

1

Indicateurs économiques

Les indicateurs économiques présentés ci-après sont issus des états financiers consolidés de l'exercice 2015 de Vivendi SA, établis conformément aux normes IFRS.

SFR et Maroc Telecom ont été cédés en 2014 ; GVT a été cédé le 28 mai 2015.

En application de la norme IFRS 5, leur contribution jusqu'à leur cession effective est exclue des données présentées ci-dessous (voir Document de référence 2015 p. 8).

CHIFFRE D'AFFAIRES ET EFFECTIF PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

Exercice clos au 31 décembre – en millions d'euros

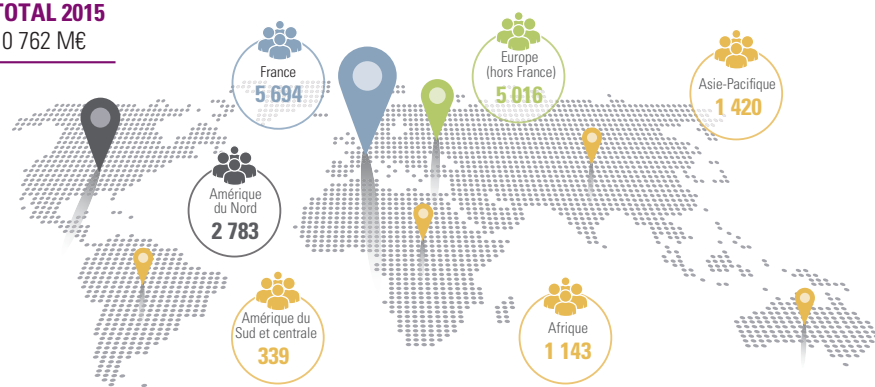
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL 2015
10 762 M€

ÉTATS-UNIS
2 191 M€

FRANCE
4 464 M€

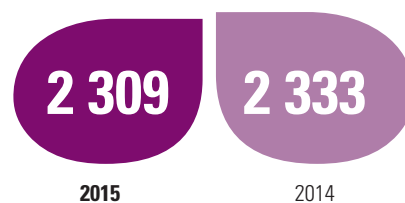
RESTE DE L'EUROPE
2 567 M€

RESTE DU MONDE
1 540 M€



INVESTISSEMENTS BRUTS DE CONTENUS

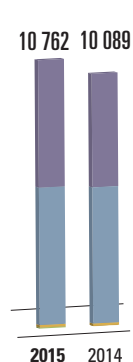
Exercice clos au 31 décembre – en millions d'euro



Les investissements bruts de contenus regroupent les droits de diffusion de films, de programmes télévisés et d'événements sportifs de Groupe Canal+, les avances versées par Universal Music Group aux artistes, ainsi que les investissements de contenus réalisés par Watchever, entité de Vivendi Village, et les investissements réalisés par Dailymotion et Vivendi Content.

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITÉ

Exercice clos au 31 décembre – en millions d'euros



	2015	2014
Universal Music Group	5 108	4 557
Groupe Canal+	5 513	5 456
Vivendi Village	100	96
Nouvelles Initiatives	43	0
Élimination des opérations intersegment	(2)	(20)
TOTAL	10 762	10 089

Des indicateurs complémentaires sont présentés au sein du chapitre 2 de ce Cahier, dans la section 2.10 « Le circuit de la création de la valeur ».

2.10. Le circuit de la création de valeur

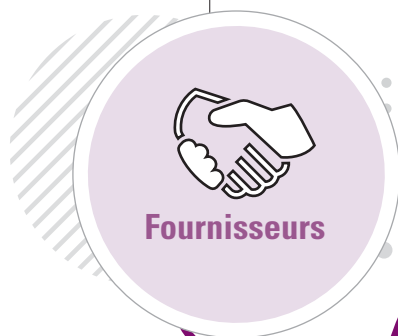
Cette double page illustre de manière synthétique le partage de la valeur financière et extra-financière produite par Vivendi avec ses principales parties prenantes. Les références aux pages renvoient à des compléments d'information détaillés dans le Document de référence.

Effectif total
16 395
Traitements
et salaires
1 138 M€

Attractivité des métiers pp. 12-14, 59
Développement des compétences pp. 59, 84-87
Mobilisation transversale des salariés pp. 12-13, 26, 59
Actionnariat salarié pp. 26, 58
Représentation des salariés au Conseil de surveillance pp. 26, 86, 117

Somme distribuée aux artistes, fournisseurs et prestataires économiques (distribution, achat de programmes, royalties, gestion des abonnés...) :
7 751 M€

Droits de l'Homme et relations d'affaires pp. 20-21, 27, 48, 52, 57-58, 73-74, 165
Prise en compte de la RSE dans la politique d'achat et dans la relation avec les fournisseurs et sous-traitants pp. 27, 53, 57-58, 73-74
Pourcentage des achats réalisés avec les fournisseurs locaux pp. 27, 70
Répartition des achats par principaux postes et zones géographiques pp. 27, 73



Investissement dans la création et les talents locaux pp. 15, 17, 20, 22-23, 48, 53, 55, 62-65, 70-71
Accompagnement de nouveaux talents pp. 13-14, 20, 22-23, 55, 63-67
Respect de la propriété intellectuelle pp. 17, 20, 22-23, 65-66
Valorisation des patrimoines pp. 20, 25, 55, 63-65
Dialogue avec les associations professionnelles pp. 22-23, 53, 72
Place des femmes artistes et productrices de biens et services culturels pp. 20, 23, 53, 56, 63

Développement des activités
Investissements dans les contenus
2 309 M€

Contribution au développement économique, social et culturel des territoires pp. 14, 27, 56, 70-71
Programmes de solidarité et actions de mécénat pp. 66-67, 71
Développement des infrastructures et notamment des salles de spectacle en Afrique pp. 14, 17, 56, 70, 263
Respect de l'environnement pp. 17, 27, 60-61, 89-94, 160

Promotion de la diversité culturelle pp. 20, 25, 55-56, 62-65
Accompagnement et protection de la jeunesse pp. 20, 25, 52, 57-58, 66-68, 70
Pluralisme des contenus, accès aux médias et sensibilisation aux enjeux du développement durable pp. 20, 25, 56, 68-70
Valorisation et protection des données personnelles pp. 20, 25, 57, 69-70
Dialogue avec les associations de consommateurs pp. 25, 72



État et collectivités territoriales
Impôts sur la production et sur les résultats : **1 216 M€**
Charges sociales sur traitements et salaires : **310 M€**



Dialogue avec les institutions nationales et internationales pp. 22, 53, 55-56, 75
Lobbying responsable p. 75
Respect de la propriété intellectuelle et lutte contre le piratage pp. 20-21, 65-66, 72, 75



Actionnaires*
Dividendes versés aux actionnaires en 2015, au titre de l'exercice 2014 : **1 363 M€⁽¹⁾**

Institutions financières
Intérêts payés aux banques : **30 M€**

Politique de communication financière pp. 24, 41-42



Dialogue régulier et constructif à travers des partenariats pp. 17, 53, 56, 66-67, 70-71

Deux outils numériques innovants : *Culture(s) with Vivendi* et *Vivoice* pp. 23, 52-53, 56-57, 90

Implication des jeunes citoyens pp. 20, 49, 53, 56

Place des femmes dans la vie culturelle pp. 20, 23, 26, 52-53, 56, 59, 76, 81, 85-86, 131

* Les salariés et anciens salariés détiennent 3,3 % du capital social.

(1) Voir aussi chapitre 4, note 15 de l'annexe aux états financiers consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2015 « Politique de distribution de dividendes aux actionnaires » (Document de référence 2015).