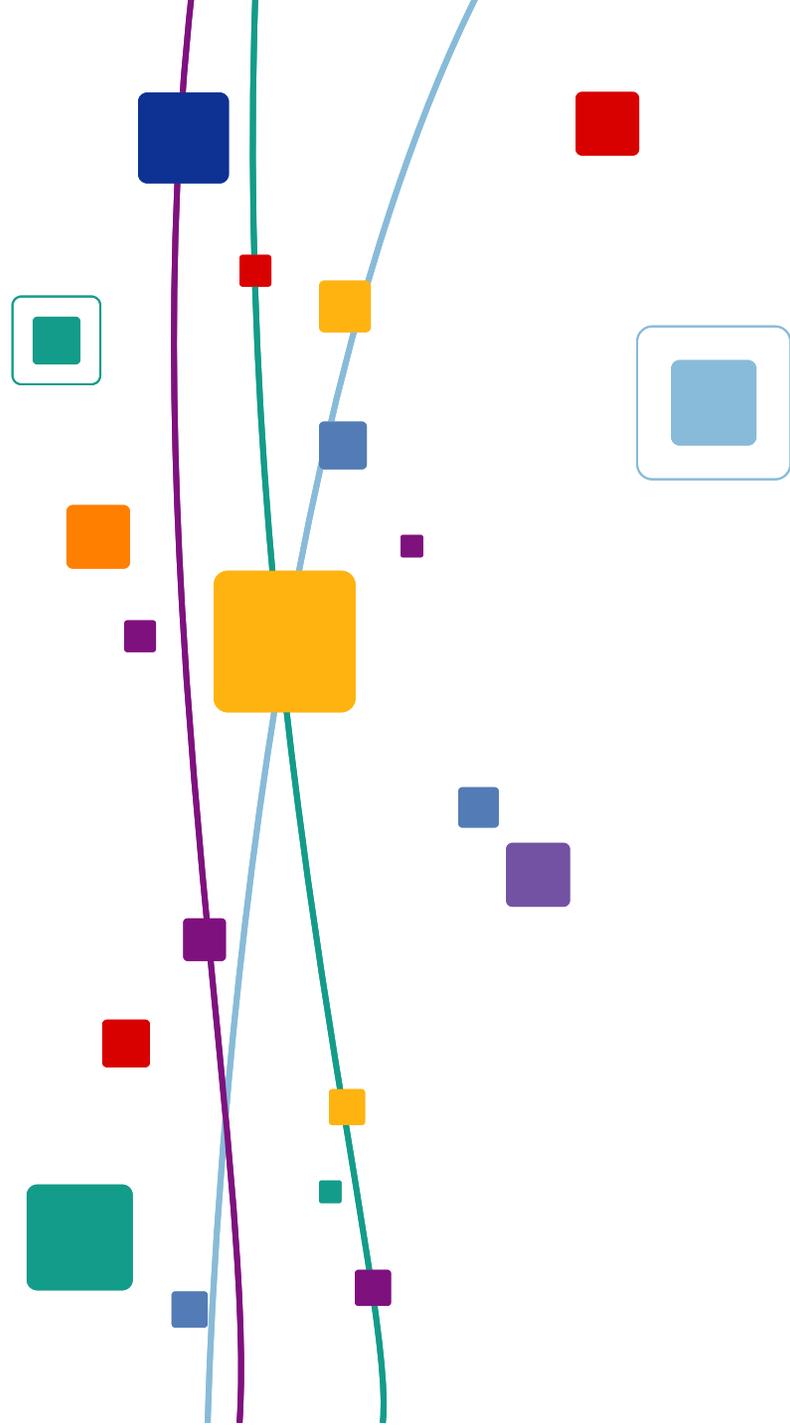
A decorative graphic on the left side of the slide consists of several colored squares (blue, red, yellow, orange, purple, green) and lines (purple, green, blue) that intersect and flow across the page. Some squares are solid, while others are outlined.

vivendi

## Résultats du premier semestre 2007

31 août 2007

IMPORTANT : LES INVESTISSEURS SONT INSTAMMENT PRIÉS DE PRENDRE CONNAISSANCE DE L'AVERTISSEMENT JURIDIQUE A LA FIN DE LA PRESENTATION.



**vivendi**

Jean-Bernard Lévy  
*Président du Directoire*

# Performance solide de tous nos métiers

## Une croissance à deux chiffres de nos résultats

1<sup>er</sup> semestre 2007

- Chiffre d'affaires : 10,2 Md€, en hausse de 6,4%
- Résultat opérationnel ajusté : 2,6 Md€, en hausse de 10,6%
- Résultat net ajusté : 1,5 Md€, en hausse de 10,7%  
BPA : 1,32€, en hausse de 10,0%
- CFFO : 2,1 Md€, en hausse de 12,7%

- **UMG :** Acquisition de BMGP  
Acquisition de Sanctuary Group : du disque au divertissement musical
- **Groupe Canal+ :** Rapprochement Canal+ / TPS réalisé : une nouvelle dynamique
- **SFR :** Lancement de Happy Zone et de l'offre DSL  
Acquisition des activités de téléphonie fixe et DSL de Télé 2 France
- **Maroc Telecom :** Après l'acquisition de 51% d'Onatel en décembre 2006,  
acquisition de 51% de Gabon Télécom
- **Vivendi Games :** Lancement réussi de *World of Warcraft : The Burning Crusade*  
Plus de 9 millions d'abonnés pour *World of Warcraft*

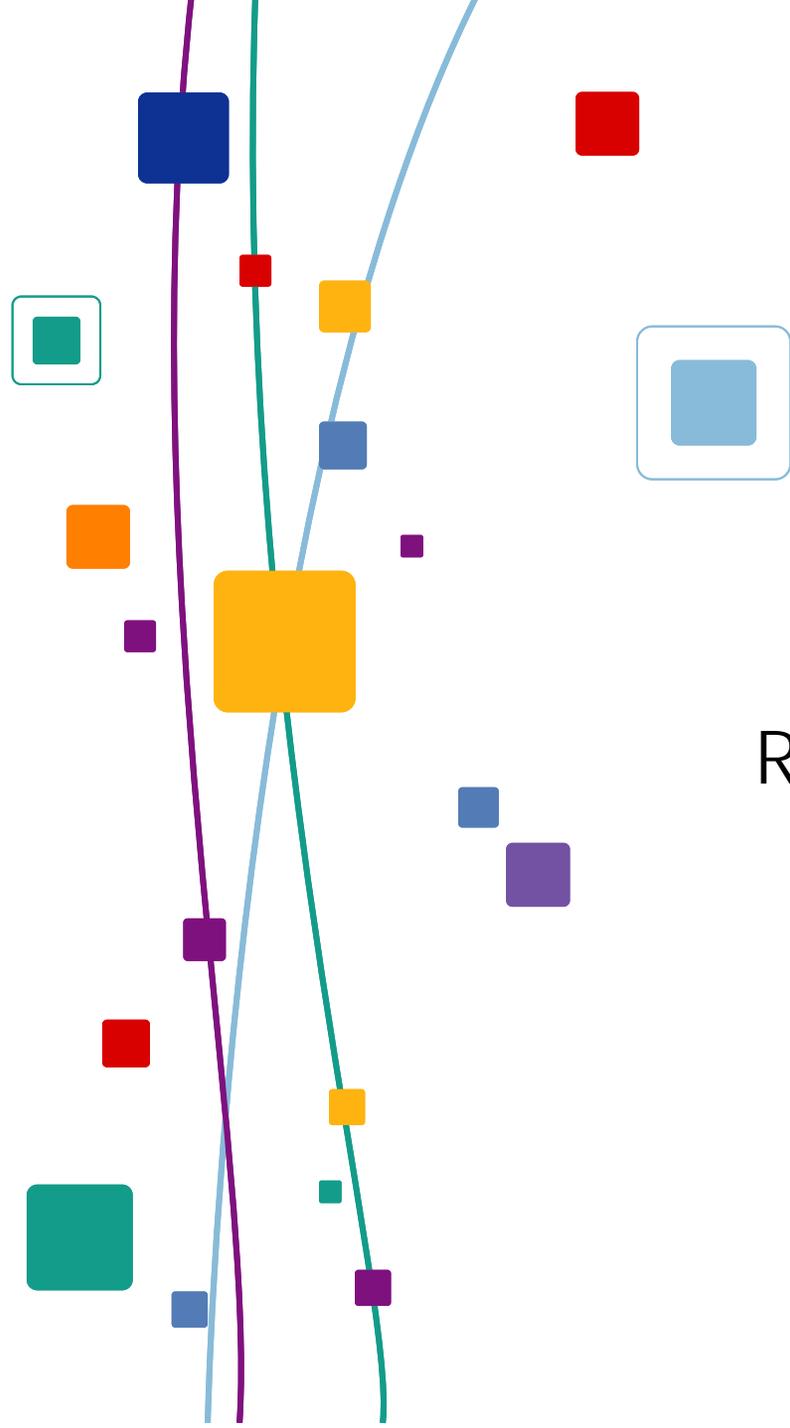
**Paiement du dividende aux actionnaires de Vivendi : 1,4 Md€**

# Vivendi : Une ligne stratégique claire génératrice de résultats

- Capitaliser sur la demande du consommateur pour la mobilité et le haut débit en proposant des services innovants générateurs de nouvelles sources de revenus dans le domaine du divertissement
- Renforcer notre position de leader dans les métiers de création de contenus de premier rang et les métiers de distribution



- Des modèles non cycliques reposant sur l'abonnement
- Des résultats solides à court et long termes :
  - Croissance de 10% au premier semestre 2007
  - Perspective de Résultat Net Ajusté supérieur à 2,7 Md€ en 2007
  - Objectif de Résultat Net Ajusté supérieur à 3,5 Md€ en 2011
  - Distribution annuelle d'au moins 50% du Résultat Net Ajusté



**vivendi**

Résultats du premier semestre 2007

Philippe Capron  
*Membre du Directoire  
et Directeur Financier Groupe*

## Compte de résultat ajusté

En millions d'euros - Normes IFRS

	S1 2007	S1 2006	Variation	
			en M€	%
1 Chiffre d'affaires	10 223	9 610	+613	+6,4%
<b>■ 2 Résultat opérationnel ajusté - EBITA</b>	<b>2 596</b>	<b>2 348</b>	<b>+248</b>	<b>+10,6%</b>
3 Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	172	155	+17	+11,0%
4 Coût du financement	(64)	(115)	+51	+44,3%
5 Produits perçus des investissements financiers	4	46	-42	-91,3%
6 Impôt sur les résultats	(532)	(463)	-69	-14,9%
7 Intérêts minoritaires	(650)	(593)	-57	-9,6%
<b>■ 8 Résultat net ajusté</b>	<b>1 526</b>	<b>1 378</b>	<b>+148</b>	<b>+10,7%</b>

## Résultat net du 1<sup>er</sup> semestre 2007

Résultat net, part du groupe, de **1 526 M€** contre **1 862 M€** au 1<sup>er</sup> semestre 2006

Baisse essentiellement due au profit exceptionnel lié au dénouement du litige fiscal DuPont en 2006

*En millions d'euros - Normes IFRS*

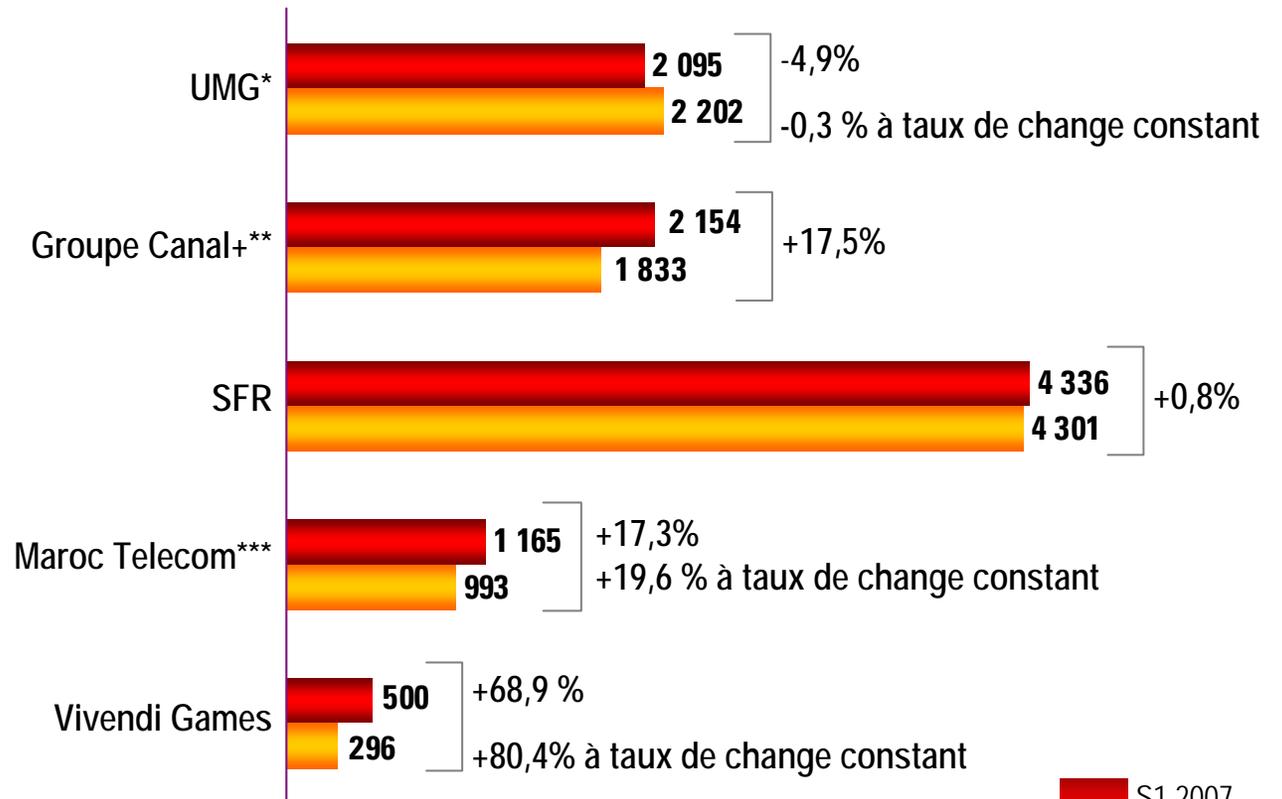
	S1 2007	S1 2006	
<b>Résultat net ajusté</b>	<b>1 526</b>	<b>1 378</b>	<b>+10,7%</b>
Profit lié au dénouement du litige fiscal sur les actions DuPont	-	921	
Mise à zéro des titres PTC	-	(496)	
Plus-value sur la vente d'actions Sogecable	-	66	
Plus-value sur la vente de 10,18% de Canal+ France à Lagardère	239	-	
Dépréciation de l'investissement dans Amp'd	(65)	-	
Amortissement et dépréciation des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(151)	(113)	
Autres ajustements (impôts, minoritaires, autres charges et produits financiers)	(23)	106	
<b>Résultat net, part du groupe</b>	<b>1 526</b>	<b>1 862</b>	<b>-18,0%</b>

# Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2007

Chiffre d'affaires du  
1<sup>er</sup> semestre 2007 :  
10 223 M€

+6,4% par rapport au  
1<sup>er</sup> semestre 2006

+8,0% à taux de  
change constant



■ S1 2007  
■ S1 2006

En millions d'euros  
Normes IFRS

\* Y compris BMGP consolidé depuis le 25 mai 2007 pour 49 M€

\*\* Y compris TPS consolidé depuis le 4 janvier 2007.  
Au premier semestre 2006, le CA de TPS s'élevait à 294 M€

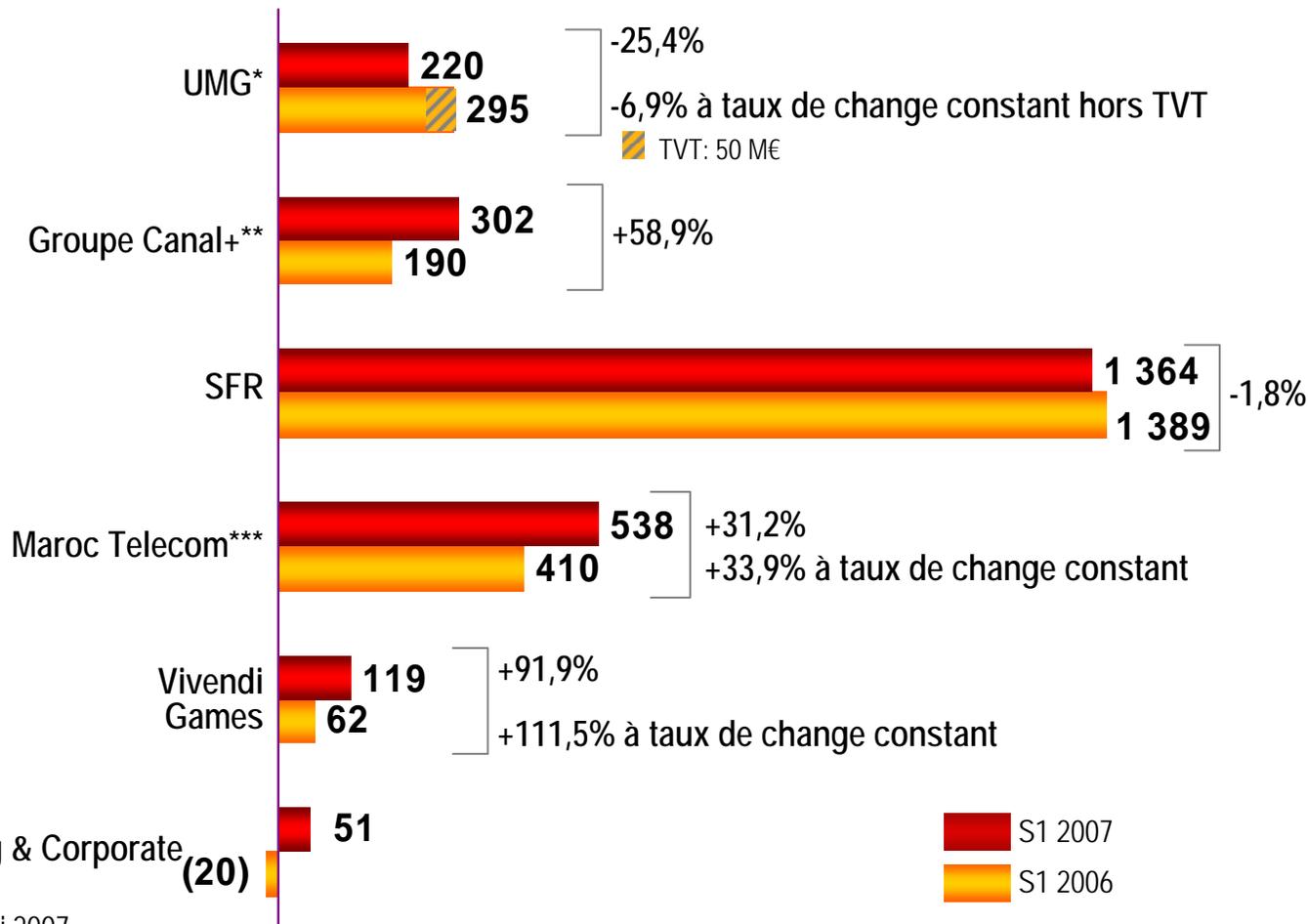
\*\*\* Y compris, avant élimination des opérations intragroupes, Onatel consolidé depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2007 pour 66M€ et Gabon Télécom consolidé depuis le 1<sup>er</sup> mars 2007 pour 41 M€

# Résultat opérationnel ajusté (EBITA) du 1<sup>er</sup> semestre 2007

EBITA du  
1<sup>er</sup> semestre 2007 :  
2 596 M€

+10,6% par rapport au  
1<sup>er</sup> semestre 2006

+11,9% à taux de  
change constant



En millions d'euros  
Normes IFRS

\* Y compris BMGP consolidé depuis le 25 mai 2007

\*\* Y compris TPS consolidé depuis le 4 janvier 2007 et après les coûts de transition

\*\*\* Y compris Onatel consolidé depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2007 et Gabon Télécom consolidé depuis le 1<sup>er</sup> mars 2007



- Finalisation de l'acquisition de Bertelsman Music Publishing Group (BMGP) après autorisation de la Commission Européenne
- Acquisition de Sanctuary Group : services aux artistes, merchandising
- Poursuite des campagnes de tests de ventes de musique sans mesure technique de protection (DRM)
- Acquisition d'Octone (Maroon 5) aux Etats-Unis
- Acquisition en cours au Royaume-Uni de V2 Music Group

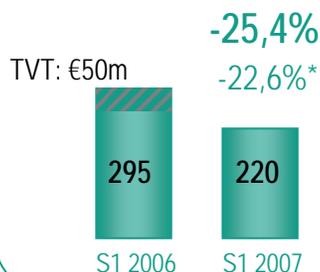
## Chiffre d'affaires



- En baisse de 2,5% à taux de change constant hors BMGP (49 M€)
- Croissance continue des ventes au Royaume-Uni et performance supérieure à celle du marché dans la plupart des pays
- Les ventes de musique numérisée représentent 15% du chiffre d'affaires total, soit 315 M€, avec 53% de ventes sur Internet et 47% sur les téléphones mobiles

Ventes numériques :  
**+51%\***

## EBITA



- Baisse de 6,9% à taux de change constant hors TVT (récupération en 2006 d'un dépôt en numéraire de 50 M€)
- Baisse de 11,9% à taux de change constant hors BMGP et TVT
- Baisse des ventes physiques liée au calendrier des sorties d'albums et aux conditions difficiles du marché de la musique enregistrée

## Actualisation des perspectives 2007

- **Chiffre d'affaires** : Stable ou en légère hausse, y compris BMGP sur 7 mois, malgré un marché difficile. Important programme de sorties et croissance des ventes numériques attendus au second semestre 2007
- **EBITA** : En retrait sur 2006, qui bénéficiait d'éléments positifs non-récurrents



## Finalisation de l'acquisition de BMGP

L'acquisition de BMGP renforce la position stratégique et la valeur d'UMG en donnant naissance au leader mondial de la musique enregistrée et de l'édition musicale

- 1 639 M€ versés en décembre 2006
- Un catalogue unique dans une activité attractive à faible risque et forte marge
- Relatif sur le Résultat Net Ajusté de Vivendi dès les 12 premiers mois

- Chiffre d'affaires de 362 M€ en 2006

- EBITDA de 99 M€ en 2006

Engagements pris vis-à-vis de la Commission Européenne : les cessions d'actifs devraient représenter ~8% du chiffre d'affaires 2006

- Synergies annuelles de coûts entre 30 M€ et 35 M€ à partir de 2008

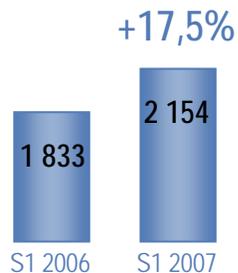
- Coûts de restructuration prévus autour de 50 M€ et répartis équitablement entre 2007 et 2008

Une étape supplémentaire dans le renforcement des actifs  
de Vivendi, de façon ciblée et rigoureuse



- **Rapprochement CanalSat / TPS, processus d'intégration conforme aux plans :**
  - Fusion des entités juridiques au 30 juin 2007
  - Finalisation du plan de départs volontaires
- **Contenus premium renégociés et sécurisés :**
  - Acquisition de droits sportifs exclusifs : TOP 14 de rugby, « Premier League » anglaise , Wimbledon...
  - Renégociation de contrats avec les chaînes thématiques clés (Disney, Warner)
- **Une stratégie de distribution axée sur la satisfaction du consommateur et la croissance du portefeuille :**
  - Lancement de la nouvelle offre CanalSat
  - Recrutements individuels records chez Canal+

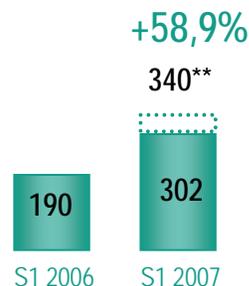
## Chiffre d'affaires



- Canal+ France : +24%
  - Acquisition de TPS ( 294 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2006)
  - Croissance des abonnements
  - Croissance de la proportion d'abonnements numériques à Canal+ (67% du portefeuille)
- Autres activités : chiffre d'affaires en ligne avec 2006  
Bonnes performances de Cyfra+ et i>Télé

**10,3 millions**  
d'abonnements  
**+416 000\***

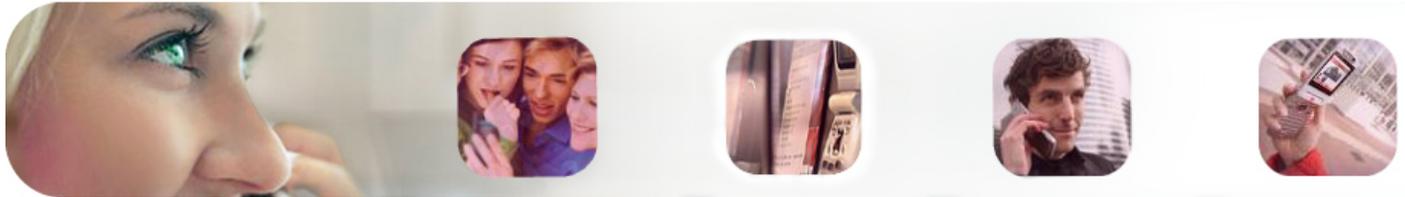
## EBITA



- Effets bénéfiques des synergies de la fusion avec TPS : baisse des coûts de recrutement et de gestion des abonnés et des coûts de contenus
- 38 M€ de coûts de transition
- Rattrapage du calendrier de diffusion des matches de Ligue 1 (3 journées décalées du 1<sup>er</sup> au 2<sup>ème</sup> trimestre 2007)
- Autres activités : effets de calendrier chez StudioCanal compensés par les bons résultats de Cyfra+ et i>Télé

## Actualisation des perspectives 2007

- Chiffre d'affaires :** Autour de 4 350 M€
- EBITA :** Significativement supérieur à 350 M€ avant coûts de transition liés au rapprochement avec TPS (entre 100 M€ et 150 M€ en 2007)



### ■ Substitution fixe-mobile :

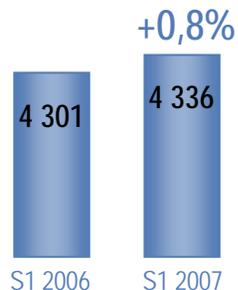
- Lancement des offres Happy Zone au niveau national
- Pré-lancement de l'option ADSL en complément pour les clients SFR

### ■ Internet mobile :

- Lancement de la clé internet 3G+ : internet en mobilité pour les ordinateurs portables
- Accords de partenariat avec eBay, Google, Microsoft, MySpace, YouTube et Dailymotion pour offrir aux clients SFR le meilleur d'internet sur leur téléphone mobile

### ■ Finalisation de l'acquisition des activités fixes et DSL de Télé 2 France après autorisation de la Commission Européenne

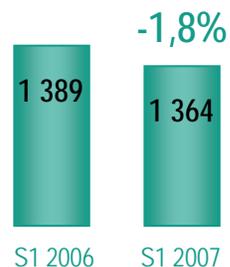
### Chiffre d'affaires



- ▣ Chiffre d'affaires des services mobiles en hausse de 0,2% et de 3,8% hors baisse des tarifs réglementés\*
- ▣ Croissance du parc de clients SFR de 3,2% avec une amélioration du mix (6% de croissance du parc d'abonnés)
- ▣ +563K nouveaux clients MVNO sur le réseau SFR
- ▣ Progression des usages « voix » et « data »

**18,0 millions**  
de clients SFR  
**+565 000**

### EBITA



- ▣ L'évolution de l'EBITA est due à :
  - ▣ Un EBITDA stable à 1 796 M€ : augmentation de 1,6 point des coûts de recrutement et de fidélisation et contrôle rigoureux des autres coûts
  - ▣ Une augmentation des dépréciations et amortissements suite à plusieurs années d'investissements dans les réseaux 2G et 3G/3G+

### Mise à jour des perspectives 2007

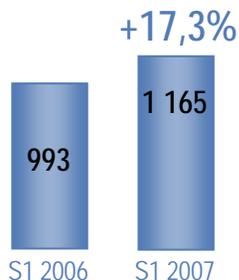
- ▣ **CA activité mobile :** Stable malgré des prix imposés en forte baisse (-21% sur terminaison d'appel voix)
- ▣ **EBITDA :**
  - Activité mobile : Stable
  - DSL et fixes: Pertes d'exploitation limitées
- ▣ **EBITA :** Taux de marge en légère baisse compte tenu de la hausse des dépréciations et amortissements et de l'activité DSL
- ▣ **CFFO :** Stable malgré le lancement de l'activité DSL

# Maroc Telecom : Evénements récents



- Intégration des récentes acquisitions au Burkina Faso et au Gabon pour plus de croissance et de rentabilité
- Lancement de Mobisud, MVNO en France et en Belgique
- Lancement de services innovants : offres illimitées, e-mail mobile, services haut débit, Internet mobile 3G

## Chiffre d'affaires



- Activité mobile : +19,0% à taux de change et périmètre constants
  - Forte croissance du parc clients malgré l'arrivée d'un 3<sup>ème</sup> opérateur sur un marché dynamique
  - Baisse toujours limitée de l'ARPU (-8,5%)
- Activité fixe et internet : -2,9% à taux de change et périmètre constants  
Parc ADSL en forte progression : +35% à 438 000 lignes

11,7 millions  
de clients mobile\*  
+31,3%

## EBITA

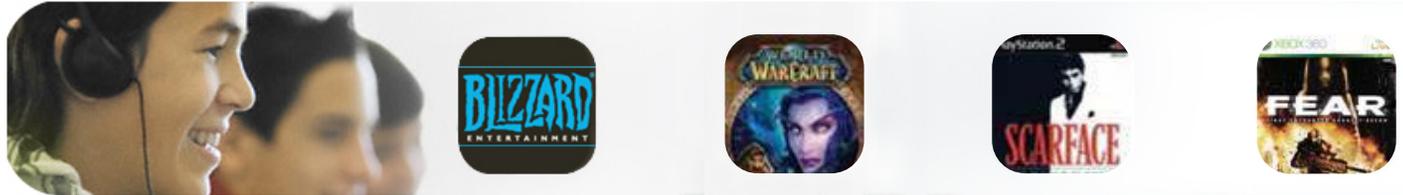


- Activité mobile en hausse de 39,1% à taux de change et périmètre constants :
  - Hausse du chiffre d'affaires
  - Maîtrise des coûts d'acquisition et des coûts opérationnels

## Mise à jour des perspectives 2007

Mise à jour le 2 août 2007

- **Chiffre d'affaires** : Croissance supérieure à 16% à taux de change constant  
Croissance supérieure à 8% à taux de change et périmètre constants
- **EBITA** : Croissance supérieure à 18% à taux de change constant  
Croissance supérieure à 20% à taux de change et périmètre constants



- Succès du lancement par Blizzard Entertainment du premier pack d'expansion de *World of Warcraft : The Burning Crusade*
- Blizzard Entertainment annonce le projet d'un second pack d'expansion de *World of Warcraft : Wrath of the Lich King*
- Blizzard annonce la sortie de *Starcraft II*, suite du jeu de stratégie le plus connu au monde, conçu et développé pour être le meilleur jeu de stratégie en temps réel
- Le jeu de Sierra Entertainment *World in Conflict* est classé n°1 des jeux de stratégie sur PC et le prochain jeu de Sierra Online *Switchball* meilleur jeu sur Xbox Live au salon international du jeu video, l'E3
- 18 mois après sa création, Vivendi Games Mobile se classe dans le Top 10\* du marché américain

\* Résultat du rapport du second trimestre sur le marché du divertissement mobile publié par le cabinet de recherche Telephia

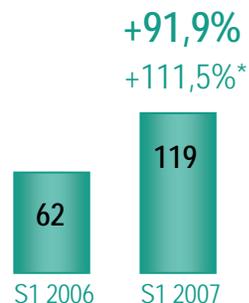
## Chiffre d'affaires



- Succès exceptionnel du pack d'expansion *World of Warcraft: Burning Crusade*, sorti en janvier : ~3,5 millions d'exemplaires vendus en un mois en Amérique du Nord et en Europe
- Dynamisme continu de *World of Warcraft* sur tous les marchés
- Sorties des jeux de Sierra concentrées sur la fin de l'année

Plus de 9 millions  
d'abonnés  
*World  
of Warcraft*

## EBITA



- Croissance du CA liée au succès de *World of Warcraft*, partiellement compensée par :
  - L'accroissement non récurrent des charges liées à un programme d'intéressement et de fidélisation des talents de Blizzard Entertainment
  - L'augmentation des coûts de développement des studios de Sierra Entertainment
  - Les investissements dans les nouvelles divisions Sierra Online et Vivendi Games Mobile

## Mise à jour des perspectives 2007

- **Chiffre d'affaires :** Croissance d'au moins 20%
- **EBITA :** Au moins 50% de croissance par rapport à 2006 (115 M€)



## Cash flow opérationnel

- Progression de **+9,8%** du **CFFO avant capex net** à 3 060 M€ contre 2 787 M€ au premier semestre 2006
- **Capex net** en hausse de **+3,6%** à 926 M€
- Soit une progression de **+12,7%** du **CFFO** à 2 134 M€ en 2007 contre 1 893 M€ en 2006

<i>En millions d'euros</i> <i>Normes IFRS</i>	CFFO 2007	Variation vs. 2006
UMG	172	-46,3%
Groupe Canal+	53	-28,4%
SFR	1 146	+7,4%
Maroc Telecom	475	+12,8%
Vivendi Games	207	x3,5
Dividendes NBCU	171	+11%
Holding/Non Core	(90)	+55,4%
<b>Total</b>	<b>2 134</b>	<b>+12,7%</b>

<i>En millions d'euros</i> <i>Normes IFRS</i>	Capex net 2007	Capex net 2006
UMG	15	15
Groupe Canal+	69	62
SFR	642	633
Maroc Telecom	167	152
Vivendi Games	31	32
Holding/Non Core	2	-
<b>Total</b>	<b>926</b>	<b>894</b>

- Une croissance plus forte des Capex est prévue au deuxième semestre principalement chez Maroc Telecom et Groupe Canal+



## 1,7 Md€ d'investissements financiers actuellement engagés sur 2007

*En millions d'euros*

Engagement de rachat des minoritaires TF1/M6	1 007
51% de Gabon Télécom (prix des titres + dette à 100%)	103
51% de Onatel (dette à 100%) *	58
Autres	68
<b>Total investissements et engagements financiers au 1<sup>er</sup> semestre</b>	<b>1 236</b>
Télé 2 France (valeur d'entreprise)	345
Sanctuary (valeur d'entreprise)	155
<b>Total déjà engagé en 2007</b>	<b>1 736</b>

\* Prix des titres : 222 M€ versés en 2006

- La croissance du résultat au 1<sup>er</sup> semestre reflète les solides performances de nos métiers,
- mais également des effets calendaires ou non récurrents :
  - **Groupe Canal + :** Coûts de transition limités à 38 M€ au 1<sup>er</sup> semestre
  - **Vivendi Games :** Ventes du pack d'expansion *The Burning Crusade* au 1<sup>er</sup> trimestre
  - **Holding & Corporate :** Impact positif non récurrent de 121 M€

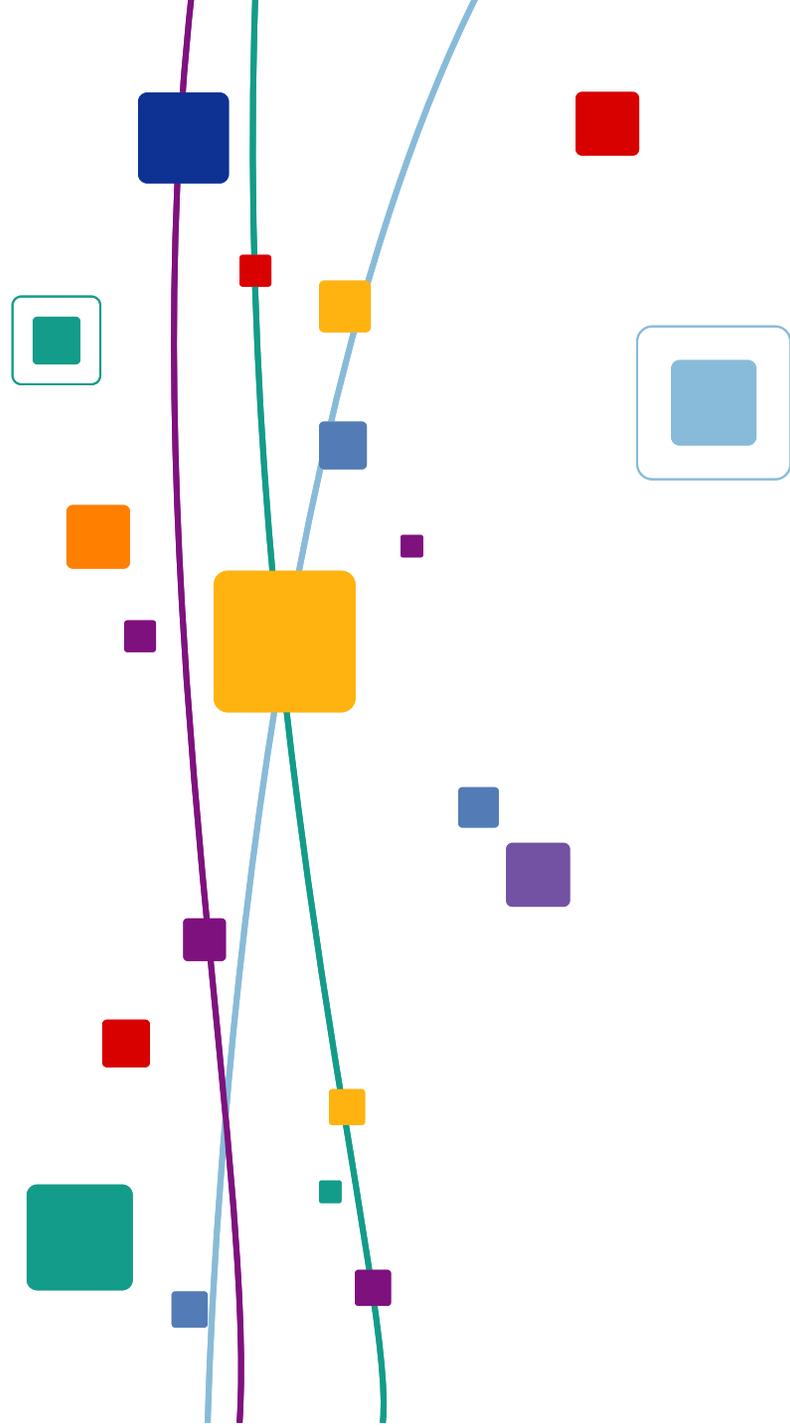


Nous confirmons nos perspectives 2007

### Perspectives 2007

- Résultat net ajusté : Supérieur à 2,7 Md€ <sup>(1)</sup>
- Dividende : Taux de distribution d'au moins 50% du résultat net ajusté

<sup>(1)</sup> Après les coûts de transition liés à l'opération Canal+ TPS



**vivendi**

Annexes

# Universal Music Group : chiffres clés du 1<sup>er</sup> semestre 2007

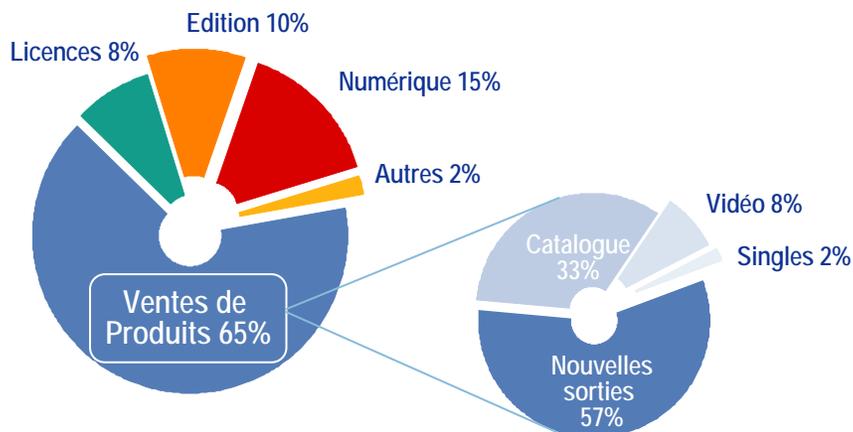
## Meilleures ventes

1 <sup>er</sup> semestre 2007	Million d'unités*	1 <sup>er</sup> semestre 2006	Million d'unités*
<i>Nelly Furtado</i>	2,6	<i>Andrea Bocelli</i>	2,8
<i>Amy Winehouse</i>	2,2	<i>Jack Johnson and Friends</i>	1,9
<i>Maroon 5</i>	2,2	<i>Ne-Yo</i>	1,9
<i>Mika</i>	2,1	<i>Now 21</i>	1,8
<i>Akon</i>	1,9	<i>Mary J. Blige</i>	1,7
<b>Top -15 Artistes</b>	<b>23,3</b>	<b>Top -15 Artistes</b>	<b>23,5</b>



\* Ventes sur supports physiques uniquement

## Ventes du 1<sup>er</sup> semestre 2007

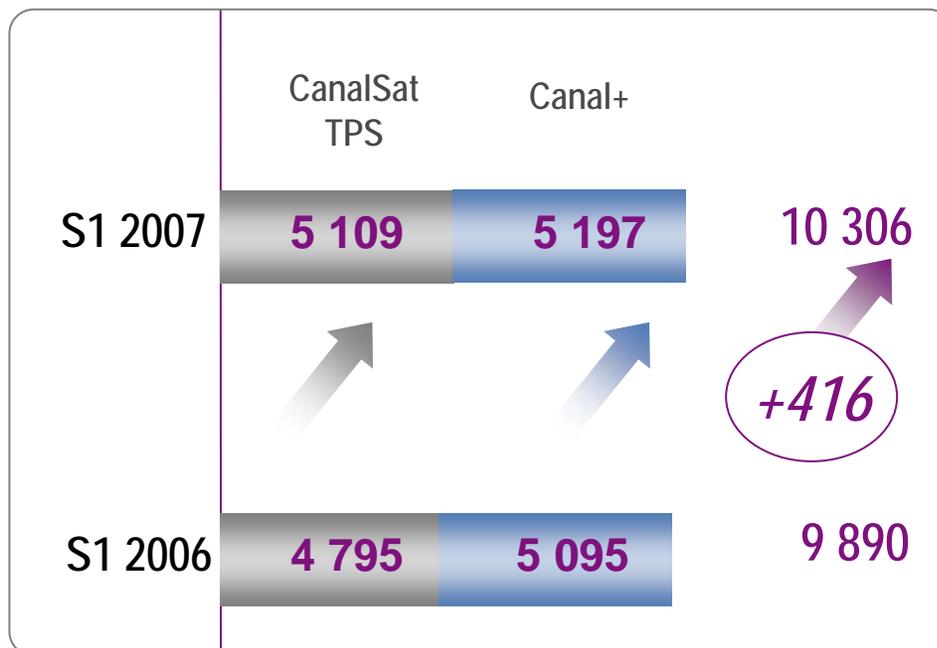


## Programme de sorties du 2<sup>ème</sup> semestre 2007

- 50 Cent
- Kanye West
- Nelly
- Eminem
- Mariah Carey

# Groupe Canal+ : chiffres clés du 1<sup>er</sup> semestre 2007

Portefeuille net de Canal+ France\* (en milliers)



Hausse de la proportion d'abonnements numériques :  
à fin juin 2007, Canal+ Le Bouquet représente 67%  
du portefeuille total de Canal+ contre 56% fin juin 2006

\* Abonnements individuels et collectifs à Canal+, CanalSat et TPS (en 2006 et 2007) en France métropolitaine, DOM/TOM et Afrique

# SFR : chiffres clés du 1<sup>er</sup> semestre 2007

(Y compris SRR)

	S1 2007	S1 2006	Variations
Clients (en '000) *	17 980	17 415	+3,2%
Proportion de clients abonnés *	65,8%	64,1%	+1,7pt
Clients 3G (en '000) *	3 447	1 574	+118,9%
Part de marché sur parc clients (%) *	34,2%	35,5%	-1,3pt
Part de marché réseau (%)	35,8%	36,0%	-0,2pt
ARPU mixte sur 12 mois glissants (€ /an) **	446	471	-5,2%
ARPU abonnés sur 12 mois glissants (€ /an) **	581	620	-6,4%
ARPU prépayé sur 12 mois glissants (€ /an) **	196	212	-7,8%
Consommation voix (minutes / mois / clients)*	326	319	+2,4%
Chiffre d'affaires data en % du C.A. service **	13,4%	13,1%	+0,3pt
Coût d'acquisition d'un client prépayé (€/recrutement)	21	20	+6,3%
Coût d'acquisition d'un client abonné (€/recrutement)	200	182	+10,3%
Coût d'acquisition en % du C.A.service	5,8%	5,0%	+0,8pt
Coût de rétention en % du C.A.service	5,1%	4,3%	+0,8pt



\* Hors clients opérateurs (MVNO) qui atteignent 831K à la fin juin 2007 contre 268K en juin 2006

\*\*Y compris terminaisons d'appels mobile

## Maroc Telecom : chiffres clés du 1<sup>er</sup> semestre 2007

<i>(Clients Maroc Telecom uniquement) (En milliers)</i>	2007	2006	Variations
Nombre de lignes fixes	1 280	1 311	-2,3%
Total accès internet	444	332	33,7%
Nombre de clients mobile	11 713	8 924	31,3%
Clients prépayés	11 250	8 553	31,5%
Clients abonnés	401	339	18,3%



# Vivendi Games : chiffres clés du 1er semestre 2007



Plus de 9 millions  
d'abonnés dans le monde :

- dont plus de 2 millions en Amérique du Nord
- dont plus de 1,5 million en Europe
- dont plus de 3,5 millions en Chine

## Meilleures ventes

Titres

1. *World of Warcraft*
2. *WoW Expansion*
3. *F.E.A.R*
4. *Scarface*
5. *Eragon*

Plateforme

- Online
- Online
- PC / Consoles
- PC / Consoles
- PC / Consoles



## Prochaines sorties

*World of Warcraft: The Burning Crusade* :

- Lancement en Chine prévu prochainement

Jeux sur PC

- World in Conflict
- Empire Earth III

Jeux sur Xbox Live Arcade

- Switchball
- Battlestar Galactica (également sur PC)

Jeux sur consoles :

- Timeshift
- Crash of the Titans

Jeux sur mobiles :

- Plus de 10 nouveaux jeux de Vivendi Games Mobile

**De nouvelles franchises prévues en 2008:** *The bourne Conspiracy*, basé sur un accord de licence sur l'œuvre de Robert Ludlum et de nouvelles franchises originales : *Prototype* et *WET*

En millions de dollars

# NBC Universal : 1<sup>er</sup> semestre 2007

## Chiffre d'affaires



- Recul dû à des effets de base 2006 défavorables : calendrier des films et Jeux Olympiques
  - Le 1<sup>er</sup> semestre 2006 incluait :
    - Les ventes du DVD King Kong
    - 684 M\$ de chiffre d'affaires liés aux Jeux Olympiques

\*Hors Jeux Olympiques en 2006

## Résultat des activités



- L'amélioration est en partie due à :
  - L'activité Chaînes Payantes :
    - Classements « Prime Time » : Bravo +13%, SciFi +7%, CNBC +37%, business day +21%, MSNBC +33%
  - L'activité *Films/Parcs/Autres* :
    - Knocked Up, Hot Fuzz, Mr. Bean's Holiday*

## Faits Marquants

- ~ 4Mds d'avance sur les ventes de publicité : importance d'une offre intégrée. CPM réseau de 5%
- Accord de licence signé pour un parc à thèmes Harry Potter à Orlando
- Accroissement des opérations internationales avec plus de trente chaînes internationales et des studios de production de séries et de films internationaux
- Accord pour développer un parc à thèmes Universal à Dubaï

vivendi

Source GE : Résultats avec 100% du chiffre d'affaires et un résultat des activités net des intérêts minoritaires après impôts



## Analyse de la quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence au 1<sup>er</sup> semestre 2007

*En millions d'euros - Normes IFRS*

	2007	2006
■ Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	172	155
■ NBCU	143	157
■ Neuf Cegetel (40% fin juin 2007 / 35% fin juin 2006)	31	(2)
■ Autres	(2)	0



## Coût du financement au 1<sup>er</sup> semestre 2007

*En millions d'euros – Normes IFRS*

	2007	2006
■ Coût du financement	(64)	(115)
Charge d'intérêt sur les emprunts (y compris swap)	(156)	(147)
□ Taux de financement (%)	4,00%	4,42%
□ Encours moyen des emprunts (en milliards d'euros)	7,8	6,6
Interêts capitalisés sur l'acquisition de BMGP	25	-
Produits d'intérêt de la trésorerie	67	32

## Autres charges et produits financiers du 1<sup>er</sup> semestre 2007

En millions d'euros – Normes IFRS

	2007	2006
■ <b>Autres charges et produits financiers</b> (non compris dans le Résultat net ajusté)	77	(519)
<b>Résultat sur cession d'activités et d'investissements financiers</b>	162	(490)
■ dont cession de 10,18% de Canal+ France à Lagardère	239	-
■ dont dépréciation de l'investissement dans Amp'd	(65)	-
■ dont mise à valeur zéro des titres PTC	-	(496)
■ dont moins-value de cession sur actions DuPont	-	(98)
■ dont plus-value sur vente d'actions Sogecable	-	66
<b>Effet du coût amorti sur les emprunts (y compris primes encourues lors de remboursements anticipés)</b>	(14)	(12)
<b>Effet de la désactualisation d'autres actifs et passifs</b>	(36)	(7)
<b>Autres</b>	(35)	(10)

## Analyse de l'impôt du 1<sup>er</sup> semestre 2007

En millions d'euros – Normes IFRS

	2007	2006
<b>■ Impôts au compte de résultat</b>	<b>(476)</b>	<b>651</b>
Compris dans le résultat net ajusté	(532)	(463)
■ Bénéfice Mondial Consolidé (année n)	269	291
■ Charge d'impôt	(801)	(754)
Non compris dans le résultat net ajusté	56	1 114
■ BMC (variation d'impôts différés n+1/n)	(4)	7
■ Autres impôts	60	1 107
<b>■ Impôts payés en numéraire (cash)</b>	<b>(899)</b>	<b>(1 258)</b>

Dont 1 019 liés au règlement du litige fiscal sur les actions DuPont

# Cash Flow net disponible du 1<sup>er</sup> semestre 2007

En millions d'euros - Normes IFRS

	2007	2006
■ <b>1. Cash flow opérationnel consolidé avant capex net</b>	3 060	2 787
2. Investissements industriels, nets (capex, net)	(926)	(894)
■ <b>3. Cash flow opérationnel consolidé (CFFO)</b>	2 134	1 893
4. - Impôts payés	(899)	(1 258)
▣ <i>dont règlement du litige fiscal DuPont</i>		(521)
5. - Intérêts nets payés	(89)	(115)
6. + / - Autres (dont pertes et gains de change)	(8)	66
■ <b>7. Cash flow net consolidé (CFAIT)</b>	1 138	586
8. - CFAIT de SFR et de Maroc Telecom	(897)	(857)
9. + Dividendes reçus de SFR et de Maroc Telecom	916	793
■ <b>10. Cash flow disponible au niveau de la Holding</b>	1 157	522
▣ <i>Dont Cash flow disponible au niveau de la holding hors litige DuPont</i>	1 157	1 043
11. - Dividendes versés aux actionnaires de Vivendi	(1 387)	(1 152)
■ <b>12. Cash flow disponible après versement du dividende</b>	(230)	(630)

**Résultat opérationnel ajusté (EBITA)** : 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 amortissement des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises et dépréciations des écarts d'acquisitions et autres actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises.

**Résultat net ajusté** : comprend les éléments suivants : le résultat opérationnel ajusté, la quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence, le coût du financement, les produits perçus des investissements financiers, comprenant les dividendes reçus de participations non consolidées, ainsi que les intérêts perçus sur les avances en compte courant aux sociétés mises en équivalence et sur les prêts aux participations non consolidées, ainsi que les impôts et les intérêts minoritaires relatifs à ces éléments. Il n'intègre pas les éléments suivants : les dépréciations des écarts d'acquisition et autres actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises, l'amortissement des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises, 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 afférents aux ajustements, ainsi que certains éléments d'impôt non récurrents (en particulier, la variation des actifs d'impôt différé liés au 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)** : acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles, nettes des cessions.

**Endettement financier net** : L'endettement financier net est calculé par addition des emprunts et autres passifs financiers à long terme et à court terme tels que présentés au bilan consolidé, moins la trésorerie et équivalents de trésorerie, tels que présentés au bilan consolidé, ainsi que les instruments financiers dérivés à l'actif et les dépôts en numéraire adossés à des emprunts (inclus au bilan consolidé dans la rubrique « actifs financiers »).

# Équipe Relations Investisseurs

## Daniel Scolan

Directeur des Relations Investisseurs  
+33.1.71.71.14.70  
[daniel.scolan@vivendi.com](mailto:daniel.scolan@vivendi.com)

## Paris

42, Avenue de Friedland  
75380 Paris cedex 08 / France  
Téléphone : +33.1.71.71.32.80  
Fax : +33.1.71.71.14.16

## Laurence Daniel

Directeur Adjoint  
[laurence.daniel@vivendi.com](mailto:laurence.daniel@vivendi.com)

## Agnès De Leersnyder

Analyste Financier  
[agnes.de-leersnyder@vivendi.com](mailto:agnes.de-leersnyder@vivendi.com)

## New York

800 Third avenue New York,  
NY 10022 / USA  
Téléphone : +1.212.572.1334  
Fax : +1.212.572.7112

## Eileen McLaughlin

Directeur Adjoint  
[eileen.mclaughlin@vivendi.com](mailto:eileen.mclaughlin@vivendi.com)

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

## Avertissement juridique important

*La présente présentation contient des déclarations prospectives relatives à la situation financière, aux résultats des opérations, aux métiers, à la stratégie et aux projets de Vivendi. Même si Vivendi estime que ces déclarations prospectives reposent sur des hypothèses raisonnables, elles ne constituent pas des garanties quant à la performance future de la société. Les résultats effectifs peuvent être très différents des déclarations prospectives en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes, dont la plupart sont hors de notre contrôle, et notamment le risque que Vivendi n'obtienne pas les autorisations nécessaires à la finalisation 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](http://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](http://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.*