

vivendi

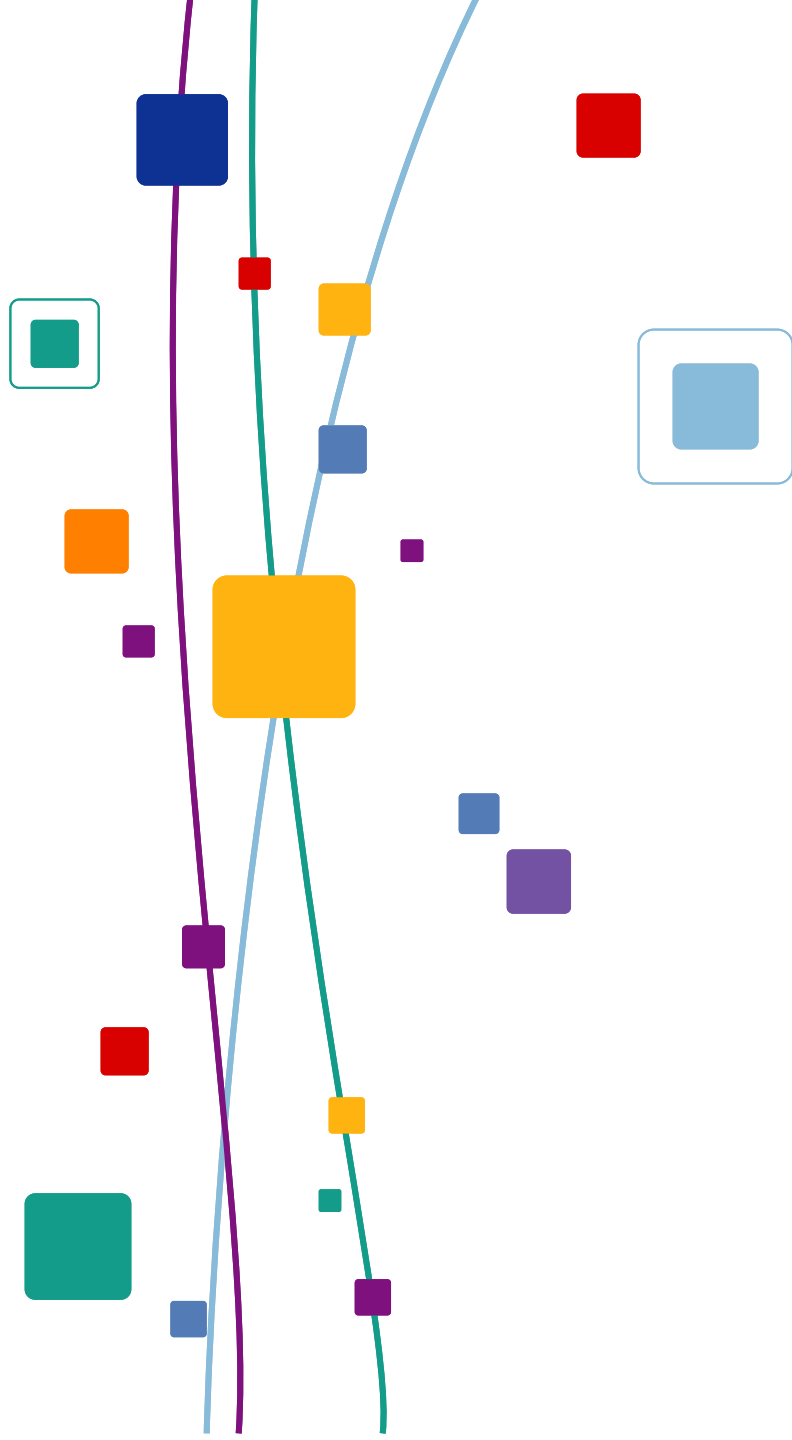
Assemblée générale mixte
21 avril 2011



Les plus belles émotions du numérique

VIVENDI, LES MEILLEURS CONTENUS, LES MEILLEURES PLATEFORMES, LES MEILLEURS RÉSEAUX :

- N°1 MONDIAL DES JEUX VIDÉO
- N°1 MONDIAL DE LA MUSIQUE
- N°1 FRANÇAIS DES TÉLÉCOMS ALTERNATIFS
- N°1 MAROCAIN DES TÉLÉCOMS
- N°1 BRÉSILIEN DES TÉLÉCOMS ALTERNATIFS
- N°1 FRANÇAIS DE LA TÉLÉVISION PAYANTE



vivendi

Assemblée générale mixte
Performances 2010

Philippe Capron
Membre du Directoire
et Directeur Financier Groupe



Points marquants de 2010

- Croissance de tous les indicateurs financiers
- Maintien du dividende à un niveau élevé
- Désendettement significatif



Des résultats 2010 en croissance dans un environnement difficile

■ Chiffre d'affaires :	28 878 M€	+ 6,4 %
■ Résultat opérationnel ajusté :	5 726 M€	+ 6,2 %
■ Résultat net ajusté :	2 698 M€	+ 4,4 %
■ Dividende total proposé :	1 732 M€	
<hr/>		
■ Cash flow avant investissement :	8 569 M€	+ 9,9 %
■ Cash flow hors achat de fréquences 3G par SFR* :	5 512 M€	+ 5,3 %
■ Endettement net :	8,1 Md€	à fin 2010
■ Endettement net retraité : tenant compte du cash reçu en janvier 2011 au titre de NBCU et PTC	3,9 Md€	à fin 2010

* Investissement de 300 M€ au T2 2010



Les décisions stratégiques prises dans les jeux vidéo et au Brésil sont les moteurs de la croissance du résultat opérationnel du groupe

En millions d'euros – IFRS

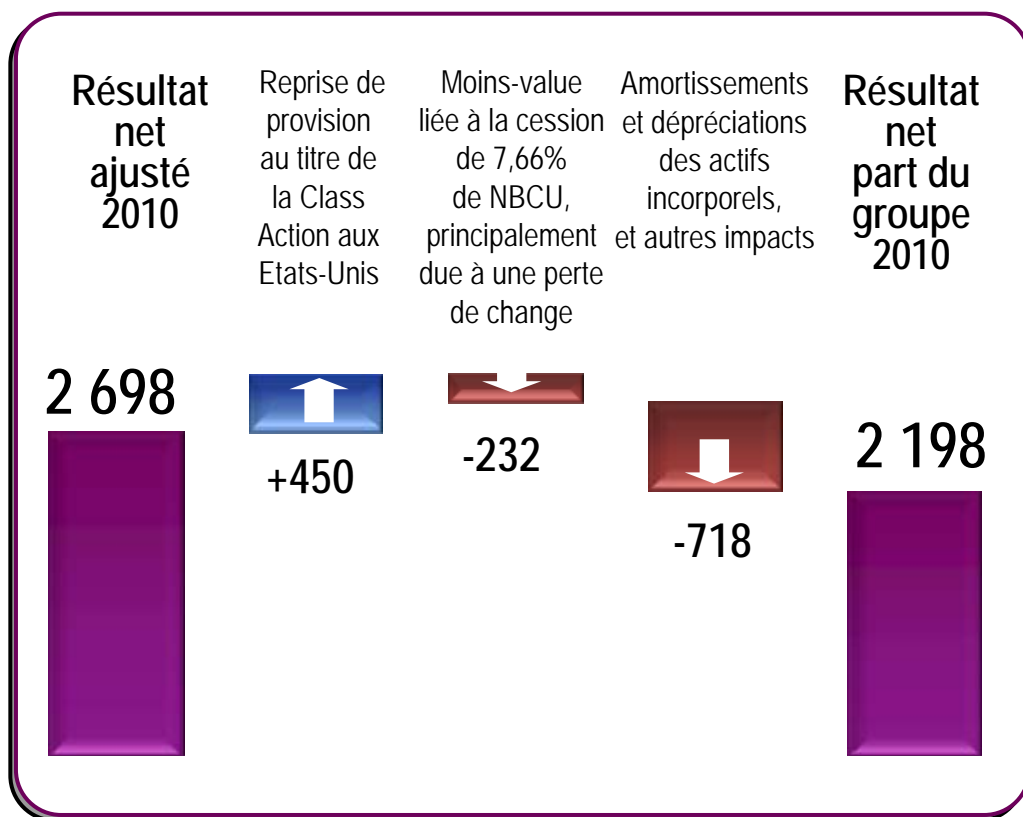
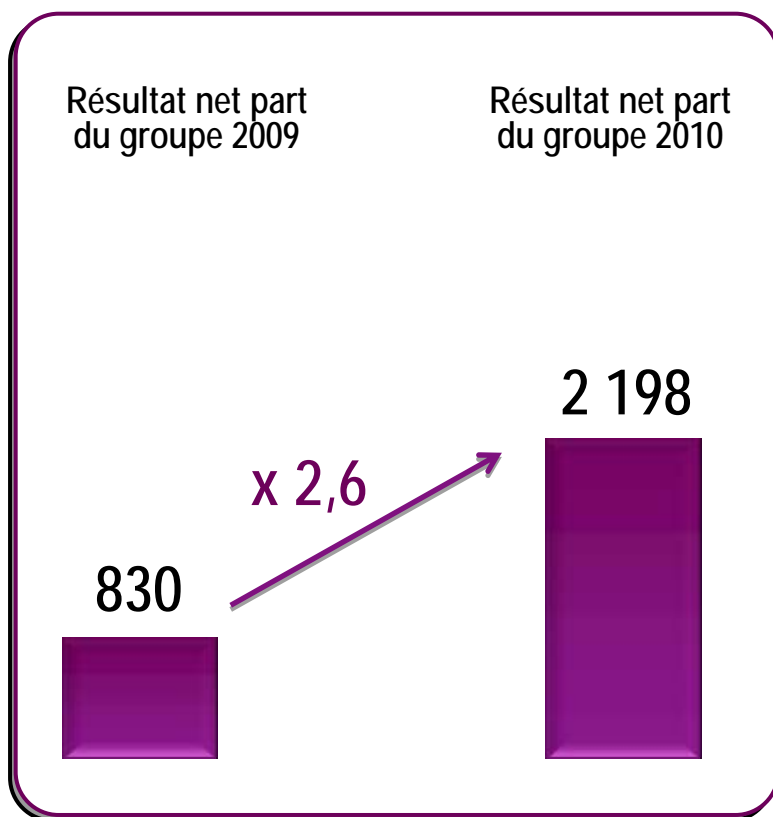
	2009	2010
Activision Blizzard	484	692
Universal Music Group	580	471
SFR	2 530	2 472
Groupe Maroc Telecom	1 244	1 284
GVT	20	277
Groupe Canal+	652	690
Holding & Corporate / Autres	(120)*	(160)
Total Résultat opérationnel ajusté	5 390	5 726

Consolidation de Sotelma (Mali) chez Groupe Maroc Telecom depuis le 1er août 2009 et de GVT depuis le 13 novembre 2009

* dont plus-value immobilière de 40 M€

Le résultat net part du groupe tient compte d'éléments sans impact sur la trésorerie, et atteint en 2010 près de 3 fois le niveau de 2009

En millions d'euros - IFRS



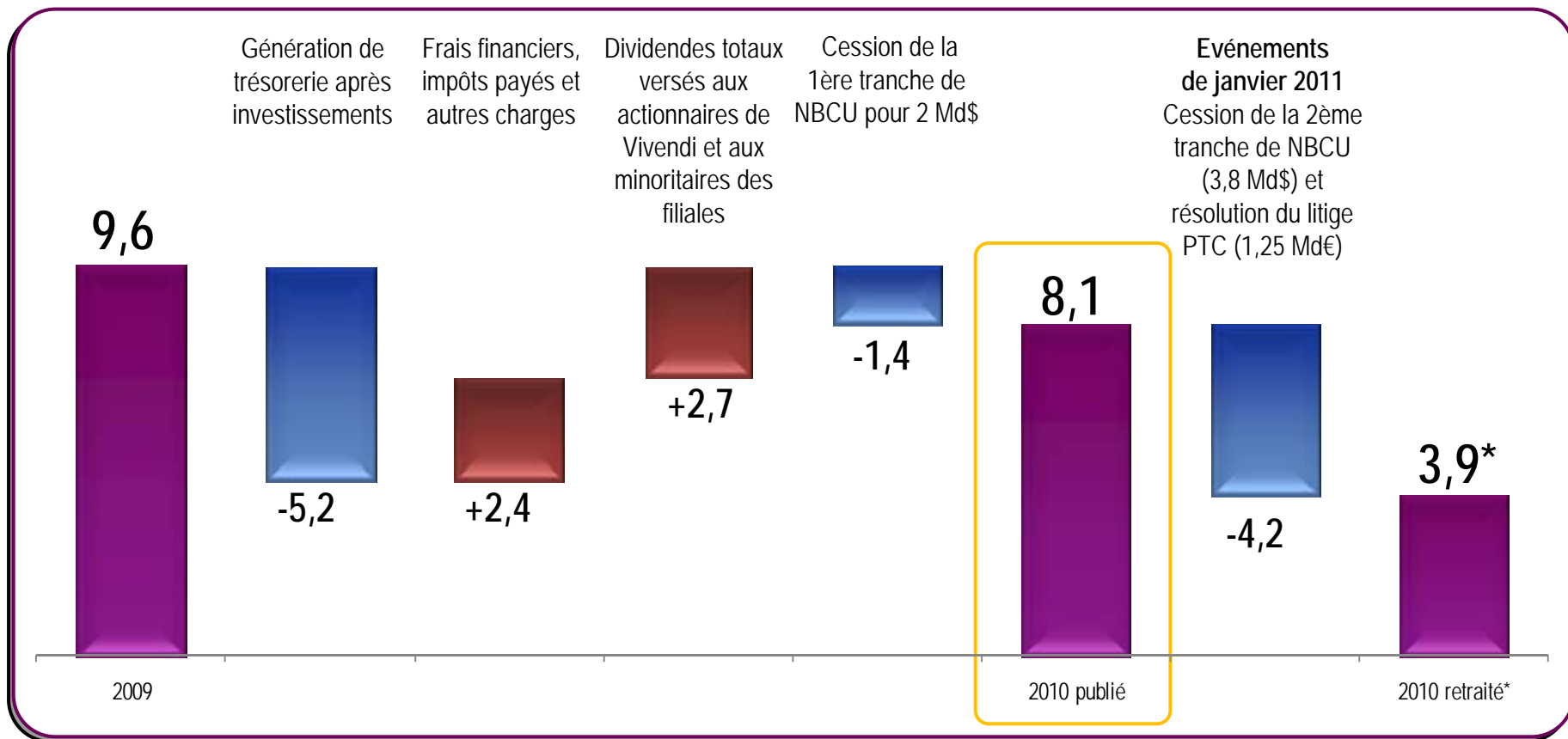
Tous les métiers génèrent de la trésorerie en croissance...

En millions d'euros – IFRS

	2009	2010
Activision Blizzard	1 043	1 248
Universal Music Group	329	508
SFR	3 966	3 952
Groupe Maroc Telecom	1 659	1 706
GVT	65	413
Groupe Canal+	559	639
Dividendes reçus de NBC Universal	306	233
Holding & Corporate / Autres	(128)	(130)
Total Cash flow avant investissements	7 799	8 569

... et contribuent au désendettement du groupe

Endettement net, en milliards d'euros (IFRS)



* Endettement net retraité au 31 décembre 2010 y compris le cash reçu en janvier 2011 au titre de NBC Universal (2,9 Md€) et PTC (1,25 Md€)



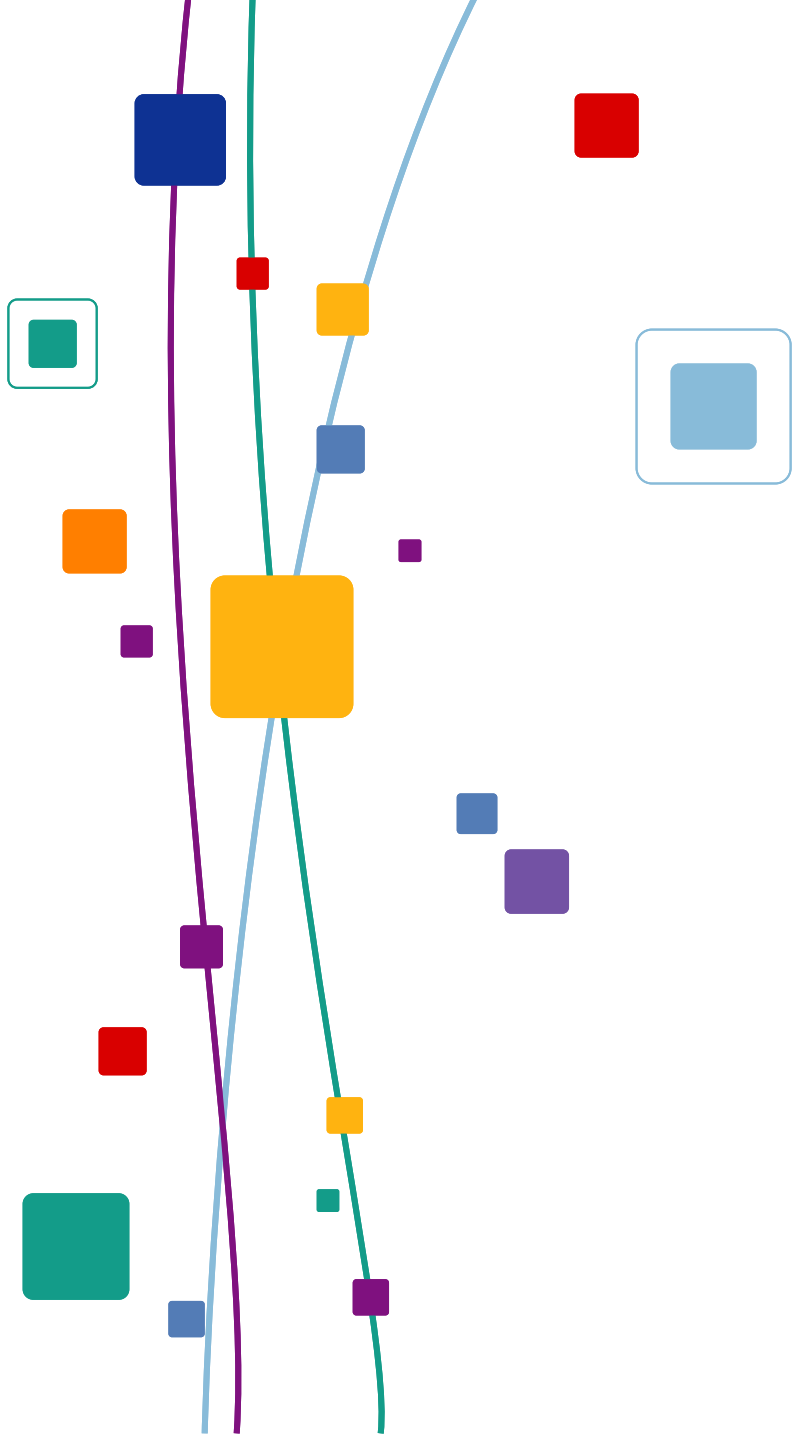
La situation financière demeure très solide

- Notre situation financière favorable nous permet de financer l'acquisition des 44% de SFR détenus par Vodafone dans de bonnes conditions :
 - 3,4 milliards d'euros de trésorerie au bilan de Vivendi SA*
 - 5,7 milliards d'euros de lignes de crédits disponibles au niveau de Vivendi SA*
 - Une notation de crédit BBB maintenue après l'annonce de l'opération**
 - Un soutien marqué des banques et du marché obligataire

- Cette opération permettra une croissance très significative du résultat net ajusté à partir de 2011, et ouvre la voie à un relèvement du dividende

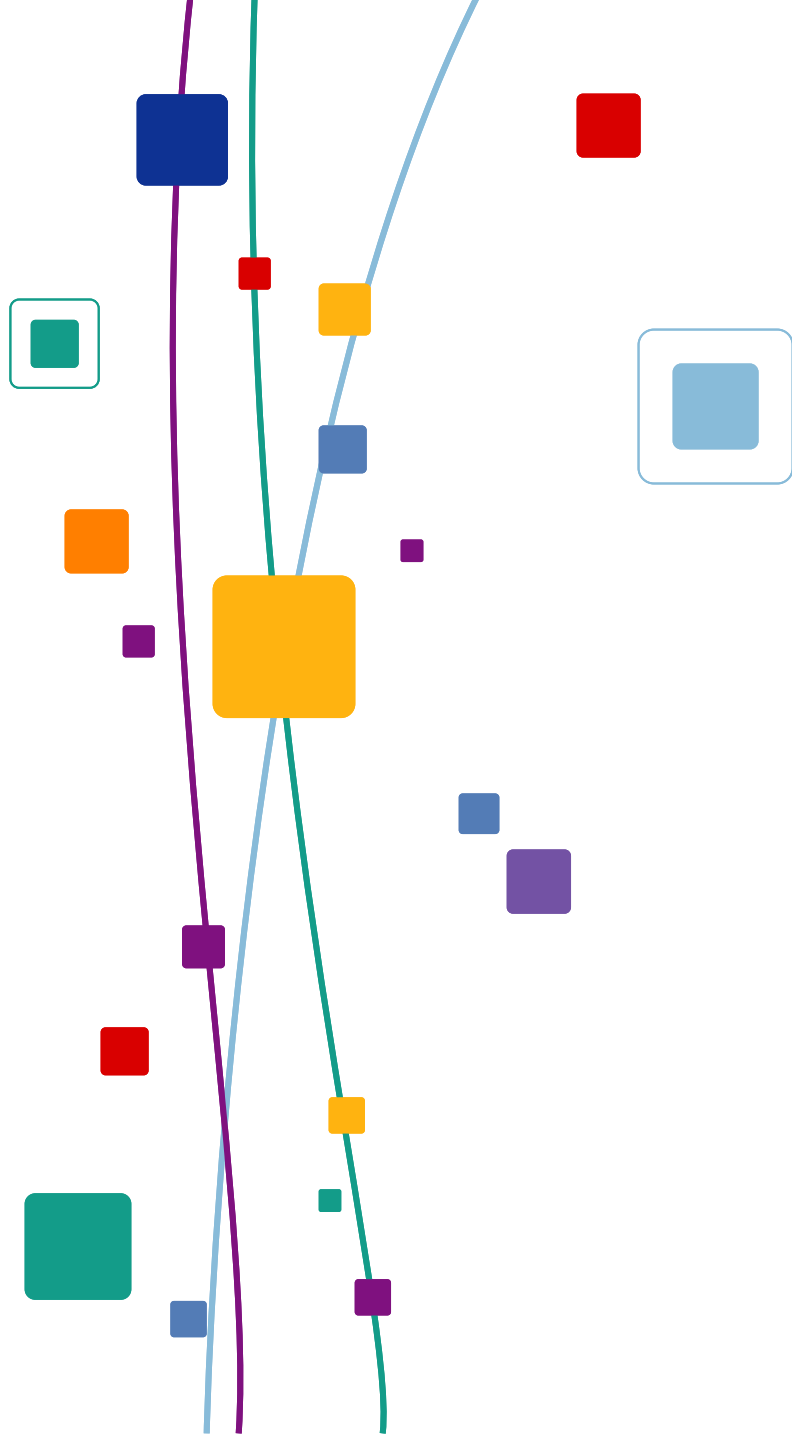
* au 15 avril 2011

** Ratings de Standard & Poor's et Fitch : BBB stable. Rating de Moody's : Baa2 stable



vivendi

Assemblée générale mixte
21 avril 2011



vivendi

Assemblée générale mixte
21 avril 2011

Jean-Bernard Lévy
Président du Directoire



Les plus belles émotions du numérique

VIVENDI, LES MEILLEURS CONTENUS, LES MEILLEURES PLATEFORMES, LES MEILLEURS RÉSEAUX :

- N°1 MONDIAL DES JEUX VIDÉO
- N°1 MONDIAL DE LA MUSIQUE
- N°1 FRANÇAIS DES TÉLÉCOMS ALTERNATIFS
- N°1 MAROCAIN DES TÉLÉCOMS
- N°1 BRÉSILIEN DES TÉLÉCOMS ALTERNATIFS
- N°1 FRANÇAIS DE LA TÉLÉVISION PAYANTE



vivendi

- Vivendi est au cœur des univers des contenus, des plateformes et des réseaux interactifs
- Vivendi est un acteur majeur de la nouvelle ère numérique par
 - la création de contenus
 - l'édition de produits et de chaînes
 - le développement de plateformes de services
 - la distribution de ces produits et services vers des dizaines de millions d'abonnés

- Notre stratégie
- SFR : une acquisition très positive
- Les succès 2010
- L'innovation
- Les points clefs de nos différents métiers
- La politique de développement durable
- L'action Vivendi
- Les évènements du Club des actionnaires



Notre stratégie

- Vivendi a le contrôle de tous ses métiers. Il est bien armé pour accélérer sa **croissance rentable en investissant** dans les contenus, les plateformes et les réseaux
- En rachetant 44 % de SFR pour en détenir 100 %, Vivendi **simplifie son organisation et revalorise ses actifs**
- La stratégie à long terme passe par le renforcement dans les **pays à forte croissance**, en particulier au Brésil
- L'**innovation** interne va dynamiser nos performances
- Vivendi construit activement la croissance de demain pour augmenter le **dividende versé aux actionnaires**



SFR : une acquisition très positive

- Le montant de la transaction* portant sur 44 % de SFR est de 7,950 milliards d'euros
 - 7,750 milliards d'euros, correspondant à 6,2 fois l'EBITDA 2010 de SFR
 - Une somme forfaitaire de 200 millions d'euros au titre de la génération de trésorerie entre le 1^{er} janvier 2011 et le 1^{er} juillet 2011
- Le prix payé représente une modeste prime par rapport aux multiples du secteur ...
- ... et une décote par rapport aux récentes transactions du secteur
- Le financement se fera par l'endettement et sans augmentation de capital
- SFR et Vodafone prolongent leur coopération commerciale pendant les trois prochaines années

* Accord signé le 3 avril 2011. Finalisation prévue pour la fin du mois de juin 2011



SFR : une acquisition très positive

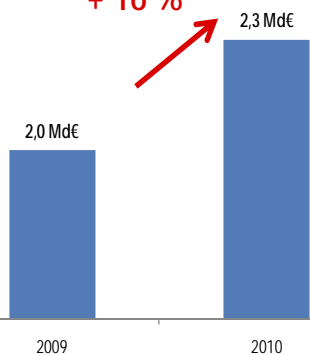
- Forte progression du résultat net ajusté : 15 % à 18 % en 2011, et de plus de 600 millions d'euros par an en 2012 et 2013
- Relèvement du dividende par action à partir de 2012
- Réduction de la décote boursière
- Plus grande flexibilité financière et notation BBB inchangée
- De nouvelles opportunités dans le développement industriel de SFR et de Vivendi
- Confiance dans les perspectives de long terme de SFR, portées par l'explosion de la consommation des données sur Internet et sur mobile

Les succès de 2010 : Réussites commerciales en France

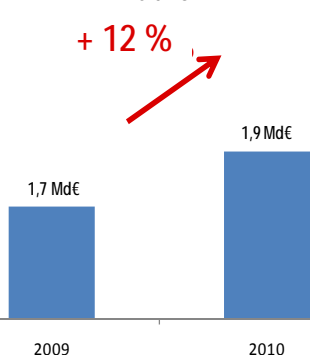
Malgré une stagnation du chiffre d'affaires due aux baisses de prix, excellente performance en parts de marché pour nos activités en France

SFR

CA Mobile Data
+ 16 %



CA Internet Haut Débit Grand Public
+ 12 %

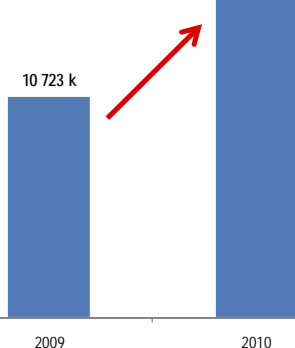


- Pénétration croissante des smartphones : 28 % des clients SFR* à fin 2010, +13 pts sur un an
- Réussite commerciale dans l'Internet Haut Débit : part de marché ventes nettes > 30 %

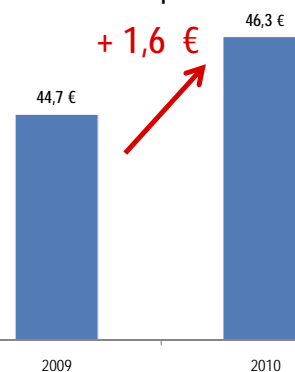
* En France métropolitaine, hors « machine to machine » et accès distants

CANAL+
GROUPE

Abonnements Canal+ France
335 k



ARPU par abonné en France métropolitaine
+ 1,6 €

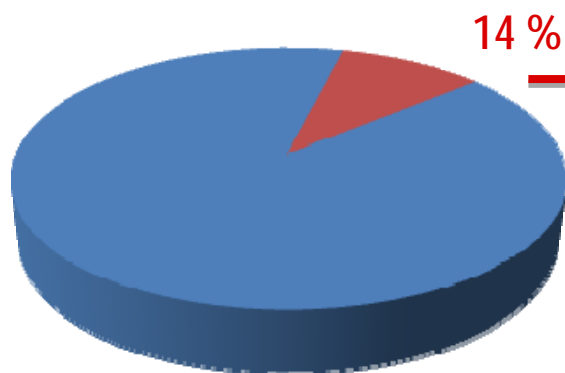


- Baisse du taux de résiliation en France métropolitaine : 11 % en 2010 versus 12,3 % en 2009

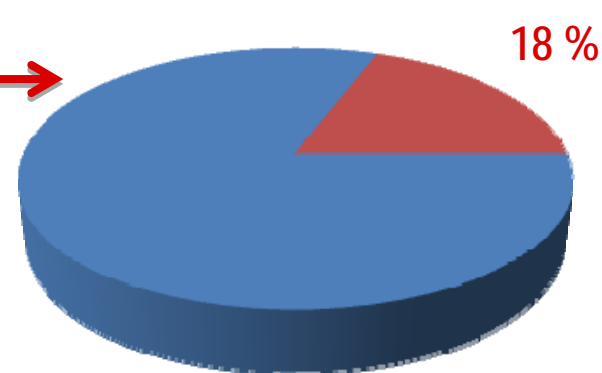
Les succès de 2010 : Essor dans les marchés émergents

Vivendi a augmenté son exposition aux économies à forte croissance

CA Groupe marchés émergents 2009



CA Groupe marchés émergents 2010



+ 35 %

- Accélération de la croissance de GVT au Brésil : chiffre d'affaires en hausse de 71 % en euros*
- Poursuite du développement de Maroc Telecom et de ses filiales africaines
- Activision Blizzard, UMG et Groupe Canal+ ont intensifié leurs investissements dans les économies à forte croissance

* Pro Forma IFRS considérant l'acquisition de GVT par Vivendi au 1^{er} janvier 2009 ; + 43% en normes brésiliennes et en monnaie locale

Les succès de 2010 : Part accrue du numérique

Les technologies numériques améliorent et enrichissent les services pour les consommateurs

ACTIVISION | BILZARD™

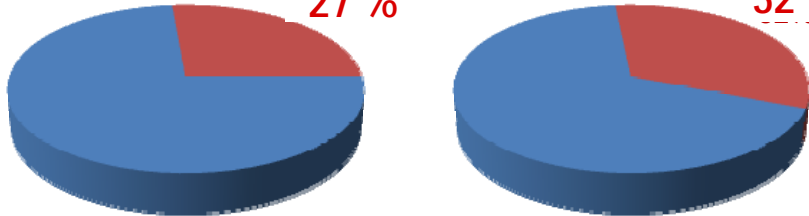
CA numérique 2009 *

22 %

CA numérique 2010 *

27 %

32 %



- Les ventes numériques affichent de meilleures marges opérationnelles



UNIVERSAL MUSIC GROUP

- Musique enregistrée numérique en croissance de 14%
- ➔ Les ventes numériques dépassent 1 Md€ en 2010, soit 29% du chiffre d'affaires de la musique enregistrée

CANAL+
GROUPE

- Pénétration accrue de la nouvelle génération de décodeurs satellite connectés, offrant de meilleurs services et des opportunités de montée en gamme
- Finalisation avec succès de la migration des abonnés analogiques vers le numérique

* En US non-GAAP et US dollars



L'innovation est au cœur de notre stratégie de développement

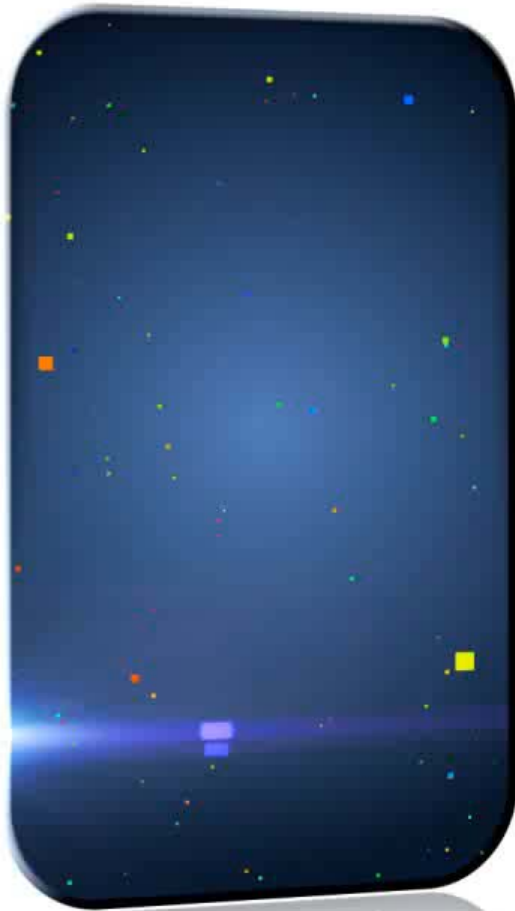
Afin de renforcer la dynamique de l'innovation, nous avons pour objectif de

- Lancer de nouveaux projets de développement ambitieux
- Développer la coopération entre les métiers du groupe
Accroître le nombre de partenariats et d'initiatives transverses
- Accroître la visibilité et accélérer le succès des projets internes d'innovation dans chacun des métiers
- Accroître l'exposition à l'innovation externe
- Renforcer nos relations avec les jeunes entreprises innovantes
- Capitaliser sur les partenariats existants et en développer de nouveaux

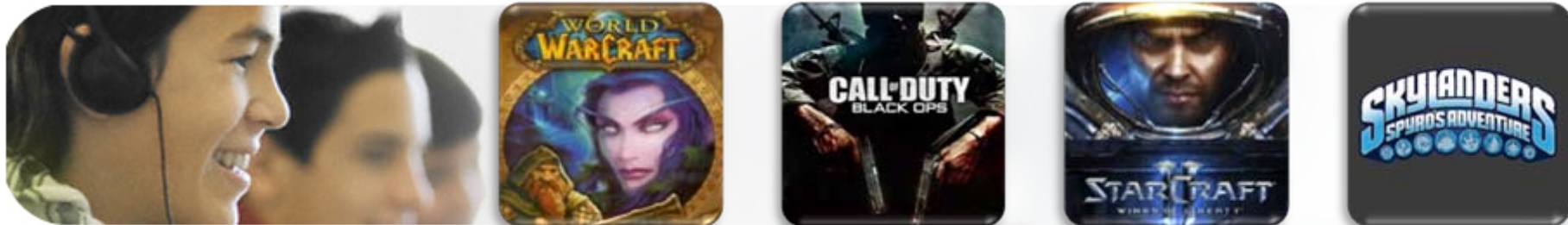
Création d'une fonction centrale pour animer les efforts du groupe et de ses filiales



Les plateformes, au centre de nos innovations



Activision Blizzard : Numéro un mondial des jeux vidéo



ACTIVISION | BLIZZARD™

- 1^{er} éditeur de jeux vidéo en Amérique du Nord et en Europe*
- Jeux de premier plan : *World of Warcraft*, *Call of Duty*, *StarCraft*, *Diablo*,...
- Succès phénoménal de *Call of Duty : Black Ops* (plus de 650 millions de dollars de ventes au cours des 5 premiers jours de sa sortie) et *World of Warcraft : Cataclysm* (4,7 millions d'exemplaires vendus le 1^{er} mois). *World of Warcraft* compte désormais plus de 12 millions d'abonnés à travers le monde
- En 2011, sont prévus les prochains titres de *Call of Duty*, le développement d'une communauté numérique autour de la franchise *Call of Duty* et un concept original *Skylanders Spyro's Adventure*

* Selon The NDP Group, Charttrack et Gfk

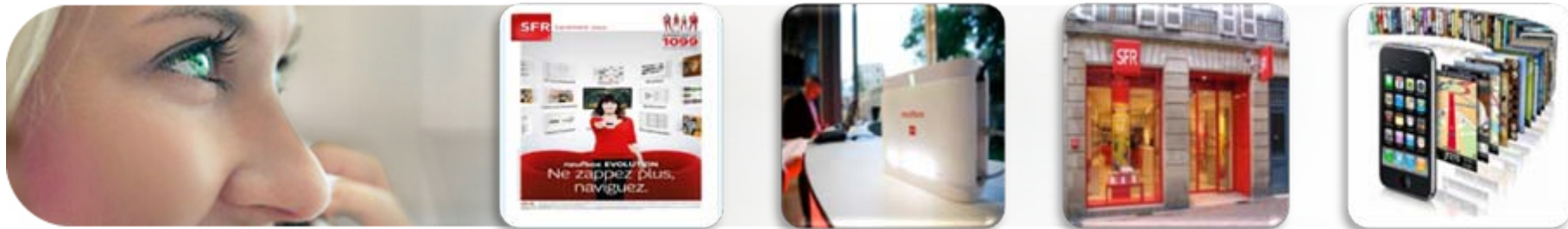
Universal Music Group : Numéro un mondial de la musique



UNIVERSAL MUSIC GROUP

- N°1 mondial de la production musicale : 1/4 des albums vendus ou téléchargés dans le monde
- N°1 mondial de l'édition musicale : plus de deux millions de titres au catalogue reflétant la diversité des musiques du monde
- Une stratégie très active sur les nouveaux modes de consommation de la musique. Les ventes de produits numérisés ont augmenté de 13,8 % en 2010
- VEVO, lancé aux Etats-Unis en décembre 2009, s'est immédiatement classé 1^{er} site de vidéos musicales sur Internet. Il comptait près de 60 millions de visiteurs uniques mensuels en décembre 2010. Prochains lancements en Europe, au Moyen-Orient et au Maghreb

SFR : Numéro un français des télécoms alternatifs



SFR

- 2010 : les succès commerciaux
 - 1 288 000 nouveaux abonnés mobiles nets en 2010
 - 443 000 nouveaux clients résidentiels Internet haut débit fixe (+ de 30 % de part de marché), succès de la Neufbox Evolution (250 000 clients à fin mars 2011)
- Une entreprise au service de ses clients
 - 21,3 millions de clients mobiles et 4,9 millions de clients à l'Internet haut débit
 - 820 boutiques assurant la proximité avec les clients
 - Un partenariat avec La Poste pour lancer un opérateur mobile virtuel au 2^{ème} trimestre 2011

Groupe Maroc Telecom : Numéro un marocain des télécoms



- Un groupe leader au Maroc
 - 1^{er} opérateur marocain de télécommunications, leader sur tous les segments
 - 16,9 millions de clients mobiles et 1,2 million de lignes fixes au Maroc
 - 1^{er} fournisseur d'accès à Internet au Maroc, 1^{er} portail Internet : Menara
 - 1^{er} opérateur à lancer la télévision via ADSL en Afrique
- Relais de croissance : le développement international
 - en Mauritanie, au Burkina Faso, au Gabon et au Mali

GVT : Numéro un brésilien des télécoms alternatifs



- GVT est un opérateur fixe et Internet en forte croissance, qui construit et exploite des réseaux de qualité maîtrisés de bout en bout
- Accélération de l'expansion géographique au Brésil : 13 villes supplémentaires en 2010
Investissements 2011 d'environ 750 millions d'euros contre 535 millions en 2010 et 238 millions en 2009
- Modèle de développement assurant une forte croissance (40 % chaque année) et une forte rentabilité (marge d'exploitation > 20 %)
- Synergies avec Vivendi : lancement du *Power Music Club powered by UMG* dès 2010 et lancement de la télévision payante au 2^{ème} semestre 2011
- Dynamique pérenne au Brésil : croissance de la population, Coupe du monde de football en 2014, Jeux Olympiques en 2016, 7^{ème} économie mondiale aujourd'hui et 5^{ème} avant 2020

Groupe Canal+ : Numéro un français de la télévision payante



CANAL+
GROUPE

- Une stratégie bâtie sur des contenus premiums
 - Canal+ Groupe : 12,7 millions d'abonnements
 - Canal+ France : numéro un de la télévision payante en France; Canal Overseas : premier opérateur français de télévision à l'international; Lancement au Vietnam
 - StudioCanal : leader européen de la production, de la distribution et de l'acquisition de films. Catalogue de plus de 5 000 titres
- Et des services numériques innovants
 - Parc de Canal+ numérisé à 100 % fin 2010
 - Multiplication des nouveaux services : Vidéo à la demande, télévision de rattrapage, Foot+ sur console Xbox 360, Canal+ sur iPhone, Canal+ sur Windows Media Center, Le Cube,...



Vivendi est résolument engagé dans une politique de développement durable

- Notre contribution : faciliter les échanges, satisfaire le besoin de divertissement, renforcer le lien social, stimuler la créativité et l'innovation
- Trois enjeux stratégiques pour Vivendi :
 - La protection et l'accompagnement de la jeunesse
 - La promotion de la diversité culturelle
 - Le partage des connaissances
- Vivendi est classé n°1 du secteur européen des médias par Vigeo, n°1 mondial ex aequo dans le FTSE4Good ESG Ratings (classement des meilleures entreprises en matière de développement durable) et est référencé dans les autres principaux indices de développement durable
- Implication des dirigeants du siège et des filiales : intégration de critères de responsabilité sociétale dans leur rémunération variable



Create Joy, le programme de solidarité de Vivendi

Objectifs

- Favoriser l'épanouissement des jeunes en difficulté grâce au divertissement et à la communication (les métiers de Vivendi : jeux vidéo, musique, télécommunications, Internet, télévision et cinéma)
- Permettre aux jeunes de s'initier aux métiers de Vivendi et soutenir les jeunes talents

Bénéficiaires

- Adolescents âgés de 12 à 25 ans, défavorisés, en situation d'exclusion ou malades

Pays concernés

- France, Grande-Bretagne, Etats-Unis, Brésil, Maroc, Mali et Burkina Faso
- Depuis 2008, deux appels à projet par an en janvier et en juillet

Partenariats Create Joy 2011

France

CHANCE aux CONCOURS
PRÉPARATION BÉNÉVOLE
AVX ÉCOLES DE JOURNALISME

ORCHESTRE A L'ECOLE

APPRENTIS D'AUTEUIL

jeunes talents

FONDAATION mallet
Moteur d'espoir pour le handicap

Signes de sens
L'accès aux savoirs par l'innovation

Les toiles enchantées

FESTIVAL AIX EN PROVENCE

MEDECINS DU MONDE

Afrique

FRANCE VOLONTAIRES
Echanges et solidarité internationale

CNA
CINÉMA NUMÉRIQUE AMBULANT

ATELIERS SANS FRONTIÈRES

BIBLIO' BROUSSE

BINKAD

Lutt'Opie

USA

HopeLab

starlight
children's foundation

125 YEARS PROVIDING
HOPE & OPPORTUNITY TO NYC KIDS
MADISON SQUARE BOYS & GIRLS CLUB

REEL WORKS
TEEN FILMMAKING

Brésil

Inclusão Digital
CDI
www.cdi.org.br

agencia do bem

Grande-Bretagne

fairbridge
Supporting Inner City Youth

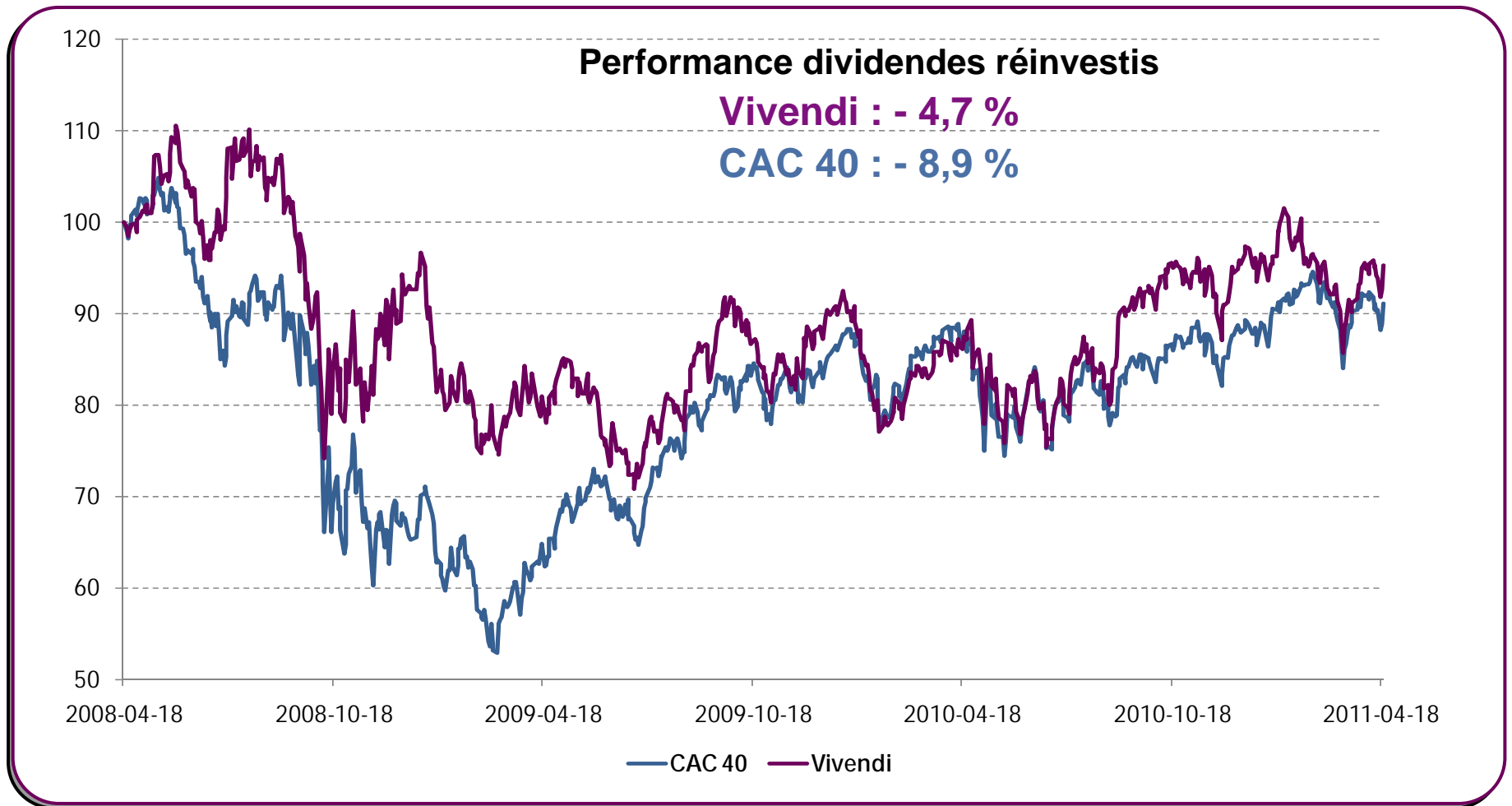
MFY
MUSIC FOR YOUTH

big screen therapy
MEDICINEMA

FUTURE VERSITY
WHERE THINGS CAN HAPPEN

Vital
Regeneration

Performance de l'action Vivendi et du CAC 40 depuis trois ans





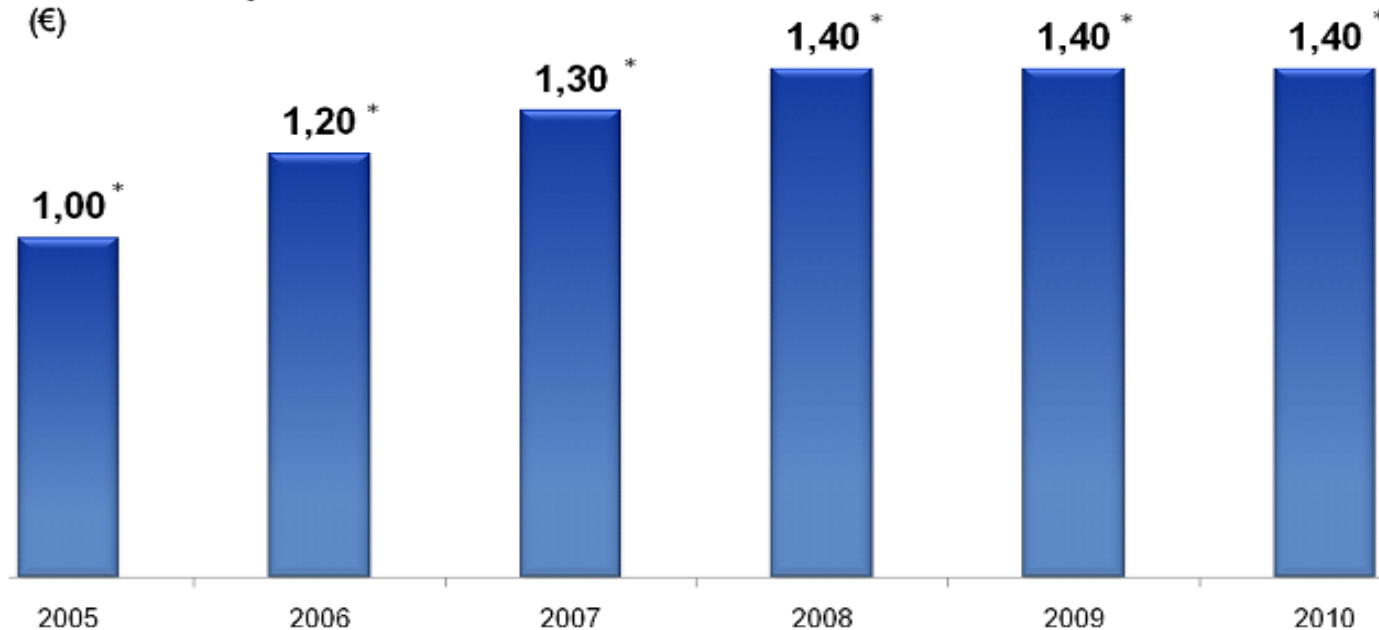
Evolution du cours de l'action

- L'action Vivendi baisse moins que les indices en période de crise, mais monte moins que les indices après le pic de la crise : ce comportement à contre-cycle traduit le caractère « défensif » de Vivendi, classé avec les « utilities »
- L'action Vivendi a un rendement annuel moyen de 7 % depuis 2009, à comparer au rendement annuel moyen du CAC 40 de 4 %
- Les marchés financiers s'attendent à une meilleure performance de l'action : sur 29 analystes, 16 sont à l'achat et 13 sont neutres. Aucun analyste n'est à la vente
- La valorisation moyenne des analystes s'élève à 26,4 euros (avant prise en compte de la décote de holding) et 24,1 euros (après prise en compte de la décote de holding)

Des dividendes importants

Malgré la crise, nous proposons un dividende important de 1,40 € par action, payable en numéraire le 10 mai 2011. L'action Vivendi a un rendement de 7 %

Dividende par action
(€)



*au titre de



Evénements 2011 du Club des actionnaires de Vivendi

- Réunions thématiques « Jeudi c'est Vivendi »
- Réunions financières : Annecy (21 mars), Grenoble (6 juin), Nice (27 juin), Cannes (6 septembre), Montpellier (29 septembre), Strasbourg (28 novembre) et Reims (29 novembre)
- Salon Actionaria à Paris : stand et réunion financière
- Formation avec l'Ecole de la Bourse à Paris (13 avril), Tours (14 juin) et Marseille (25 mai) : « Comment décrypter un article financier » et « Les Assemblées générales »
- Avant-premières de film à Paris, Lille, Lyon : *Le Code a Changé*, *Les Herbes Folles*, *Bus Palladium*, *La Princesse de Montpensier*, *Sans Identité*, *La Proie...*
- Visites de site : l'Olympia
- Assister à une émission de Canal+ en direct (*Canal Football Club*), invitations au salon des jeux vidéo Paris Game Week
- Tournois de Golf : Vivendi Trophy et Vivendi Cup



Conclusion

- Nos priorités vont à l'innovation interne et aux nouveaux modèles économiques pour améliorer le potentiel de croissance et la rentabilité du groupe
- Nous maintenons des investissements élevés dans les contenus premium et les réseaux (5,7 Md€ en 2010)
- Le rachat de 44 % de SFR est une très bonne opération financière pour Vivendi qui permettra d'honorer notre engagement d'un dividende en numéraire élevé avec un taux de distribution d'au moins 50 % du résultat net
- Nous restons attentifs aux opportunités dans les activités / régions à forte croissance



Avertissement Important

- *Cette présentation contient des déclarations prospectives relatives à la situation financière, aux résultats des opérations, aux métiers, à la stratégie et aux projets de Vivendi. 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, et notamment 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). 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) ou directement auprès de Vivendi. Cette présentation contient des informations prospectives qui ne peuvent s'apprécier qu'au jour de sa diffusion.*
- *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.*



Les plus belles émotions du numérique

VIVENDI, LES MEILLEURS CONTENUS, LES MEILLEURES PLATEFORMES, LES MEILLEURS RÉSEAUX :

- N°1 MONDIAL DES JEUX VIDÉO
- N°1 MONDIAL DE LA MUSIQUE
- N°1 FRANÇAIS DES TÉLÉCOMS ALTERNATIFS
- N°1 MAROCAIN DES TÉLÉCOMS
- N°1 BRÉSILIEN DES TÉLÉCOMS ALTERNATIFS
- N°1 FRANÇAIS DE LA TÉLÉVISION PAYANTE