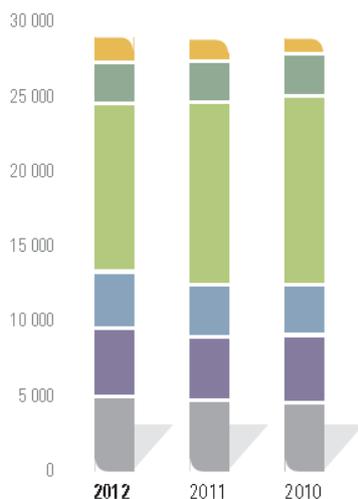


4.1. INDICATEURS ÉCONOMIQUES

4.1.1. Répartition du chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires par activité

au 31 décembre – en millions d'euros



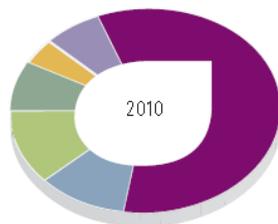
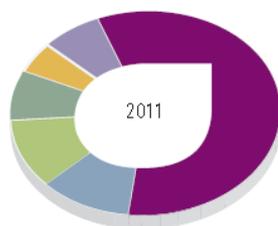
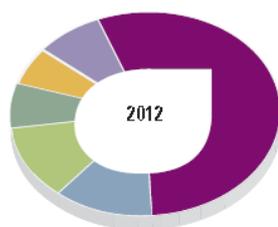
| | 2012 | 2011 | 2010 |
|---|---------------|---------------|---------------|
| Groupe Canal+ (1) | 5 013 | 4 857 | 4 712 |
| Universal Music Group (2) | 4 544 | 4 197 | 4 449 |
| Activision Blizzard | 3 768 | 3 432 | 3 330 |
| SFR | 11 288 | 12 183 | 12 577 |
| Groupe Maroc Telecom | 2 689 | 2 739 | 2 835 |
| GVT | 1 716 | 1 446 | 1 029 |
| Activités non stratégiques et autres, et élimination des opérations intersegment | (24) | (41) | (54) |
| TOTAL | 28 994 | 28 813 | 28 878 |

(1) Y compris D8 et D17, consolidées depuis le 27 septembre 2012, et « n », consolidé depuis le 30 novembre 2012.

(2) Y compris EMI Recorded Music, consolidé depuis le 28 septembre 2012.

Chiffre d'affaires par zone géographique

au 31 décembre – en millions d'euros



| | 2012 | 2011 | 2010 |
|-------------------|---------------|---------------|---------------|
| France | 15 955 | 16 800 | 17 097 |
| Reste de l'Europe | 3 393 | 3 173 | 3 061 |
| États-Unis | 3 395 | 3 085 | 3 375 |
| Maroc | 2 029 | 2 166 | 2 296 |
| Brésil | 1 797 | 1 527 | 1 084 |
| Reste du monde | 2 425 | 2 062 | 1 965 |
| TOTAL | 28 994 | 28 813 | 28 878 |

4.1.2. Investissements dans les contenus et les réseaux

| Investissements bruts de contenus (millions €) | GRI | PM | OCDE | |
|--|---------------------------------------|-------|-------|-------|
| | DMA volet Performance économique, EC1 | 1, 2 | IV | |
| | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 |
| Donnée consolidée | 2 568 | 2 265 | 2 366 | 2 384 |
| GC+ | 1 672 | | | |
| UMG | 657 | | | |
| AB | 231 | | | |
| Autres | 8 | | | |

Les investissements bruts de contenus regroupent les avances versées par Activision Blizzard au titre des jeux et développement des jeux, les avances versées par UMG aux artistes, les droits de diffusion d'événements sportifs, de films et de programmes télévisés de Groupe Canal+, ainsi que les investissements de contenus réalisés par VME (Vivendi Mobile Entertainment) à hauteur de 8 millions d'euros (ligne « Autres »).

| Investissements industriels, nets (millions €) | GRI | PM | OCDE | |
|--|---|-------|----------|-------|
| | DMA EC volet Performance économique, EC1, IO1 | 1, 2 | IV, IX.1 | |
| | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 |
| Donnée consolidée | 4 490 | 3 340 | 3 357 | 2 562 |
| GC+ | 230 | | | |
| UMG | 56 | | | |
| AB | 57 | | | |
| SFR | 2 736 | | | |
| GMT | 457 | | | |
| GVT | 947 | | | |
| Autres | 7 | | | |

La ligne « Autres » regroupe les investissements industriels nets liés à « Holding et Corporate » et aux « Activités non stratégiques et autres ». En 2012, les investissements industriels nets relatifs aux activités de télécommunications (SFR, groupe Maroc Telecom et GVT) ont représenté 4 140 millions d'euros.

4.1.3. Impact et audience

| | | GRI | PM | OCDE |
|--|--|--|---|------|
| Base de clients des filiales du groupe (millions) | | 2.5, 2.7, DMA EC volet Présence sur le marché, PA4 | - | - |
| | | 2012 | 2011 | 2010 |
| Donnée consolidée | | 94,2 | 88,9 | 82,9 |
| GC+ | Près de 14,3 millions d'abonnements à la télévision payante, dont 11,4 en France (Métropole et Outre-mer) et en Afrique, et plus de 2,9 à l'international (Pologne et Vietnam) | > 12,9 11,2 1,7 | 12,7 11,1 1,7 | |
| UMG | - | - | - | |
| AB | Plus de 9,6 millions d'abonnés à <i>World of Warcraft®</i> | ≈ 10,2 | > 12 | |
| SFR | Plus de 23,3 millions de clients mobiles (abonnés, prépayés et MVNO) Plus de 5 millions de clients abonnés Internet haut débit et fixe | ≈ 24 > 5 | 21,3 4,9 | |
| GMT | Plus de 30,5 millions de clients mobiles, dont plus de 17,8 millions au Maroc (clients abonnés et prépayés) et près de 12,7 millions dans les filiales subsahariennes du groupe Plus de 2,3 millions de clients Internet haut débit et fixe, dont plus de 1,9 million au Maroc et près de 0,4 million dans les filiales africaines du groupe | > 26,7 17,1 9,6 > 2,2 1,8 0,4 | 23,8 16,8 6,9 > 0,5 0,497 0,77 | |
| GVT | Plus de 9 millions de lignes en service | > 6,3 | > 4,2 | |

4.1.4. Schéma du partage de la valeur en 2012

Le graphique ci-dessous illustre schématiquement le partage de la valeur produite par Vivendi entre ses principales parties prenantes (données au 31/12/2012).

