

**ARNAUD DE PUYFONTAINE**

Président du Directoire

**HERVE PHILIPPE**

Membre du Directoire et Directeur Financier

## RESULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2014

**IMPORTANT :**

Comptes non audités, établis selon les normes IFRS

Les investisseurs sont instamment priés de prendre connaissance de l'avertissement juridique à la fin de la présentation

**HERVE PHILIPPE**

Membre du Directoire et Directeur Financier

# RESULTATS FINANCIERS

# PERIMETRE DE CONSOLIDATION ET PRINCIPALES DEVISES

En application de la norme IFRS 5, SFR (à compter du T1 2014), et Activision Blizzard et Maroc Telecom (depuis T2 2013) sont présentés comme des activités cédées ou en cours de cession. En outre, Vivendi a déconsolidé Maroc Telecom et Activision Blizzard respectivement à compter du 14 mai 2014 et du 11 octobre 2013, dates de leur cession effective. De ce fait, ni SFR, ni Maroc Telecom, ni Activision Blizzard ne sont inclus dans le chiffre d'affaires, l'EBIT, l'EBITA, le CFFO et le résultat net ajusté. Leurs contributions respectives au résultat net de Vivendi, de même que les plus-values réalisées, sont classées dans le « résultat net des activités cédées ou en cours de cession ».

Les variations de périmètre incluent :

- Groupe Canal+ : - consolidation de Mediaserv depuis le 13 février 2014  
- consolidation de Red Production Company depuis le 5 décembre 2013
- UMG : - déconsolidation du répertoire de PLG depuis le T4 2013

	Moyenne S1 2014	Moyenne S1 2013	% Variation (impact sur les résultats S1 2014)
■ USD / EUR :	1,37	1,31	– 5,0 %
■ BRL / EUR :	3,17	2,66	– 19,0 %
■ JPY / EUR :	141	123	– 14,6 %

# CHIFFRES CLES S1 2014

		% Variation	% Variation, organique*
■ Chiffre d'affaires :	5 546 M€	– 3,5 %	+ 1,3 %
■ Résultat opérationnel (EBIT) :	436 M€	– 7,1 %	
■ Résultat net, part du groupe :	1 913 M€	+ 84,8 %	
■ Résultat opérationnel ajusté (EBITA) :	626 M€	– 8,8 %	+ 1,2 %
■ Résultat net ajusté :	355 M€	– 1,1 %	
■ CFFO :	176 M€	+ 57,0 %	
■ Dette financière nette :	7,9 Md€	vs. 17,4 Md€ fin juin 2013	

# COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

<i>En millions d'euros – IFRS</i>	<b>S1 2013</b>	<b>S1 2014</b>	<b>Variation</b>	<b>%</b>
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>5 745</b>	<b>5 546</b>	<b>-199</b>	<b>- 3,5%</b>
Coût des ventes	(3 272)	(3 233)		
<b>Marge brute</b>	<b>2 473</b>	<b>2 313</b>	<b>-160</b>	<b>- 6,5%</b>
Charges administratives et commerciales hors amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(1 727)	(1 634)		
Charges de restructuration et autres charges et produits opérationnels	(60)	(53)		
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(207)	(178)		
Autres produits et charges	(10)	(12)		
<b>Résultat opérationnel (EBIT)</b>	<b>469</b>	<b>436</b>	<b>-33</b>	<b>- 7,1%</b>
Quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence	(7)	(2)		
Coût du financement	(156)	(53)		
Produits perçus des investissements financiers	25	2		
Autres produits et charges financiers	(107)	44		
Impôt sur les résultats	127	(189)		
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	1 180	1 929		
Intérêts minoritaires	(496)	(254)		
<b>Résultat net, part du groupe</b>	<b>1 035</b>	<b>1 913</b>	<b>+ 878</b>	<b>+ 84,8%</b>

# COMPTE DE RESULTAT AJUSTE

En millions d'euros – IFRS	S1 2013	S1 2014	Variation	Variation %	Variation % à périmètre et change constants *
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>5 745</b>	<b>5 546</b>	<b>- 199</b>	- 3,5%	<b>+ 1,3%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>1 076</b>	<b>1 010</b>	<b>- 66</b>	- 6,2%	<b>+ 1,9%</b>
Dépreciations et amortissements*	(312)	(308)	+ 4		
Coûts de restructuration et autres éléments non récurrents	(83)	(75)	+ 8		
Autres	5	(1)	- 6		
<b>Résultat opérationnel ajusté - EBITA</b>	<b>686</b>	<b>626</b>	<b>- 60</b>	- 8,8%	<b>+ 1,2%</b>
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	(7)	(2)	+ 5		
Produits perçus des investissements financiers	25	2	- 23		
Coût du financement	(156)	(53)	+ 103		
Impôt sur les résultats	(113)	(177)	- 64		
Intérêts minoritaires	(76)	(41)	+ 35		
<b>Résultat net ajusté</b>	<b>359</b>	<b>355</b>	<b>- 4</b>	- 1,1%	
* hors amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises					

- Baisse du coût du financement en raison de la réduction de l'endettement moyen (11,7 Md€ au S1 2014 vs. 16,9 Md€ au S1 2013) et d'un taux d'intérêt moyen plus faible (2,99% au S1 2014 vs. 3,25% au S1 2013)
- Taux d'imposition ajusté de 30,9% au S1 2014 vs. 30,5% au S1 2013 (hors éléments non-récurrents pour +56 M€)
- Baisse des intérêts minoritaires suite à l'acquisition des minoritaires de Canal+ France en novembre 2013

# CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITE

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	S1 2013	S1 2014	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *
Groupe Canal+	2 600	2 667	+ 2,6%	+ 2,7%	+ 0,7%
Universal Music Group	2 236	2 003	- 10,4%	- 6,0%	- 3,2%
GVT	884	839	- 5,1%	+ 12,8%	+ 12,8%
Autres	33	47			
Elimination des opérations intersegment	(8)	(10)			
<b>Total Vivendi</b>	<b>5 745</b>	<b>5 546</b>	<b>- 3,5%</b>	<b>+ 1,0%</b>	<b>+ 1,3%</b>

- Groupe Canal+ : baisse du chiffre d'affaires de la TV payante en France métropolitaine à cause notamment de l'augmentation de la TVA, compensée par la croissance de la TV payante internationale
- Ventes d'UMG bénéficiant de la croissance des ventes numériques (+3% à périmètre et change constants), mais plus que compensée par la baisse des ventes physiques. UMG gagne des parts de marché dans la plupart des pays
- Le chiffre d'affaires de GVT bénéficie de l'augmentation du nombre d'abonnements en partie compensée par la baisse de l'ARPU (sur 12 mois)

# EBITA PAR ACTIVITE

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	S1 2013	S1 2014	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *
Groupe Canal+	430	420	- 2,4%	- 2,5%	- 2,8%
Universal Music Group	143	153	+ 7,0%	+ 14,5%	+ 41,9%
GVT	196	170	- 13,2%	+ 3,3%	+ 3,3%
Autres	(36)	(38)			
Holding & Corporate	(47)	(31)			
<b>Sous-total</b>	<b>686</b>	<b>674</b>	<b>- 1,7%</b>	<b>+ 4,4%</b>	<b>+ 8,6%</b>
Provision exceptionnelle (Watchever)	-	(48)			
<b>Total Vivendi</b>	<b>686</b>	<b>626</b>	<b>- 8,8%</b>	<b>- 2,6%</b>	<b>+ 1,2%</b>

- EBITA de Groupe Canal+ affecté par l'augmentation de la TVA et des coûts de contenus en France, compensés partiellement par la croissance de l'international et la baisse des coûts de transition
- EBITA d'UMG bénéficiant des économies de coûts (dont les synergies d'EMI)
- EBITA de GVT en baisse de 13% avec une progression de 3% à taux de change constant (EBITDA +11%, amortissements +19%) compensée par l'évolution défavorable du taux de change BRL/EUR



# BILAN CONSOLIDE AU 30 JUIN 2014

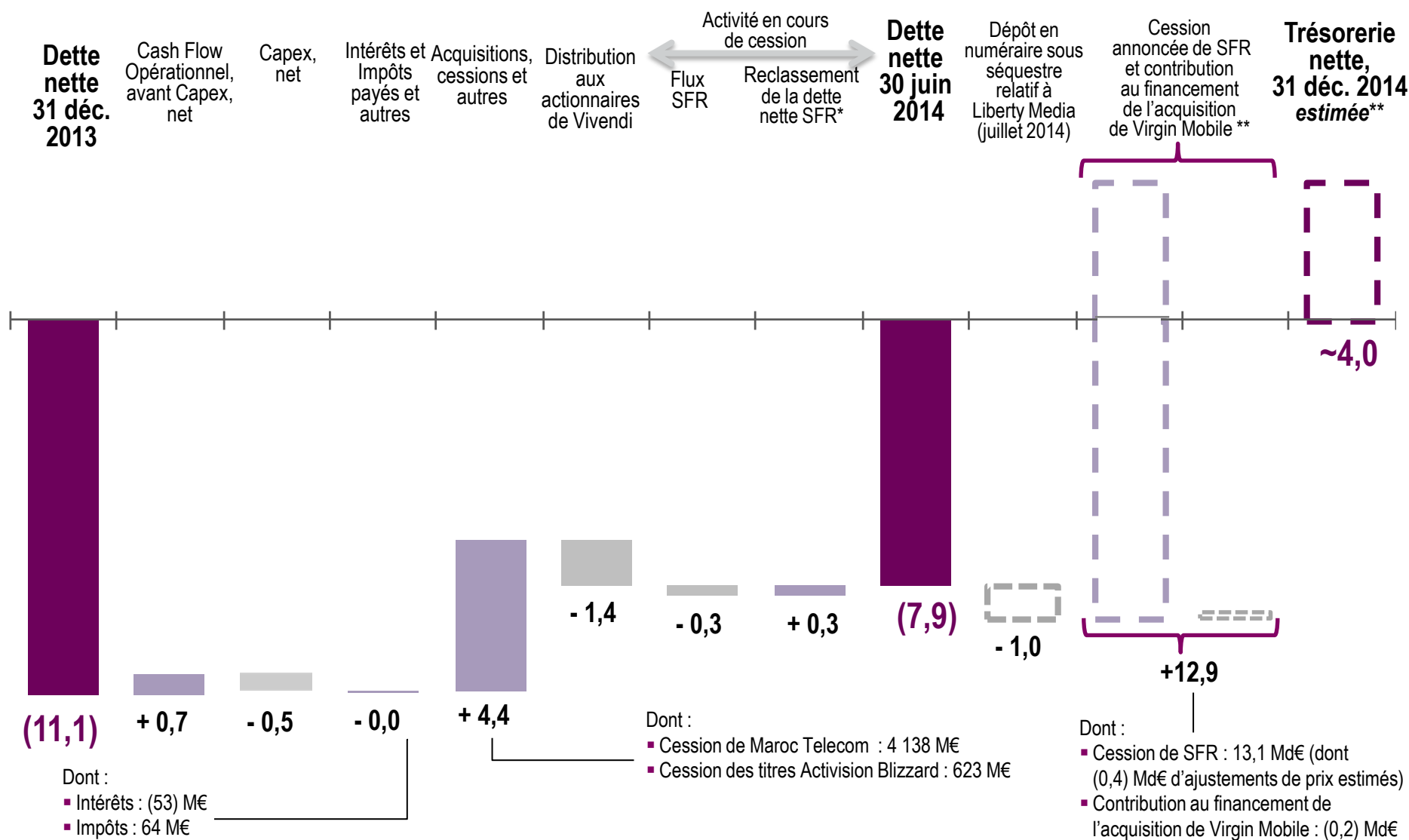
En millions d'euros

Actif		Passif et capitaux propres	
Goodwill	10 640	Capitaux propres consolidés <sup>(1)</sup>	18 896
Immobilisations corporelles et incorporelles	7 128	Provisions	3 081
Sociétés mises en équivalence et autres placements	863	Dette financière nette	7 884
		Besoin en fonds de roulement et autres	2 398
Actifs destinés à la vente, net	13 669	Passifs d'impôts différés, net	41
<b>Total</b>	<b>32 300</b>	<b>Total</b>	<b>32 300</b>

# CASH FLOW FROM OPERATIONS (CFFO)

CFFO avant capex, net			<i>En millions d'euros - IFRS</i>	CFFO			
S1 2013	S1 2014	Variation		S1 2013	S1 2014	Variation	Change constant
418	420	+ 0,6%	Groupe Canal+	318	337	+ 5,9%	+ 5,9%
82	6	- 92,5%	Universal Music Group	76	(15)	na	na
299	289	- 3,5%	GVT	(180)	(85)	+ 52,7%	+ 40,5%
(15)	(10)		Autres	(18)	(14)		
(84)	(47)		Holding & Corporate	(84)	(47)		
<b>700</b>	<b>658</b>	<b>- 6,0%</b>	<b>Total Vivendi</b>	<b>112</b>	<b>176</b>	<b>+ 57,0%</b>	<b>+ 40,9%</b>

# SITUATION DE TRESORERIE NETTE ESTIMEE FIN 2014\*\*





**ARNAUD DE PUYFONTAINE**

Président du Directoire

# BUSINESS UPDATE

# VIVENDI EST EN COURS DE TRANSFORMATION

Transition en cours vers les médias et les contenus

Mise en place de partenariats avec des distributeurs

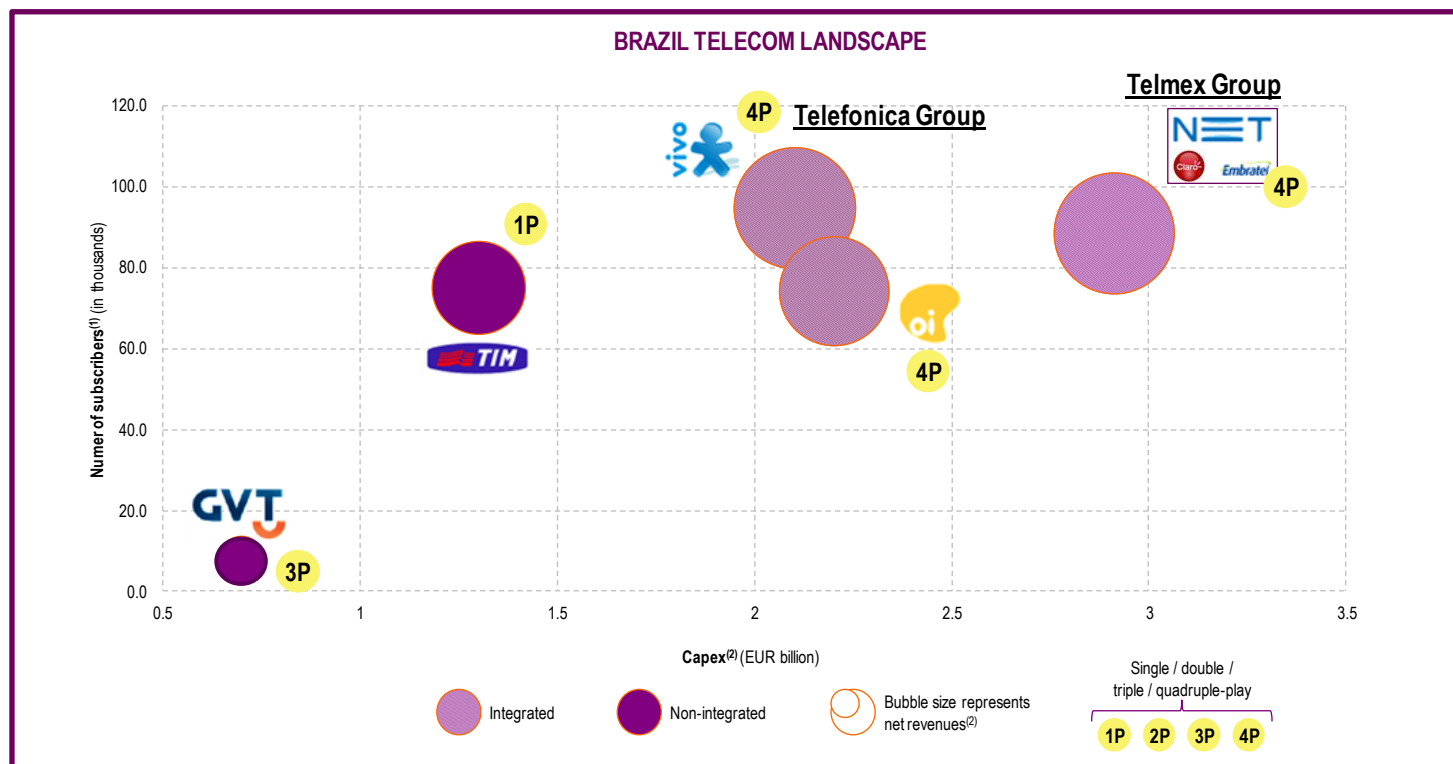
Amélioration de la situation financière

Créer une nouvelle culture Vivendi

## EVENEMENTS RECENTS : VIVENDI ENTRE EN NEGOTIATIONS EXCLUSIVES AVEC TELEFONICA POUR LA VENTE DE GVT POUR 7,45 MILLIARDS D'EUROS

- **Profiter de l'opportunité liée à la consolidation du secteur pour cristalliser une prime significative par rapport à la valeur de GVT seule**, représentant une création de valeur de plus de 1,7 milliard d'euros apr rapport au consensus
- **Reduire l'exposition au secteur des télécoms** tout en conservant une participation minoritaire dans Telefonica Brasil (VIVO) / GVT afin de tirer profit de ce projet industriel prometteur au Brésil
- **Permettre au management de Vivendi de se concentrer sur les medias**
- **Projet de coopération avec Telefonica dans les médias** permettant d'accroître la valeur de nos activités de médias et de nos contenus grâce à une diffusion élargie

# UN PROJET ATTRAYANT POUR GVT REPOSANT SUR LA CONVERGENCE FIXE / MOBILE



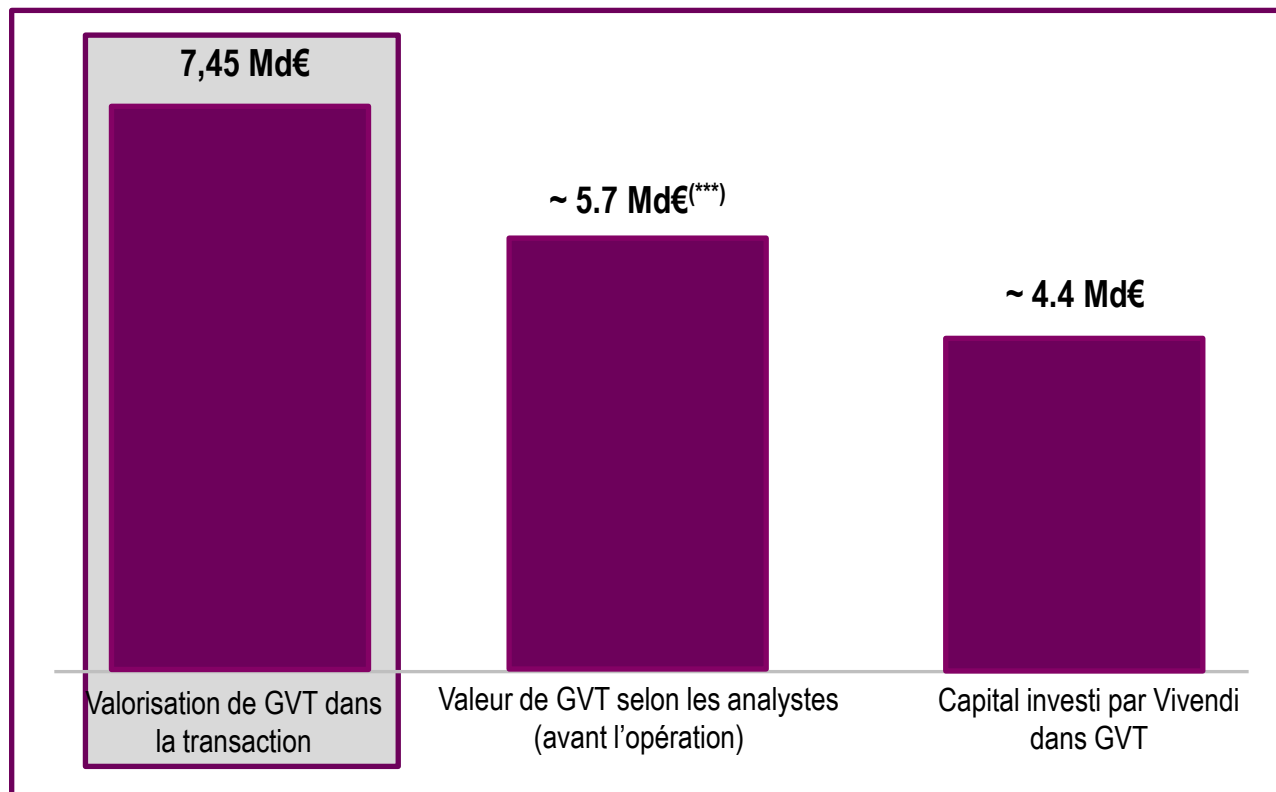
- ▶ Entrer sur le marché mobile / devenir un opérateur intégré 4P
- ▶ Atteindre la taille critique sur le marché de la télévision payante
- ▶ Poursuivre l'expansion géographique, en particulier à Sao Paulo

## PRODUIT DE CESSION A RECEVOIR PAR VIVENDI

- Vente de GVT à Telefonica / Vivo pour 7,45 milliards d'euros en valeur d'entreprise
  - ✓ **4,66 milliards d'euros** payés en cash au closing (en euros)
  - ✓ 12,0% des actions ordinaires et préférentielles dans Vivo / GVT, évaluées à **2,79 milliards d'euros**
  - ✓ *Option donnée à Vivendi d'échanger un tiers des titres Vivo / GVT contre 1 110 millions d'actions ordinaires Telecom Italia*
  
- Cash à recevoir au closing : 3,8 milliards d'euros estimé\*



## UNE OPERATION QUI MAXIMISE LA CREATION DE VALEUR POUR LES ACTIONNAIRES



Valorisation de GVT supérieure à 10x EV/EBITDA 2014\*

vs. ~5x pour le secteur des télécoms brésiliens\*\*

La création de valeur comparativement au consensus est supérieure à 1,7 Md€

\* Sur la base du consensus des estimations des analystes pour l'EBITDA 2014 attendu à 0,7 Mds€

\*\* Multiple médian d'une sélection de comparables

\*\*\* Consensus des valorisations de GVT retenues par les analystes dans la somme des parties de Vivendi, avant prise en compte de l'impact estimé des offres annoncées

# AUTRES PARAMETRES DE L'OFFRE

## Financement

- Augmentation de capital au niveau de Vivo pour financer le paiement en cash, garantie par Telefonica

## Adjustments de prix

- Reposant sur le BFR et la dette au closing

## Autorisations réglementaires

- Autorisations réglementaires usuelles (y compris ANATEL et CADE au Brésil)

## Garanties accordées à l'acheteur

- Limitées

## Accord d'actionnaires

- Pas de droits de gouvernance particuliers
- « Tag-along rights » pour les actions Vivo
- 180 jours de lock up

# PROCHAINES ETAPES

- Négociations exclusives jusqu'au 28 novembre 2014
- Procédure d'information-consultation de l'instance représentative du personnel de Vivendi
- Lancement des procédures d'obtention des autorisations auprès des autorités administratives compétentes
- Closing sous réserve de l'obtention des autorisations réglementaires et de la levée de certaines conditions usuelles dans ce type de transaction

## EVENEMENTS RECENTS

- Cession de SFR en bonne voie
- Renforcement des activités médias

# LES QUATRE PILIERS DE VIVENDI

**Relations stratégiques avec les plateformes numériques**

**Accélération du développement à l'international**

**Connaissance du client**

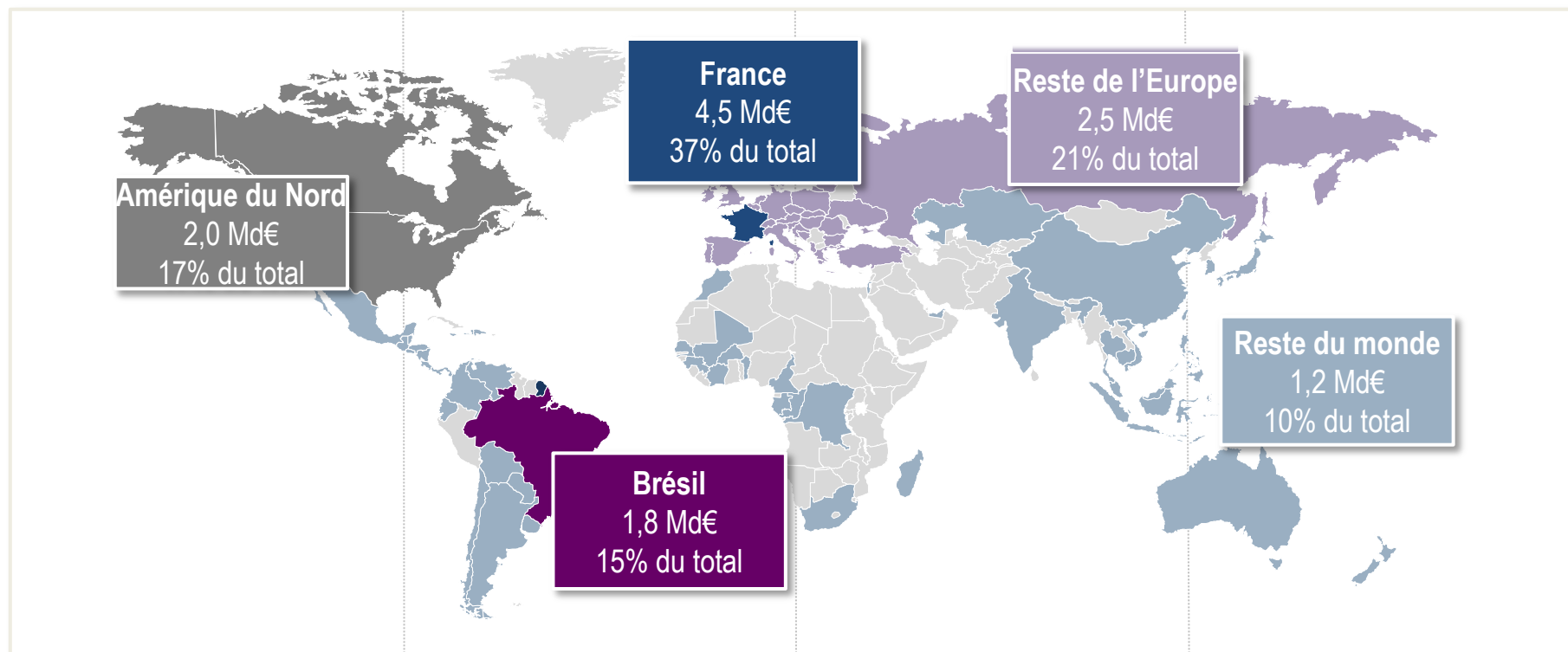
**Gestion des talents**

# 1 Relations stratégiques avec les plateformes numériques



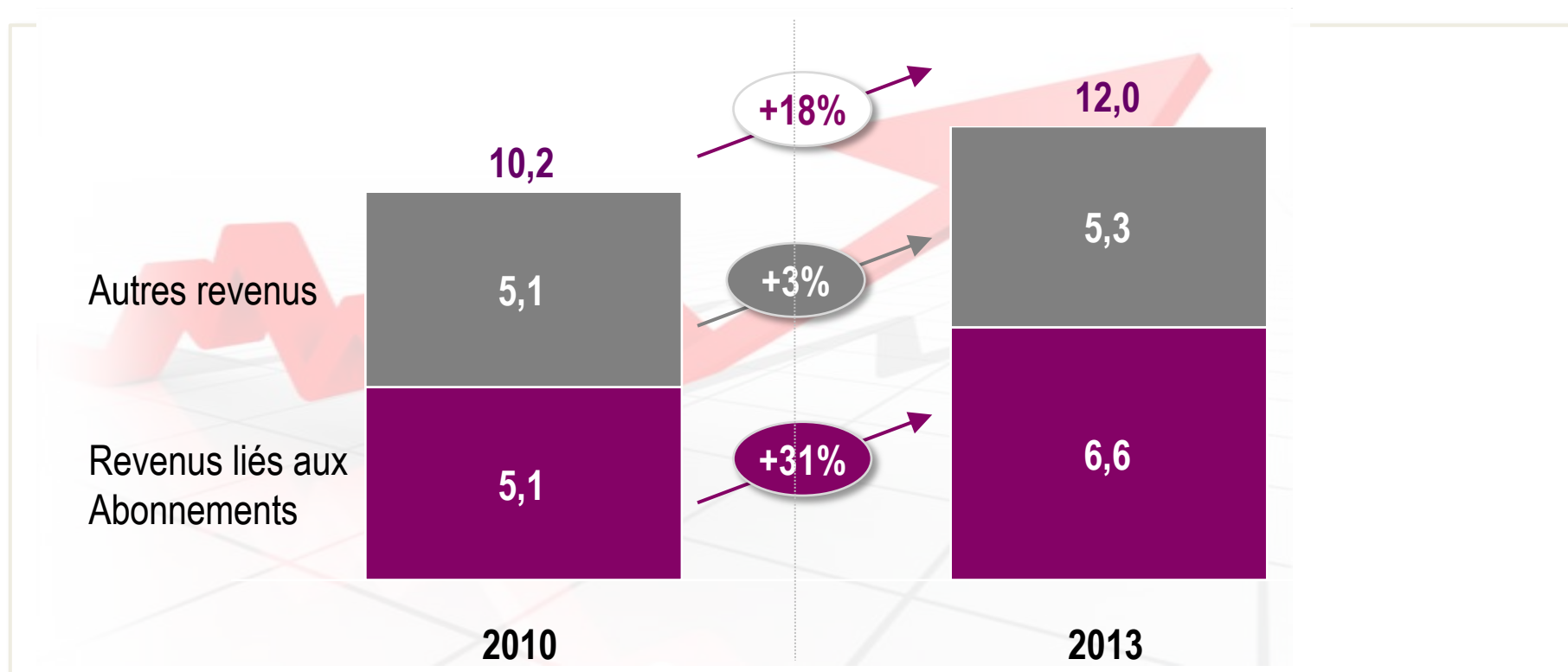
Vivendi propose des contenus uniques et distinctifs

## 2 Accélération du développement à l'international



**Les marchés en forte croissance représentent 25% du CA 2013**

### 3 Connaissance du client



**Les abonnements\* représentent ~60% du CA 2013**

\* Groupe Canal+, UMG et GVT ; par hypothèse, la totalité du chiffres d'affaires de GVT est considérée comme provenant des abonnements



## 4 Gestion des talents



Savoir-faire sans égal dans la découverte et la gestion des talents

# D'UN HOLDING FINANCIER A UN GROUPE INDUSTRIEL INTÉGRÉ DE MEDIAS ET CONTENUS

## Suivi de la performance

- ▶ Gouvernance opérationnelle stricte
- ▶ Focus sur la génération de cash
- ▶ Simplification de l'organisation

## Renforcement de l'intégration au sein du groupe

- ▶ Equipe de direction expérimentée et motivée
- ▶ Coopération accrue entre les métiers
- ▶ Lancement d'initiatives entre les métiers

## Critères d'investissement rigoureux

- ▶ Priorité à la croissance organique
- ▶ Discipline financière stricte dans le M&A en vue d'améliorer le profil de croissance du groupe
- ▶ Partenariats et alliances stratégiques

**vivendi**

vivendi

**ANNEXES**

**ANNEXES**

Détails des métiers



En millions d'euros - IFRS	S1 2013	S1 2014	Variation	Périmètre et change constants*
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 600</b>	<b>2 667</b>	<b>+ 2,6%</b>	<b>+ 0,7%</b>
TV payante France métropolitaine	1 785	1 737	- 2,7%	- 2,7%
TV gratuite France métropolitaine	78	95	+ 22,0%	+ 22,0%
TV payante International	555	623	+ 12,3%	+ 6,5%
Studiocanal	182	212	+ 16,2%	+ 6,6%
<b>EBITDA</b>	<b>567</b>	<b>542</b>	<b>- 4,3%</b>	<b>- 6,6%</b>
<b>EBITA hors coûts de transition</b>	<b>449</b>	<b>423</b>	<b>- 5,8%</b>	<b>- 6,7%</b>
Coûts de transition	(19)	(3)		
<b>EBITA</b>	<b>430</b>	<b>420</b>	<b>- 2,4%</b>	<b>- 2,8%</b>
<b>CFFO</b>	<b>318</b>	<b>337</b>	<b>+ 5,9%</b>	

\* Hors Mediaserv consolidé depuis le 13 février 2014 et Red Production consolidé depuis le 5 décembre 2013

\*\* Augmentation de la TVA applicable aux services d'abonnement en France de 7% à 10% à compter du 1er janvier 2014

## FAITS MARQUANTS

- Succès dans la renégociation des principaux droits sportifs :
  - Droits de la Ligue 1 de football en France sécurisés jusqu'en 2020 avec une offre enrichie
  - Droits de la Champion's League de football conservés jusqu'en 2018
- Chiffre d'affaires en hausse de 0,7% à périmètre et change constants :
  - Chiffre d'affaires de la télévision payante en France métropolitaine quasi stable en excluant l'impact de l'augmentation de la TVA \*\*; réduction continue du taux de résiliation
  - Chiffre d'affaires de la télévision gratuite en croissance significative malgré un marché publicitaire difficile, et ce grâce à la hausse de l'audience de D8
  - Activités internationales : croissance du portefeuille d'abonnements en Afrique et au Vietnam au cours des 12 derniers mois, en particulier en juin 2014 grâce à la Coupe du Monde de football
  - Studiocanal : excellente performance grâce notamment aux sorties de *Non-Stop* et *RoboCop*
- EBITA en baisse de 10 M€ principalement à cause de l'impact de la TVA\*\* et de la hausse des coûts de contenus, quasiment compensés par la croissance de l'international et la baisse des coûts de transition

<i>En milliers</i>	30 juin 2013	30 juin 2014	Variation
<b>Abonnés individuels Groupe</b>	<b>10 009</b>	<b>10 773</b>	<b>+ 764</b>
France métropolitaine	6 016	6 020	+ 4
International	3 993	4 753	+ 760
Pologne	2 305	2 175	- 130
Outre - Mer	479	494	+ 15
Afrique	787	1 368	+ 581
Vietnam	422	717	+ 295

<i>En milliers</i>	30 juin 2013	30 juin 2014	Variation
<b>Abonnements Groupe</b>	<b>14 139</b>	<b>15 079</b>	<b>+ 940</b>
France métropolitaine *	9 483	9 424	- 59
International	4 656	5 655	+ 999

<b>France Métropolitaine</b>	<b>S1 2013</b>	<b>S1 2014</b>	<b>Variation</b>
Churn par abonné (%)**	15,1%	14,2%	- 0,9 pt
ARPU par abonné (€) ***	43,6 €	44,0 €	+ 0,4 €

<b>TV gratuite - part d'audience ****</b>	<b>S1 2013</b>	<b>S1 2014</b>	<b>Variation</b>
D8	3,2%	3,3%	+ 0,1 pt
D17	1,3%	1,2%	- 0,1 pt
i>Télé	0,8%	0,9%	+ 0,1 pt
<b>TOTAL</b>	<b>5,3%</b>	<b>5,4%</b>	<b>+ 0,1 pt</b>

\* Abonnements individuels et collectifs avec et sans engagement (Canal+, Canalsat, Canalplay)

\*\* Churn par abonné individuel avec engagement

\*\*\* ARPU net par abonné individuel avec engagement

\*\*\*\* Source : Médiamétrie - Population âgée de 4 ans et plus

En millions d'euros - IFRS	S1 2013	S1 2014	Variation	Périmètre et change constants *
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 236</b>	<b>2 003</b>	<b>- 10,4%</b>	<b>- 3,2%</b>
Musique enregistrée	1 818	1 604	- 11,8%	- 3,8%
Edition musicale	303	307	+ 1,3%	+ 6,1%
Merchandising, et autres	132	110	- 16,5%	- 14,3%
Elimination des opérations intersegment	(16)	(18)		
<b>EBITDA</b>	<b>237</b>	<b>204</b>	<b>- 14,0%</b>	<b>+ 2,1%</b>
% marge	10,6%	10,2%		
<b>EBITA avant coûts de restructuration et d'intégration</b>	<b>207</b>	<b>176</b>	<b>- 15,1%</b>	<b>+ 3,0%</b>
Coûts de restructuration et d'intégration	(64)	(23)		
<b>EBITA</b>	<b>143</b>	<b>153</b>	<b>+ 7,0%</b>	<b>+ 41,9%</b>
<b>CFFO</b>	<b>76</b>	<b>(15)</b>	<b>na</b>	

## FAITS MARQUANTS

- Chiffre d'affaires en baisse de 3,2%\* due à la baisse de la musique enregistrée
- Musique enregistrée en baisse de 3,8%\* du fait de la transformation accélérée du marché et d'un programme plus important de sorties au S1 2013
  - Ventes numériques en hausse de 3%\*, croissance significative des abonnements et du streaming compensant la baisse des téléchargements
- Edition musicale en hausse de 6,1%\* en partie grâce au reclassement de chiffre d'affaires provenant de la musique enregistrée
- Merchandising et autres en baisse de 14,3%\* principalement à cause de comparables défavorables
- EBITA en hausse de 41,9%\* reflétant le bénéfice des synergies d'EMI et le contrôle des coûts
- Le 1er août, UMG a finalisé la vente de Beats, dont il détenait environ 13 %, à Apple pour un montant de 409 millions de dollars US.



<i>En millions d'euros - IFRS</i>	<b>S1 2014</b>	<b>Périmètre et change constants*</b>
Musique enregistrée	1 604	- 3,8%
Ventes physiques	571	- 11,6%
Ventes numériques	762	+ 3,1%
Redevances et autres	271	- 4,0%
Edition musicale	307	+ 6,1%
Merchandising et autres	110	- 14,3%
Elimination des opérations intersegment	(18)	
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 003</b>	<b>- 3,2%</b>

<b>CA de la musique enregistrée</b>	<b>S1 2013</b>	<b>S1 2014</b>
Europe	40%	37%
Amérique du Nord	40%	41%
Asie	12%	13%
Reste du monde	7%	8%

<b>Musique enregistrée : meilleures ventes**</b>	
<b>S1 2013</b>	<b>S1 2014</b>
Rihanna	Reine des neiges (BO)
Imagine Dragons	Lorde
Les Misérables (BO)	Katy Perry
Justin Bieber	Avicii
Taylor Swift	Masaharu Fukuyama

### PROGRAMME DE SORTIES 2014 \*\*\*

Ariana Grande	Nickelback
Maroon 5	U2
Lady Antebellum	Charles Aznavour
Lady Gaga/Tony Bennett	Chimene Badi
Lil Wayne	Chris Hart
Taylor Swift	Perfume

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	<b>S1 2013<sup>*</sup></b>	<b>S1 2014</b>	<b>Variation</b>	<b>Change constant</b>
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>884</b>	<b>839</b>	<b>- 5,1%</b>	<b>+ 12,8%</b>
Grand public & PME	804	772	- 3,9%	+ 14,2%
Télécoms	722	661	- 8,4%	+ 8,9%
TV Payante	82	111	+ 35,7%	+ 61,2%
Entreprises & Opérateurs	80	67	- 16,6%	- 0,9%
<b>EBITDA</b>	<b>354</b>	<b>329</b>	<b>- 7,0%</b>	<b>+ 10,5%</b>
<i>Marge d'EBITDA</i>	<i>40,1%</i>	<i>39,2%</i>		
<b>EBITA</b>	<b>196</b>	<b>170</b>	<b>- 13,2%</b>	<b>+ 3,3%</b>
<b>CAPEX, net</b>	<b>479</b>	<b>374</b>	<b>- 22,0%</b>	<b>- 6,5%</b>
<b>EBITDA - CAPEX, net</b>	<b>(125)</b>	<b>(45)</b>	<b>+ 64,0%</b>	<b>na</b>

\* Les données 2013 sont publiées en base comparable : suite à une nouvelle segmentation, des clients Entreprises ont été reclassés en PME au cours du 3e trimestre 2013

\*\* A taux de change constant

\*\*\* Net New Adds (recrutements nets)

## FAITS MARQUANTS

- Croissance de 12,8%\*\* du chiffre d'affaires grâce principalement à l'augmentation continue dans le Grand public & PME (malgré un environnement économique difficile) tirée par l'augmentation des prix et des usages dans les Télécoms et la contribution accrue de la TV payante (en hausse de 61%\*\* vs. S1 2013)
- Télécoms : solide performance commerciale avec +441 k NNA\*\*\* au S1 (en hausse de 18%) et 6,996 M Lignes en Service fin S1 2014, en hausse de 15%
- TV payante : 772 k abonnés fin S1 2014 en hausse de 52% par rapport à fin S1 2013 ; 27,5% des clients internet grand public ont un forfait triple-play
- Forte marge d'EBITDA à 39,2% grâce au contrôle des coûts, notamment pour les télécoms (marge d'EBITDA à 40,9%), et une amélioration significative dans la TV payante (marge d'EBITDA à 28,5%, +8,5 pts vs. S1 2013)
- EBITA impacté par la hausse des dotations aux amortissements (+19%\*\*)
- EBITDA-Capex positif en reals (89 MR\$) grâce à un déploiement du réseau ciblé et contrôlé

En milliers	30 juin 2013	30 juin 2014	Variation
<b>Grand Public &amp; PME - Nombre de lignes raccordées au réseau</b>	9 617	10 882	+ 13,2%
<b>Grand Public &amp; PME - Lignes en service</b>	6 610	7 768	+ 17,5%
<b>Télécoms</b>	6 102	6 996	+ 14,6%
Voix	3 697	4 175	+ 12,9%
Internet Haut Débit	2 405	2 820	+ 17,3%
Offres ≥ 10 Mbits/s	84%	89%	+ 5 pts
<b>Télévision payante</b>	508	772	+ 52,0%

En millions de reais brésiliens - IFRS	S1 2013	S1 2014	Variation
<b>Chiffre d'affaires</b>	2 353	2 655	+ 12,8%
<b>Grand Public &amp; PME</b>	2 139	2 443	+ 14,2%
Voix	1 201	1 296	+ 7,9%
Internet Haut Débit	702	780	+ 11,1%
Télévision payante	217	350	+ 61,2%
VoIP	19	18	- 9,8%
<b>Entreprises &amp; Opérateurs</b>	214	212	- 0,9%

En milliers	S1 2013	S1 2014	Variation
<b>Grand Public &amp; PME - Ventes Nettes</b>	477	570	+ 19,5%
<b>Télécoms</b>	375	441	+ 17,6%
Voix	208	241	+ 15,8%
Internet Haut Débit	166	200	+ 19,9%
<b>Télévision payante</b>	102	130	+ 26,6%

En reais brésiliens par mois - IFRS	S1 2013	S1 2014	Variation
<b>CA par ligne Voix</b>	59,4	56,5	- 4,8%
<b>CA par ligne Haut Débit</b>	50,2	47,6	- 5,1%
<b>CA par abonnement Télévision payante</b>	77,0	80,6	+ 4,6%

Note : Les chiffres 2013 sont publiés en base comparable. Suite à une nouvelle segmentation, des clients Entreprises ont été reclassés en PME au cours du troisième trimestre 2013.

## **ANNEXES**

Détails des Activités en Cours de Cession

En millions d'euros - IFRS	S1 2013	S1 2014	Variation
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>5 108</b>	<b>4 909</b>	<b>- 3,9%<sup>*/**</sup></b>
Grand Public	3 467	3 215	- 7,3%
Entreprises	903	884	- 2,2% <sup>**</sup>
Opérateurs et Autres	738	810	+ 9,8%
<b>EBITDA</b>	<b>1 470</b>	<b>1 190</b>	<b>- 19,1%</b>
<b>CAPEX, net</b>	<b>833</b>	<b>814</b>	<b>- 2,3%</b>
<b>EBITDA - CAPEX, net</b>	<b>637</b>	<b>376</b>	<b>- 41,0%</b>

\* -3,4% hors effets réglementaires (impact des baisses des prix régulés des terminaisons d'appels mobile, SMS et appels fixe, baisse des tarifs en itinérance mobile et TVA)

\*\* Comprend le CA de Telindus depuis le 1er mai 2014. Hors Telindus, CA SFR en baisse de 4,7% (-4,2% hors impacts réglementaires) et CA Entreprises en baisse de 6,5%.

\*\*\* Charge de 112 M€ comptabilisée au T2 2014, liée à certains litiges décrits dans les Etats financiers 2013

## FAITS MARQUANTS

- Ralentissement de l'érosion du CA, en baisse de 3,9% au S1 2014 (-4,7% en base comparable\*\*) avec une amélioration de la tendance au T2 2014 (-3,5% en base comparable\*\* vs. -5,8% au T1 2014)
- Hors éléments exceptionnels\*\*\*, EBITDA de 1 302 M€, en recul de 11,4%
- Amélioration de la tendance du Grand Public : CA en baisse de 7,3% au S1 2014
  - 87% des abonnés Mobile Grand Public à fin juin 2014 bénéficient de tarifs postérieurs à janvier 2013
  - Nombre d'abonnés Mobile Grand public en hausse de 2,2% (vs. S1 2013) à 11,4 M à fin juin 2014 ; -17 k recrutements nets sur S1 2014
  - Nombre d'abonnés Fixe Grand Public en hausse de 2,5% (vs. S1 2013) à 5,248M ; +39 k nouveaux clients sur S1 2014
- Activité Entreprises impactée par un environnement économique difficile
- Croissance du CA Opérateurs et Autres tirée par le segment Opérateurs mobile et le fixe

MOBILE - DONNEES GROUPE *	S1 2013	S1 2014	Variation
Nombre de clients mobile (en milliers)*	20 957	21 379	+ 2,0%
Coût d'acquisition (en M€)	202	173	(29)
Coût de rétention (en M€)	265	226	(39)

GRAND PUBLIC (France métropolitaine)	S1 2013	S1 2014	Variation
<b>MOBILE</b>			
Clients (en milliers) **	14 544	14 304	- 1,6%
Abonnés (en milliers) **	11 121	11 364	+ 2,2%
Proportion de smartphones (en % base clients)	57%	67%	+ 10 pts
ARPU Clients Mobile sur 12 mois glissants (par mois) ***	€ 25,9	€ 23,1	- 10,8%
<b>INTERNET HAUT DEBIT</b>			
Clients Internet haut débit (en milliers)	5 122	5 248	+ 2,5%
dont Clients Fibre (en milliers)	155	238	+ 54,0%
dont Clients quadruple-play ("Multipack") (en % base clients)	41,6%	48,3%	+ 6,7 pts
ARPU Clients Internet Haut débit sur 12 mois glissants (par mois)	€ 32,7	€ 32,3	- 1,4%

\* Comprenant les clients de l'ensemble des marques du groupe SFR, sur les segments Grand Public et Entreprises en France métropolitaine et à La Réunion. Le portefeuille S1 2013 exclut 92k lignes inactives annulées au T4 13

\*\* Le portefeuille S1 2013 exclut 92k lignes inactives annulées au T4 13

\*\*\* Y compris terminaison d'appels mobiles. L'ARPU (Average Revenue Per User) se définit comme le chiffre d'affaires sur les douze derniers mois, net des promotions, net des versements aux éditeurs de contenus tiers, hors roaming in et ventes d'équipements, divisé par le nombre moyen de clients ARCEP pour les douze derniers mois



## ANNEXES

Détail des Résultats Financiers de Vivendi

# CHIFFRE D'AFFAIRES

T2 2013	T2 2014	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *	En millions d'euros - IFRS	S1 2013	S1 2014	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *
1 314	1 350	+ 2,8%	+ 2,9%	+ 0,2%	Groupe Canal+	2 600	2 667	+ 2,6%	+ 2,7%	+ 0,7%
1 145	1 019	- 11,0%	- 6,7%	- 4,3%	Universal Music Group	2 236	2 003	- 10,4%	- 6,0%	- 3,2%
446	434	- 2,6%	+ 13,1%	+ 13,1%	GVT	884	839	- 5,1%	+ 12,8%	+ 12,8%
17	26				Autres	33	47			
(3)	(5)				Elimination des opérations intersegment	(8)	(10)			
<b>2 919</b>	<b>2 824</b>	<b>- 3,3%</b>	<b>+ 0,9%</b>	<b>+ 0,6%</b>	<b>Total Vivendi</b>	<b>5 745</b>	<b>5 546</b>	<b>- 3,5%</b>	<b>+ 1,0%</b>	<b>+ 1,3%</b>



# EBITDA

T2 2013	T2 2014	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *	En millions d'euros - IFRS	S1 2013	S1 2014	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *
319	306	- 3,6%	- 3,6%	- 6,2%	Groupe Canal+	567	542	- 4,3%	- 4,3%	- 6,6%
136	124	- 8,8%	- 6,3%	- 0,1%	Universal Music Group	237	204	- 14,0%	- 9,7%	+ 2,1%
178	171	- 3,9%	+ 11,5%	+ 11,5%	GVT	354	329	- 7,0%	+ 10,5%	+ 10,5%
(22)	(15)				Autres	(34)	(34)			
(27)	(5)				Holding & Corporate	(48)	(31)			
<b>584</b>	<b>581</b>	<b>- 0,6%</b>	<b>+ 4,6%</b>	<b>+ 4,7%</b>	<b>Total Vivendi</b>	<b>1 076</b>	<b>1 010</b>	<b>- 6,2%</b>	<b>+ 0,4%</b>	<b>+ 1,9%</b>

# EBITA

T2 2013	T2 2014	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *	En millions d'euros - IFRS	S1 2013	S1 2014	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *
247	245	- 0,7%	- 0,8%	- 0,9%	Groupe Canal+	430	420	- 2,4%	- 2,5%	- 2,8%
88	97	+ 10,1%	+ 15,6%	+ 28,0%	Universal Music Group	143	153	+ 7,0%	+ 14,5%	+ 41,9%
97	87	- 9,9%	+ 4,8%	+ 4,8%	GVT	196	170	- 13,2%	+ 3,3%	+ 3,3%
(22)	(66)				Autres	(36)	(86)			
(25)	(5)				Holding & Corporate	(47)	(31)			
<b>385</b>	<b>358</b>	<b>- 6,9%</b>	<b>- 2,1%</b>	<b>+ 0,1%</b>	<b>Total Vivendi</b>	<b>686</b>	<b>626</b>	<b>- 8,8%</b>	<b>- 2,6%</b>	<b>+ 1,2%</b>

# COUT DU FINANCEMENT

<i>En millions d'euros (sauf mention contraire) – IFRS</i>	<b>S1 2013</b>	<b>S1 2014</b>
<b>Coût du financement</b>	<b>(156)</b>	<b>(53)</b>
Charges d'intérêt sur les emprunts	(275)	(175)
<i>Coût moyen de la dette financière brute (%)</i>	3,25%	2,99%
<i>Dette financière brute moyenne (en milliards d'euros)</i>	16,9	11,7
Intérêts perçus par Vivendi SA sur les financements accordés à SFR	111	110
Produits d'intérêt des placements de la trésorerie	8	12
<i>Rémunération moyenne des placements (%)</i>	3,32%	2,78%
<i>Encours moyen des placements (en milliards d'euros)</i>	0,3	1,3

# IMPOTS

<i>En millions d'euros – IFRS</i>	S1 2013		S1 2014	
	Résultat net ajusté	Résultat net	Résultat net ajusté	Résultat net
Economie générée par les régimes de l'intégration fiscale de Vivendi SA et du bénéfice mondial consolidé	23	127	50	15
Charge d'impôt	(136)	-	(227)	(204)
<b>Impôt sur les résultats</b>	<b>(113)</b>	<b>127</b>	<b>(177)</b>	<b>(189)</b>
<b>Taux effectif d'impôt</b>	<b>20,4%</b>		<b>30,9%</b>	
<b>Impôts reçus</b>	<b>263</b>		<b>64</b>	

# CAPEX, NET

<i>En millions d'euros – IFRS</i>	<b>S1 2013</b>	<b>S1 2014</b>	<b>Variation</b>
Groupe Canal+	100	83	- 16,4%
Universal Music Group	6	21	x 3,3
GVT	479	374	- 22,0%
Autres	3	4	
Holding & Corporate	-	-	
<b>Total Vivendi</b>	<b>588</b>	<b>482</b>	<b>- 18,0%</b>

## **ANNEXES**

Glossaire & Avertissements juridiques

# GLOSSAIRE

Les mesures à caractère non strictement comptable définies ci-dessous doivent être considérées comme une information complémentaire qui ne peut se substituer à toute mesure des performances opérationnelles et financières à caractère strictement comptable et Vivendi considère qu'ils sont des indicateurs pertinents des performances opérationnelles et financières du groupe. De plus, il convient de souligner que d'autres sociétés peuvent définir et calculer ces indicateurs de manière différente. Il se peut donc que les indicateurs utilisés par Vivendi ne puissent être directement comparés à ceux d'autres sociétés.

**Résultat opérationnel ajusté (EBITA) :** selon la définition de Vivendi, l'EBITA de Vivendi correspond au résultat opérationnel (défini comme la différence entre les charges et les produits, à l'exception de ceux résultant des activités financières, des sociétés mises en équivalence, des activités cédées ou en cours de cession et de l'impôt) avant les amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises, les dépréciations des écarts d'acquisition et autres actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises et les autres produits et charges liés aux opérations d'investissements financiers et aux opérations avec les actionnaires (sauf lorsqu'elles sont directement comptabilisées en capitaux propres).

**Résultat opérationnel ajusté avant amortissements (EBITDA) :** selon la définition de Vivendi, l'EBITDA correspond au Résultat opérationnel ajusté (EBITA) tel que présenté dans le compte de résultat ajusté, avant les amortissements et les dépréciations des immobilisations corporelles et incorporelles, les coûts de restructuration, le résultat de cession d'actifs corporels et incorporels et les autres éléments opérationnels non récurrents.

**Résultat net ajusté** comprend les éléments suivants : le Résultat opérationnel ajusté (EBITA), la quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence, le coût du financement, les produits perçus des investissements financiers, ainsi que les impôts et les intérêts minoritaires relatifs à ces éléments. Il n'intègre pas les éléments suivants : les amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises, les dépréciations des écarts d'acquisition et autres actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises, les autres produits et charges liés aux opérations d'investissements financiers et aux opérations avec les actionnaires (sauf lorsqu'elles sont directement comptabilisées en capitaux propres), les autres charges et produits financiers, le résultat net des activités cédées ou en cours de cession, l'impôt sur les résultats et les intérêts minoritaires relatifs à ces éléments, ainsi que certains éléments d'impôt non récurrents (en particulier, la variation des actifs d'impôt différé liés aux régimes de l'intégration fiscale de Vivendi SA et du bénéfice mondial consolidé, et le retournement des passifs d'impôt afférents à des risques éteints sur la période).

**Cash flow opérationnel (CFFO) :** flux nets de trésorerie provenant des activités opérationnelles, après les investissements industriels nets et les dividendes reçus des sociétés mises en équivalence et des participations non consolidées mais avant les impôts payés.

**Investissements industriels, nets (Capex, net) :** sorties nettes de trésorerie liées aux acquisitions et aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles.

**Endettement financier net :** L'endettement financier net est calculé comme la somme des emprunts et autres passifs financiers, à court et à long termes, tels qu'ils sont présentés au bilan consolidé, minorés de la trésorerie et des équivalents de trésorerie, tels qu'ils sont présentés au bilan consolidé, et des instruments financiers dérivés à l'actif et des dépôts en numéraire adossés à des emprunts (inclus au bilan consolidé dans la rubrique « actifs financiers »).

Les pourcentages d'évolution indiqués dans ce document sont calculés par rapport à la même période de l'exercice précédent, sauf mention particulière.

# AVERTISSEMENTS JURIDIQUES IMPORTANTS

## Déclarations prospectives

Cette présentation 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 impacts 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 du contrôle de Vivendi, notamment les risques liés à l'obtention de l'accord d'autorités de la concurrence et d'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 du groupe déposés par Vivendi auprès de l'Autorité des marchés financiers, également disponibles en langue anglaise sur le site de Vivendi ([www.vivendi.com](http://www.vivendi.com)). Les investisseurs et les détenteurs de valeurs mobilières peuvent obtenir gratuitement copie des documents du Groupe déposés par Vivendi auprès de l'Autorité des Marchés Financiers ([www.amf-france.org](http://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. 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.



# EQUIPE RELATIONS INVESTISSEURS

**Jean-Michel Bonamy**

Directeur financier adjoint

+33.1.71.71.12.04

jean-michel.bonamy@vivendi.com

## PARIS

**Aurélia Cheval**

IR Director

+33.1.71.71.12.33

aurelia.cheval@vivendi.com

42, avenue de Friedland  
75380 Paris cedex 08 / France

## NEW YORK

**Eileen McLaughlin**

Vice President IR North America

eileen.mclaughlin@vivendi.com

+1.212.572.1334

800 Third Avenue  
New York, NY 10022 / USA

Pour toute information financière ou commerciale,  
veuillez consulter notre site Relations Investisseurs  
à l'adresse : <http://www.vivendi.com>