

## **Vivendi paré pour la croissance**

### **Propos introductifs de Jean-François Dubos, Président du Directoire de Vivendi, à l'occasion de la publication des résultats du premier trimestre 2014 (15 mai 2014)**

Notre transformation pour devenir un Groupe de médias et de contenus touche à sa fin. Hier, nous avons annoncé la réalisation de la cession de notre participation dans Maroc Telecom pour 4,1 milliards d'euros. La cession de SFR à Altice-Numericable progresse comme prévu. Vivendi en tirera une valeur totale de 17 milliards d'euros.

En ce qui concerne les résultats du 1er trimestre, je tiens à souligner que la situation financière du groupe a été restaurée, avec une position de trésorerie nette de 5 milliards d'euros attendue fin 2014/début 2015. Le Groupe est bien placé pour tirer parti de ses leviers de croissance future.

En conséquence, nous sommes en mesure de distribuer 1,34 milliard d'euros en numéraire aux actionnaires en juin 2014, puis 3,5 milliards supplémentaires sous forme de dividendes et/ou de rachat d'actions en 2014/2015.

Les marchés numériques et émergents ont alimenté la croissance du Groupe au 1er trimestre, ce qui correspond pleinement à notre stratégie de développement dans les médias et les contenus. A périmètre et taux de change constants, le chiffre d'affaires a progressé de 2 % et le résultat opérationnel ajusté de 2,8 %.

Le chiffre d'affaires provenant de nouveaux moteurs de croissance a augmenté de 7,8 % grâce à notre développement dans les contenus et le numérique. Et le chiffre d'affaires dans les marchés à forte croissance a progressé de 7,9 % grâce à la progression enregistrée en Amérique latine et en Afrique, aujourd'hui nos nouvelles frontières.

Nous avons de bonnes raisons d'être optimiste et de croire à notre stratégie.

Vivendi est déjà l'un des plus grands groupes de médias dans le monde, avec de nombreux services et produits proposés sur plusieurs continents. L'objectif du nouveau Vivendi consiste à capter cette croissance, en particulier dans les médias et les contenus.

Au cours des deux dernières années, nous avons atteint notre objectif qui consistait à détenir des positions fortes dans trois domaines : la musique, le cinéma et la télévision. Nous entendons saisir les opportunités nées des nouveaux modes de consommation : les consommateurs veulent toujours plus de contenus accessibles depuis un nombre croissant d'équipements et ce sur un nombre toujours plus important de marchés.

**Avertissement Important**

*Déclarations prospectives. Le présent communiqué de presse contient des déclarations prospectives relatives à la situation financière, aux résultats des opérations, aux métiers, à la stratégie et aux perspectives de Vivendi ainsi qu'aux projections en termes de dividendes et de distributions, et d'impact de certaines opérations. Même si Vivendi estime que ces déclarations prospectives reposent sur des hypothèses raisonnables, elles ne constituent 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, notamment les risques liés à l'obtention de l'accord d'autorités de la concurrence et des autres autorités réglementaires ainsi que toutes les autres autorisations qui pourraient être requises dans le cadre de certaines opérations et les risques décrits dans les documents déposés par Vivendi auprès de l'Autorité des Marchés Financiers, également disponibles en langue anglaise sur notre site ([www.vivendi.com](http://www.vivendi.com)). Les investisseurs et les détenteurs de valeurs mobilières peuvent obtenir gratuitement copie des documents déposés par Vivendi auprès de l'Autorité des Marchés Financiers ([www.amf-france.org](http://www.amf-france.org)) ou directement auprès de Vivendi. Le présent communiqué de presse contient des informations prospectives qui ne peuvent s'apprécier qu'au jour de sa diffusion. Vivendi ne prend aucun engagement de compléter, mettre à jour ou modifier ces déclarations prospectives en raison d'une information nouvelle, d'un événement futur ou de tout autre raison.*

*ADR non sponsorisés. Vivendi ne sponsorise pas de programme d'American Depositary Receipt (ADR) concernant ses actions. Tout programme d'ADR existant actuellement est « non sponsorisé » et n'a aucun lien, de quelque nature que ce soit, avec Vivendi. Vivendi décline toute responsabilité concernant un tel programme.*