

RESULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2015

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

vivendi

ARNAUD DE PUYFONTAINE

Président du Directoire

FAITS MARQUANTS

NOTRE AMBITION : DEVENIR UN LEADER MONDIAL DANS LES MEDIAS ET LES CONTENUS

Vivendi dispose de...

afin de...

et suivre deux voies...

pour atteindre un objectif

3 actifs majeurs avec des positions de leader



Investir régulièrement dans nos métiers

Production de contenus exclusifs

Ressources financières avec Trésorerie nette de 6,3 Mds€ (au 30 juin 2015)

Faire des acquisitions "Bolt-on"

Création de valeur

Temps

Rechercher des investissements opportunistes avec discipline financière

Accélération de la distribution de contenus au niveau mondial

LES FONDATIONS D'UNE CROISSANCE VIABLE SUR LE LONG-TERME

■ Cession de nos actifs télécom achevée :

- ▶ Vente de GVT
- ▶ Vente de la participation résiduelle de 20% dans Numericable-SFR

■ Mise en œuvre d'une nouvelle organisation :

- ▶ Changement de culture managériale
- ▶ Focus sur le numérique et les nouveaux marchés
- ▶ Vivendi Village, quatre sociétés à taille humaine où l'esprit d'entreprise domine
- ▶ Nouvelles Initiatives, comprend les investissements dans les nouveaux formats de contenus, ainsi que des acquisitions « bolt-on » comme Dailymotion
- ▶ Coopération et projets communs (Studiocanal/UMG : Legend ; ouverture d'un bureau UMG en Afrique...)

INVESTISSEMENT DANS NOS MÉTIERS POUR ALIMENTER NOTRE CROISSANCE ORGANIQUE (1/2)

CANAL+: La nouvelle expérience

- **MyCanal** : Deuxième écran avec une expérience unique
- **Le Cube S** : le plus petit boîtier du marché
- **Suggest*** : nouveau moteur de recommandation



CANAL / CANALSAT+ : Accroître l'attractivité

- **Des droits sportifs passionnants**
- **Repositionnement de CanalSat** suit son cours, plus de 50 chaînes en exclusivité
- **Nouvelle grille de rentrée** en septembre sur Canal+



CANAL+: Développement en Afrique

- **4 chaînes dédiées au sport** lancées en juillet
- **25 nouvelles chaînes** ajoutées à "Les Bouquets Canal+"
- **Contenus originaux**



**25 NOUVELLES
CHAÎNES**



INVESTISSEMENT DANS NOS MÉTIERS POUR ALIMENTER NOTRE CROISSANCE ORGANIQUE (2/2)

UMG : Investissements continus en A&R et amélioration de la monétisation

- Se focaliser sur le lancement de nouveaux artistes et accompagner des talents confirmés
 - ▶ Soutenir les musiques et les artistes locaux pour accroître nos parts de marché



- Poursuivre nos efforts pour améliorer la monétisation de la musique de nos artistes
 - ▶ Investir dans les marchés à fort potentiel pour la musique, comme l'Afrique, l'Inde et la Chine
 - ▶ Élargir la portée des contenus audio et visuel
- Opportunités offertes par le numérique

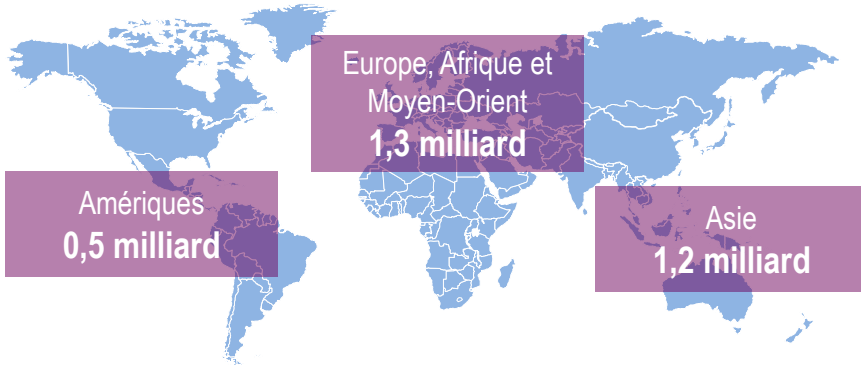


« BOLT-ON ACQUISITION » : DAILYMOTION

PLATEFORME DE DISTRIBUTION DE TAILLE MONDIALE OUVRANT DE NOUVELLES OPPORTUNITES POUR LES CONTENUS DE VIVENDI

Dailymotion

- Une des plus grandes plateformes d'agrégation et de distribution numérique au monde : 3 milliards de vidéos vues par mois



- 300 millions de visiteurs chaque mois
- Site européen le plus visité au monde ⁽¹⁾
- Disponibilité sur toutes plateformes (IOS, Android, Windows ...)

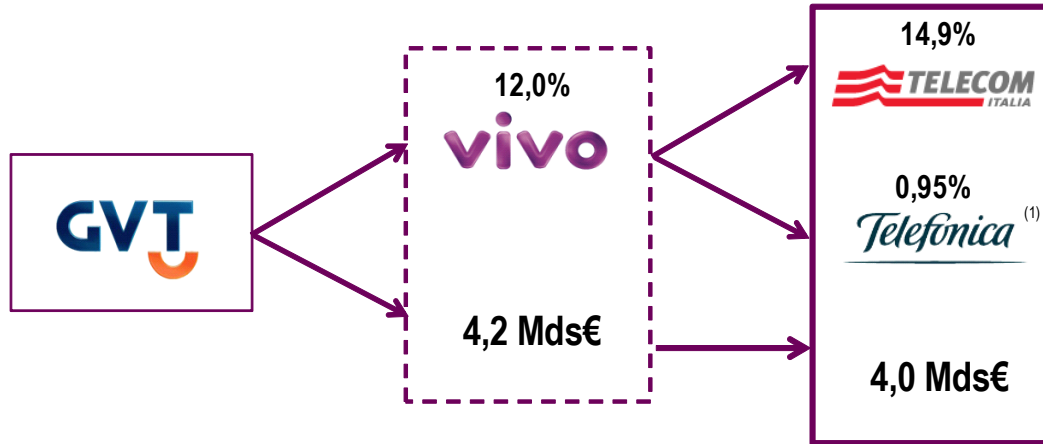
Nouvelles opportunités de distribution des contenus de Vivendi

- Plateforme de distribution "Over-the-top" de dimension internationale
- Accès à une expertise technique qui complète celle du Groupe
 - Nouveau lecteur vidéo complètement repensé et reconfiguré pour améliorer l'expérience de visualisation sur tous les écrans
- Développement conjoint de contenus originaux et distinctifs, ainsi que de formats (par exemple les formats courts) avec les équipes Universal Music Group et Groupe Canal +

dailymotion

INVESTISSEMENTS OPPORTUNISTES AVEC DISCIPLINE FINANCIERE

■ Focus opportuniste sur les télécoms européens



Vivendi est l'actionnaire principal de Telecom Italia sur un marché dont (i) les perspectives de croissance sont significatives et (ii) l'appétence pour des contenus de qualité est très forte

Volonté du Groupe de s'engager plus avant en Europe
Conclure des partenariats stratégiques

- Grand succès de l'offre publique de rachat de SECP. Vivendi détient désormais 93,6% de la société
- Structure financière puissante et deux ans pour réallouer le capital permettent à Vivendi d'être agile en vue de saisir de potentielles opportunités
- Tout en offrant des rendements à nos actionnaires (2 € / action payable en 2016 et 1 € / action payable en 2017)

EN BONNE VOIE POUR ATTEINDRE LES PERSPECTIVES 2015

Chiffre d'affaires

Légère progression du chiffre d'affaires soutenue par la montée du streaming chez UMG et des activités internationales chez Groupe Canal+

Marge opérationnelle

Taux de marge opérationnelle courante 2015 proche de celui de 2014

Résultat Net Ajusté

Progression de l'ordre de 10% du résultat net ajusté, grâce notamment à de moindres charges de restructuration et à une diminution des frais financiers

HERVE PHILIPPE

Membre du Directoire et Directeur Financier

RESULTATS FINANCIERS

PERIMETRE DE CONSOLIDATION ET PRINCIPALES DEVISES

En application de la norme IFRS 5, SFR et Maroc Telecom, cédés en 2014, ainsi que GVT, cédé le 28 mai 2015, sont présentés comme des activités cédées ou en cours de cession.

Cette classification s'applique rétrospectivement aux comptes de résultats et au cash flows.

Vivendi a déconsolidé GVT, SFR et Maroc Telecom respectivement à compter du 28 mai 2015, 27 novembre 2014 et 14 mai 2014.

Les variations de périmètre incluent :

- Dailymotion consolidé depuis le 30 juin 2015 et classé dans Nouvelles Initiatives
- Groupe Canal+ : consolidation de Thema depuis le 28 octobre 2014
- Les résultats opérationnels 2014 de l'Olympia ont été reclassés de UMG vers Vivendi Village, suite au transfert d'un point de vue managérial à compter du 1er janvier 2015.

| | Moyenne H1 2015 | Moyenne H1 2014 | % Variation <i>(impact sur les résultats 2015)</i> |
|---------------|--------------------|--------------------|---|
| ■ USD / EUR : | 1,12 | 1,37 | + 18,2 % |
| ■ JPY / EUR : | 135 | 141 | + 4,6 % |

CHIFFRES CLES A FIN JUIN 2015

| | | % Variation | % Variation, organique* |
|--|----------|-----------------------|----------------------------|
| ■ Chiffre d'affaires : | 5 095 M€ | + 8,3 % | + 2,4 % |
| ■ Résultat opérationnel (EBIT) : | 1 027 M€ | x3,7 | |
| ■ Résultat net, part du groupe : | 1 991 M€ | + 4,1% | |
| ■ Résultat opérationnel courant (ROC) : | 500 M€ | - 1,4 % | - 3,1 % |
| ■ Résultat opérationnel ajusté (EBITA) : | 516 M€ | + 13,4 % | + 11,2 % |
| ■ Résultat net ajusté : | 329 M€ | + 30,0 % | |
| ■ CFFO : | 234 M€ | - 10,2 % | |
| ■ Trésorerie nette : | 6,3 Mds€ | vs. 4,6 Mds€ fin 2014 | |

| En millions d'euros - IFRS | S1 2014 | S1 2015 | Variation | Périmètre et change constants* |
|--|--------------|--------------|----------------|--------------------------------------|
| Chiffre d'affaires | 2 667 | 2 734 | + 2,5% | + 1,4% |
| TV payante France métropolitaine | 1 737 | 1 716 | - 1,2% | - 1,2% |
| TV gratuite France métropolitaine | 95 | 104 | + 9,4% | + 9,4% |
| TV payante International | 623 | 680 | + 9,1% | + 5,9% |
| Studiocanal | 212 | 234 | + 10,4% | + 6,3% |
| Résultat Opérationnel Courant (ROC) | 425 | 368 | - 13,3% | - 14,0% |
| Marge ROC | 15,9% | 13,5% | | |
| Charges relatives aux rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres dénoués par émission d'actions | (2) | (1) | | |
| Autres éléments d'ajustements exclus du Résultat opérationnel courant (ROC) (dont coûts de transition et de restructuration) | (3) | 21 | | |
| EBITA | 420 | 388 | - 7,6% | - 8,2% |
| CFFO | 337 | 327 | - 2,8% | |

FAITS MARQUANTS

- Chiffre d'affaires en hausse de 1,4% à périmètre et change constants* :
 - Chiffre d'affaires en France métropolitaine en légère baisse
 - Chiffre d'affaires de la télévision gratuite bénéficie de la hausse des audiences principalement chez D8, qui atteint 3,7pts en juin
 - Les activités internationales bénéficient de la croissance continue des portefeuilles en Afrique (+239k) et au Vietnam (+47k), malgré une base de comparaison défavorable du fait de la Coupe du Monde de Football en 2014
 - Studiocanal : croissance du chiffre d'affaires notamment avec les succès de *Paddington*, *Imitation Game* et *Shaun le Mouton*
- Résultat Opérationnel Courant en baisse de 57 M€ principalement du fait d'un élément non récurrent positif en 2014 et de la hausse des investissements de contenus et des droits sportifs en 2015
- Renforcement continu de l'offre TV en Afrique avec le lancement de 25 nouvelles chaînes en mars.

| <i>En millions d'euros - IFRS</i> | S1 2014 | S1 2015 | Variation | Périmètre et change constants * |
|--|--------------|--------------|----------------|---------------------------------|
| Chiffre d'affaires | 2 003 | 2 311 | + 15,4% | + 3,4% |
| Musique enregistrée | 1 604 | 1 848 | + 15,2% | + 3,6% |
| Edition musicale | 307 | 352 | + 14,8% | + 2,7% |
| Merchandising et autres | 110 | 132 | + 20,4% | + 3,2% |
| Elimination des opérations intersegment | (18) | (21) | | |
| Résultat Opérationnel Courant (ROC) | 159 | 179 | + 12,5% | + 9,2% |
| <i>Marge ROC</i> | 7,9% | 7,7% | | |
| Charges relatives aux rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres dénoués par émission d'actions | (1) | (3) | | |
| Autres éléments d'ajustements exclus du Résultat opérationnel courant (ROC) (dont coûts de transition et de restructuration) | (5) | (5) | | |
| EBITA | 153 | 171 | + 11,9% | + 7,4% |
| CFFO | (15) | (24) | na | |

FAITS MARQUANTS

- Chiffre d'affaires en hausse de 3,4%* dû à la progression de la musique enregistrée, de l'édition musicale et du merchandising.
- Musique enregistrée en hausse de 3,6%* grâce aux ventes digitales, aux fortes ventes liées aux nouvelles et récentes sorties d'albums et l'impact favorable du règlement d'un litige :
 - Croissance significative du streaming et abonnement qui compense largement la baisse du physique et du téléchargement
 - Streaming et abonnement en hausse de ~34% pendant que le téléchargement baisse de ~5%
- Edition musicale en hausse grâce notamment à l'amélioration dans le digital et les concerts
- Résultat Opérationnel Courant en hausse de 9,2%* bénéficiant de la croissance du chiffre d'affaires et d'un meilleur contrôle des coûts

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITE

| <i>En millions d'euros - IFRS</i> | S1 2014 | S1 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * |
|---|--------------|--------------|---------------|-----------------|---------------------------------|
| Groupe Canal+ | 2 667 | 2 734 | + 2,5% | + 1,8% | + 1,4% |
| Universal Music Group | 2 003 | 2 311 | + 15,4% | + 3,1% | + 3,4% |
| Vivendi Village | 46 | 51 | + 9,9% | + 5,8% | - 5,6% |
| Nouvelles Initiatives | - | 1 | | | |
| Elimination des opérations intersegment | (10) | (2) | | | |
| Total Vivendi | 4 706 | 5 095 | + 8,3% | + 2,6% | + 2,4% |

- Groupe Canal+, solides performances des activités internationales.
- UMG, les ventes de musique enregistrée bénéficient de la croissance du streaming et des abonnements.

Le secteur opérationnel « Nouvelles Initiatives » rassemble Vivendi Contents (créé en février 2015 et qui a acquis 100 % des sociétés Flab Prod, la Parisienne d'Images, renommée Studio +, et Can't Stop au cours du premier semestre 2015) et Dailymotion (à compter du 30 juin 2015).

RESULTAT OPERATIONEL COURANT PAR ACTIVITE

| <i>En millions d'euros - IFRS</i> | S1 2014 | S1 2015 | Variation | Périmètre et change constants * |
|-----------------------------------|------------|------------|---------------|---------------------------------|
| Groupe Canal+ | 425 | 368 | - 13,3% | - 14,0% |
| Universal Music Group | 159 | 179 | + 12,5% | + 9,2% |
| Vivendi Village | (37) | 8 | na | na |
| Nouvelles Initiatives | - | (1) | | |
| Corporate | (40) | (54) | | |
| Total Vivendi | 507 | 500 | - 1,4% | - 3,1% |

- Groupe Canal+, résultat opérationnel courant impacté par un élément non récurrent positif en 2014 et par la hausse des investissements de contenus et des droits sportifs en 2015.
- UMG, résultat opérationnel courant bénéficie de la croissance du chiffre d'affaires et d'un meilleur contrôle des coûts.
- Vivendi Village, résultat opérationnel courant bénéficie du plan de transformation de Watchever.
- Résultat opérationnel courant de Corporate impacté notamment par de plus faibles management fees.

EBITA PAR ACTIVITE

| <i>En millions d'euros - IFRS</i> | S1 2014 | S1 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * |
|-----------------------------------|------------|------------|----------------|-----------------|---------------------------------|
| Groupe Canal+ | 420 | 388 | - 7,6% | - 7,6% | - 8,2% |
| Universal Music Group | 153 | 171 | + 11,9% | + 6,7% | + 7,4% |
| Vivendi Village | (87) | 8 | na | na | na |
| Nouvelles Initiatives | - | (1) | | | |
| Corporate | (31) | (50) | | | |
| Total Vivendi | 455 | 516 | + 13,4% | + 11,7% | + 11,2% |

- Baisse des charges de restructuration, 29 M€ à comparer à 65 M€ au premier semestre 2014.
- Les autres charges opérationnelles exclues du résultat opérationnel courant incluent 11 M€ de coûts d'intégration au premier semestre 2014 et 9 M€ de charges relatives aux rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres au premier semestre 2014 à comparer à 10 M€ au premier semestre 2015 (pour l'ensemble des métiers).

COMPTE DE RESULTAT AJUSTE

| <i>En millions d'euros - IFRS</i> | S1 2014 | S1 2015 | Variation | Variation % | Périmètre et change constants * |
|---|--------------|--------------|--------------|----------------|---------------------------------|
| Chiffre d'affaires | 4 706 | 5 095 | + 389 | + 8,3% | + 2,4% |
| Résultat Opérationnel courant - ROC | 507 | 500 | - 7 | - 1,4% | - 3,1% |
| Charges relatives aux rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres dénoués par émission d'actions | (9) | (10) | - 1 | | |
| Autres éléments d'ajustement exclus du Résultat opérationnel courant (ROC) (dont coûts de transition/d'intégration et de restructuration) | (43) | 26 | + 69 | | |
| Résultat opérationnel ajusté - EBITA | 455 | 516 | + 61 | + 13,4% | + 11,2% |
| Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence | (2) | (7) | - 5 | | |
| Produits perçus des investissements financiers | 3 | 21 | + 18 | | |
| Coût du financement | (33) | (14) | + 19 | | |
| Impôt sur les résultats | (129) | (147) | - 18 | | |
| Intérêts minoritaires | (41) | (40) | + 1 | | |
| Résultat net ajusté | 253 | 329 | + 76 | + 30,0% | |

- Baisse du coût du financement principalement en raison de la réduction de l'endettement moyen (2,3 Md€ au S1 2015 vs. 11,3 Md€ au S1 2014) compensée partiellement par de moindres produits financiers reçus par Vivendi SA liés aux prêts consentis à SFR et GVT.
- Taux effectif d'imposition ajusté de 28,0% au S1 2015 ; l'impôt sur les résultats inclut 17 M€ d'impôts liés aux années précédentes.

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

| <i>En millions d'euros - IFRS</i> | S1 2014 | S1 2015 | Variation | % |
|---|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Chiffre d'affaires | 4 706 | 5 095 | + 389 | + 8,3% |
| Coût des ventes | (2 842) | (3 069) | | |
| Charges administratives et commerciales hors amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises | (1 344) | (1 481) | | |
| Charges de restructuration | (65) | (29) | | |
| Amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises | (166) | (203) | | |
| Autres produits et charges | (10) | 714 | | |
| Résultat opérationnel (EBIT) | 279 | 1 027 | + 748 | x 3.7 |
| Quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence | (2) | (7) | | |
| Coût du financement | (33) | (14) | | |
| Produits perçus des investissements financiers | 3 | 21 | | |
| Autres produits et charges financiers | (24) | 1 | | |
| Impôt sur les résultats | (120) | (282) | | |
| Résultat net des activités cédées ou en cours de cession | 2 064 | 1 279 | | |
| Intérêts minoritaires | (254) | (34) | | |
| Résultat net, part du groupe | 1 913 | 1 991 | + 78 | + 4,1% |

BILAN CONSOLIDE AU 30 JUIN 2015

En millions d'euros

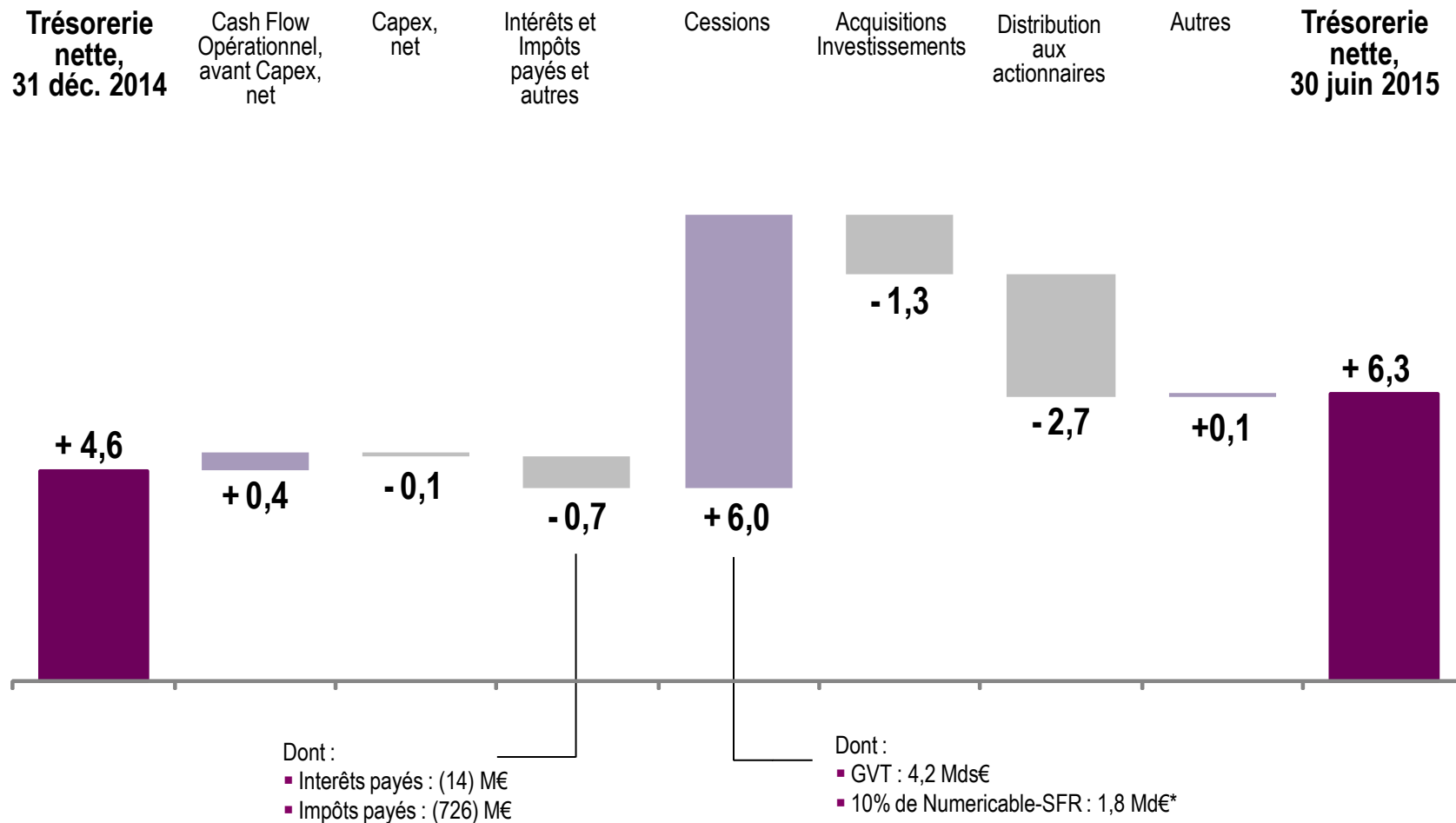
| Actifs | 31 décembre | 30 juin |
|--|---------------|---------------|
| | 2014 | 2015 |
| Goodwill | 9 329 | 10 023 |
| Immobilisations corporelles et incorporelles | 4 631 | 4 285 |
| Actifs financiers | 6 360 | 6 824 |
| Actifs d'impôts différés, net | 53 | 29 |
| Position nette de trésorerie | 4 637 | 6 261 |
| Actifs destinés à la vente, net | 4 299 | 1 841 |
| Total | 29 309 | 29 263 |

| Passif et capitaux propres | 31 décembre | 30 juin |
|--|---------------|---------------|
| | 2014 | 2015 |
| Capitaux propres consolidés (*) | 22 988 | 21 923 |
| Provisions | 3 178 | 3 094 |
| Besoin en fonds de roulement et autres | 3 143 | 4 246 |
| Total | 29 309 | 29 263 |

CASH FLOW DES OPERATIONS (CFFO)

| CFFO avant capex, net | | | <i>En millions d'euros - IFRS</i> | CFFO | | |
|-----------------------|------------|---------------|-----------------------------------|------------|------------|----------------|
| S1 2014 | S1 2015 | Variation | | S1 2014 | S1 2015 | Variation |
| 420 | 428 | + 1,9% | Groupe Canal+ | 337 | 327 | - 2,8% |
| 6 | (1) | na | Universal Music Group | (15) | (24) | na |
| (10) | 12 | na | Vivendi Village | (14) | 9 | na |
| - | - | | Nouvelles Initiatives | - | - | |
| (47) | (78) | | Corporate | (47) | (78) | |
| 369 | 361 | - 2,3% | Total Vivendi | 261 | 234 | - 10,2% |

TRESORERIE NETTE A FIN JUIN 2015



EVENEMENTS RECENTS

- Finalisation de la sortie de SFR
 - 6 mai **Cession des 20% dans SFR-NUMERICABLE et encaissement de 1,8 Md€**
 - 19 août *Encaissement du solde de 1,974 Md€*
- Finalisation de la sortie de GVT
 - 28 mai **Closing de GVT (4,2 Mds€ de cash avant impôts + 12,0% de Telefonica Brasil)**
 - 24 juin **Swap de 4,5% de Telefonica Brasil contre 8,2% d'actions ordinaires Telecom Italia**
 - Acquisition de 6,66% de Telecom Italia (5,6 % font l'objet d'une couverture)**
 - 29 juillet *Swap de 3,5% de Telefonica Brasil contre 0,95% de Telefonica**
 - Cession du solde de 4,0% de Telefonica Brasil pour un montant de 877 M\$ (800 M€)*
 - août *Débouclage de la couverture sur les titres Telecom Italia*
- OPA sur SECP
 - 12 mai **Annonce du projet de l'OPA**
 - 6 juillet *Prix porté à 8€ par action, ouverture de l'offre le 9 juillet*
 - 17 août *Résultat, 45,2% des titres apportés (458 M€). Vivendi détient 93,6% du capital*
 - 31 août *Réouverture de l'offre jusqu'au 11 septembre*
- Acquisition de Dailymotion 30 juin **Closing pour 80% de Dailymotion (+10% le 30 juillet)**
- Cession de TVN 1 juillet
- Couverture sur les titres AB 11 juin **5,7% du capital, soit 41,5 millions de titres**

TRESORERIE NETTE « PRO-FORMA ⁽¹⁾ » et PARTICIPATIONS A FIN AOUT

■ Trésorerie nette « pro-forma ⁽¹⁾ »

Trésorerie nette à fin juin 2015

| | |
|---|------------------------|
| Solde SFR-NUMERICABLE | +2,0 milliards d'euros |
| Cession TEF Brasil | +0,8 milliard d'euros |
| Cession TVN | +0,3 milliard d'euros |
| Augmentation de capital réservée aux salariés | +0,1 milliard d'euros |
| OPA SECP | -0,5 milliard d'euros |

+6,3 milliards d'euros

Trésorerie nette « pro-forma ⁽¹⁾ »

+8,9 milliards d'euros

■ Participations cotées (valorisation au 1 septembre)

| | |
|---------------------------|-----------------------|
| Telecom Italia | 2,1 milliards d'euros |
| Telefonica ⁽²⁾ | 0,6 milliard d'euros |
| Activision Blizzard | 1,0 milliard d'euros |

Total

3,7 milliards d'euros

ANNEXES

Détails des métiers : slides 26-27

Détail des Résultats Financiers de Vivendi : slides 29-33

Glossaire & Avertissements juridiques : slides 35-36

| <i>En milliers</i> | 30 juin 2014 | 30 juin 2015 | Variation |
|----------------------------|---------------|---------------|--------------|
| Abonnés individuels | 10 773 | 10 942 | + 169 |
| France métropolitaine | 6 020 | 5 964 | - 56 |
| International | 4 753 | 4 978 | + 225 |
| Pologne | 2 175 | 2 115 | - 60 |
| Outre-mer | 494 | 493 | - 1 |
| Afrique | 1 368 | 1 607 | + 239 |
| Vietnam | 716 | 763 | + 47 |

| <i>En milliers</i> | 30 juin 2014 | 30 juin 2015 | Variation |
|------------------------|---------------|---------------|--------------|
| Abonnements | 15 079 | 15 255 | + 176 |
| France métropolitaine* | 9 424 | 9 307 | - 117 |
| International | 5 655 | 5 948 | + 293 |

| France Métropolitaine | 30 juin 2014 | 30 juin 2015 | Variation |
|------------------------------|--------------|--------------|-----------|
| Churn par abonné (%)** | 14,2% | 14,9% | + 0,7pt |
| ARPU par abonné (€) *** | 44,0 € | 44,3 € | + 0,3 € |

| TV gratuite - part d'audience **** | 30 juin 2014 | 30 juin 2015 | Variation |
|---|--------------|--------------|----------------|
| D8 | 3,5% | 3,7% | + 0,2pt |
| D17 | 1,2% | 1,2% | + 0,0pt |
| i>Télé | 1,0% | 1,0% | + 0,0pt |
| TOTAL | 5,7% | 5,9% | + 0,2pt |

* 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 quatre ans et plus.

| <i>En millions d'euros - IFRS</i> | S1 2015 | Périmètre et change constants* |
|---|----------------|---------------------------------------|
| Musique enregistrée | 1 848 | + 3,6% |
| Ventes physiques | 573 | - 7,4% |
| Ventes numériques | 926 | + 7,3% |
| Redevances et autres | 348 | + 16,4% |
| Edition musicale | 352 | + 2,7% |
| Merchandising et autres | 132 | + 3,2% |
| Elimination des opérations intersegment | (21) | |
| Chiffre d'affaires | 2 311 | + 3,4% |

| CA de la musique enregistrée | S1 2014 | S1 2015 |
|-------------------------------------|----------------|----------------|
| Europe | 40% | 36% |
| Amérique du Nord | 40% | 44% |
| Asie | 12% | 12% |
| Reste du monde | 8% | 9% |

| Musique enregistrée : meilleures ventes** | |
|--|--------------------------|
| S1 2014 | S1 2015 |
| Frozen OST | Taylor Swift |
| Lorde | Fifty Shades Of Grey OST |
| Katy Perry | Sam Smith |
| Avicii | Drake |
| Imagine Dragons | Maroon 5 |

| PROGRAMME DE SORTIES 2015 *** | |
|--------------------------------------|-------------------|
| 5 Seconds Of Summer | Lana Del Rey |
| Andrea Bocelli | Masaharu Fukuyama |
| Avicii | Mylene Farmer |
| Demi Lovato | Paula Fernandes |
| Ellie Goulding | Rod Stewart |
| Helena Fischer | Selena Gomez |
| Justin Bieber | The Weeknd |

* Voir détails page 11

** Ventes sur supports physiques et numériques (albums, singles, DVD et streaming)

*** Liste non exhaustive du programme de sortie, susceptible d'être modifiée

APPENDICES

Détail des Résultats Financiers de Vivendi

CHIFFRE D'AFFAIRES / EBITDA / EBITA

| Q2 2014 | Q2 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * | Chiffre d'affaires En millions d'euros - IFRS | S1 2014 | S1 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * |
|--------------|--------------|---------------|-----------------|---------------------------------|--|--------------|--------------|---------------|-----------------|---------------------------------|
| 1 350 | 1 364 | + 1,0% | + 0,1% | - 0,3% | Canal+ Group | 2 667 | 2 734 | + 2,5% | + 1,8% | + 1,4% |
| 1 019 | 1 214 | + 19,0% | + 4,3% | + 4,5% | Universal Music Group | 2 003 | 2 311 | + 15,4% | + 3,1% | + 3,4% |
| 25 | 26 | + 3,6% | - 1,2% | - 10,4% | Vivendi Village | 46 | 51 | + 9,9% | + 5,8% | - 5,6% |
| - | 1 | | | | Nouvelles Initiatives | - | 1 | | | |
| (5) | (2) | | | | Intercompany Elimination | (10) | (2) | | | |
| 2 389 | 2 603 | + 9,0% | + 2,1% | + 1,9% | Total Vivendi | 4 706 | 5 095 | + 8,3% | + 2,6% | + 2,4% |

| Q2 2014 | Q2 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * | EBITDA En millions d'euros - IFRS | S1 2014 | S1 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * |
|------------|------------|---------------|-----------------|---------------------------------|--------------------------------------|------------|------------|---------------|-----------------|---------------------------------|
| 306 | 281 | - 8,4% | - 8,3% | - 8,8% | Groupe Canal+ | 542 | 504 | - 7,1% | - 7,2% | - 7,8% |
| 124 | 124 | + 0,6% | - 4,9% | - 4,4% | Universal Music Group | 204 | 227 | + 11,5% | + 5,0% | + 5,6% |
| (16) | 5 | na | na | na | Vivendi Village | (35) | 9 | na | na | na |
| - | (1) | | | | Nouvelles Initiatives | - | (1) | | | |
| (5) | (31) | | | | Corporate | (31) | (62) | | | |
| 409 | 378 | - 7,6% | - 9,0% | - 9,4% | Total Vivendi | 680 | 677 | - 0,4% | - 2,4% | - 2,9% |

| Q2 2014 | Q2 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * | EBITA En millions d'euros - IFRS | S1 2014 | S1 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * |
|------------|------------|----------------|-----------------|---------------------------------|-------------------------------------|------------|------------|----------------|-----------------|---------------------------------|
| 245 | 223 | - 9,0% | - 8,6% | - 9,1% | Groupe Canal+ | 420 | 388 | - 7,6% | - 7,6% | - 8,2% |
| 97 | 89 | - 7,7% | - 11,5% | - 11,0% | Universal Music Group | 153 | 171 | + 11,9% | + 6,7% | + 7,4% |
| (67) | 4 | na | na | na | Vivendi Village | (87) | 8 | na | na | na |
| - | (1) | | | | Nouvelles Initiatives | - | (1) | | | |
| (5) | (17) | | | | Corporate | (31) | (50) | | | |
| 270 | 298 | + 10,4% | + 9,4% | + 9,0% | Total Vivendi | 455 | 516 | + 13,4% | + 11,7% | + 11,2% |

* Voir détails page 11

CHIFFRE D'AFFAIRES / RESULTAT OPERATIONNEL COURANT / EBITA

| Q2 2014 | Q2 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * | Chiffre d'affaires En millions d'euros - IFRS | S1 2014 | S1 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * |
|--------------|--------------|---------------|-----------------|---------------------------------|--|--------------|--------------|---------------|-----------------|---------------------------------|
| 1 350 | 1 364 | + 1,0% | + 0,1% | - 0,3% | Canal+ Group | 2 667 | 2 734 | + 2,5% | + 1,8% | + 1,4% |
| 1 019 | 1 214 | + 19,0% | + 4,3% | + 4,5% | Universal Music Group | 2 003 | 2 311 | + 15,4% | + 3,1% | + 3,4% |
| 25 | 26 | + 3,6% | - 1,2% | - 10,4% | Vivendi Village | 46 | 51 | + 9,9% | + 5,8% | - 5,6% |
| - | 1 | | | | Nouvelles Initiatives | - | 1 | | | |
| (5) | (2) | | | | Intercompany Elimination | (10) | (2) | | | |
| 2 389 | 2 603 | + 9,0% | + 2,1% | + 1,9% | Total Vivendi | 4 706 | 5 095 | + 8,3% | + 2,6% | + 2,4% |

| Q2 2014 | Q2 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * | Résultat Opérationnel Courant En millions d'euros - IFRS | S1 2014 | S1 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * |
|------------|------------|---------------|-----------------|---------------------------------|--|------------|------------|---------------|-----------------|---------------------------------|
| 245 | 214 | - 12,8% | - 12,4% | - 12,9% | Canal+ Group | 425 | 368 | - 13,3% | - 13,4% | - 14,0% |
| 93 | 91 | - 2,0% | - 3,3% | - 2,8% | Universal Music Group | 159 | 179 | + 12,5% | + 8,5% | + 9,2% |
| (18) | 4 | na | na | na | Vivendi Village | (37) | 8 | na | na | na |
| - | (1) | | | | New Initiatives | - | (1) | | | |
| (17) | (26) | | | | Corporate | (40) | (54) | | | |
| 304 | 282 | - 7,0% | - 7,1% | - 7,4% | Total Vivendi | 507 | 500 | - 1,4% | - 2,6% | - 3,1% |

| Q2 2014 | Q2 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * | EBITA En millions d'euros - IFRS | S1 2014 | S1 2015 | Variation | Change constant | Périmètre et change constants * |
|------------|------------|----------------|-----------------|---------------------------------|-------------------------------------|------------|------------|----------------|-----------------|---------------------------------|
| 245 | 223 | - 9,0% | - 8,6% | - 9,1% | Groupe Canal+ | 420 | 388 | - 7,6% | - 7,6% | - 8,2% |
| 97 | 89 | - 7,7% | - 11,5% | - 11,0% | Universal Music Group | 153 | 171 | + 11,9% | + 6,7% | + 7,4% |
| (67) | 4 | na | na | na | Vivendi Village | (87) | 8 | na | na | na |
| - | (1) | | | | Nouvelles Initiatives | - | (1) | | | |
| (5) | (17) | | | | Corporate | (31) | (50) | | | |
| 270 | 298 | + 10,4% | + 9,4% | + 9,0% | Total Vivendi | 455 | 516 | + 13,4% | + 11,7% | + 11,2% |

* Voir détails page 11

COÛT DU FINANCEMENT & IMPÔTS

| <i>En millions d'euros (sauf mention contraire) – IFRS</i> | S1 2014 | S1 2015 |
|--|-------------|-------------|
| Coût du financement | (33) | (14) |
| Charges d'intérêt sur les emprunts | (154) | (34) |
| <i>Coût moyen de la dette financière brute (%)</i> | 2,72% | 2,91% |
| <i>Dette financière brute moyenne (en milliards d'euros)</i> | 11,3 | 2,3 |
| Intérêts perçus par Vivendi SA sur les financements accordés à SFR | 110 | - |
| Intérêts perçus par Vivendi SA sur les financements accordés à GVT | 6 | 5 |
| Produits d'intérêt des placements de la trésorerie | 5 | 15 |
| <i>Rémunération moyenne des placements (%)</i> | 0,89% | 0,38% |
| <i>Encours moyen des placements (en milliards d'euros)</i> | 1,1 | 7,8 |

| <i>En millions d'euros - IFRS</i> | S1 2014 | | S1 2015 | |
|--|------------------------|--------------|------------------------|--------------|
| | 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 | 50 | 15 | 39 | (31) |
| Charge d'impôt | (179) | (135) | (186) | (251) |
| Impôt sur les résultats | (129) | (120) | (147) | (282) |
| <i>Taux effectif d'impôt</i> | 30,4% | | 28,0% | |
| Impôts reçus | 120 | | (726) | |

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

En millions d'euros - IFRS

| | S1 2014 | S1 2015 |
|--|--------------|--------------|
| Résultat net, part du groupe (*) | 1 913 | 1 991 |
| Amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises (*) | 166 | 203 |
| Autres produits et charges (*) | 10 | (714) |
| Autres produits et charges financiers (*) | 24 | (1) |
| Résultat net des activités cédées ou en cours de cession (*) | (2 064) | (1 279) |
| Variation de l'actif d'impôt différé lié aux régimes de l'intégration fiscale de Vivendi SA et du bénéfice mondial consolidé | 35 | 70 |
| Eléments non récurrents de l'impôt | 9 | 127 |
| Impôts sur les ajustements | (53) | (62) |
| Intérêts minoritaires sur les ajustements | 213 | (6) |
| Résultat net ajusté | 253 | 329 |

RECONCILIATION DU RESULTAT OPERATIONNEL AU RESULTAT OPERATIONNEL COURANT

| <i>En millions d'euros - IFRS</i> | S1 2014 | S1 2015 | Variation | % change |
|--|------------|--------------|--------------|----------------|
| Résultat opérationnel (EBIT) | 279 | 1 027 | + 748 | x 3.7 |
| Amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises | 166 | 203 | | |
| Autres produits et charges | 10 | (714) | | |
| EBITA | 455 | 516 | + 61 | + 13,4% |
| Charges relatives aux rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres dénoués par émission d'actions | 9 | 10 | | |
| Autres éléments d'ajustements exclus du Résultat opérationnel courant (ROC) (dont coûts de transition et de restructuration) | 43 | (26) | | |
| Résultat Opérationnel courant - ROC | 507 | 500 | - 7 | - 1,4% |

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 courant (ROC) : Selon la définition de Vivendi, le résultat opérationnel courant (ROC) correspond au résultat opérationnel ajusté (EBITA), avant l'incidence des rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres dénoués par émissions d'actions et certains éléments non récurrents en raison de leur caractère inhabituel et particulièrement significatif.

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.

Position nette de trésorerie : La position nette de trésorerie est calculé comme la somme des emprunts et autres passifs financiers, à court et à long termes, minorés de la trésorerie et des équivalents de trésorerie ainsi que des instruments financiers dérivés à l'actif et des dépôts en numéraire adossés à des emprunts.

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 et le paiement des dividendes et des distributions ainsi que les rachats d'actions. 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 et dans ses communiqués de presse, également disponibles en langue anglaise sur le site de Vivendi (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) 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

| | | |
|----------------|-------------------|--|
| Laurent Mairot | +33.1.71.71.35.13 | laurent.mairot@vivendi.com |
| Julien Dellys | +33.1.71.71.13.30 | julien.dellys@vivendi.com |

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