

# L'essentiel



# vivendi

Offrir le meilleur à la génération numérique

# Panorama

Vivendi a pour ambition d'offrir le meilleur à la génération numérique. Il est au cœur des univers des contenus, des plateformes et des réseaux interactifs.



## Activision Blizzard

N°1 mondial des jeux vidéo

Editeur indépendant de jeux vidéo en ligne et pour consoles, leader dans plusieurs segments de l'industrie du divertissement interactif.

## Universal Music Group

N°1 mondial de la musique

Avec plus d'un disque sur quatre vendu dans le monde et le plus important catalogue de droits sur des œuvres musicales.



## SFR

N°1 français des télécoms alternatifs

SFR constitue le premier opérateur alternatif mobile et fixe (après le rapprochement avec Neuf Cegetel) en Europe.

## Groupe Maroc Telecom

N°1 marocain des télécoms

Premier opérateur de télécommunications fixe et mobile et de l'accès à Internet au Maroc. Présent au Burkina Faso, au Gabon, en Mauritanie et au Mali.



## GVT

N°1 brésilien des télécoms alternatifs

GVT est l'opérateur haut débit brésilien le plus performant avec des solutions et des produits innovants dans la téléphonie fixe et l'Internet.

**ZaOza** est la marque commerciale de Vivendi Mobile Entertainment (VME). ZaOza, site communautaire de partage de contenus par abonnement, a été lancé en 2008 auprès du grand public.

## Groupe Canal+

N°1 français de la télévision payante

Groupe Canal+ est aussi un acteur majeur, en France et en Europe, dans la production et la distribution de films.



## Le saviez-vous ?

**Vivendi, c'est : une présence dans 77 pays**  
**et 49 000 collaborateurs dans le monde**

- **11,5 millions** d'abonnés à *World of Warcraft*
- Plus de **55 millions d'exemplaires** de la licence *Call of Duty* écoulés dans le monde

ACTIVISION | BLIZZARD

- **1 quart des albums** vendus ou téléchargés dans le monde
- Plus de **2 millions** de titres au catalogue
- De **grands artistes** reflétant la diversité des musiques du monde



UNIVERSAL MUSIC GROUP

- Plus de **20 millions** de clients mobile
- **4,6 millions** de foyers abonnés à l'Internet haut débit
- **820** boutiques assurant la proximité avec les clients

SFR

- **15,9 millions** de clients mobile au Maroc
- **1,2 million** de lignes fixes au Maroc
- Le **1<sup>er</sup> opérateur** à lancer la télévision par ADSL en Afrique



- Une présence sur **les plus grands marchés du Brésil**
- Le leader des services de nouvelle génération (haut et très haut débit et Voix sur IP), et **le réseau le plus moderne** du Brésil



- **10,8 millions** d'abonnements à Canal+
- Près de **300 chaînes** dont 55 en exclusivité avec CanalSat
- Le **1<sup>er</sup> opérateur** français de télévision à l'international avec Canal+Overseas

CANAL+  
GROUPE

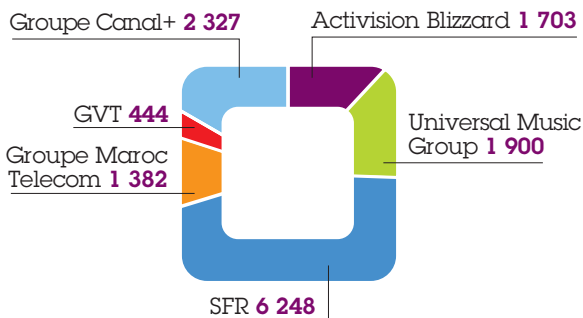
# Notre stratégie

- Avoir pour priorité de distribuer à nos actionnaires un dividende très élevé et réitérer notre engagement permanent de verser un dividende d'au moins 50 % du résultat net ajusté.
- Poursuivre nos investissements et innovations dans le marketing, les produits, les réseaux et la qualité pour attirer et fidéliser des abonnés et gagner des parts de marché.
- Continuer à investir dans les contenus et les plateformes pour enrichir nos offres commerciales.
- Renforcer la collaboration entre nos métiers et susciter des innovations concrètes pour mieux valoriser les positions du Groupe.
- Avoir pour objectif de détenir 100 % de nos actifs en France.

## Chiffres clés au 1<sup>er</sup> septembre 2010

### Chiffre d'affaires par métier au 1<sup>er</sup> semestre 2010

(en millions d'euros)



### Résultat net ajusté (en millions d'euros)

1<sup>er</sup> semestre 2010 : **1 526**  
1<sup>er</sup> semestre 2009 : **1 467**

### Dividende par action (en euros)

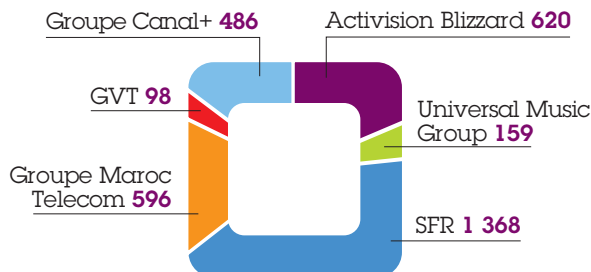
Prévisions 2010 :

**1,40**

Au titre de l'exercice 2009 : **1,40**

### Résultat opérationnel ajusté (EBITA) par métier au 1<sup>er</sup> semestre 2010

(en millions d'euros)



# Le développement durable chez Vivendi : des enjeux spécifiques



Vivendi, de par ses activités, exerce sur la société un impact qui relève de « l’empreinte intellectuelle et culturelle ». En 2009, Vivendi a investi 2,5 milliards d’euros dans les contenus et 2,4 milliards d’euros dans les réseaux, tous deux cœurs de ses métiers.

La contribution de Vivendi au développement durable est de permettre aux générations actuelles et futures de satisfaire leurs besoins de communication, nourrir

leur curiosité, développer leurs talents et encourager leurs échanges interculturels.

Aussi, dès 2003, Vivendi a défini trois enjeux spécifiques relevant de sa sphère d’influence :

- **l’accompagnement et la protection de la jeunesse,**
- **la promotion de la diversité culturelle,**
- **le partage des connaissances.**

Des critères de développement durable fondés sur ces trois enjeux spécifiques sont intégrés dans la rémunération variable des dirigeants du Groupe.

## Vivendi à l’écoute de ses actionnaires individuels

**Vivendi met différents outils à la disposition de ses actionnaires individuels afin de les rencontrer et les informer tout au long de l’année de l’actualité du Groupe :**

- le département Informations actionnaires individuels (IAI), joignable au 0 811 902 209 (prix d’un appel local depuis un poste fixe), ou via le +33 (0) 1 71 71 34 99 depuis l’étranger,
- la Lettre aux actionnaires,
- le Comité des actionnaires,
- le Club des actionnaires,
- des réunions d’information thématiques « Jeudi c’est Vivendi »,
- un stand au salon Actionaria.

*Contact : [actionnaires@vivendi.com](mailto:actionnaires@vivendi.com), ou par courrier : Vivendi – Département Informations actionnaires individuels – 42, avenue de Friedland – 75380 Paris Cedex 08.*

Pour en savoir plus, rdv sur [www.vivendi.com](http://www.vivendi.com)

# vivendi

Offrir le meilleur à la génération numérique



Vivendi est au cœur des univers des contenus,  
des plateformes et des réseaux interactifs.

Vivendi rassemble le numéro un mondial des jeux vidéo (Activision Blizzard), le numéro un mondial de la musique (Universal Music Group), le numéro un français des télécoms alternatifs (SFR), le numéro un marocain des télécoms (Groupe Maroc Telecom), le numéro un brésilien des télécoms alternatifs (GVT) et le numéro un français de la télévision payante (Groupe Canal+).

[www.vivendi.com](http://www.vivendi.com)

Document imprimé avec des encres végétales par Kossuth, imprimeur "Imprim'Vert", sur un papier constitué à 40% de fibres vierges certifiées pour le gestion durable des forêts et à 60% de papier recyclé.



ESSENTIELFR0910

