommation « à la demande ». C'est dans ce contexte de croissance que nous allons continuer à investir dans la création et les contenus, la gestion et la fidélisation des abonnés ainsi que dans les technologies d'avenir.

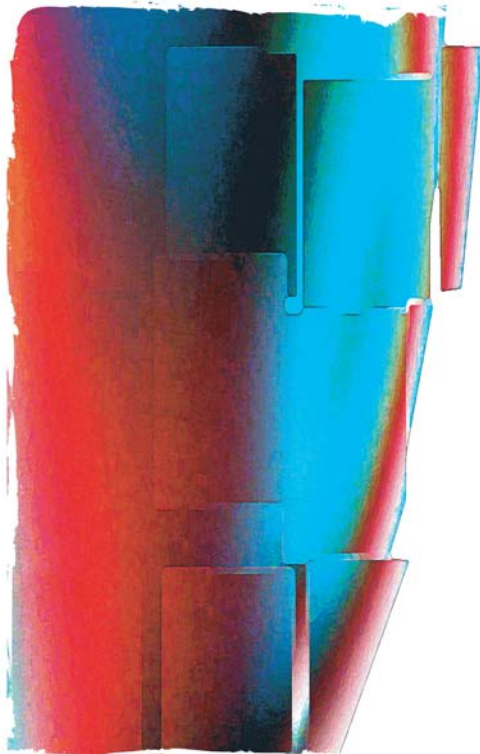
Nous disposons, depuis le début de l'année 2006, d'indicateurs encourageants et nos métiers progressent sur la même dynamique qu'en 2005. Nous anticipons donc, pour 2006, une nouvelle année de croissance et de rentabilité encore améliorée. Elle devrait conduire à une augmentation du résultat net ajusté de 11% à 13%, sans tenir compte des effets des opérations en cours dans le secteur de la télévision à péage en France. Elle devrait également conduire à une nouvelle augmentation du dividende.

Dans ce contexte très favorable, le changement de nom de notre Groupe est un événement important. Vivendi est un Groupe renouvelé, solide et performant. Sa nouvelle identité, « Vivendi », sans le nom « Universal » que nous étions tenus d'abandonner à terme, recèle, à l'image de notre Groupe, un grand potentiel de vie, de culture et de créativité.

Cordialement,



Jean-Bernard Lévy
Président du Directoire



MÉDIAS

Universal Music Group
100%

Vivendi Games
100%

Groupe Canal+
100%



vivendi



SFR
56%

Maroc Telecom
51%

TÉLÉCOMS

Vivendi détient 20% de NBC Universal, un géant mondial des médias et du divertissement.
SFR détient 28% de Neuf Cegetel, le premier opérateur alternatif de télécommunications fixes en France.

Au 15 mars 2006. Les pourcentages correspondent aux taux de participation de Vivendi.



Chiffres clés 2005

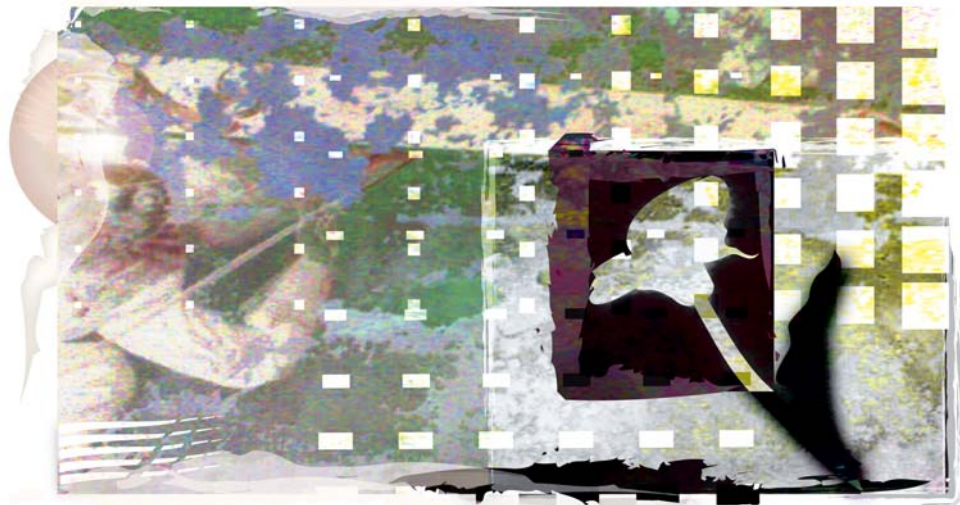
Répartition du chiffre d'affaires 2005 entre les principaux métiers, en millions d'euros



CHIFFRE D'AFFAIRES	19 484 millions d'euros (contre 17 883 millions d'euros en 2004, + 6,6%*)
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	3 746 millions d'euros (contre 3 233 millions d'euros en 2004, + 14,0%*)
RÉSULTAT NET AJUSTÉ, PART DU GROUPE**	2 078 millions d'euros (contre 1 338 millions d'euros en 2004, + 55%)
RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE	3 154 millions d'euros (contre 3 767 millions d'euros en 2004)
DIVIDENDE (AU TITRE DE 2005)	1 euro par action (contre 0,60 euro au titre de 2004, + 67%)
NOMBRE DE SALARIÉS	34 031 dans 75 pays (au 31 décembre 2005)

L'action Vivendi est cotée au compartiment A d'Eurolist by Euronext Paris™ S.A. (code ISIN FR 0000127771) ainsi qu'au New York Stock Exchange (symbole V). Elle fait partie de l'indice CAC 40.

* voir première note page 13. ** voir deuxième note page 13.



...

Le chiffre d'affaires s'inscrit en hausse de 7%*

Le chiffre d'affaires consolidé 2005 de Vivendi affiche une hausse de 7%* pour s'élever à 19 484 millions d'euros.

Universal Music Group (UMG) affiche une croissance de 1,6%* (à taux de change constant) grâce au dynamisme du marché américain et de l'édition musicale. Les albums de Mariah Carey, 50 Cent et Eminem notamment figurent parmi les meilleures ventes mondiales de l'année. En 2005, les ventes de musique numérique d'UMG ont été multipliées par près de trois avec une forte croissance des ventes sur Internet et sur les téléphones mobiles.

L'activité de Vivendi Games progresse de 34,9%*: cette amélioration est le résultat de l'**extraordinaire succès de World of Warcraft**, ainsi que des bonnes ventes des jeux *50 Cent: Bulletproof*, *Robots*, *Hulk II* et *F.E.A.R.*

Le chiffre d'affaires du Groupe Canal+ progresse de 4%* grâce **aux bonnes performances de l'activité de télévision à péage**, qui affiche une hausse du revenu moyen par abonné, et du portefeuille d'abonnements. A fin 2005, le Groupe Canal+ compte 8,25 millions d'abonnés et plus de 1,1 million de recrutements sur l'année.

Le chiffre d'affaires de SFR progresse de 7%* sous les effets de la **croissance du parc de clients** et de la stabilité du revenu annuel moyen par utilisateur. Avec 17,2 millions de clients (+ 9%) à fin décembre 2005, SFR a de nouveau

illustré son **dynamisme commercial**, et affiche d'excellentes performances sur la 3G avec plus d'un million de clients exclusivement 3G à fin décembre 2005.

L'activité de Maroc Telecom progresse de 16,0%* à taux de change constant, grâce **aux bonnes performances des activités mobile (+ 31,5%) et Internet**. Le chiffre d'affaires de l'activité fixe et Internet progresse de 5,9%* à taux de change constant grâce à la croissance du parc de clients et des activités Internet haut débit, ainsi qu'à la poursuite de la progression du trafic international.

Le résultat d'exploitation enregistre une croissance de 14%*

Grâce aux bonnes performances de chacun des métiers, qui affichent tous un résultat d'exploitation positif, **le résultat d'exploitation consolidé de Vivendi augmente de 14%*** pour atteindre 3 746 millions d'euros.

La forte progression de la rentabilité d'UMG (+ 18,8%* à taux de change constant) reflète **la hausse de sa part de marché mondiale** dans les ventes sur supports physiques, l'attention constante portée au contrôle des coûts et la baisse des charges de restructuration par rapport à l'exercice 2004.

* voir première note page 13.



...

Avec une amélioration de 243 millions d'euros en 2005 (à taux de change constant), Vivendi Games affiche un résultat d'exploitation positif, confirmant ainsi son redressement. Cette forte progression est le **résultat de la stratégie menée depuis 2004** avec la mise en place d'un plan de redressement et de développement volontariste (activité en ligne et acquisition de studios de développement) qui a conduit à la mise en place d'un portefeuille de produits plus équilibré.

Le Groupe Canal+ affiche un **résultat d'exploitation quasiment équivalent à celui de 2004*** malgré l'augmentation des coûts de marketing liés à la forte progression des recrutements et l'entrée en vigueur, au second semestre 2005, du contrat de diffusion exclusive du championnat de France de Ligue 1 de football. Ces investissements seront amortis à partir de 2006, lorsque la croissance nette du portefeuille d'abonnements et du revenu par abonné enregistrée en 2005 produira son plein effet. L'activité de télévision à péage du Groupe Canal+ en Pologne enregistre une **forte progression de son résultat d'exploitation** grâce à la hausse des abonnements, et l'activité cinéma bénéficie du succès des productions Working Title.

Le résultat d'exploitation de SFR progresse de 3,6%* en raison de la **progression du chiffre d'affaires réseau** (hors refacturation des terminaisons d'appel entre opérateurs mobiles), **du succès de la 3G** et d'un strict contrôle des coûts.

Maroc Telecom enregistre un résultat d'exploitation en hausse de 14,2%* à taux de change constant grâce **au fort développement des marchés mobile et haut débit**. En neutralisant l'effet de la charge relative au plan de départs volontaires initié en 2004, le résultat d'exploitation de Maroc Telecom progresse de près de 16%* à taux de change constant.



Le résultat net ajusté, part du Groupe, augmente de 55%**

Le résultat net ajusté, part du Groupe**, de Vivendi, qui illustre les performances des activités en excluant la plupart des éléments non opérationnels et non récurrents, **augmente de 55% à 2 078 millions d'euros**, contre 1 338 millions d'euros en 2004. Cette amélioration de 740 millions d'euros résulte essentiellement de la croissance du résultat d'exploitation (513 millions d'euros), de la réduction du coût du financement (188 millions d'euros) et de l'augmentation de la quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence (105 millions d'euros). Le résultat net ajusté, part du Groupe, par action atteint 1,81 euro en 2005, contre 1,17 euro en 2004.

Ces bons résultats permettent à Vivendi de verser un **dividende d'un euro par action au titre de l'exercice 2005**, représentant un versement global de 1,15 milliard d'euros contre 689 millions d'euros au titre de 2004.

NB : Les données financières sont établies selon les normes comptables IFRS. En application de ces normes, l'activité fixe de SFR (Cegérel) n'est plus intégrée dans le chiffre d'affaires et le résultat d'exploitation de Vivendi : les chiffres relatifs à SFR en 2004 et 2005 concernent uniquement l'activité mobile.

* Le base comparable illustre essentiellement l'impact des cessions intervenues en 2004 (principalement Canal+ Bénéfice, les clubs de vente par correspondance d'UMO, Kenoell et Monaco Telecom), des cessions intervenues en 2005 (principalement NC Numericable) 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^{er} janvier 2004. Le base comparable inclut aussi, au titre de 2004, une estimation des ventes de mobile à mobile, au tarif 2005, pour SFR. Les résultats en base comparable ne sont pas nécessairement indicatifs de ce qu'auraient été les résultats combinés, si les événements en question s'étaient effectivement produits au 1^{er} janvier 2004.

** Le résultat net ajusté, part du Groupe, comprend le résultat d'exploitation, les autres produits des activités ordinaires, la quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence, le coût du financement et les impôts et intérêts minoritaires relatifs à ces éléments. Il n'intègre pas les autres charges des activités ordinaires (pertes de valeur liées aux écarts d'acquisition et aux autres actifs incorporels), les autres charges et produits financiers et le résultat net des activités obsolescentes ou en cours de cession, tels que présentés au compte de résultat, l'impôt sur les résultats et les intérêts minoritaires afférents aux ajustements, ainsi que certains éléments d'impôt non récurrents. Il ne prend jamais en compte d'ajustement sur le résultat d'exploitation.



Gouvernement d'entreprise

Lors de l'Assemblée générale du 28 avril 2005, les actionnaires ont approuvé la transformation du mode d'administration et de direction de la société. Vivendi est dirigé par un Conseil de surveillance, présidé par Jean-René Fourtou, et par un Directoire, présidé par Jean-Bernard Lévy (voir pages 16-17 la composition de ces organes).

Le Conseil de surveillance

Le Conseil de surveillance de Vivendi est actuellement composé de douze membres, dont dix sont indépendants au sens du rapport Bouton. Cinq membres sont de nationalité autre que française.

Son rôle est de définir les grandes orientations stratégiques de Vivendi et d'assurer le contrôle de la gestion de la société conduite par le Directoire. Le Conseil de surveillance autorise le Directoire à réaliser les opérations significatives, notamment des émissions de titres ou emprunts et des acquisitions ou cessions de participations. Il est informé trimestriellement par un rapport du Directoire qui porte notamment sur la marche des affaires, les résultats financiers, les éventuelles cessions et acquisitions, la politique sociale et les procédures de contrôle interne.

Le Conseil de surveillance s'est réuni cinq fois entre le 28 avril et le 31 décembre 2005. Ses travaux ont notamment porté sur la nomination du Président et des membres du Directoire, la composition des Comités du Conseil de surveillance, l'arrêté des comptes, l'examen du budget 2006 et l'analyse des enjeux stratégiques dans les domaines des médias et des télécommunications.

Le Directoire

Présidé par Jean-Bernard Lévy, le Directoire de Vivendi est composé des responsables opérationnels des métiers et du Directeur financier du Groupe. Il a pour mission de gérer la société et d'assurer la mise en œuvre de sa stratégie. Il est notamment en charge de l'établissement des comptes, de la situation de trésorerie, de la dette, de l'audit interne et des politiques de ressources humaines et de communication.

Entre le 28 avril et le 31 décembre 2005, le Directoire s'est réuni huit fois. Ses travaux ont essentiellement porté sur l'examen des comptes semestriels et trimestriels, l'analyse de la situation des métiers du Groupe, le budget 2006, l'établissement des rapports trimestriels d'activité au Conseil de surveillance, le suivi des opérations de cessions, fusions et acquisitions en cours, le changement de dénomination sociale et le projet de retrait de la bourse de New York.

Les Comités du Conseil de surveillance

Le Conseil de surveillance a nommé en son sein quatre comités spécialisés dont il a fixé la composition et les attributions, et qui exercent leur activité sous sa responsabilité. Ces Comités ont un rôle d'étude et de préparation des délibérations du Conseil.

- **Le Comité stratégique** intervient sur les sujets relatifs aux orientations et partenariats stratégiques, aux acquisitions et cessions, aux opérations financières importantes et à la situation de trésorerie. Il est présidé par Claude Bébéar et composé de six membres du Conseil de surveillance, dont cinq sont indépendants.

- **Le Comité d'audit** intervient dans les domaines suivants : examen des comptes et des méthodes comptables, contrôle interne et sélection des Commissaires aux comptes. Il est présidé par Henri Lachmann et composé de quatre membres du Conseil de surveillance, tous indépendants, qui ont une compétence financière et comptable. Un des membres au moins a une parfaite compréhension des normes comptables et une expérience de l'établissement des comptes et de l'application des normes comptables en vigueur.

- **Le Comité des ressources humaines** examine les rémunérations des mandataires sociaux, le recrutement et la rémunération des principaux dirigeants de la société et du Groupe, la politique d'attribution des stock-options, ainsi que le montant et la répartition des jetons de présence. Il est présidé par Paul Fribourg et composé de quatre membres du Conseil de surveillance, tous indépendants.

- **Le Comité du gouvernement d'entreprise** intervient dans les domaines suivants : propositions de nomination des membres et Présidents du Conseil de surveillance et du Directoire, composition et missions des Comités, critères d'indépendance des membres du Conseil de surveillance et recommandations en matière de gouvernement d'entreprise. Il est présidé par Claude Bébéar et composé de cinq membres du Conseil de surveillance, dont quatre sont indépendants.

Il existe également, au sein de la société, un **Comité des procédures d'information et de communication financière**, dont le rôle consiste à s'assurer que Vivendi remplit ses obligations en matière de diffusion de l'information auprès des investisseurs, du public et des autorités réglementaires et de marché compétentes. Il est composé de représentants des directions fonctionnelles de la société.

CONSEIL DE SURVEILLANCE

JEAN-RENÉ FOURTOU
Président du Conseil de surveillance

HENRI LACHMANN ◯
Vice-président du Conseil de surveillance
Président-Directeur général de Schneider Electric S.A.

CLAUDE BÉBÉAR
Président du Conseil de surveillance du Groupe Axa

GÉRARD BRÉMOND ◯
Président-Directeur général du Groupe Pierre et Vacances

FERNANDO FALCÓ Y FERNÁNDEZ DE CÓRDOVA ◯ ●
Vice-président de Sogecable

SARAH FRANK ◯ ●
Administrateur de la Fondation du New York Chapter
de la National Academy of Television Arts and Sciences

PAUL FRIBOURG ◯ ●
Président-Directeur général de ContiGroup Companies, Inc.

GABRIEL HAWAWINI ◯ ●
Doyen de l'INSEAD

PATRICK KRON ◯
Président-Directeur général d'Alstom

ANDRZEJ OLECHOWSKI ◯ ●
Conseiller de Central Europe Trust Polska

PIERRE RODOCANACHI ◯
Président du Conseil d'orientation de Booz Allen Hamilton

KAREL VAN MIERT ◯ ●
Ancien Vice-président de la Commission européenne

◯ Membre indépendant

● Membre de nationalité autre que française

DIRECTOIRE

JEAN-BERNARD LÉVY
Président du Directoire

ABDESLAM AHIZOUNE
Président du Directoire de Maroc Telecom

JACQUES ESPINASSE
Directeur financier de Vivendi

FRANK ESSER
Président-Directeur général de SFR

BERTRAND MEHEUT
Président du Directoire du Groupe Canal+

DOUG MORRIS
Président-Directeur général d'Universal Music Group

RENÉ PÉNISSON
Président de Vivendi Games,
Directeur des Ressources humaines de Vivendi

DIRECTION GÉNÉRALE

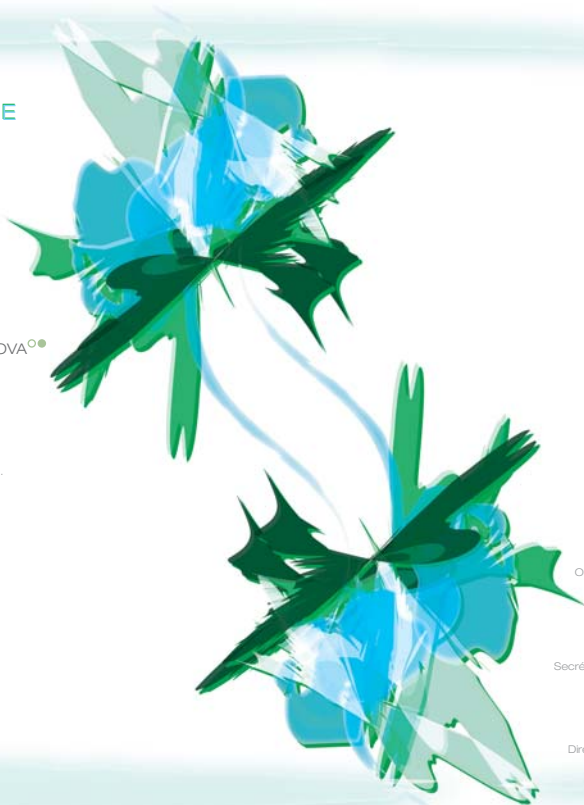
Outre Jean-Bernard Lévy, Jacques Espinasse et René PéniSSon,
la Direction générale de Vivendi est composée de :

ROBERT DE METZ
Directeur général adjoint, Stratégie et développement

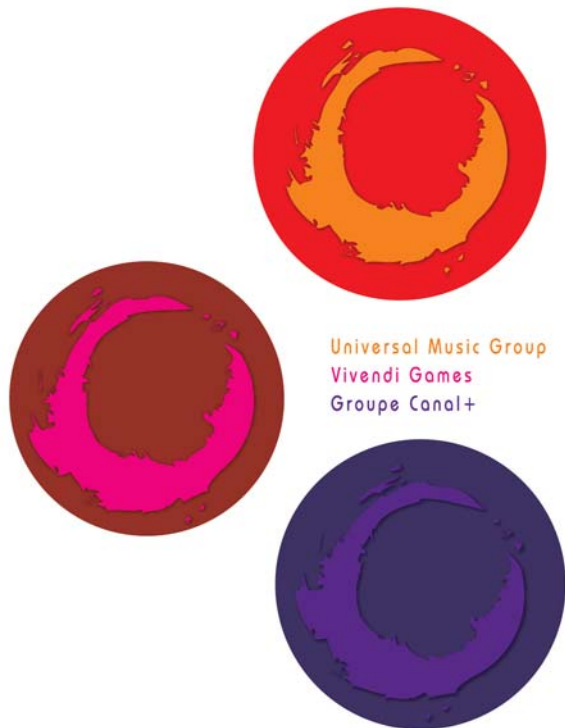
JEAN-FRANÇOIS DUBOS
Secrétaire général, Secrétaire du Conseil de surveillance et du Directoire

MICHEL BOURGEOIS
Directeur de la Communication et des Affaires publiques

RÉGIS TURRINI
Directeur à la Direction générale, chargé des fusions et acquisitions



MÉDIAS





Universal Music Group

CHIFFRE D'AFFAIRES 2005
4 893 millions d'euros

RÉSULTAT D'EXPLOITATION 2005
480 millions d'euros

NOMBRE DE SALARIÉS
7 915

Universal Music Group (UMG) est le **numéro 1 mondial de la musique**, présent dans la **musique enregistrée**, les **vidéos et DVD musicaux** et l'**édition musicale**. UMG est aussi leader mondial sur le marché florissant de la distribution de **musique numérique**. Présent dans 75 pays, UMG détient en 2005 une part de marché mondiale estimée à 25,6% des ventes physiques et une part légèrement supérieure des ventes mondiales de musique numérique.

Musique enregistrée

UMG est le numéro 1 mondial de la musique enregistrée avec des positions particulièrement fortes sur **les marchés nord-américain et européen**, qui à eux seuls représentent près des trois quarts des ventes mondiales. Parmi les **meilleures ventes d'UMG en 2005** figurent les nouveaux albums de Mariah Carey, 50 Cent, Black Eyed Peas, Eminem, Kanye West et Jack Johnson. L'album de Gwen Stefani, sorti en 2004, a encore enregistré de bonnes ventes en 2005. De nouveaux artistes tels que The Game, The Pussycat Dolls, Fallout Boy, Akon et le groupe britannique Kaiser Chiefs se sont également

classés parmi les meilleures ventes 2005. Enfin, les meilleures ventes régionales regroupent Juanes et Daddy Yankee (Amérique du Sud), Rammstein (Allemagne), Ivete Sangalo (Brésil) et Chimène Badi (France).

UMG doit son succès à sa capacité à découvrir, faire vivre et promouvoir des artistes à succès ainsi qu'à la diversité de ses labels, parmi lesquels Island Def Jam Music Group, Interscope Geffen A&M Records, Lost Highway Records, MCA Nashville, Mercury Nashville, Mercury Records, Polydor et Universal Motown Records Group (**musique pop**), Decca, Deutsche Grammophon et Philips (**musique classique**) ainsi que Verve, GRP et Impulse! Records (**jazz**).

UMG détient le plus grand catalogue de musique enregistrée au monde, qui regroupe des artistes légendaires. **Les ventes des œuvres de catalogue** représentent chaque année une part significative et stable du chiffre d'affaires d'UMG dans la musique enregistrée.

Distribution de musique numérique

UMG, leader de la musique numérique, soutient et encourage la distribution légale de musique sur Internet, sur téléphone mobile et sur les réseaux satellite et câble en proposant une grande partie de ses contenus sous forme numérique. UMG propose notamment le plus grand catalogue de musique numérique au monde. La distribution légale de musique numérique



...
 a poursuivi sa croissance exponentielle en 2005, notamment aux Etats-Unis, en Europe et au Japon, devenant une importante source de chiffre d'affaires pour UMG.

La distribution de musique pour téléphones mobiles a notamment généré un chiffre d'affaires significatif, avec de fortes ventes de sonneries, tonalités d'attente, clips et images. UMG a vendu plus de 48 millions de sonneries en 2005 aux Etats-Unis, en progression de 380% par rapport à 2004. Le chiffre d'affaires lié au téléphone mobile a continué à augmenter rapidement hors des Etats-Unis, avec un quasi-doublement en 2005 par rapport à 2004.

Dans la distribution de contenus vidéo, UMG a créé en 2005 un nouveau modèle économique dans lequel les ayants droit et les artistes touchent une rémunération lorsque leurs vidéos sont visionnées gratuitement en streaming par les utilisateurs de portails tels que Yahoo!, AOL ou MSN. Aux Etats-Unis, UMG a vendu plus d'un million de vidéos musicales en téléchargement en moins de trois mois, soit près de la moitié des ventes totales de vidéos musicales d'iTunes. Hors des Etats-Unis, le chiffre d'affaires généré par les vidéos (hors vidéos pour téléphones mobiles) est plus faible, mais devrait se développer en 2006 avec la croissance du chiffre d'affaires généré par le streaming et la poursuite du développement des offres de téléchargement.

Edition musicale

UMG est également présent dans l'édition musicale avec Universal Music Publishing Group. UMG acquiert les droits sur des œuvres musicales (par opposition aux enregistrements) et les concède sous licence pour qu'elles soient enregistrées ou utilisées dans des films, des publicités ou des concerts. UMG est le numéro 3 mondial de l'édition musicale avec plus d'un million de titres en propriété ou en gestion.

Au catalogue d'édition musicale d'UMG figurent certains des auteurs de chansons les plus importants de notre époque, et des chansons qui comptent parmi les plus célèbres du monde telles que « American pie », « Strangers in the night » ou « Girl from Ipanema ». Les auteurs-compositeurs et artistes représentés au catalogue sont notamment ABBA, Anastacia, Avril Lavigne, 50 Cent, The Beach Boys, Mary J. Blige, Jon Bon Jovi, The Corrs, Gloria Estefan, No Doubt, Prince, Michel Sardou, Paul Simon, André Rieu, Andrew Lloyd Webber et U2. Des compositeurs légendaires sont également présents au catalogue, tels que Leonard Bernstein, Elton John et Bernie Taupin, et Henry Mancini.



Vivendi Games

CHIFFRE D'AFFAIRES 2005
641 millions d'euros

RÉSULTAT D'EXPLOITATION 2005
41 millions d'euros

NOMBRE DE SALARIÉS
2 657

Vivendi Games est un développeur, éditeur et distributeur de jeux interactifs. Vivendi Games est le leader mondial des jeux en ligne massivement multi-joueurs (MMO) par abonnement et occupe des positions de premier plan sur les marchés des jeux pour PC et des jeux pour consoles.

Six studios de développement

Vivendi Games détient six studios de développement de jeux: Blizzard Entertainment, Sierra Entertainment, Radical Entertainment, Massive Entertainment, Swordfish Studios et High Moon Studios.

Blizzard Entertainment, célèbre pour les franchises *Warcraft*, *StarCraft* et *Diablo*, a continué à dominer le marché des jeux en ligne en 2005 avec *World of Warcraft*, le numéro 1 des jeux MMO au monde. Avec plus de 6 millions de clients payants (en février 2006), *World of Warcraft* est le seul jeu MMO disponible sur tous les marchés clés, de l'Amérique du Nord

à l'Europe en passant par l'Australie, la Nouvelle-Zélande, la Corée du Sud, la Chine et Taiwan. En mai 2005, Blizzard a élargi son champ d'activité en rachetant Swigin' Ape Studios, rebaptisé Blizzard Console.

Sierra Entertainment est l'un des pionniers du développement de jeux. Devenu l'un des principaux éditeurs au monde, il publie des titres très variés pour toutes les plates-formes (PC et consoles), qui recueillent toujours de très bonnes critiques et de nombreuses récompenses. En 2005, les meilleures ventes de Sierra Entertainment sont les jeux *50 Cent: Bulletproof*, créé en collaboration avec la star du hip-hop 50 Cent, *Crash Tag Team Racing*, *Robots* et *F.E.A.R.*

Sierra Entertainment a renforcé ses capacités de développement en 2005 avec l'acquisition de trois studios de développement indépendants, notamment Radical Entertainment (basé à Vancouver, Canada) qui avait développé pour Vivendi Games des jeux tels que *Hulk: Ultimate Destruction* ou *The Simpsons: Hit & Run*, deux grands succès sortis en 2005 et 2003 respectivement. Sierra a également racheté le studio britannique Swordfish Studios ainsi que High Moon Studios, basé en Californie. Avec Massive Entertainment, créateur de la franchise *Ground Control*, Sierra reste un leader dans le développement de jeux de stratégie en temps réel.



...

Un catalogue de plus de 700 titres

Le catalogue de Vivendi Games compte plus de 700 titres, dont de nombreuses créations propres sur lesquelles Vivendi Games détient les droits de propriété intellectuelle, notamment *Warcraft*, *StarCraft*, *Diablo* et *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment) ainsi que *Crash Bandicoot*, *Spyro*, *Empire Earth*, *Leisure Suit Larry*, *Ground Control* et *Tribes*.

Vivendi Games entretient également des relations commerciales avec d'importants fournisseurs de contenu tels que NBC Universal et 20th Century Fox. En 2005, Sierra a signé un contrat d'exclusivité mondiale pour publier des jeux basés sur l'œuvre de Robert Ludlum, dont les livres se sont vendus à plus de 290 millions d'exemplaires dans le monde et ont inspiré les films à succès *La Mémoire dans la peau* et *La Mort dans la peau*.

Les nouveautés 2006

Sur le marché des jeux MMO par abonnement, *World of Warcraft* de Blizzard Entertainment devrait continuer à séduire de nouveaux clients grâce au pack d'expansion *World of Warcraft: The Burning Crusade* et aux patches de contenu supplémentaires qui apporteront de nouvelles fonctions attrayantes tout au long de l'année.

Le calendrier des sorties 2006 dans les jeux pour PC et consoles comprend *StarCraft: Ghost* de Blizzard Entertainment et plusieurs titres de Sierra tels que *Scarface: The World is Yours*, *L'Age de glace II*, *Caesar IV*, *Empire Earth II: The Art of Supremacy* (le pack d'expansion de *Empire Earth II*) et *SWAT 4: The Stetchkov Syndicate*.

Vivendi Games intensifie par ailleurs ses efforts de développement de jeux destinés à la prochaine génération de consoles de Sony, Microsoft et Nintendo. Les studios récemment rachetés par Vivendi Games ont permis d'élargir les compétences de développement internes et Vivendi Games est bien placé pour développer des titres de nouvelle génération dans les années à venir.

Vivendi Games a créé une nouvelle division de jeux pour mobile, **Vivendi Games Mobile** qui, dès 2006, éditera et distribuera des jeux par l'intermédiaire des opérateurs de téléphonie mobile et des portails mobiles.



Groupe Canal+

CHIFFRE D'AFFAIRES 2005
3 452 millions d'euros

RÉSULTAT D'EXPLOITATION 2005
203 millions d'euros

NOMBRE DE SALARIÉS
3 880

Le Groupe Canal+ est un acteur de référence dans l'édition de chaînes de télévision à péage en France, la distribution d'offres de télévision à péage, ainsi que la production et la distribution de films.

Canal+, la pionnière de la télévision à péage

Pionnière de la télévision à péage depuis 1984, Canal+ est une chaîne généraliste premium, leader en France avec 5,06 millions d'abonnements à fin 2005. Canal+ est disponible par voie hertzienne, sur le satellite, le câble, la TNT et l'ADSL. La chaîne propose un format unique de programmation avec du cinéma récent en exclusivité, le meilleur du sport, de l'information, des documentaires, de la fiction et du divertissement.

La chaîne diffuse 430 films par an, dont 300 sont des exclusivités, soit 25 films inédits en France chaque mois. En 2005, Canal+ a investi plus de 135 millions d'euros dans l'acquisition de films d'expression originale française, et propose le meilleur du cinéma américain grâce à ses accords avec les plus grands studios hollywoodiens.

Canal+ a également développé une véritable expertise dans la couverture du sport, caractérisée par l'exclusivité, l'absence de coupures publicitaires, la pertinence des commentaires et une réalisation riche et innovante. Depuis juillet 2005 et pour trois saisons, Canal+ (avec Canal+ Sport et Foot+) diffuse en exclusivité le championnat de France de football de Ligue 1. La chaîne propose également des retransmissions de courses hippiques, le Top 14 de rugby, la Ligue des Champions, du basket américain...

L'information figure en bonne place dans la grille avec notamment *La matinale* et *90 minutes*, ou des magazines quotidiens tels que *Le grand journal de Canal+*. Canal+ s'impose également comme la chaîne du divertissement (*Les Guignols de l'info*, *7 jours au Groland*), de la fiction originale (*Nuit noire*) et des séries de qualité (*24 heures chrono*, *The Shield*).



...

Depuis mars 2005, les abonnés de Canal+ en numérique bénéficient de **Canal+ Le Bouquet**, la première offre multi-chaînes premium en France, qui propose autour de Canal+ quatre chaînes avec leurs programmes et leur identité propres. A fin 2005, 52% des abonnés à Canal+ avaient choisi Canal+ Le Bouquet.

Le meilleur des chaînes thématiques

Le Groupe Canal+ édite 17 chaînes thématiques, essentiellement destinées au marché français et consacrées aux thèmes de prédilection des téléspectateurs : le cinéma avec les sept chaînes CinéCinéma, le sport (Sport+), l'information en continu (i>Télé), les documentaires avec les quatre chaînes Planète, les séries (Jimmy), l'humour (Comédie!) et l'art de vivre avec Seasons et Cuisine TV.

CanalSat, le leader du numérique

CanalSat est le premier bouquet numérique en France avec près de 3.2 millions d'abonnements à fin 2005. Le bouquet CanalSat est disponible sur le satellite, l'ADSL et, depuis juin 2005, sur téléphone mobile. CanalSat propose plus de 280 chaînes et services, dont 55 en exclusivité satellite, avec de grands labels tels que Canal J, MTV, CinéCinéma... Quatorze nouvelles chaînes sont venues enrichir le bouquet en septembre 2005, notamment Discovery Real Time, FOXlife et Sci Fi.

Télévision par ADSL, TNT et télévision mobile

Les offres du Groupe Canal+ sont présentes sur toutes les plates-formes de diffusion de télévision. En **télévision par ADSL**, Canal+ Le Bouquet et CanalSat (100 chaînes et services) sont disponibles avec Neuf Cegetel, France Telecom et Free.

Le Groupe Canal+ est également présent sur la **télévision numérique terrestre (TNT)** : les programmes en clair de la chaîne Canal+ sont diffusés depuis mars 2005 et deux offres payantes ont été lancées en novembre. i>Télé, diffusée sur la TNT gratuite depuis octobre 2005, est aujourd'hui la seule chaîne d'information généraliste française en continu et en clair.

Dans la **télévision mobile**, le Groupe Canal+ a lancé deux offres pour les téléphones mobiles 3G en 2005 : le bouquet CanalSat Mobile pour les abonnés 3G de SFR proposant 30 véritables chaînes consultables en direct, et l'offre Canal+ Orange Vidéo sur le portail Orange World.

CanalPlay, la vidéo à la demande

CanalPlay est le service de téléchargement légal de vidéo du Groupe Canal+, accessible par PC sur Internet (www.canalplay.com) et sur l'offre de télévision par ADSL de Free. Lancé en octobre 2005, CanalPlay propose une offre riche et variée de près de 1 000 films et programmes vidéo. CanalPlay permet de regarder ce que l'on veut, quand on veut : après téléchargement, l'utilisateur a un mois pour regarder sa vidéo, chez lui ou en mobilité sur un ordinateur portable.

Le cinéma avec StudioCanal

StudioCanal est un acteur majeur de la production, l'acquisition et la distribution de films, et possède un catalogue de plus de 5 000 films européens et américains parmi lesquels *Les Bronzés*, *Basic Instinct* ou *Le Pianiste*. En 2005, deux films StudioCanal se sont classés parmi les dix premiers au box-office français : *Million dollar baby* de Clint Eastwood (3,2 millions d'entrées) et *Les Poupées russes* de Cédric Klapisch (près de 2,9 millions). Ces films affichent également de très fortes ventes en DVD avec plus de 400 000 exemplaires chacun. Ces performances, ajoutées à celles des DVD d'humour tels que *De Caunes/Garcia 2*, permettent à StudioCanal d'être une nouvelle fois en tête des ventes vidéo de fin d'année.

Projet de rapprochement dans la télévision à péage en France

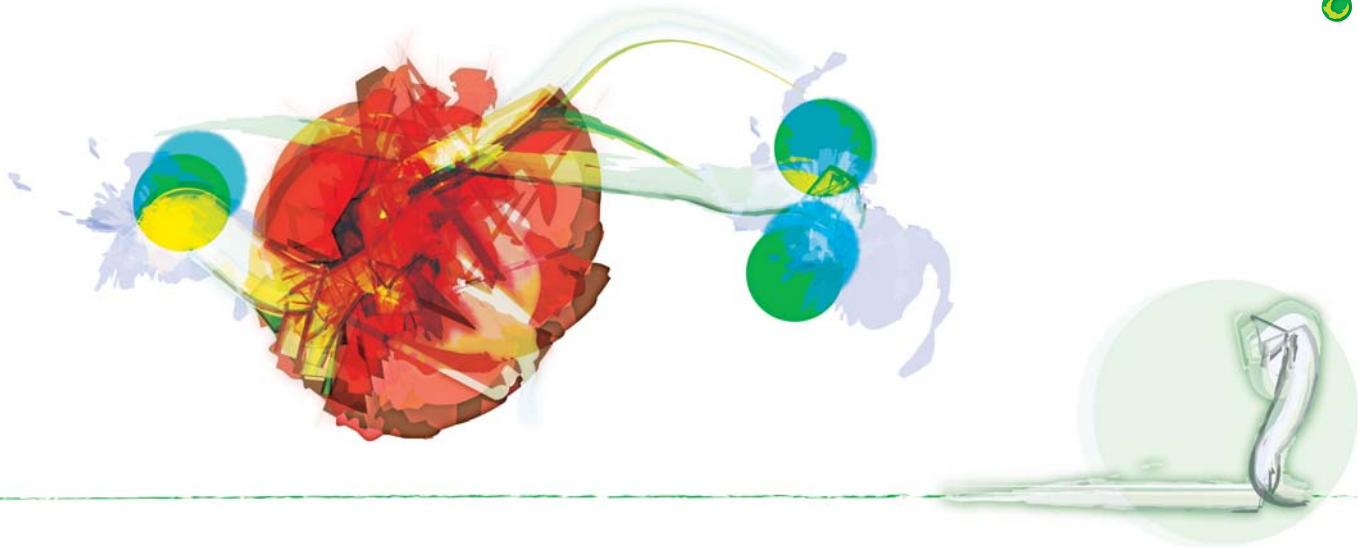
En janvier 2006, Vivendi, TF1 et M6 ont signé un accord industriel visant à rapprocher les activités de télévision à péage en France du Groupe Canal+ et de TPS. Le nouvel ensemble constituera un acteur français de l'audiovisuel de premier plan qui contribuera à dynamiser et à élargir le marché français de la télévision en proposant aux consommateurs une offre plus riche, diversifiée et attractive. En février, Vivendi et le Groupe Canal+ ont annoncé un deuxième accord aux termes duquel Lagardère, déjà partenaire du Groupe Canal+ au sein de CanalSat, rejoindrait le capital du nouvel ensemble à hauteur de 20%. Vivendi, via sa participation de 65% dans le Groupe Canal+, détendrait le contrôle exclusif de ce nouvel ensemble. Les deux accords sont soumis à l'approbation des autorités de régulation françaises et de concurrence.

TÉLÉCOMS



SFR
Moroc Telecom





SFR

CHIFFRE D'AFFAIRES 2005
8 687 millions d'euros

RÉSULTAT D'EXPLOITATION 2005
2 422 millions d'euros

NOMBRE DE SALARIÉS
8 033

SFR, filiale de Vivendi à 56% et de Vodafone à 44%, est le **deuxième opérateur de télécommunications mobiles en France**. SFR détient 28% du capital de Neuf Cegetel, le numéro deux français des télécommunications fixes. Au 31 décembre 2005, SFR compte **17,2 millions de clients au téléphone mobile** (hors clients pour compte de tiers), en progression de 9% par rapport à 2004, soit près de 1,4 million de clients supplémentaires, pour une part de marché de 35,8% (source : Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, Arcep, et publications opérateurs). Pour la troisième année consécutive, SFR est numéro 1 des ventes nettes en 2005 avec 39,4% du marché.

SFR dynamise la 3G

SFR, qui a été le **premier opérateur à lancer la téléphonie mobile de troisième génération (3G) en France** en 2004, a franchi fin 2005 le cap du **premier million de clients** exclusivement 3G, et continue à dynamiser le marché en lançant des services

inédits et en créant de nouveaux usages rendus possibles par le haut débit mobile. Chez SFR, l'accès 3G est possible quelle que soit la formule tarifaire du client (abonné, prépayé, compte bloqué).

Le portail musical de SFR, qui propose **500 000 titres** à télécharger grâce aux accords passés avec les grandes maisons de disques, figure déjà parmi les cinq premières plates-formes légales de téléchargement musical en France, avec 830 000 téléchargements sur l'année 2005 et 1 million à la mi-janvier 2006. Les services musicaux proposés se diversifient, avec par exemple le **Pass musique illimitée** (un forfait unique en Europe de location de musique illimitée), **Radio DJ** (une offre proposant l'écoute d'une station qui s'adapte automatiquement aux goûts de l'utilisateur), ou encore des mini-sites d'artistes avec fonds d'écran et sonneries à télécharger.

L'abonné 3G de SFR a également accès à une **offre TV-Vidéo riche de 54 véritables chaînes de télévision**, dont les 30 chaînes du bouquet CanalSat Mobile : Canal+ en clair, i>Télé, L'Equipe TV, MCM Pop, Canal J, Planète, France 2, France 3... Le bouquet CanalSat Mobile avait déjà séduit près de 20 000 clients au 31 décembre 2005, six mois après son lancement. L'offre propose également plus de **60 programmes vidéo**, tels que la mini-série spécialement réalisée pour téléphone mobile *24 : La Conspiration*, inspirée de la série *24 heures chrono*, mais aussi des programmes de sport, d'humour, d'info...



...

L'offre TV-Vidéo rencontre un grand succès avec 4,3 millions de sessions sur l'année 2005 et une nette accélération en fin d'année (1,2 million de sessions sur le seul mois de décembre).

Enfin, la visiophonie, qui permet de voir la personne à qui l'on parle, rencontre un grand succès : **près de 2 millions de communications en visiophonie** ont été passées sur le réseau de SFR au 31 décembre 2005.

Vodafone *live!*, la référence du multimédia mobile

A fin 2005, SFR compte 4,8 millions de clients équipés de mobiles Vodafone *live!*, contre 2,2 millions un an plus tôt. L'envoi de messages texte et multimédia a continué à augmenter avec **5,4 milliards de Texto et 98 millions de MMS envoyés en 2005**, soit près d'un milliard de Texto en plus et un quasi-triplement du nombre de MMS. L'usage de la voix seule est en forte progression également : + 10,5% en 2005 à près de cinq heures (296 minutes) de communications par client chaque mois, notamment en raison de nouvelles offres tarifaires incluant des communications illimitées vers trois autres clients SFR.

Innovier pour les entreprises et les professionnels

Dans les services aux entreprises et aux professionnels, l'année 2005 a été marquée par une forte dynamique commerciale ainsi que par **des innovations stratégiques importantes**. Le lancement en octobre de SFR Service Management, une offre de déploiement et de gestion de flotte de mobiles, illustre notamment la volonté de SFR de promouvoir une approche globale à destination des entreprises. Les services de données ont enregistré une très forte croissance en 2005 avec notamment les offres de messagerie mobile BlackBerry® et la carte PC Vodafone Mobile Connect Card, qui permet d'accéder à Internet et à ses e-mails sur son PC même en déplacement. Début 2006, le lancement de la Pro Box destinée aux professionnels répond à la même ambition : proposer un service tout compris **pour faire gagner du temps à ceux pour qui le téléphone est avant tout un outil de travail**.

Le meilleur réseau de téléphonie mobile

SFR s'appuie sur un réseau de très grande qualité, comme l'enquête de satisfaction 2005 de l'Arcep l'a une nouvelle fois confirmé : SFR a été classé 56 fois premier ou premier ex aequo sur les 59 critères de qualité de services retenus par l'Autorité, une performance qu'aucun opérateur n'avait accomplie deux années de suite. A fin 2005, son réseau couvre 98 % de la population française en GSM/GPRS et 60 % en UMTS (la norme de la 3G). La couverture 3G devrait s'accroître au cours de l'année 2006 grâce à la poursuite d'un important programme d'investissement. SFR s'est par ailleurs engagée auprès de l'Etat, avec les autres opérateurs de téléphonie mobile français, sur un plan de couverture des « zones blanches », ces zones non encore couvertes par un opérateur. A fin 2005, SFR avait déployé 163 sites couvrant plus de 250 communes, soit plus de la moitié des sites prévus pour l'ensemble des opérateurs en 2005. Enfin, depuis plusieurs années, SFR a placé au cœur de ses priorités **la préservation de l'environnement visuel** : en 2005, 90 % des nouvelles antennes installées par SFR ont été intégrées au paysage.



Maroc Telecom

CHIFFRE D'AFFAIRES 2005
1 860 millions d'euros

RÉSULTAT D'EXPLOITATION 2005
762 millions d'euros

NOMBRE DE SALARIÉS
11 251

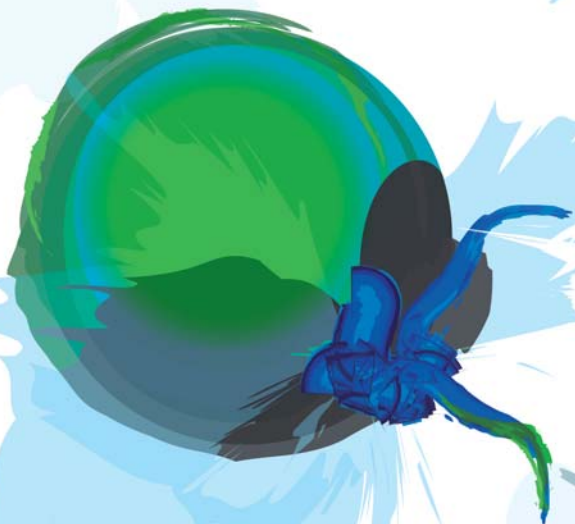
Maroc Telecom, filiale de Vivendi à 51%, est l'opérateur téléphonique historique du Maroc, leader sur le marché marocain des télécommunications fixes et mobiles et de l'accès à Internet. Maroc Telecom est cotée sur les places de Casablanca et de Paris.

Le leader de la téléphonie mobile marocaine

En téléphonie mobile, Maroc Telecom compte **près de 8,8 millions de clients à fin décembre 2005**, soit une part de marché de 66,7% (source : Agence nationale de réglementation des télécommunications, ANRT) : l'opérateur a gagné 2,4 millions de clients au cours de l'année, soit une augmentation de 38,3%.

Afin de fidéliser sa clientèle et de conquérir de nouveaux clients, Maroc Telecom développe en permanence ses **offres commerciales** et introduit de **nouveaux services**. En 2005, cela s'est notamment traduit par la diversification de la gamme de terminaux, la baisse des tarifs des packs (à partir de 290 dirhams TTC, environ 26 euros), la commercialisation de pochettes à 50 dirhams TTC (environ 4,50 euros), l'élargissement du choix de forfaits avec l'introduction de forfaits sans engagement, et le développement du programme de fidélisation à points, qui inclut désormais la rémunération des appels entrants. **Ces innovations ont permis de développer l'usage** chez les clients prépayés (qui représentent 96% des clients en téléphonie mobile) et d'augmenter la base d'abonnés.

Maroc Telecom demeure la référence sur le marché des messages texte et multimédia au Maroc, avec **plus de 1,1 milliard de SMS (short messaging services)** envoyés par ses clients en 2005, soit plus du double de la performance 2004. Depuis 2004, il propose l'itinérance (*roaming*) des SMS et MMS aux clients post-payés. En 2005, Maroc Telecom a lancé **les premiers forfaits SMS/MMS** (de 100 ou 500 SMS et/ou MMS) du marché marocain ainsi que l'offre « GPRS free access » qui permet de bénéficier de l'ensemble des services GPRS sans abonnement ni engagement.



...

En 2005, le réseau de téléphonie mobile de Maroc Telecom a poursuivi son déploiement pour améliorer encore sa couverture du territoire et de la population. A fin 2005, il est constitué de 4 180 stations de base (contre 3 750 fin 2004) et couvre 97% de la population marocaine.

Plus de 1,3 million de clients en téléphonie fixe

Dans les télécommunications fixes, Maroc Telecom propose au grand public et aux entreprises des services de téléphonie, de transmission de données et d'accès à Internet.

En 2005, le nombre de lignes fixes a crû de 2,4% pour dépasser 1,3 million de clients au 31 décembre. Le parc résidentiel représente près de 885 000 lignes à fin 2005, grâce notamment au succès de la gamme El Manzil de téléphonie fixe, qui regroupe forfaits de communications, packs et forfaits plafonnés avec possibilité de recharge. Le nombre d'abonnés professionnels et entreprises atteint près de 293 000 au 31 décembre 2005, en hausse de 3,5% par rapport à 2004: au-delà du transport de la voix, les services de Maroc Telecom pour les entreprises couvrent la transmission de données (liaisons louées numériques et analogiques, liaisons VPN IP...). Enfin, la téléphonie publique a fortement progressé depuis la fin 2004 avec plus de 164 000 lignes au 31 décembre 2005, en hausse de 21%. Le réseau de téléphonie publique de Maroc Telecom est constitué de cabines publiques et d'un ensemble de téléboutiques gérées par des entrepreneurs privés qui louent des lignes à Maroc Telecom.

Maroc Telecom propose aux clients résidentiels et aux entreprises des offres d'accès à Internet sous la marque Menara, et détient une part de marché de 98% dans l'accès à Internet au Maroc, tous modes d'accès confondus. La gamme Menara couvre l'ensemble des besoins des différents types de clientèle, de l'offre « Libre accès » sans engagement, facturée selon la consommation réelle, à l'option WiFi et aux forfaits « ADSL illimité » pour surfer sans compter. L'année 2005 a été marquée par une forte croissance du parc de clients Internet, notamment en ADSL avec la baisse des tarifs en mars 2005: à fin 2005, Maroc Telecom compte plus de 252 000 accès à Internet, dont plus de 96% en ADSL.

Le réseau de téléphonie fixe et de transmission de données de Maroc Telecom assure une couverture nationale, avec une capacité de commutation de plus de 1,9 million de lignes. Maroc Telecom gère un réseau entièrement numérique, ainsi qu'une infrastructure de transmission interurbaine en fibre optique pouvant transporter des données à haut débit. Afin de répondre aux besoins des internautes, la bande passante internationale a été multipliée par cinq en 2005 et atteint 7,1 Gbits/s à la fin de l'année.

Adresses et informations utiles

Siège social

42 avenue de Friedland
75380 Paris cedex 08
France

Tél. : +33 (0) 1 71 71 10 00
Fax : +33 (0) 1 71 71 10 01

Bureau de New York

800 Third Avenue
New York, NY 10022
Etats-Unis

Tél. : +1 212 572 7000

Informations actionnaires

Si vous appelez de France : 0 811 902 209 (prix d'un appel local).
Si vous appelez de l'étranger : +33 (0) 1 71 71 34 99.
Du lundi au vendredi, de 9 h à 18 h.

Sites Internet

Vivendi : www.vivendi.com
Universal Music Group : www.umusic.com
Vivendi Games : www.vivendigames.com
Groupe Canal+ : www.canalplusgroupe.com
SFR : www.sfr.fr
Maroc Telecom : www.maroctelecom.ma

Le Rapport annuel 2005 est disponible sur le site de Vivendi (www.vivendi.com)
ou sur simple demande envoyée au siège social (adresse ci-dessus).

Conception et rédaction : Vivendi - Direction de la communication institutionnelle.

Création et réalisation : arthur & eve, 12 rue Deguerry - 75011 Paris - +33 (0) 1 43 38 86 76
(graphisme et illustrations : Eve Paoli pour arthur & eve SARL).

De l'unicité naît l'intensité.
Cette intensité s'exprime
aujourd'hui
dans un seul nom...

Vivendi
Un seul nom
qui représente
la force de création
des hommes
et des femmes
de tout un Groupe.

Through unity comes intensity.
This intensity is today
expressed in just
one word...
Vivendi
One word
which represents
the creative force
of the women
and men
throughout our Group.

vivendi

ivendi

