

**PRESENTATION
INVESTISSEURS**

RESULTATS 2011 ET PERSPECTIVES 2012

IMPORTANT :

Résultats de l'exercice clos le 31 décembre 2011

Comptes audités, établis selon les normes IFRS

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

FAITS MARQUANTS DE 2011

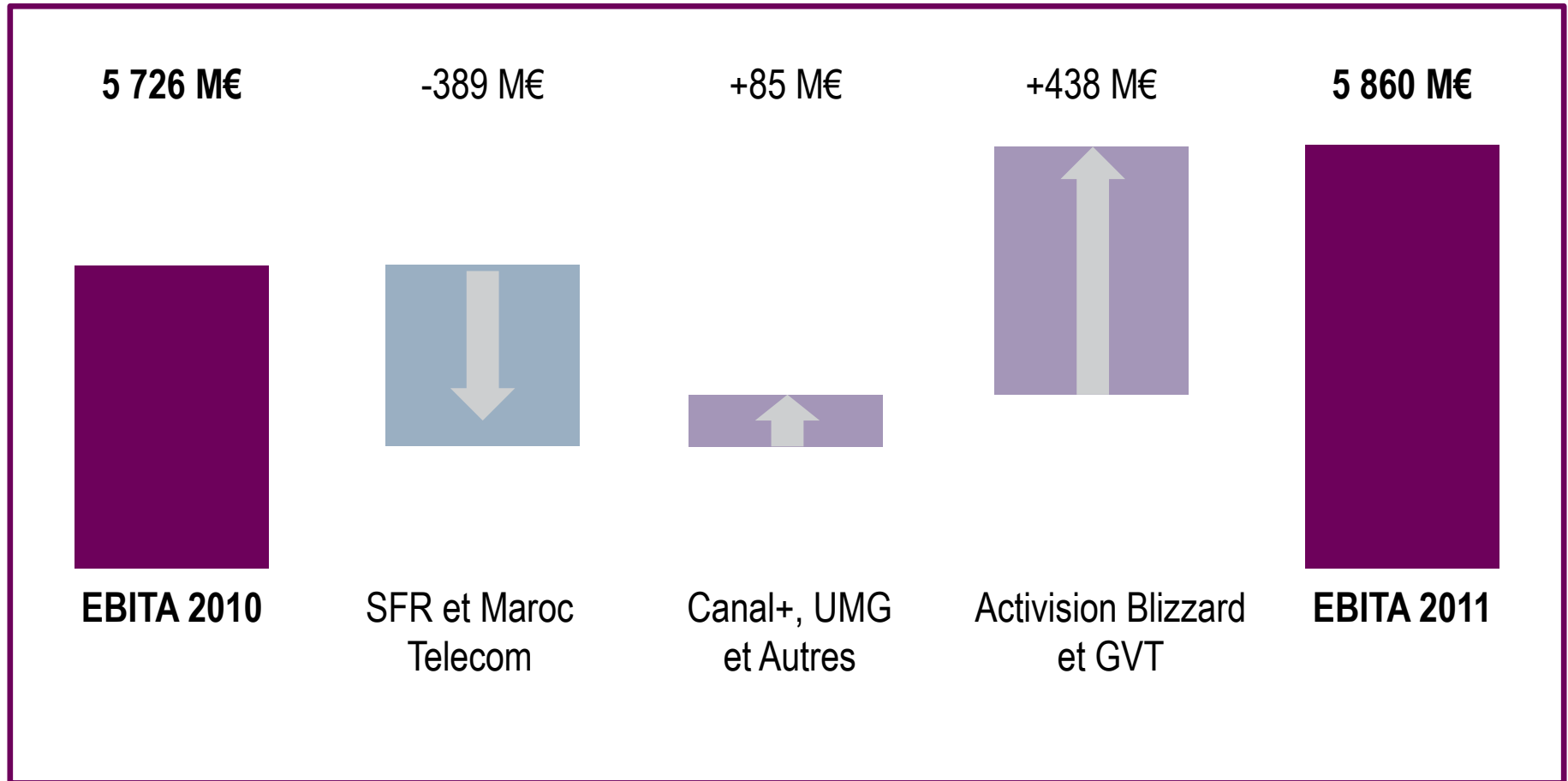
- Résultat net ajusté au plus haut niveau jamais atteint : 2 952 M€, en hausse de 9,4%
- Simplification du groupe finalisée avec l'acquisition des 44% de SFR et la cession de notre participation de 20% de NBCU
- Construction de puissants moteurs de croissance

RESULTATS 2011 AU-DESSUS DES OBJECTIFS ANNONCES

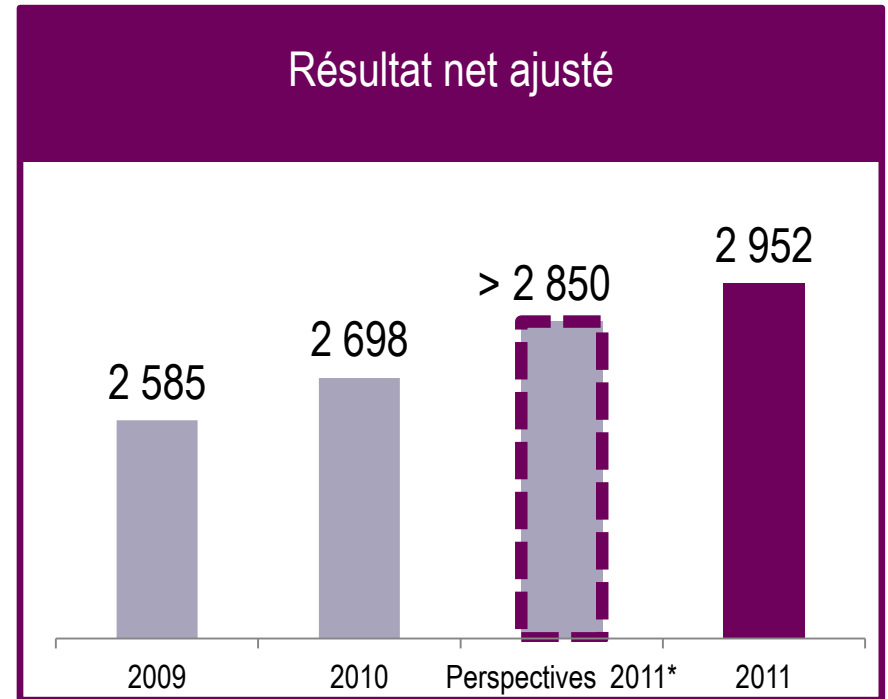
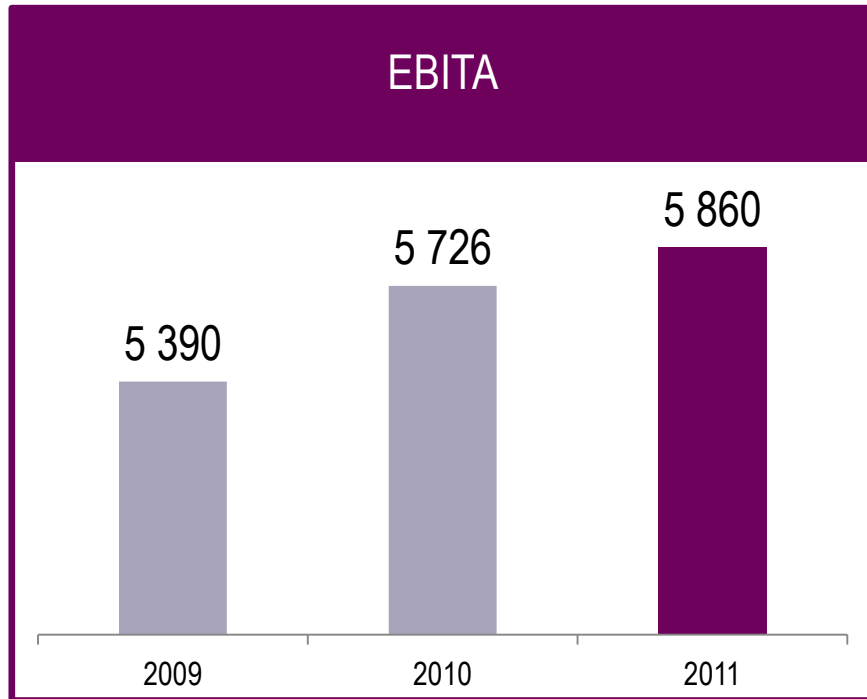
- Croissance du CA de 0,5% à change constant
- Résultat net ajusté record en hausse de 9% vs. 2010, principalement grâce à l'impact du rachat des 44%* de SFR et à la puissance de nos moteurs de croissance (GVT et Activision Blizzard)
- Performance historique malgré l'augmentation de la pression fiscale en 2011, représentant environ 600 M€ de dépenses supplémentaires***
- Solide génération de cash permettant d'accélérer les investissements dans le déploiement du réseau de GVT

	2011	Variation
Chiffre d'affaires	28 813 M€	+ 0,5 % **
EBITA	5 860 M€	+ 3,3 % **
Résultat net ajusté	2 952 M€	+ 9,4 %
CFFO	4 694 M€	- 9,9 %

LES MOTEURS DE CROISSANCE COMPENSENT LARGEMENT LE CONTEXTE DIFFICILE DANS LES METIERS MATURES



UNE NOUVELLE ANNEE DE CROISSANCE SOLIDE DES RESULTATS



En millions d'euros

► Marge d'EBITA de plus de 20% en 2011

SUCCES DE LA STRATEGIE OPERATIONNELLE EN 2011 DANS UN CONTEXTE CONCURRENTIEL PLUS INTENSE

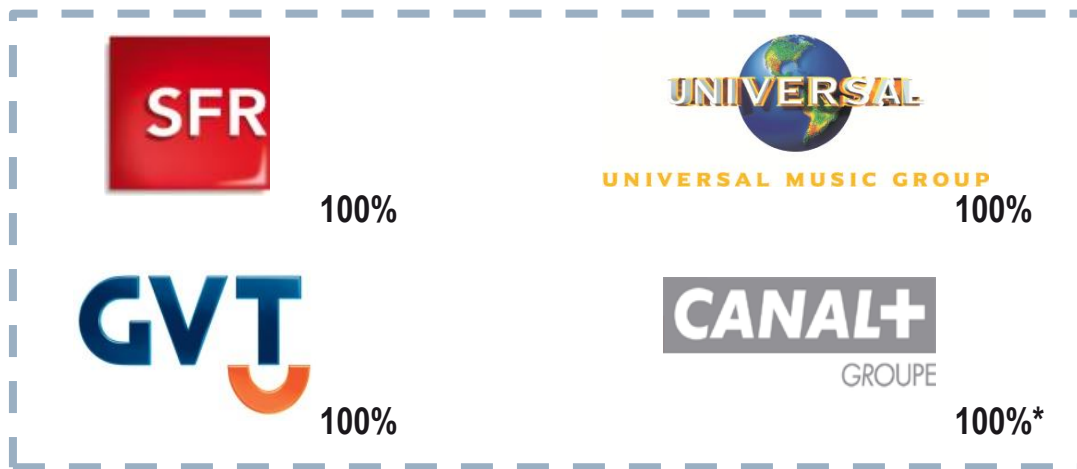
- Année record pour Activision Blizzard grâce aux produits et services *Call of Duty* et au succès du lancement de *Skylanders*
 - ▶ EBITA d'Activision Blizzard supérieur à 1 Md€, +46%
- L'accélération du déploiement du réseau de GVT porte ses fruits
 - ▶ Hausse de 43% de l'EBITA de GVT
- Premiers impacts favorables de la réorganisation d'UMG et premiers signes du rebond du marché de la musique enregistrée aux Etats-Unis
 - ▶ Marge d'EBITA d'UMG de 12,1%, en hausse de 1,5 point
- Résistance de nos activités en France et au Maroc malgré une concurrence accrue et une pression fiscale et réglementaire plus forte
 - ▶ Contribution stable en termes de CFFO



SIMPLIFICATION DU GROUPE FINALISEE EN 2011 AVEC LES OPERATIONS STRATEGIQUES SFR ET NBCU

- Cession pour 5,8 Md\$ de notre participation minoritaire de 20% dans NBC Universal finalisée en janvier 2011
- Acquisition pour 7,75 Md€ des 44% de SFR détenus par Vodafone finalisée en juin 2011

Accès à 100% du cash



Dividendes



Indique le % de détention de Vivendi dans le capital au 31 décembre 2011

► Optimisation de la structure et de la circulation du cash

BON DEMARRAGE EN 2012 POUR LA PLUPART DES METIERS DE VIVENDI...

- Succès du lancement de la télévision à péage au Brésil avec déjà environ 80 k abonnés*
- Proche du point d'inflexion pour le marché de la musique enregistrée aux Etats-Unis
- Solides ventes de fin d'année pour Canal+ France et SFR
- Hausse de l'ARPU et sécurisation des droits les plus importants pour Canal+ France
- Pénétration croissante des smartphones dans la base clients SFR, à hauteur de 41%**
- Télécoms en Afrique : succès au Mali et amélioration des tendances au Gabon et au Burkina Faso
- Succès phénoménal de *Call of Duty: Modern Warfare 3*, qui sera reflété dans les résultats de Vivendi en 2012
- *Call of Duty Elite* : plus de 7 millions de joueurs inscrits, dont plus de 1,5 million ayant opté pour un abonnement premium annuel, au 31 janvier 2012

... DANS UN ENVIRONNEMENT PLUS DIFFICILE QUE PREVU EN FRANCE

- Environnement économique et financier morose
- Accroissement de la fiscalité en 2011 et potentiellement en 2012 :
 - Hausse de la TVA pour les opérateurs de télécoms et de télévision à péage
 - Evolution du régime du Bénéfice Mondial Consolidé
 - Evolution des règles d'utilisation des déficits fiscaux (plafond de 60%)
 - Hausse du taux d'imposition, soit 36,10% vs. 34,43%
 - Nouvelles taxes en discussion pour 2012 (hausse de la TVA, taxe de soutien à l'industrie musicale...)
- Entrée du quatrième opérateur mobile en France, exerçant une forte pression sur les prix, avec le soutien inconditionnel du régulateur, un accord d'itinérance 3G favorable avec l'opérateur historique, et une communication agressive soutenue par le gouvernement
- Les perspectives d'EBITDA de SFR sont nettement inférieures aux attentes antérieures

PLAN D' ACTIONS DANS UN MARCHE FRANCAIS DES TELECOMS PLUS DIFFICILE

1

Développement de la base client SFR et ajustement des tarifs avec une approche segmentée

- ▶ Ajustement rapide des offres web « Red » puis lancement d'éditions limitées pour les abonnés (« Carré ») et les offres de quadruple-play (« Multi-Packs »)

2

Renforcement du positionnement « qualité-prix »

- ▶ Valorisation de la qualité du réseau et de l'excellence du service client

3

Refonte des opérations de SFR aux nouvelles conditions de marché

- ▶ Lancement d'un programme d'adaptation de l'offre de services à la valeur perçue par les clients

PERSPECTIVES
SFR 2012

EBITDA en baisse de 12% à 15%*

Cash Flow From Operations proche de 1,7 Md€**

ADAPTATION DE LA POLITIQUE DE DISTRIBUTION ET MAINTIEN DE LA STRATEGIE DE CROISSANCE RENTABLE

- Adaptation de la rémunération des actionnaires au nouvel environnement...
 - Distribution 2011 : dividende de 1 € par action en cash, ainsi qu'une action gratuite pour 30 actions détenues
 - Les dividendes en numéraire devraient représenter environ 45% à 55% du Résultat net ajusté à partir de 2012

- ... Et nous restons concentrés sur trois objectifs stratégiques :
 - Renforcer les initiatives de croissance organique, en particulier chez GVT
 - Maintenir une marge d'exploitation élevée pour le groupe (supérieure à 20% en 2011 et proche de 20% pour les années suivantes) grâce aux initiatives de croissance et à d'importants plans de réduction des coûts dans l'ensemble des métiers
 - Préserver la solidité du bilan et la notation BBB / Baa2

2010-2012 : CONSTRUCTION DES CASH-FLOWS FUTURS...

ACTIONS

PERSPECTIVES

POURSUITE DES INVESTISSEMENTS AU BRÉSIL

- ~2,2 Md€ investis sur 2010-2012 pour le déploiement chez GVT du réseau haut-débit et la télévision à péage

- ▶ GVT en ligne avec les prévisions ; anticipation d'une hausse du CFFO de GVT d'environ 400 M€ entre 2011 et 2014

ACQUISITION DE EMI RECORDED MUSIC PAR UMG*

- Investissement de 1,2 Md£, financé partiellement par la vente de 500 M€ d'actifs non stratégiques d'UMG

- ▶ Contribution significative d'EMI à l'EBITA 2014 avec plus de 100 M£ de synergies annuelles attendues

ACTIVISION BLIZZARD : DES JEUX PROMETTEURS

- *Diablo III*, pack d'extension *Starcraft II*, *Call of Duty*, nouveau pack d'extension de *WoW*, *Skylanders*, nouvel univers *Bungie...*

- ▶ Objectif de croissance de plus de 5% par an** du chiffre d'affaires non GAAP entre 2011 et 2014

RELAIS DE CROISSANCE DE GROUPE CANAL+

- Diversification dans la télévision gratuite en France* et consolidation sur le marché polonais de la télévision à péage*

- ▶ L'EBITA de la TV gratuite devrait représenter entre 7% et 10% de l'EBITA de Groupe Canal+ en 2015 ; plus de 60 M€ *** de synergies en Pologne attendues d'ici 2015

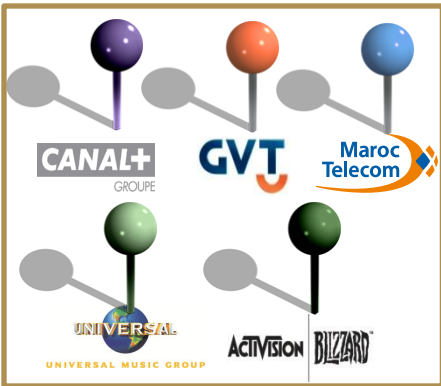
... ET INITIATIVES DE CROISSANCE A LONG TERME : INNOVATION

					 <small>UNIVERSAL MUSIC GROUP</small>	 	Autres entités
Plateforme de distribution multi-écrans	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Monétisation de l'audience	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Foyer connecté	✓	✓	✓	✓			
Nouveaux formats des contenus				✓	✓	✓	✓
Offres B2B Services « cloud »	✓	✓	✓				
Paiement électronique	✓	✓				✓	✓

- Le partage d'expertise accélère la mise en œuvre des projets et les synergies intra-groupe facilitent la commercialisation de produits innovants

... ET INITIATIVES DE CROISSANCE A LONG TERME : PAYS A FORTE CROISSANCE

Accroître l'exposition de nos marques,
contenus et expertise dans les
économies en forte croissance



vivendi

- ▶ Près de 20% du chiffre d'affaires en 2011
- ▶ 5,5 Md€ de chiffre d'affaires en 2011 vs. 3,6 Md€ en 2008

PERSPECTIVES 2012 PAR METIERS

ACTIVISION BLIZZARD

Environ 750 M€ d'EBITA

UNIVERSAL MUSIC GROUP

Marge d'EBITA à deux chiffres à périmètre constant*

SFR

Baisse de 12% à 15% de l'EBITDA**

CFFO proche de 1,7 Md€***

GROUPE MAROC TELECOM

Marge d'EBITA d'environ 38%

CFFO stable en 2012 vs. 2011 en Dirhams

GVT

Croissance du chiffre d'affaires autour de 35% à change constant

Marge d'EBITDA d'environ 40% (incl. l'impact du lancement de la TV à péage)

Capex proches de 1 Md€ (incl. capex variables de la TV à péage)****

GROUPE CANAL+

Légère hausse de l'EBITA à périmètre constant*

* Hors opérations annoncées au S2 2011

** Hors éléments positifs non récurrents, l'EBITDA s'élève à 3 707 M€ en 2011

*** Hors acquisition de fréquences 4G par SFR pour un montant de 1 065 M€ en janvier 2012

**** 2,3 MdR\$

PERSPECTIVES ET CONCLUSION

- Priorité à la croissance organique, au maintien de marges et de cash flows élevés
- Adaptation à un environnement difficile en 2012 et 2013
- Les initiatives de croissance dans tous les métiers créeront de la valeur pour les actionnaires et contribueront à la croissance des résultats du groupe en 2014

PERSPECTIVES 2012

Résultat net ajusté supérieur à 2,5 Md€*

Dividendes : environ 45% à 55% du Résultat net ajusté
(paiement en cash en 2013)



LES PLUS BELLES ÉMOTIONS DU NUMÉRIQUE



vivendi

REVUE DES COMPTES

Résultats 2011 et Perspectives

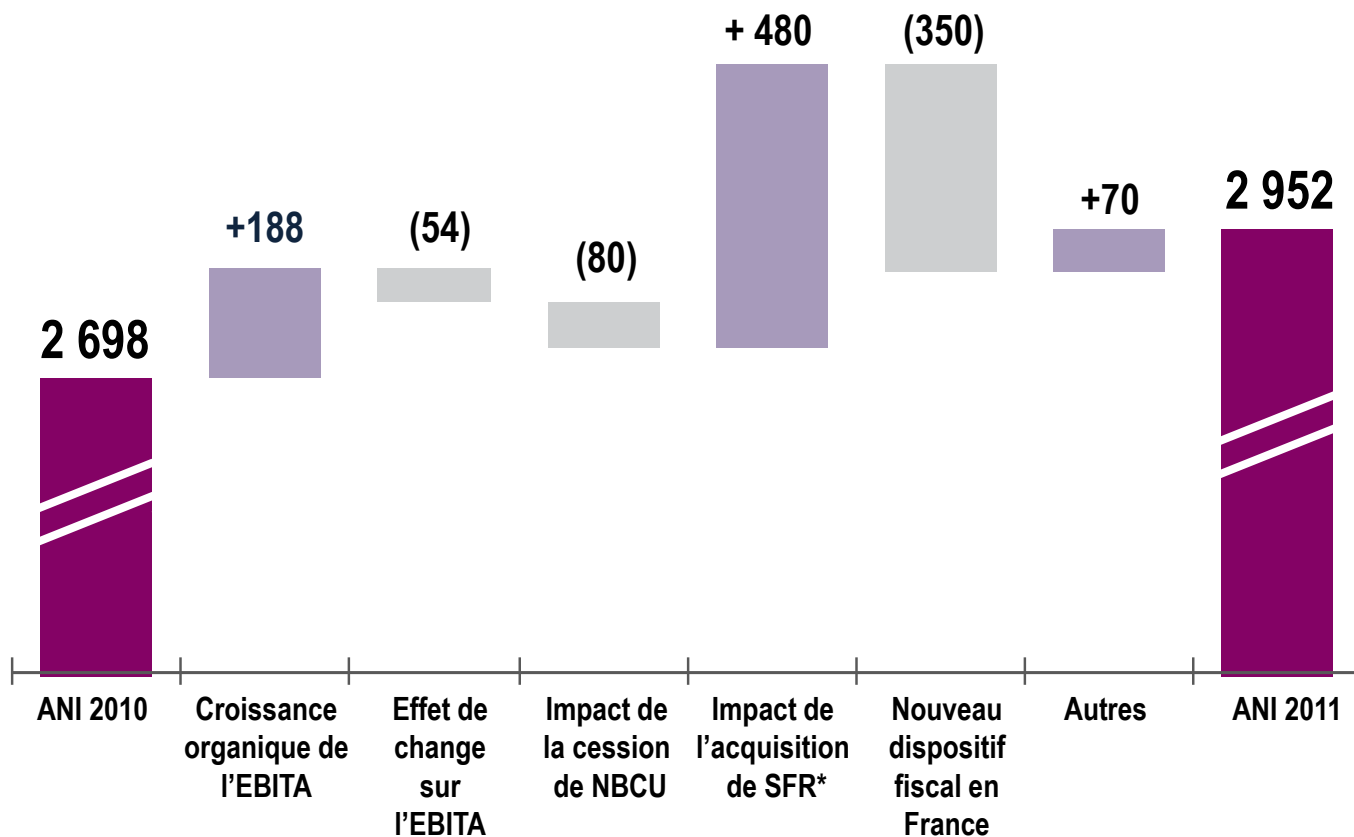


EXCELLENTS RESULTATS 2011

■ Chiffre d'affaires :	28 813 M€	+0,5 %*
■ EBITA :	5 860 M€	+ 3,3 %*
■ Résultat net ajusté :	2 952 M€	+ 9,4 %
■ CFFO :	4 694 M€	- 9,9 %
■ Dette nette :	12,0 Md€	à fin 2011

RESULTAT NET AJUSTE EN HAUSSE DE 9% GRACE AUX EXCELLENTE PERFORMANCES OPERATIONNELLES ET A L'ACQUISITION DE SFR*

Supérieur à la dernière guidance de Résultat net ajusté > 2 850 M€**



IFRS, en millions d'euros

* Acquisition des 44% de SFR finalisée le 16 juin 2011

** Annoncée le 16 novembre 2011

PROGRESSION SOUTENUE DE L'EBITA

Tous les métiers ont atteint leurs objectifs opérationnels

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	2011	2010	Variation	Change constant
Activision Blizzard	1 011	692	+ 46,1%	+ 52,8%
Universal Music Group	507	471	+ 7,6%	+ 8,2%
SFR	2 278	2 472	- 7,8%	- 7,8%
Groupe Maroc Telecom	1 089	1 284	- 15,2%	- 14,4%
GVT	396	277	+ 43,0%	+ 41,4%
Groupe Canal+	701	690	+ 1,6%	+ 1,4%
Holding & Corporate / Autres	(122)	(160)		
Total Vivendi	5 860	5 726	+ 2,3%	+ 3,3%

Solde d'EBITA différé au bilan : 913 M€ à fin 2011 vs. 1 024 M€ à fin 2010

-9,5% hors profits non-récurrents en 2010 et 2011

+5,9% hors amende de 30 M€ prononcée par l'Autorité de la Concurrence

RESULTAT NET AJUSTE DEPASSANT LES OBJECTIFS

<i>En millions d'euros – IFRS</i>	2011	2010	Variation	%	
Chiffre d'affaires	28 813	28 878	- 65	- 0,2%	
Résultat opérationnel ajusté - EBITA	5 860	5 726	+ 134	+ 2,3%	Dont déconsolidation de NBC Universal pour (201) M€
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	(18)	195	- 213		Dont dividendes contractuels versés par GE lors de la finalisation de la cession de NBCU (70 M€)
Produits perçus des investissements financiers	75	7	+ 68		
Coût du financement	(481)	(492)	+ 11		
Impôt sur les résultats	(1 408)	(1 257)	- 151		Taux effectif d'impôt de 25,8% en 2011 vs. 24,0% en 2010
Intérêts minoritaires	(1 076)	(1 481)	+ 405		Dont réduction des intérêts minoritaires de SFR (détenu à 100% depuis le 16 juin 2011)
Résultat net ajusté	2 952	2 698	+ 254	+ 9,4%	

IMPACT DU NOUVEAU DISPOSITIF FISCAL EN FRANCE

- Nouvelles mesures fiscales en France à compter de 2011
 - Evolution du régime du Bénéfice Mondial Consolidé
 - Plafonnement de l'imputation des déficits fiscaux reportables à 60% du bénéfice imposable
 - Hausse du taux d'imposition, soit 36,10% vs. 34,43%
- Montant total des crédits d'impôts inchangé à ~2,6 Md€* : l'impact n'est que calendaire
- Impact négatif sur le Résultat net ajusté 2011** : ~350 M€
- Hausse du taux de TVA sur les services internet et les services TV : impact de ~(250) M€ sur le chiffre d'affaires
- ▶ **Les nouvelles taxes affectant Vivendi depuis le 1^{er} janvier 2011 atteignent ~600 M€**
- ▶ **Le projet de "TVA sociale" pourrait avoir un impact négatif sur les résultats 2012**

* Correspond aux impôts différés activables liés aux déficits ordinaires et aux crédits d'impôt reportables de Vivendi SA en tant que société mère du groupe d'intégration fiscale, au 31 décembre 2010, après prise en compte de l'incidence estimée des activités de l'exercice 2011 et avant prise en compte des conséquences éventuelles des contrôles fiscaux en cours

** Comparativement à ce qui était attendu dans le cadre du dispositif fiscal en vigueur au 1^{er} septembre 2011

PASSAGE DU RESULTAT NET AJUSTE AU RESULTAT NET, PART DU GROUPE

<i>En millions d'euros – IFRS</i>	2011	2010
Résultat net ajusté	2 952	2 698
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(907)	(855)
Produit net lié au règlement définitif du contentieux en Pologne portant sur la propriété des titres PTC	1 255	-
Moins-value de cession de NBC Universal	(421)	(232)
Réduction de la provision Class Action	-	450
Autres charges et produits	(258)	(235)
Impôts et Intérêts minoritaires	60	372
Résultat net, part du groupe	2 681	2 198

Dont perte de change de (477) M€ en 2011 et (281) M€ en 2010

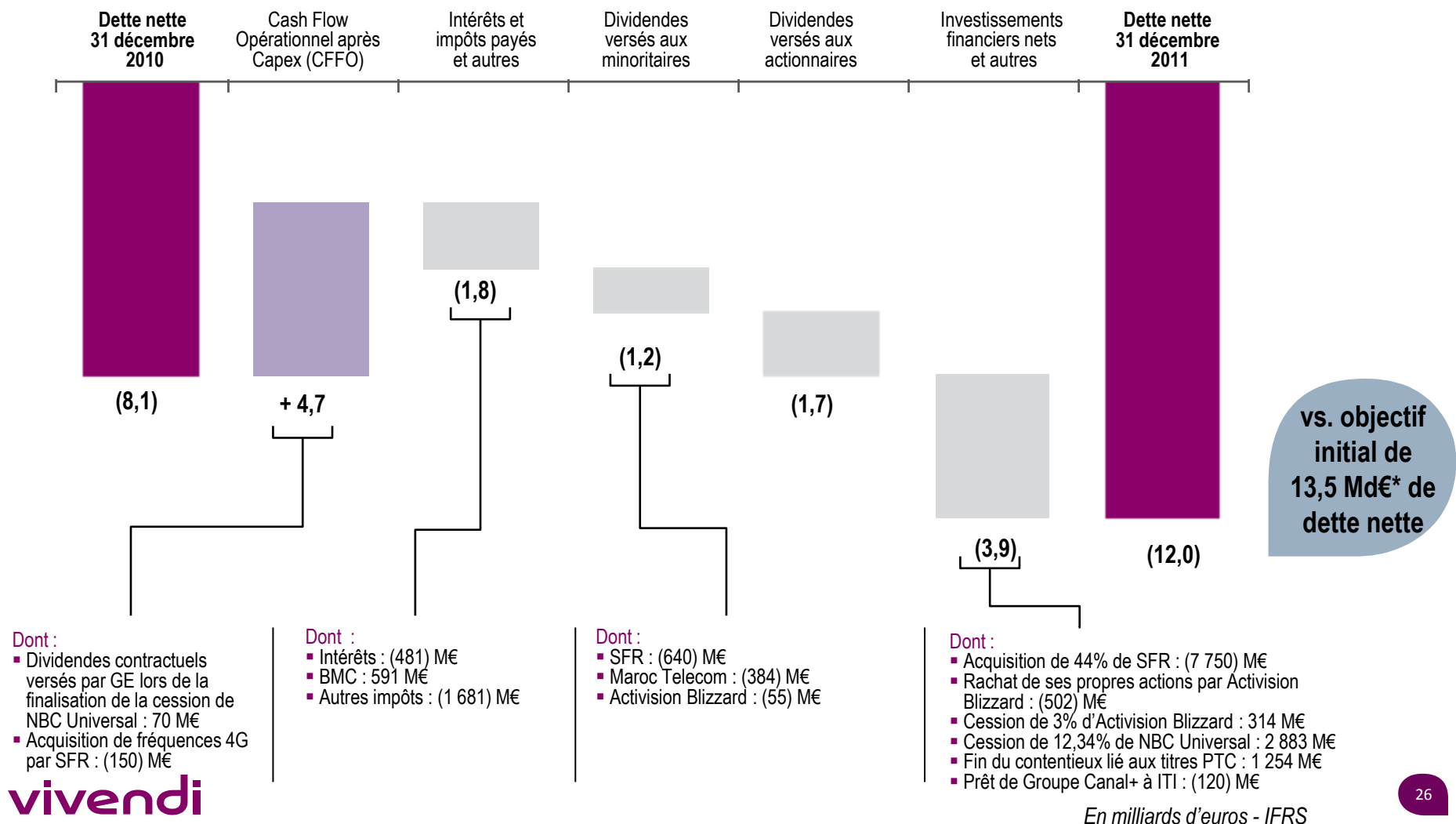
SOLIDE GENERATION DE TRESORERIE PERMETTANT D'ACCELERER LES INVESTISSEMENTS DE CROISSANCE

CFFO avant capex, net			<i>En millions d'euros - IFRS</i>	CFFO		
2011	2010	Variation		2011	2010	Variation
929	1 248	- 25,6%	Activision Blizzard	877	1 173	- 25,2%
495	508	- 2,6%	Universal Music Group	443	470	- 5,7%
3 841	3 952	- 2,8%	SFR	2 032	1 978	+ 2,7%
1 501	1 706	- 12,0%	Groupe Maroc Telecom	1 035	1 150	- 10,0%
558	413	+ 35,1%	GVT	(147)	(69)	
735	639	+ 15,0%	Groupe Canal+	484	410	+ 18,0%
70	233	- 70,0%	Dividendes NBC Universal	70	233	- 70,0%
(95)	(130)		Holding & Corporate / Autres	(100)	(133)	
8 034	8 569	- 6,2%	Total Vivendi	4 694	5 212	- 9,9%

■ Capex, net : 3 340 M€, stable par rapport à 2010

- Accélération du déploiement du réseau GVT (+223 M€) compensée par la réduction des investissements de Groupe Maroc Telecom (-90 M€) et de SFR (-165 M€)
- Acquisitions de fréquences par SFR : 3G en 2010 pour 300 M€ et 4G en 2011 pour 150 M€

DES EFFORTS RENOUVELES ONT PERMIS DE DEGAGER 600 M€ DE CASH SUPPLEMENTAIRES



POUR LE FINANCEMENT DES 44% DE SFR, VIVENDI A POURSUIVI 3 OBJECTIFS LIES AUX CONDITIONS DE MARCHE

▪ Objectifs :

- Allongement de la maturité moyenne de la dette
- Désintermédiation bancaire
- Refinancement avec un an d'avance de toute tombée de ligne bancaire tout en conservant un volant de liquidités d'au moins 2,5 Md€

▪ Opérations financières :

- Mise en place en mai 2011 d'une ligne de crédit bancaire de 5 Md€ avec trois tranches : 2 Md€ d'une durée de 5 ans, 1,5 Md€ d'une durée de 3 ans, et 1,5 Md€ d'une durée de 18 mois (refinancement de 3 lignes de crédit de 2 Md€, 850 M€ et 450 M€, à échéances respectives avril 2012, mai 2013 et novembre 2012)
- Mise en place en janvier 2012 d'une ligne de crédit bancaire de 1,1 Md€ d'une durée de 5 ans (refinancement de la ligne de crédit de 5 Md€ à échéance décembre 2012 à hauteur de 1,5 Md€ et de la ligne de 492 M€ à échéance avril 2012)
- Emissions d'emprunts obligataires entre juillet 2011 et janvier 2012 pour 4 Md€ dont 1,5 Md€ avec une maturité de 4 ans, 1,25 Md€ avec une maturité de 5,5 ans, 0,5 Md€ avec une maturité de 7 ans et 0,75 Md€ avec une maturité de 10 ans

▪ A fin 2011 :

- Maturité moyenne de la dette : 4,2 ans* versus 4,0 ans en 2010
- 60% de la dette émise en obligations à fin 2011, stable par rapport à fin 2010 malgré la hausse de la dette
- 5.1 Md€ de lignes de crédit bancaire disponibles** au 28 février 2012

INITIATIVES DE REDUCTION DES COUTS CHEZ CHACUN DES METIERS POUR 2012-2015

ACTIVISION | BLIZZARD™

- ▶ Poursuite des initiatives d'amélioration de la productivité dans tous les domaines clés de dépenses opérationnelles contribuant à améliorer les marges

UNIVERSAL
UNIVERSAL MUSIC GROUP

- ▶ Mesures de réduction des coûts de 100 M€ mises en œuvre en 2011 et plans d'économies complémentaires de 50 M€ en cours de développement et d'exécution

SFR

- ▶ Lancement d'un programme d'adaptation de l'offre de services à la valeur perçue par les clients

Maroc
Telecom

- ▶ Réduction des opex non-variables et poursuite de la politique de réduction des capex dans l'ensemble du groupe

GVT

- ▶ Augmentation de la productivité de chacun des processus clés (réseau, marketing, CRM, installation...) et des initiatives stratégiques de sourcing en capex et opex

CANAL+
GROUPE

- ▶ Réduction de coûts >100 M€ (2012/2013) grâce à une politique d'investissements sélective dans les contenus et des efforts renouvelés sur la structure des coûts fixes

vivendi

- ▶ Mise en œuvre d'initiatives de synergies d'achats avec l'ensemble des métiers

PERSPECTIVES FINANCIÈRES POUR LE GROUPE EN 2012

- Stimuler les initiatives de croissance au sein des métiers afin de créer de la valeur pour l'actionnaire et de contribuer à l'augmentation des résultats du groupe en 2014
- Poursuivre l'adaptation de notre structure de coûts et de notre politique de capex
- Soutenir la génération de cash
- Poursuivre l'optimisation de notre structure financière et préserver notre notation BBB*

PERSPECTIVES 2012

Résultat net ajusté supérieur à 2,5 Md€**

Dettes nettes inférieures à 14,0 Md€*** à fin 2012

Dividendes : environ 45% à 55% du Résultat net ajusté
(paiement en cash en 2013)



LES PLUS BELLES ÉMOTIONS DU NUMÉRIQUE



GROUPE CANAL+

Résultats 2011, Stratégie et Perspectives

RESULTATS FINANCIERS 2011

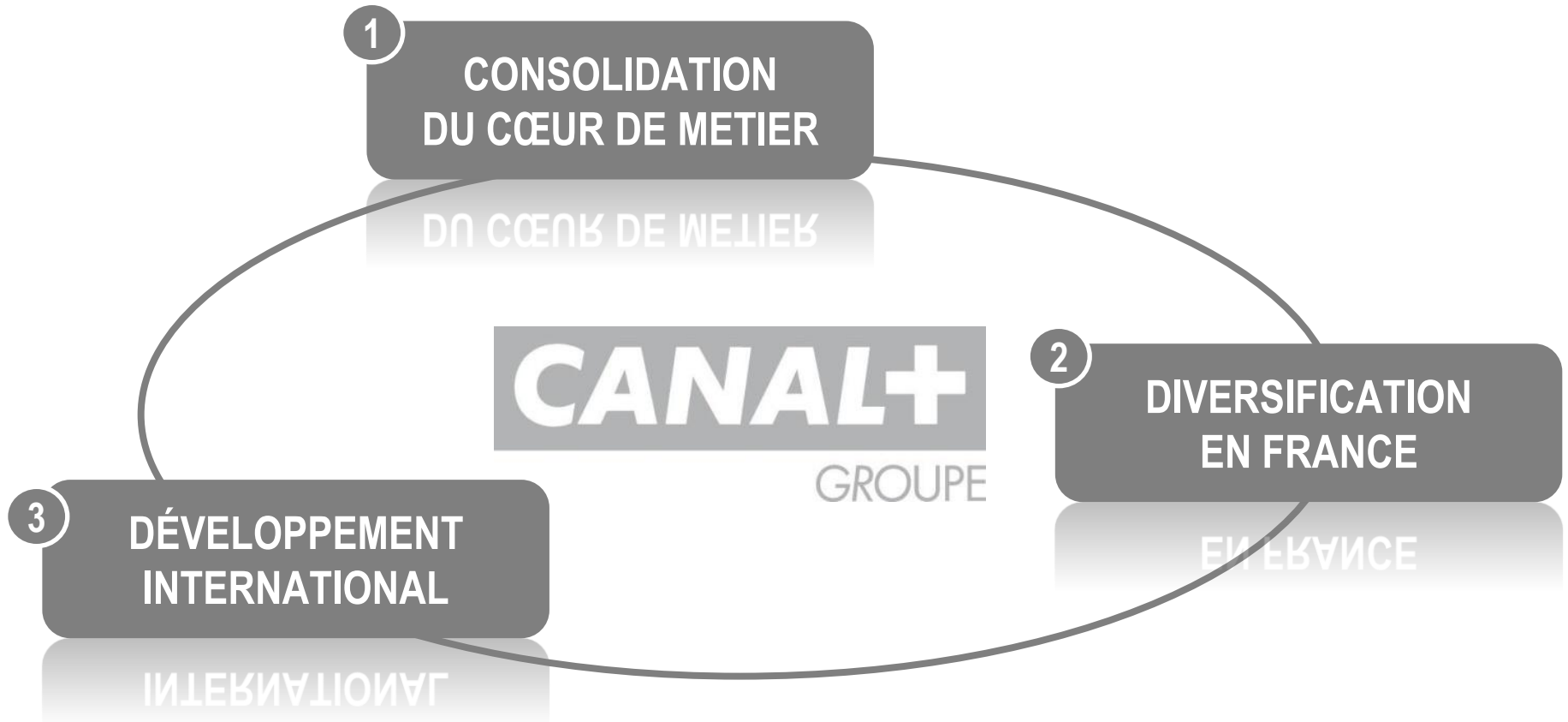
En millions d'euros - IFRS	2011	2010	Variation
Chiffre d'affaires	4 857	4 712	+ 3,1%
EBITA	701	690	+ 1,6%

INDICATEURS CLES

Abonnements, en '000	31 Déc. 2011	31 Déc. 2010	Variation
Groupe Canal+	12 946	12 709	+ 237
dont Canal+ France*	11 216	11 058	+ 158
dont Pologne et Vietnam	1 730	1 651	+ 79

France Métropolitaine	31 Déc. 2011	31 Déc. 2010	Variation
Churn	12,1%	11,0%	+ 1,1 pt
ARPU	47,5 €	46,3 €	+ 1,2 €

REALISATIONS 2011 : TRANSFORMATION DU PROFIL DE CROISSANCE DU GROUPE



1 CONSOLIDATION DU CŒUR DE METIER

RENOUVELLEMENT DES DROITS DE TROIS COMPETITIONS SPORTIVES MAJEURES

	2016	2015	2016
			
Nouveau Contrat	2 meilleurs matchs de chaque journée	Meilleur match à chaque étape de la compétition	Intégralité et exclusivité de la compétition
Bénéfices vs. contrat actuel	+1 match en direct et 2 meilleurs choix garantis	Choix 1 (vs. choix 2) + finales	Idem

1 CONSOLIDATION DU CŒUR DE METIER

SECURISER L'ACCES AUX SÉRIES DE CLASSE INTERNATIONALE



2 DIVERSIFICATION EN FRANCE

ACQUISITION DES CHAÎNES DIRECT 8 ET DIRECT STAR*



Direct 8

- Chaîne généraliste
- Pda : 2,3%
- CA : 54 M€



Direct Star

- Chaîne musicale
- Pda : 1,2%
- CA : 23 M€



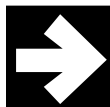
CANAL+

- Tranches en clair
- Pda : 4,6%
- CA : 155 M€



iTELE

- Info 24H/24
- Pda : 0,8%
- CA : 41 M€



EN 2015 LA TV GRATUITE DEVRAIT CONTRIBUER
A HAUTEUR DE 7% A 10% DE L'EBITA DE GROUPE CANAL+

2 DIVERSIFICATION EN FRANCE

LANCEMENT DE LA PREMIERE OFFRE S-VOD EN FRANCE

NOUVEAU ET ACCESSIBLE A TOUS
LA VOD DEVIENT ILLIMITEE



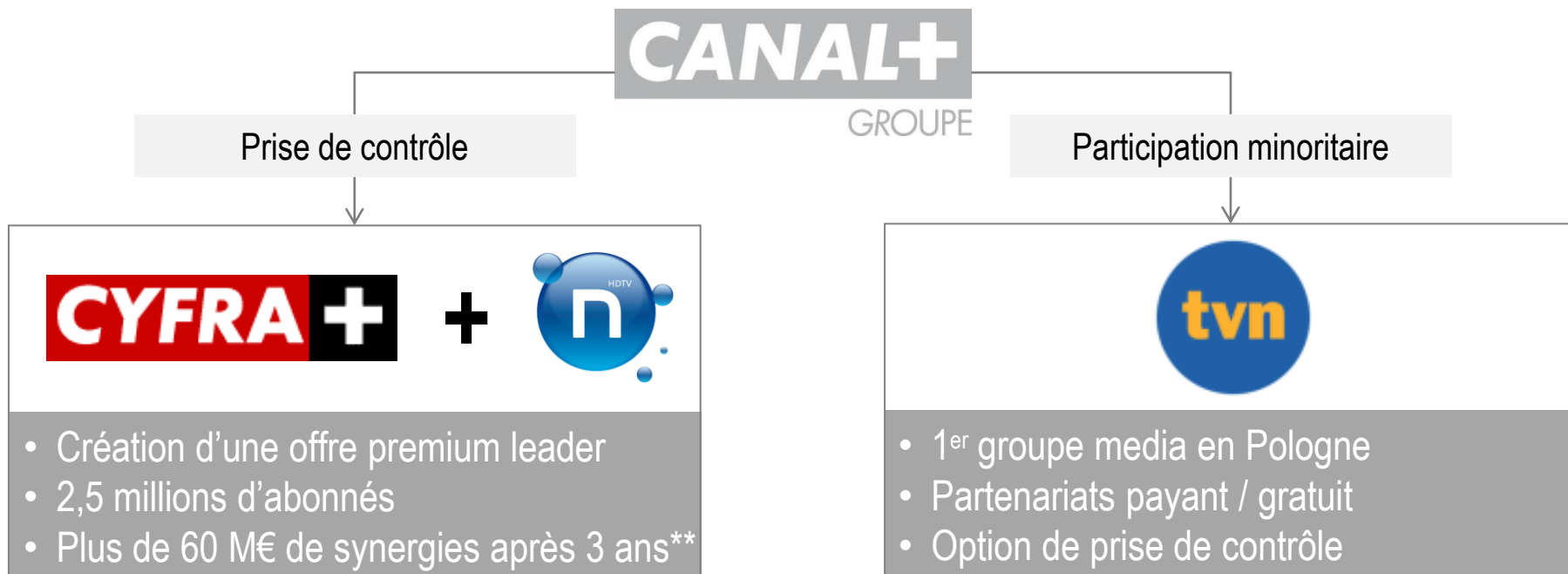
9,99€
/ Mois
Abonnement
sans engagement

CANAL PLAY
INFINITY

- Accords avec Warner, Disney, Turner, StudioCanal, Pathé, Bac Films, BBC, etc.
- Films disponibles 36 mois après sortie en salles
- Sur SFR, Free, etc.
- Sur tous écrans connectés

3 DEVELOPPEMENT INTERNATIONAL

PARTENARIAT MAJEUR EN POLOGNE*



➔ La Pologne devient le 2^{ème} marché le plus important de Groupe CANAL+

➔ Cohérent avec la stratégie globale d'intégration payant / gratuit

PRIORITES 2012 : MISE EN OEUVRE DES DECISIONS STRATEGIQUES



REGLEMENTATION

Fusion TPS

Direct 8 et Direct Star

Pologne



INTEGRATION

Direct 8 et Direct Star

Pologne



OPERATIONNEL

Croissance portefeuille et ARPU

Sécuriser la croissance des futurs résultats



DEVELOPPEMENT

Afrique

Vietnam

CONCLUSION

2011

Réalisations

- Renforcer le cœur de métier
- Développements stratégiques en France et à l'international

2012

Priorités

- Mise en œuvre des projets annoncés en 2011
- Croissance de la TV à péage en France
- Accélérer le développement dans les marchés à forte croissance

GUIDANCE

➔ Légère croissance de l'EBITA à périmètre constant*



ANNEXES

Revue des métiers



CA Services Mobiles : 7 885 M€, +0,8%*

- +744k abonnés nets en 2011 malgré les perturbations liées à la TVA au T1
- Pénétration croissante des smartphones : 41% des clients SFR** à fin 2011, +13pts sur un an

CA Internet Haut Débit et Fixe : +2,4%*

- CA Internet Haut Débit Grand Public : +4,3%*

EBITDA : -5,3% hors profits non récurrents dans un environnement concurrentiel renforcé

- Profits non récurrents : 93 M€ en 2011 impactant les activités Mobile (61 M€) et Fixe (32 M€) vs. 58 M€ en 2010 impactant l'activité Fixe
- Hors profits non récurrents :
 - EBITDA Mobile : -8,4% en raison de l'incidence des baisses de prix (hausse de la TVA, réglementation*)
 - EBITDA Internet Haut Débit et Fixe : +8,6%

EBITA : -9,5% hors profits non récurrents

- Légère hausse des amortissements à 1 513 M€

En millions d'euros - IFRS	2011	2010	Variation
Chiffre d'affaires	12 183	12 577	- 3,1%
Mobile	8 452	8 930	- 5,4%
Internet Haut Débit et Fixe	4 000	3 944	+ 1,4%
Intercos	(269)	(297)	
EBITDA	3 800	3 973	- 4,4%
Mobile	2 988	3 197	- 6,5%
Internet Haut Débit et Fixe	812	776	+ 4,6%
EBITA	2 278	2 472	- 7,8%

FAITS MARQUANTS

- +363 k abonnés recrutés en T4 11
- 589k Neuf Box Evolution à fin 2011
- 1 174 k offres convergentes Multi-Packs à fin 2011
- Doublment du nombre de clients MVNO à 2 431 k à fin 2011
- Fréquences 4G : 2x10 Mhz obtenus dans la bande 800 Mhz fin 2011 (1 065 M€ payés en janvier 2012)



LANCEMENT DU 4EME OPERATEUR MOBILE

→ Impact sur le marché

Contexte du lancement du 4ème opérateur mobile français

- Lancement sur un marché déjà mature et concurrentiel
- Subvention de prix agressifs grâce à une asymétrie des tarifs de terminaisons d'appel voix et SMS
- Utilisation du réseau 3G de l'opérateur historique pour la quasi-intégralité de son trafic

Lancement agressif amplifiant les évolutions de marché*



Tarifs « SIM-only » disponibles pour tous les abonnements : représentent 20% des ventes fin 2011

Juin 2010



Remise pour les clients SFR multi-équipés (1,2 million de foyers)

Août 2010



Plans tarifaires postpayés plus simples, transparents, flexibles (3 millions de clients)

Juin 2011



Tarifs web-only, sans subvention de terminal et sans engagement (28 000 clients)

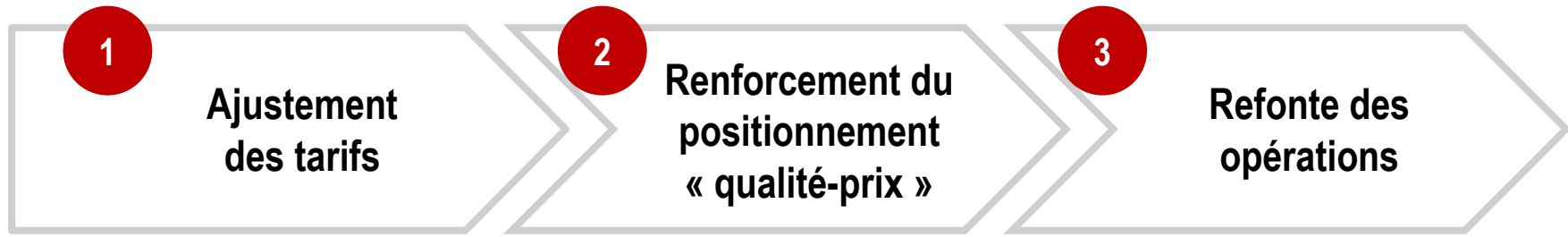
Octobre 2011

→ Impact sur SFR

Perte nette de 208 k abonnés entre le 1^{er} janvier et le 29 février 2012
après d'excellentes ventes en fin d'année 2011



LANCEMENT DU 4EME OPERATEUR MOBILE : PLAN D' ACTIONS DE SFR EN 2012



Lancement de plans tarifaires compétitifs, fondé sur une approche segmentée

- 19 janvier : adaptation des tarifs de l'offre web-only « Red »
- 2 février : séries limitées d'abonnement (« Formules Carrées ») et quadruple-play (« Multi-Packs »)

Valorisation de la qualité de service et de la richesse des « Formules Carrées »

SFR Carrément vous.

Pas de bon prix sans grand service.

Chez SFR, les forfaits viennent avec une vraie assistance et un vrai réseau.

Lancement d'un programme d'adaptation de l'offre de services à la valeur perçue par les clients

- Simplification des offres et des process
- Adaptation des coûts d'acquisition et de rétention à la valeur des clients
- Gestion des priorités d'investissement



<i>IFRS - en millions d'euros</i>	2011	2010	Variation
Chiffre d'affaires services mobiles	7 885	8 420	- 6,4%
<i>Dont chiffre d'affaires données mobiles</i>	2 765	2 335	+ 18,4%
Ventes d'équipement, nettes	567	510	+ 11,2%
Activité Mobile	8 452	8 930	- 5,4%
Activité Internet haut débit et fixe	4 000	3 944	+ 1,4%
Elimination des opérations intersegments	(269)	(297)	
Chiffre d'affaires total	12 183	12 577	- 3,1%



	2011	2010	Variation
MOBILE			
Clients (en '000)*	21 463	21 303	+ 0,8%
Clients abonnés (en '000)*	16 566	16 095	+ 2,9%
<i>Proportion de clients abonnés*</i>	77,2%	75,6%	+ 1,6 pt
Pénétration des smartphones **	41%	28%	+ 13 pts
Part de marché en base clients (%)*	31,3%	33,1%	- 1,8 pt
Clients MVNO (en '000)***	2 431	1 256	+ 93,6%
Part de marché réseau (%)	34,9%	35,0%	- 0,1 pt
ARPU mixte sur 12 mois glissants (€/an)****	378	410	- 7,8%
ARPU abonnés sur 12 mois glissants (€/an)****	462	506	- 8,7%
ARPU prépayés sur 12 mois glissants (€/an)****	136	155	- 12,3%
Coût d'acquisition en % du C.A. services mobiles	7,6%	7,0%	+ 0,6 pt
Coût de rétention en % du C.A. services mobiles	8,2%	8,7%	- 0,5 pt
INTERNET HAUT DEBIT ET FIXE			
Clients Internet haut débit (en '000)	5 042	4 887	+ 3,2%
Part de marché en base client ADSL (%)*****	23,5%	24,3%	- 0,8 pt

* Hors clients MVNO

** En France métropolitaine, hors MtoM et accès distants

*** Y compris clients Debitel à fin février 2011 (soit 290 k) transférés de la base de clients SFR dans le cadre de la création de la co-entreprise avec La Poste

**** 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, hors roaming in et ventes d'équipements, divisé par le nombre de clients moyen Arcep pour les douze derniers mois. Il exclut les données MtoM (Machine to Machine) et Debitel

***** Donnée 2011 estimée par SFR

Chiffre d'affaires : 3 432 M€, +7% à change constant

- Résultats records, portés par la forte hausse des ventes numériques
 - CA numérique* représentant plus de 34% du CA total
 - Excellente performance de la franchise *Call of Duty : Call of Duty: Modern Warfare 3* et *Call of Duty: Black Ops*, respectivement n°1 et n°5 des ventes en dollars toutes plateformes confondues aux Etats-Unis et en Europe en 2011**
- *Skylanders Spyro's Adventure* : n°1 des jeux vidéo pour enfants** en 2011, avec plus de 20 M de figurines vendues

EBITA : 1 011 M€, +53% à change constant

Marge d'EBITA : 29,5% en hausse de 8,7 pts

- Croissance liée à l'augmentation du chiffre d'affaires différé net des coûts des ventes associés grâce à la solide performance de la franchise *Call of Duty* et des franchises de Blizzard Entertainment, *World of Warcraft* et *Starcraft II*
- Amélioration de la marge également liée à la contribution croissante des ventes numériques* et à la poursuite des initiatives de rationalisation d'Activision Publishing
- Le solde de marge opérationnelle différée au bilan s'élève à 913 M€ au 31 décembre 2011 vs. 1 024 M€ au 31 décembre 2010

IFRS	2011	2010	Variation	Change constant
<i>En millions d'euros</i>				
Activision	2 047	2 002	+ 2,2%	+ 5,7%
Blizzard	1 082	1 046	+ 3,4%	+ 8,6%
Distribution	303	282	+ 7,4%	+ 10,9%
Chiffre d'affaires	3 432	3 330	+ 3,1%	+ 7,0%
Activision	520	187	x2,8	x 2,9
Blizzard	483	498	-3,0%	+ 2,7%
Distribution	8	7	+ 14,3%	+ 8,5%
EBITA	1 011	692	+ 46,1%	+ 52,8%
<i>Marge d'EBITA</i>	<i>29,5%</i>	<i>20,8%</i>	<i>+ 8,7 pts</i>	

FAITS MARQUANTS

- *Call of Duty Elite* comptait plus de 7 M de joueurs inscrits, dont plus de 1,5 M d'abonnés payants, au 31 janvier 2012
- *World of Warcraft* comptait environ 10,2 M d'abonnés au 31 décembre 2011
- En 2011, Activision Blizzard a racheté env. 61 M de ses propres actions pour 692 M\$. Au 31 décembre 2011, Vivendi détient env. 60% d'Activision Blizzard. Le conseil d'administration d'Activision Blizzard a autorisé un nouveau programme de rachat d'actions de 1 Md\$ et annoncé un dividende en numéraire de 0,18 \$ par action, en hausse de 9 % par rapport au dividende payé en 2011.

2012, DEVELOPPEMENTS DANS LE NUMERIQUE

Priorités pour 2012 :

Focus sur la sortie des jeux offrant des fonctionnalités en ligne et sur les franchises clés

- Blizzard Entertainment prévoit de sortir plusieurs titres très attendus, dont *Diablo III*, intégrant un système de ventes aux enchères avec de l'argent réel
- Activision Publishing prévoit de sortir un nouvel opus *Call of Duty*, de développer le service en ligne *Call of Duty Elite*, d'étendre la franchise *Skylanders*, et de continuer à investir dans la préparation d'un *Call of Duty* dédié au marché chinois et dans le nouvel univers Bungie
- Amélioration de l'expérience en ligne des joueurs grâce au développement des différentes plateformes en ligne d'Activision Blizzard, dont *Battle.net*, le service multi-joueurs de *Call of Duty*, *Call of Duty Elite* et *Skylanders WebWorld* (représentant à ce jour, au total, 50 M d'utilisateurs actifs chaque mois*)

PERSPECTIVES

EBITA d'environ 750 M€

Chiffre d'affaires net non-GAAP* par mode de distribution - <i>En millions de dollars</i>	2011	2010	% Variation
Ventes physiques	2 512	2 880	-12,8%
Ventes numériques en ligne**	1 559	1 545	+ 0,9%
Sous-total Activision et Blizzard	4 071	4 425	- 8,0%
Distribution	418	378	+ 10,6%
Total Chiffre d'affaires net non-GAAP	4 489	4 803	- 6,5%

Non-GAAP* <i>En millions de dollars</i>	2011	2010	Variation
Activision	2 828	2 769	+ 2,1%
Blizzard	1 243	1 656	- 24,9%
Distribution	418	378	+ 10,6%
Chiffre d'affaires net	4 489	4 803	- 6,5%
Activision	851	511	+ 66,5%
Blizzard	496	850	- 41,6%
Distribution	11	10	+ 10,0%
Résultat Opérationnel	1 358	1 371	- 0,9%
<i>Marge opérationnelle</i>	<i>30,3%</i>	<i>28,5%</i>	<i>+ 1,8 pt</i>

Chiffre d'affaires net non-GAAP* par plateforme - <i>En millions de dollars</i>	2011	2010	% Variation
Abonnements en ligne***	1 155	1 421	-18,7%
PC et autres	299	406	- 26,4%
Console	2 452	2 406	+ 1,9%
Terminaux portables	165	192	- 14,1%
Sous-total Activision et Blizzard	4 071	4 425	- 8,0%
Distribution	418	378	+ 10,6%
Total Chiffre d'affaires net non-GAAP	4 489	4 803	- 6,5%

Perspectives 2012	Non-GAAP*	US GAAP*
Chiffre d'affaires net	4,5 Md \$	4,15 Md \$
Bénéfice par action (dilué)	0,94 \$	0,63 \$

* Se reporter à la page 76 pour les définitions et les avertissements juridiques. Information datant du 9 février 2012 et non mise à jour. Se reporter à la présentation des résultats 2011 d'Activision Blizzard du 9 février 2012

** Comprend les revenus générés par les abonnements et adhésions, les redevances de licences, les services à valeur ajoutée, les contenus téléchargés, les produits distribués numériquement et les appareils sans fil

*** Comprend tous les revenus générés par les produits *World of Warcraft*, y compris les abonnements, les boîtes de jeux, les packs d'expansion, les redevances de licences et les services à valeur ajoutée, ainsi que les revenus liés aux abonnements à *Call of Duty Elite*

RECONCILIATION IFRS

IFRS

<i>En millions</i>	2011
Chiffre d'affaires net non-GAAP	4 489 \$
Variation des produits constatés d'avance (a)	266 \$
Chiffre d'affaires net en US GAAP tel que publié par Activision Blizzard	4 755 \$
Réconciliation US GAAP et IFRS	-
Chiffre d'affaires net en IFRS (en millions de dollars)	4 755 \$
Conversion en euros des données en dollars	
Chiffre d'affaires net en IFRS (en millions d'euros), tel que publié par Vivendi	3 432 \$

<i>En millions</i>	2011
Résultat opérationnel non-GAAP	1 358 \$
Variation des produits constatés d'avance et des coûts des ventes associés (a)	183 \$
Rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres	(103) \$
Charges de restructuration	(26) \$
Amortissements des actifs incorporels et dépréciations d'écarts d'acquisition liés aux regroupements d'entreprises et autres ajustements liés à l'affectation du coût d'acquisition	(84) \$
Résultat opérationnel en US GAAP tel que publié par Activision Blizzard	1 328 \$
Réconciliation US GAAP et IFRS	7 \$
Rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres	1 \$
Dépréciation d'écarts d'acquisition liés aux regroupements d'entreprises	7 \$
Autres	(1) \$
Résultat opérationnel en IFRS	1 335 \$
Amortissements des actifs incorporels et dépréciations d'écarts d'acquisition liés aux regroupements d'entreprises	77 \$
Autres	(3) \$
EBITA en IFRS (en millions de dollars)	1 409 \$
Conversion en euros des données en dollars	
EBITA en IFRS (en millions d'euros), tel que publié par Vivendi	1 011 \$

IFRS

Se reporter à la page 76 pour les définitions

- (a) Le développement croissant des fonctionnalités en ligne des jeux pour consoles a conduit Activision Blizzard à considérer que ces fonctionnalités en ligne et l'obligation qui lui est faite d'en assurer le fonctionnement pérenne, constituaient pour certains jeux une prestation faisant partie intégrante du jeu lui-même. Dans ce cas, Activision Blizzard ne comptabilise pas de façon distincte le chiffre d'affaires lié à la vente des boîtes de jeux et celui lié aux services en ligne, car il n'est pas capable de mesurer leurs valeurs respectives, les services en ligne n'étant pas facturés séparément. De ce fait, la comptabilisation du chiffre d'affaires lié à la vente des boîtes de jeux est étalée sur la durée estimée de l'usage des fonctionnalités en ligne, généralement à compter du mois qui suit leur livraison.

Chiffre d'affaires : 4 197 M€, -4,6% à change constant

- Musique enregistrée en baisse de 4,9%* suite au repli de la demande de CD
 - Croissance des ventes numériques de 11,3%*, représentant 34% du CA Musique enregistrée
 - Chiffre d'affaires supplémentaire généré par les nouvelles activités
- Baisse de l'édition musicale de 2,1%* : la hausse des droits généraux (concerts, discothèques, etc.) est compensée par la baisse des redevances mécaniques et du CA partitions musicales
- Merchandising et autres en baisse de 7,1%* en raison d'un nombre moindre de tournées d'artistes phares

EBITA : 507 M€, +8,2% à change constant

Marge d'EBITA de 12,1%, en hausse de 1,5 point

- Réalisation des mesures de réduction de coûts annoncées début 2011 devant générer 100 M€ d'économies en année pleine en 2012
- Optimisation des coûts incluant les économies résultant du plan mentionné ci-dessus compensée par la hausse des coûts de restructuration associés et la baisse des ventes

En millions d'euros - IFRS	2011	2010	Variation	Change constant
Chiffre d'affaires	4 197	4 449	- 5,7%	- 4,6%
EBITA	507	471	+ 7,6%	+ 8,2%
<i>dont coûts de restructuration</i>	<i>(67)</i>	<i>(60)</i>		

FAITS MARQUANTS

- HTC Corporation a acquis 51 % de Beats Electronics pour 300 M\$, société détenue à 21,1 % par UMG. UMG a comptabilisé un produit de 89 M€ (hors EBITA et ANI)
- Le marché de la musique enregistrée aux Etats-Unis est en hausse de 3,2% en 2011 : les albums et les singles numériques sont en hausse respectivement de 19,5% et 8,5%, en partie compensée par la baisse de 5,7% des CDs**
- L'auteur-compositeur Adele, signée chez UMPG, a vendu le plus d'albums en 2011 et a gagné le prix de l'année de la meilleure Chanson, du meilleur Enregistrement et du meilleur Album lors des 54ème Grammy Awards
- Vivendi et UMG ont annoncé le 11 novembre 2011 la signature d'un accord définitif avec Citigroup concernant le rachat de la division de musique enregistrée d'EMI pour 1,2 Md£. L'opération devrait être finalisée au S2 2012 après approbation des autorités réglementaires

2012, EQUILIBRE ENTRE CREATIVITE ET CONTROLE

Priorités pour 2012 :

- Améliorer les marges en augmentant le retour sur investissement créatif et en continuant à adapter la structure de coûts
- Mesures de réduction des coûts de 100 M€ mises en œuvre en 2011 et plan d'économies complémentaires de 50 M€ en cours de développement et d'exécution
- Redynamiser la découverte et le lancement d'artistes (A&R) et continuer à mettre l'accent sur les marchés émergents
- Exécuter le plan de cessions d'actifs non stratégiques de 500 M€ pour financer en partie l'acquisition de la division de musique enregistrée d'EMI
- Lancer l'intégration de l'activité de la division de musique enregistrée d'EMI* prévue au S2 2012

PERSPECTIVES

Marge d'EBITA à deux chiffres à périmètre constant**



UNIVERSAL MUSIC GROUP

Musique enregistrée : meilleures ventes*

Millions d'unités	2011		2010
Lady Gaga	6,8	Eminem	5,9
Justin Bieber	2,8	Lady Gaga / The Fame Monster	4,8
Rihanna / Loud	2,7	Taylor Swift	4,3
Rihanna / Talk That Talk	2,6	Rihanna	3,0
Lil Wayne	2,4	Justin Bieber / My World	3,0
Top 5 Albums	~17,3	Top 5 Albums	~21,0

CA de la musique enregistrée	2011	2010
Europe	41%	41%
Amérique du Nord	36%	40%
Asie	15%	13%
Reste du monde	8%	6%

En millions d'euros - IFRS	2011	Change constant
Ventes physiques	1 789	- 15,6%
Ventes numériques	1 132	+ 11,3%
Redevances et autres	446	+ 9,8%
Musique enregistrée	3 367	- 4,9%
Edition musicale	638	- 2,1%
Merchandising et autres	227	- 7,1%
Elimination des opérations intersegment	(35)	
Chiffre d'affaires	4 197	- 4,6%
Musique enregistrée	304	+ 13,4%
Edition musicale	183	- 6,2%
Merchandising et autres	20	x3,5
EBITA	507	+ 8,2%

PROGRAMME DE SORTIES 2012**

Florent Pagny	Mariah Carey
Girls' Generation	Mumford & Sons
Justin Bieber	Nicki Minaj
Kanye West	No Doubt
Kara	Nolwenn Leroy
The Killers	Rihanna
Lana del Rey	Rolling Stones
Madonna	Robbie Williams

* Ventes d'albums sur supports physiques et numériques

** Liste non exhaustive du programme de sorties, susceptible d'être modifié

Chiffre d'affaires : -2,5% à change constant dans un environnement très concurrentiel

- Maroc
 - Chiffre d'affaires sortant mobile quasi stable grâce à une hausse de 27% des usages qui compense la baisse de 25% des prix
 - Forte croissance des parcs mobile postpayé (+25%) et ADSL (+19%)
- International
 - Croissance significative des parcs clients mobile (+41%) et hausse de l'usage
 - En particulier, excellentes performances au Mali

Marge d'EBITDA de 55% (-4pts)

- Hausse de l'usage entraînant des coûts d'interconnexion accrus
- Hausse importante des taxes et redevances
- Maîtrise des coûts adressables

Marge d'EBITA de 40% en ligne avec les perspectives

- Hausse des amortissements liée aux importants investissements réalisés ces dernières années pour augmenter la couverture et maintenir la qualité du réseau

En millions d'euros - IFRS	2011	2010	Variation	Change constant
Chiffre d'affaires	2 739	2 835	- 3,4%	- 2,5%
Maroc	2 223	2 345	- 5,2%	- 4,4%
International	539	502	+ 7,4%	+ 8,8%
Intercos	(23)	(12)		
EBITDA	1 500	1 667	- 10,0%	- 9,2%
Maroc	1 293	1 452	- 11,0%	- 10,1%
International	207	215	- 3,7%	- 2,1%
EBITA	1 089	1 284	- 15,2%	- 14,4%
Maroc	1 000	1 183	- 15,5%	- 14,7%
International	89	101	- 11,9%	- 9,8%

FAITS MARQUANTS

- 29 M de clients à fin 2011, +12,2% sur 1 an
- Capex net de 466 M€ en 2011 (-16,2% sur 1 an), entraînant la baisse du ratio Capex net/CA à 17% (-2,6pts sur 1 an)
- Proposition de distribution de 100% du résultat 2011, soit 9,26 Dirhams par action

2012, ACCENT SUR LA GENERATION DE CASH

Priorités pour 2012 :

- Soutenir la croissance de l'usage afin de compenser la baisse des prix au Maroc
- Maintenir la croissance du parc clients ADSL
- Optimiser la structure de coûts et poursuivre la réduction des capex dans l'ensemble du groupe
- Capitaliser sur les performances au Mali et le retour à la croissance au Gabon et au Burkina Faso

PERSPECTIVES

Marge d'EBITA d'environ 38%

CFFO 2012 comparable à celui de 2011 en Dirhams

MAROC	2011	2010
Clients mobiles (en '000)	17 126	16 890
Clients mobiles postpayés (en '000)	1 019	817
ARPU mobile (dirhams/client/mois)	87	93
Nombre de lignes fixes (en '000)	1 241	1 231
Parc Internet Haut Débit (en '000)	591	497

En milliers	31 déc. 2011	31 déc. 2010
Mauritanie		
Clients mobiles	1 747	1 576
Lignes fixes	41	41
Parc Internet Haut Débit	7	7
Burkina Faso		
Clients mobiles	2 971	2 397
Lignes fixes	142	144
Parc Internet Haut Débit	31	28
Gabon		
Clients mobiles	532 *	699
Lignes fixes	22	27
Parc Internet Haut Débit	24	22
Mali		
Clients mobiles	4 376	2 162
Lignes fixes	94	79
Parc Internet Haut Débit	37	20
TOTAL INTERNATIONAL		
Clients mobiles	9 626	6 834
Lignes fixes	299	291
Parc Internet Haut Débit	99	77

* Opération de fiabilisation du parc au cours du 1^{er} trimestre 2011

Chiffre d'affaires : 1 446 M€, +41% (+39% à change constant)

- Croissance alimentée par l'expansion géographique et par l'excellent rapport qualité-prix des offres
- Hausse de 58% du CA Internet haut débit et de 34% du CA voix (respectivement +56% and +33% à change constant)
- 2 094 k* nouvelles lignes (LIS), +48% sur un an
- Poursuite de la différenciation par l'accès Internet très haut débit : débit moyen de 10,8Mb/s** supérieur au débit moyen de 1,9 Mb/s*** au Brésil, 64% des nouveaux clients T4 choisissent un débit supérieur ou égal à 15Mb/s
- Part de marché nationale Internet haut débit de 9%** , 568k ventes nettes Internet haut débit

EBITDA : 601 M€, +39%

Marge d'EBITDA Telecom de 42,7%, +0,8pt

- Amélioration du mix produit avec notamment la généralisation des forfaits incluant l'accès internet et des débits supérieurs
- Optimisation constante des coûts
- Coûts de lancement de l'offre de télévision payante

EBITA : 396 M€, +43%

- Croissance des amortissements due à l'extension du réseau

En millions d'euros - IFRS	2011	2010	Variation	Change Constant
Chiffre d'affaires	1 446	1 029	+ 40,5%	+ 39,0%
Télécoms	1 444	1 029	+ 40,3%	+ 38,8%
Télévision payante	2	-		
EBITDA	601	431	+ 39,4%	+ 37,9%
Marge d'EBITDA	41,6%	41,9%	- 0,3 pt	
Télécoms	616	431	+ 42,9%	+ 41,5%
Télévision payante	(15)	-		
EBITA	396	277	+ 43,0%	+ 41,4%

FAITS MARQUANTS

- Déploiement dans 22 nouvelles villes en 2011, portant à 119 le nombre de villes couvertes par GVT**
- GVT est reconnu comme le meilleur fournisseur d'internet haut débit au Brésil et ayant le meilleur service client de téléphonie fixe ***
- Lancement « soft » réussi de l'offre de télévision payante au T4 2011, lancement avec publicité en janvier 2012 (32 k abonnés à fin 2011, ~80 k abonnés à fin février 2012)
- Partenariat réussi avec Universal Music et lancement de WoW en partenariat avec Activision Blizzard

2012, EN LIGNE AVEC LES OBJECTIFS MOYEN TERME

Priorités pour 2012 :

- Expansion géographique : ouvrir 23 nouvelles villes
- Accroître le différentiel de débit offert à des prix très compétitifs : 35 Mb/s facturés 89,90* R\$ (~39€)
- Déploiement de la télévision payante : objectif de 400 k abonnés fin 2012 contre ~80 k à fin février 2012
- Continuer à accroître le différentiel de qualité : selon l'Institut Gallup, GVT est le n°1 en taux de fidélité de ses clients** comparé à ses principaux concurrents dans la téléphonie fixe

PERSPECTIVES

Croissance du chiffre d'affaires autour de 35% à change constant
Marge d'EBITDA d'environ 40% (incl. l'impact du lancement de la TV à péage)
Capex proches de 1 Md€ (incl. capex variable de la TV payante)***

<i>En milliers</i>	31 déc. 2011	31 déc. 2010	Variation
Nombre de lignes raccordées	7 207	5 065	+ 42,3%
Nombre de lignes en service (LIS)	6 326	4 232	+ 49,5%
Grand public & PME*	4 372	3 035	+ 44,1%
Voix	2 709	1 940	+ 39,6%
Internet Haut Débit	1 663	1 095	+ 51,9%
Offres ≥ 10 Mbits/s	75%	64%	+ 11 pts
Entreprises	1 954	1 197	+ 63,2%

<i>En millions de reals brésiliens - IFRS</i>	31 déc. 2011	31 déc. 2010	Variation
Chiffre d'affaires	3 354	2 413	+ 39,0%
Voix	2 081	1 567	+ 32,8%
Pay TV	4	-	
Services de Nouvelle Génération	1 269	846	+ 50,0%
Entreprises Data	235	177	+ 32,8%
Internet Haut Débit	972	622	+ 56,3%
Voix sur IP	62	47	+ 31,9%
Région II	63%	71%	- 8 pts
Région I & III	37%	29%	+ 8 pts

<i>En milliers</i>	2011	2010	Variation
Ventes Nettes	2 094	1 416	+ 47,9%
Grand public & PME*	1 337	950	+ 40,7%
Voix	769	544	+ 41,4%
Internet Haut Débit	568	406	+ 39,9%
Entreprises	757	466	+ 62,4%

<i>En reals brésiliens par mois</i>	31 déc. 2011	31 déc. 2010	Variation
CA par ligne Voix Grand public & PME	66,9	67,8	- 1,3%
CA par ligne Haut Débit Grand public & PME	58,0	57,6	+ 0,7%

Chiffre d'affaires : 4 857 M€, +3,3% à change constant

- Croissance du CA de Canal+ France soutenue par :
 - Croissance du portefeuille d'abonnements de Canal+ France : ventes nettes de 158 k sur 1 an portée par la France métropolitaine (bonne dynamique de la distribution par ADSL), l'Outre-mer et l'Afrique
 - Augmentation de l'ARPU par abonné en France métropolitaine à 47,5 € (+€1,2 sur un an) grâce au meilleur taux de couplage et aux ventes croissantes d'options et de packs
- Dynamique commerciale positive pour toutes les autres activités, notamment pour StudioCanal avec la sortie de plusieurs films à succès (*Unknown*, *Source Code*, *Tinker Tailor Soldier Spy*), Canal+ en Pologne et i>Télé
- Les activités de publicité sont en hausse de 6%

EBITA : 701 M€, +5,9% hors éléments non récurrents

- Hausse de 5,0% de l'EBITA de Canal+ France, hors sanction financière prononcée par l'Autorité de la Concurrence à hauteur de (30) M€
- Forte croissance de l'EBITA de StudioCanal liée à la performance des ventes en salles et à la croissance des ventes de son catalogue
- Investissements liés au développement à l'international, dont des investissements agressifs dans les contenus en Pologne dans un environnement très concurrentiel et poursuite des investissements au Vietnam (perte de 14 M€ en 2011)

En millions d'euros - IFRS	2011	2010	Variation	Change constant
Chiffre d'affaires	4 857	4 712	+ 3,1%	+ 3,3%
<i>dont Canal+ France</i>	4 049	3 956	+ 2,4%	+ 2,4%
EBITA	701	690	+ 1,6%	+ 1,4%
<i>dont Canal+ France</i>	617	616	+ 0,2%	+ 0,2%

FAITS MARQUANTS

- Partenariat stratégique de Groupe Canal+ avec le Groupe Bolloré pour une prise de participation dans deux chaînes de télévision gratuite en France, Direct 8 et Direct Star*
- Partenariat stratégique en Pologne avec ITI et TVN, signé en décembre 2011, pour créer une plate-forme de télévision par satellite disposant d'une base de 2,5 M de clients*
- Acquisition de Tandem, un studio de production TV
- Lancement de l'abonnement VOD illimité "Canalplay Infinity" à 9,99 € par mois

2012, MISE EN OEUVRE DES DECISIONS STRATEGIQUES

Priorités pour 2012 :

- Télévision à péage en France : accroître le portefeuille d'abonnements et l'ARPU
- Stimuler les activités dans les marchés à forte croissance : Afrique, Vietnam
- Mettre en place un plan d'économies supérieures à 100 M€ (2012/2013) grâce à une politique d'investissements sélective dans les contenus et des efforts renouvelés sur les coûts fixes
- Réglementaire : Fusion TPS
- Mettre en œuvre les opérations annoncées en 2011 : Direct 8 / Direct Star, Pologne
 - Approbation des autorités réglementaires
 - Intégration

PERSPECTIVES

Légère hausse de l'EBITA à périmètre constant*

* Hors opérations annoncées au S2 2011

<i>En milliers</i>	31 déc. 2011	31 déc. 2010	Variation
Portefeuille de Groupe Canal+	12 946	12 709	+ 237
dont Canal+ France*	11 216	11 058	+ 158
dont Pologne et Vietnam	1 730	1 651	+ 79

<i>En France Métropolitaine</i>	31 déc. 2011	31 déc. 2010	Variation
Churn par abonné numérique	12,1%	11,0%	+ 1,1 pt
ARPU par abonné	47,5 €	46,3 €	+ 1,2 €

ANNEXES

Détails des résultats de Vivendi

CHIFFRE D'AFFAIRES

T4 2011	T4 2010	Variation	Variation à taux de change constant	<i>En millions d'euros - IFRS</i>	2011	2010	Variation	Variation à taux de change constant
1 042	1 050	- 0,8%	- 1,4%	Activision Blizzard	3 432	3 330	+ 3,1%	+ 7,0%
1 355	1 522	- 11,0%	- 11,3%	Universal Music Group	4 197	4 449	- 5,7%	- 4,6%
3 046	3 198	- 4,8%	- 4,8%	SFR	12 183	12 577	- 3,1%	- 3,1%
680	709	- 4,1%	- 4,0%	Groupe Maroc Telecom	2 739	2 835	- 3,4%	- 2,5%
369	297	+ 24,2%	+ 30,5%	GVT	1 446	1 029	+ 40,5%	+ 39,0%
1 294	1 248	+ 3,7%	+ 4,6%	Groupe Canal+	4 857	4 712	+ 3,1%	+ 3,3%
(3)	(15)			Autres, et élimination des opérations intersegment	(41)	(54)		
7 783	8 009	- 2,8%	- 2,6%	Total Vivendi	28 813	28 878	- 0,2%	+ 0,5%

EBITDA

T4 2011	T4 2010	Variation	Variation à taux de change constant	<i>En millions d'euros - IFRS</i>	2011	2010	Variation	Variation à taux de change constant
108	69	+ 56,5%	+ 56,0%	Activision Blizzard	1 174	901	+ 30,3%	+ 36,2%
294	266	+ 10,5%	+ 10,3%	Universal Music Group	623	571	+ 9,1%	+ 10,1%
829	866	- 4,3%	- 4,3%	SFR	3 800	3 973	- 4,4%	- 4,4%
368	413	- 10,9%	- 10,9%	Groupe Maroc Telecom	1 500	1 667	- 10,0%	- 9,2%
149	125	+ 19,2%	+ 25,4%	GVT	601	431	+ 39,4%	+ 37,9%
33	14	x 2,4	x 2,5	Groupe Canal+	913	920	- 0,8%	- 0,8%
(39)	(40)			Holding & Corporate / Autres	(118)	(154)		
1 742	1 713	+ 1,7%	+ 2,1%	Total Vivendi	8 493	8 309	+ 2,2%	+ 3,0%

EBITA T4

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	T4 2011	T4 2010	Variation	Change constant
Activision Blizzard	60	6	x 10	x 9,2
Universal Music Group	263	227	+ 15,9%	+ 15,4%
SFR	393	490	- 19,8%	- 19,8%
Groupe Maroc Telecom	256	342	- 25,1%	- 24,9%
GVT	97	108	- 10,2%	- 5,0%
Groupe Canal+	(31)	(70)		
Holding & Corporate / Autres	(44)	(47)		
Total Vivendi	994	1 056	- 5,9%	- 5,6%

COÛT DU FINANCEMENT

<i>En millions d'euros (sauf mention contraire) – IFRS</i>	2011	2010
Coût du financement	(481)	(492)
Charges d'intérêt sur les emprunts	(529)	(521)
<i>Coût moyen de la dette financière brute (%)</i>	3,87%	4,09%
<i>Dette financière brute moyenne (en milliards d'euros)</i>	13,7	12,7
Produits d'intérêt des placements de la trésorerie	48	29
<i>Rémunération moyenne des placements (%)</i>	1,16%	0,88%
<i>Encours moyen des placements (en milliards d'euros)</i>	4,1	3,3

Comprend la trésorerie nette d'Activision Blizzard qui s'élève à 2,7 Md€ au 31 décembre 2011

IMPOTS

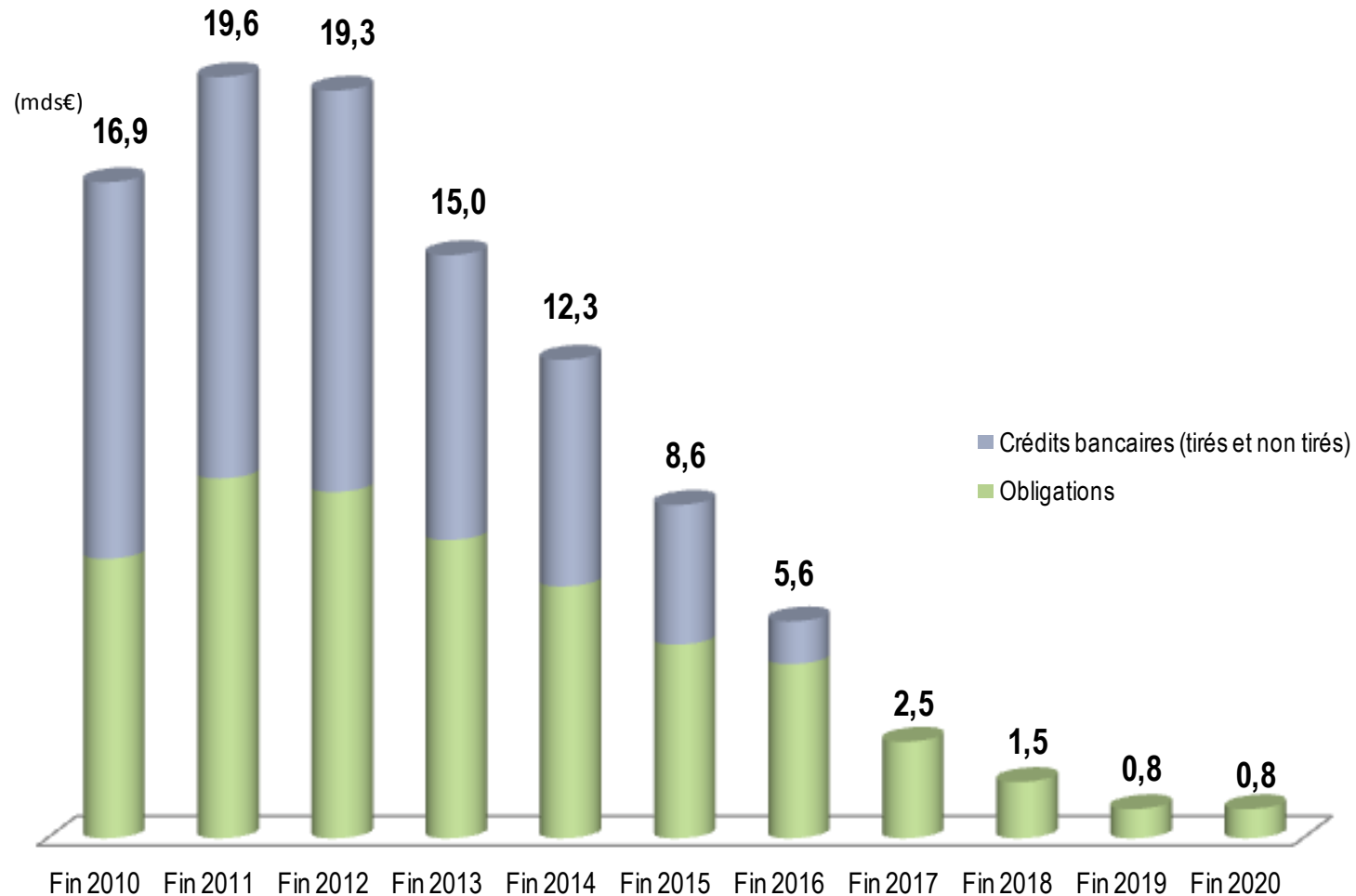
<i>En millions d'euros – IFRS</i>	2011		2010	
	Résultat net ajusté	Résultat net	Résultat net ajusté	Résultat net
Utilisation des déficits reportables de Vivendi SA	565	436	586	583
Charge d'impôt	(1 973)	(1 814)	(1 843)	(1 625)
Impôt sur les résultats	(1 408)	(1 378)	(1 257)	(1 042)
Impôts (payés) / reçus en numéraire	(1 090)		(1 365)	
- dont Bénéfice Mondial Consolidé	591		182	

CAPEX, NET

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	2011	2010	Variation
Activision Blizzard	52	75	- 30,7%
Universal Music Group	52	38	+ 36,8%
SFR	1 809	1 974	- 8,4%
Groupe Maroc Telecom	466	556	- 16,2%
GVT	705	482	+ 46,3%
Groupe Canal+	251	229	+ 9,6%
Holding & Corporate / Autres	5	3	+ 66,7%
Total Vivendi	3 340	3 357	- 0,5%

Les capex, net comprennent des acquisitions de fréquences chez SFR : 3G en 2010 pour 300 M€ et 4G en 2011 pour 150 M€

OBLIGATIONS ET CREDITS BANCAIRES* DE VIVENDI (au 28 février 2012)



ANNEXES

Glossaire & Avertissements juridiques

GLOSSAIRE

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 et dépréciations des 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 ajustements, ainsi que certains éléments d'impôt non récurrents (en particulier, la variation des actifs d'impôt différé liés aux régimes du bénéfice mondial consolidé et de l'intégration fiscale de Vivendi SA, 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 d'immobilisations corporelles et incorporelles, nettes des cessions.

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 et de certains actifs financiers de gestion de trésorerie (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.

ACTIVISION BLIZZARD

STAND ALONE DEFINITION ET AVERTISSEMENT JURIDIQUE

Mesures à caractère non-strictement comptable « non-GAAP »

Activision Blizzard présente un chiffre d'affaires, un résultat net, un résultat net par action, des données de marge opérationnelle et des perspectives qui incluent (conformément aux normes comptables « GAAP ») ou excluent (mesures à caractère non strictement comptable, « non-GAAP ») les éléments suivants : l'impact du changement de chiffre d'affaires différé et les coûts des ventes afférents de certains jeux de la Société présentant des fonctionnalités en ligne, le coût des rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres, les coûts liés à la restructuration, l'amortissement et la dépréciation des immobilisations incorporelles acquises dans le cadre de regroupements d'entreprises, ainsi que les effets d'impôts associés.

Perspectives – Avertissement juridique

Les déclarations contenues dans cette présentation qui ne sont pas des données historiques sont des déclarations prospectives. La Société utilise habituellement des termes comme « perspectives », « va », « peut », « doit », « devrait », « pourrait », « reste », « être », « prévoit », « croit », « pourra », « s'attend à », « à l'intention de », « anticipe », « estime », « future », « prévoit », « positionné », « potentiel », « projet », « prévu », « prêt à », « sous réserve de », « prochain » et des expressions similaires afin d'identifier des déclarations prospectives. Ces déclarations prospectives sont basées sur des attentes actuelles et des hypothèses qui sont sujettes à des risques et des incertitudes. La Société avertit qu'un certain nombre de facteurs importants pourrait entraîner une modification substantielle des résultats futurs d'Activision Blizzard et d'autres circonstances futures de ceux contenus dans chacune de ces déclarations prospectives. Ces facteurs incluent notamment les niveaux de ventes des titres d'Activision Blizzard, l'augmentation de la concentration de titres, des évolutions dans les tendances de consommation des consommateurs, l'impact de l'environnement macroéconomique actuel et les conditions de marché au sein de l'industrie des jeux vidéo, la faculté d'Activision Blizzard d'anticiper les préférences des consommateurs, en ce compris leurs intérêts pour des genres spécifiques comme des jeux d'actions en mode subjectif et des jeux de rôle en ligne massivement multi-joueurs et les préférences parmi les plateformes de jeux concurrentes, le caractère saisonnier et cyclique du marché des jeux interactifs, l'évolution des business modèles, dont la distribution numérique des contenus, la concurrence liée aux jeux d'occasion et autres formes de divertissement, de possibles baisses dans le prix des logiciels, les retours de produits et la protection en terme de tarifs, des délais concernant les produits, le taux d'adoption et la disponibilité de nouveaux matériels (en ce compris les périphériques) et des logiciels associés, des évolutions rapides en matière de standards technologiques et industriels, des risques en matière de contentieux et les coûts qui y sont associés, la protection de droits de propriété, le maintien de relations avec les employés clés, les clients, les titulaires de licences, les concédants de licences, les vendeurs, les développeurs tiers, notamment la faculté d'attirer, conserver et accroître les effectifs clés et les développeurs à même de créer des titres de grande qualité qui seront des succès commerciaux, des risques de contrepartie concernant les clients, les titulaires de licences, les concédants de licences et fabricants, les réglementations et les conditions économiques, financières et politiques tant nationales qu'internationales, les taux de change et les taux d'imposition, et l'identification d'opportunités d'acquisitions futures adaptées et les défis potentiels liés à l'expansion géographique. Ces facteurs importants et d'autres facteurs qui pourraient potentiellement affecter les résultats financiers de la Société sont décrits dans le dernier rapport annuel en la forme 10-K et dans d'autres documents enregistrés auprès de la SEC. La Société se réserve le droit de modifier ses objectifs, opinions ou attentes, à tout moment et sans information préalable, en fonction des évolutions qui pourraient intervenir sur ces facteurs dans les hypothèses de la Société ou autrement. La Société ne prend aucun engagement quant à la publication de révisions concernant l'une quelconque des déclarations prospectives afin de prendre en compte des événements ou circonstances intervenus après cette présentation en date du 9 février 2012, ni à répercuter l'occurrence d'événements non anticipés.

Pour une complète réconciliation des données GAAP en non-GAAP et pour des informations plus détaillées concernant les résultats financiers d'Activision Blizzard pour l'exercice 2011, nous vous remercions de bien vouloir consulter les résultats de la Société en date du 9 février 2012, qui sont disponibles sur le site Internet de la société à l'adresse suivante :

www.activisionblizzard.com.

AVERTISSEMENTS JURIDIQUES IMPORTANTS

Déclarations prospectives

La présente 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 projections en termes de paiement de dividendes 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 d'autorités réglementaires dans le cadre de certaines opérations ainsi que 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. La présente 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

EQUIPE RELATIONS INVESTISSEURS

Jean-Michel Bonamy

Executive Vice President
Head of Investor Relations

+33.1.71.71.12.04

jean-michel.bonamy@vivendi.com

PARIS

42, avenue de Friedland
75380 Paris cedex 08 / France

Phone: +33.1.71.71.32.80

Fax: +33.1.71.71.14.16

France Bentin

IR Director
france.bentin@vivendi.com

Aurélia Cheval

IR Director
aurelia.cheval@vivendi.com

NEW YORK

800 Third Avenue
New York, NY 10022 / USA

Phone: +1.212.572.1334

Fax: +1.212.572.7112

Eileen McLaughlin

Vice President IR North America
eileen.mclaughlin@vivendi.com

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