

Le 20 avril 2006

**Note :** Vivendi Universal publiera au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires (BALO) des informations préliminaires et non auditées sur son chiffre d'affaires du premier trimestre 2006, établi selon les normes IFRS conformément à la réglementation européenne.

## Vivendi Universal : Chiffre d'affaires du premier trimestre 2006 en hausse de 6,5 % en base comparable

### **Chiffre d'affaires premier trimestre 2006**

**Le chiffre d'affaires publié de Vivendi Universal s'élève à 4 766 millions d'euros, contre 4 509 millions d'euros au premier trimestre 2005, soit une hausse de 5,7 %.**

**En base comparable<sup>1</sup>, le chiffre d'affaires s'élève à 4 766 millions d'euros, contre 4 474 millions d'euros au premier trimestre 2005, soit une hausse de 6,5 %.**

### **Universal Music Group**

Le chiffre d'affaires d'Universal Music Group (UMG) s'élève à 1 125 millions d'euros, en hausse de 8,4 % par rapport à l'année précédente, grâce à la forte croissance des ventes de musique numérisée, aux fortes ventes des artistes locaux au Japon, à la hausse de l'activité d'édition musicale ainsi qu'à un effet de change favorable. Les ventes de musique numérisée s'élèvent à 111 millions d'euros, soit 10 % du chiffre d'affaires d'UMG, en hausse de 146 % (avec une forte croissance sur toutes les régions géographiques et sur tous les domaines musicaux) par rapport au premier trimestre 2005.

A taux de change constant, le chiffre d'affaires d'UMG est en hausse de 2,8 % à comparer avec un excellent premier trimestre 2005 qui comprenait un calendrier de sorties exceptionnel incluant 50 Cent et The Game.

Parmi les meilleures ventes du trimestre figurent les nouveaux albums d'Andrea Bocelli, Jack Johnson et Prince ainsi que le premier album de Ne-Yo qui est arrivé en tête du hit-parade américain en mars dernier, ainsi que NOW 21 aux Etats-Unis, Spitz et Dreams Come True au Japon et la poursuite des ventes de l'album de Mary J. Blige. Les meilleures ventes du premier

<sup>1</sup> La base comparable illustre essentiellement l'impact des cessions ou arrêts d'activités intervenus en 2005 (principalement NC Numéricâble chez Groupe Canal+ et Annuaire Express, services de renseignement téléphonique de SFR) et tient compte de la consolidation par intégration globale de participations dans des sociétés de distribution par SFR, comme si ces opérations étaient intervenues au 1<sup>er</sup> janvier 2005. Le chiffre d'affaires en base comparable n'est pas nécessairement indicatif de ce qu'aurait été le chiffre d'affaires, si les évènements en question s'étaient effectivement produits au 1<sup>er</sup> janvier 2005.

trimestre 2005 comprenaient les nouveaux albums de 50 Cent, The Game, Jack Johnson et 3 Doors Down, en plus de la poursuite des fortes ventes des albums de The Killers et de Gwen Stefani.

Aux Etats-Unis, les ventes totales d'albums estimées par SoundScan ont baissé de 3 %<sup>2</sup> malgré des ventes d'albums numérisés qui progressent de 143 %. La vente de titres numérisés a dépassé les 140 millions de titres représentant une hausse de 89 % par rapport à 2005.

Six albums d'UMG figurent dans le top 10 des meilleures ventes du premier trimestre dont les numéros 1 et 2.

### **Vivendi Universal Games**

Le chiffre d'affaires de Vivendi Universal Games (VUG) s'élève à 134 millions d'euros, en progression de 18,6 % par rapport au premier trimestre 2005 (en hausse de 9,7 % à taux de change constant). Cette amélioration est le résultat du succès continu de *World of Warcraft*, jeu de rôle en ligne multi joueurs par abonnement (*massively multiplayer online role-playing game – MMORPG*) de Blizzard Entertainment.

Parmi les autres performances du premier trimestre figurent les ventes en Amérique du Nord du nouveau jeu *Ice Age 2*, inspiré du film de la Fox, actuellement sur les écrans ainsi que la poursuite des ventes de *50 Cent : Bulletproof* et de *Crash Tag Team Racing*.

### **Groupe Canal+**

Le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'établit à 899 millions d'euros, contre 881 millions d'euros au premier trimestre 2005. En base comparable<sup>3</sup> la hausse du chiffre d'affaires atteint 7,7 % par rapport au premier trimestre 2005.

Le chiffre d'affaires des activités de télévision à péage en France progresse de 11 % par rapport à la même période en 2005. Cette évolution est due principalement à la croissance du portefeuille global (Canal+ et CanalSat) combinée à la hausse du revenu par abonné.

Les recrutements de nouveaux abonnés se maintiennent à des niveaux élevés, comparables à ceux enregistrés sur la même période en 2005. Fin mars, Canal+ Le Bouquet représentait 54 % du parc d'abonnement total de Canal+, soit 5 points de plus par rapport à mars 2005.

Le chiffre d'affaires des activités de télévision à péage en Pologne est en hausse grâce à la croissance du portefeuille d'abonnés.

Concernant StudioCanal, la hausse du chiffre d'affaires enregistrée sur les sorties en salle et les ventes de DVD ne compense pas, sur ce premier trimestre, la baisse de revenus liés aux films Working Title.

### **SFR**

Le chiffre d'affaires de SFR s'élève à 2 135 millions d'euros, en hausse de 3,4 % par rapport à 2005 (2,9 % en base comparable<sup>4</sup>).

Les effets favorables de la croissance du parc et de la progression des usages «voix» et «data» sont en partie compensés par les fortes baisses des tarifs réglementés intervenues au 1<sup>er</sup> janvier 2006 (baisse de 24 % pour les terminaisons d'appels vers un réseau mobile et baisse de 19,4 % pour les terminaisons SMS) ainsi que par les baisses de prix des communications facturé aux clients dans les nouvelles offres tarifaires lancées en 2005. L'ARPU annualisé de SFR<sup>5</sup> est en baisse de 1,8 % à 479 euros à fin mars 2006 (contre 487 euros à fin mars 2005).

<sup>2</sup> Les ventes SoundScan du 1<sup>er</sup> janvier 2006 jusqu'à la semaine finissant le 2 avril 2006.

<sup>3</sup> La base comparable illustre principalement l'impact des cessions réalisées par Groupe Canal+ (principalement NC Numéricâble en 2005) comme si ces opérations s'étaient produites le 1<sup>er</sup> janvier 2005.

<sup>4</sup> La base comparable tient compte de la consolidation par intégration globale de participations dans des sociétés de distribution et exclut le chiffre d'affaires des services de renseignement téléphonique (Annuaire Express), à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2005.

<sup>5</sup> L'ARPU se définit comme le chiffre d'affaires net des promotions et du chiffre d'affaires (y compris les terminaisons d'appels mobile à mobile) réalisé pour compte de tiers pour les services de contenu (dont le chiffre d'affaires reversé pour les numéros spéciaux), hors roaming in et ventes d'équipements, divisé par le parc moyen de clients total Arcep pour les douze derniers mois. En outre, l'ARPU est présenté en base comparable, hors Annuaire Express.

Hors impact des baisses des tarifs réglementés, le chiffre d'affaires de SFR aurait progressé de 7,2 %.

SFR a fait preuve d'un bon dynamisme commercial sur le trimestre, avec 130 000 nouveaux clients, ce qui porte son parc total à 17,328 millions de clients<sup>6</sup>, une hausse de 8,3 % par rapport à fin mars 2005. Le parc d'abonnés a augmenté de 12,7 % par rapport à mars 2005 et s'élève désormais à 11,039 millions, se traduisant par une amélioration du mix client de 2,5 points en un an.

Le nombre de clients 3G s'établit à 1,352 million à fin mars 2006 contre 1,003 million à fin décembre 2005.

L'usage de la voix mobile des clients de SFR (AUPU)<sup>7</sup> s'établit à 309 minutes par mois et poursuit ainsi sa forte progression avec une hausse de 14,3 % par rapport au premier trimestre de l'année dernière.

Les usages des services de données progressent également de manière significative et représentent 13,5 % du chiffre d'affaires du réseau au premier trimestre contre 11,8 % en 2005, sous l'effet d'une augmentation de 18 % du nombre de SMS à 1,6 milliard, d'une multiplication par 1,7 des MMS envoyés par les clients SFR à 43 millions et de la forte progression des autres services. Ces derniers représentent désormais 31 % du chiffre d'affaires des services de données contre 27 % à fin mars 2005. A fin mars 2006, l'ARPU des services de données s'établit à 61 euros, en croissance de 14 % sur un an.

Ces performances reflètent le succès des offres de SFR qui visent à substituer progressivement l'usage de la voix sur le réseau fixe par le réseau mobile (lancements des formules « Absolu » pour les entreprises et de « Simply » pour le grand public au premier trimestre 2006) et à développer de nouveaux usages du téléphone mobile, notamment autour de la musique (lancements des services « Pass Music Illimité » et « Radio DJ », premier service de musique illimité personnalisable et interactif en France).

## **Maroc Telecom**

Le chiffre d'affaires de Maroc Telecom s'établit à 483 millions d'euros, en progression de 14,2 % par rapport à mars 2005 (+11,8 % à taux de change constant).

Le chiffre d'affaires de l'activité Mobile s'établit à 300 millions d'euros, en hausse de 17,9 % par rapport à mars 2005 (+15,3 % à taux de change constant).

Cette progression est due essentiellement à la croissance du parc<sup>(8) (9)</sup> qui atteint 8,576 millions de clients, +27,8 % par rapport à fin mars 2005 avec un accroissement net de 339 000 clients sur le trimestre.

L'ARPU mensuel<sup>8 10</sup> et le taux d'attrition s'établissent respectivement à 10,1 euros (-9,8 % par rapport à mars 2005) et 15,3 % (+5,4 points par rapport à mars 2005) sous l'effet de la forte augmentation du parc.

Le chiffre d'affaires de l'activité Fixe et Internet s'élève à 282 millions d'euros, en hausse de 10,1 % par rapport à mars 2005 (+7,7 % à taux de change constant) grâce à un parc en légère hausse, aux réaménagements tarifaires engagés au cours du dernier trimestre 2005 et à la poursuite du succès rencontré par l'activité haut débit.

Le parc fixe<sup>(8)</sup> atteint 1,336 million de lignes (+0,1 % par rapport à mars 2005). Le parc ADSL<sup>(8)</sup> poursuit sa croissance, en particulier avec des promotions au premier trimestre, et s'établit à 296 000 lignes (+54 000 sur le trimestre, +225 % par rapport à mars 2005).

---

<sup>6</sup> Parc SFR hors parc de clients pour compte de tiers (179 000 à fin mars).

<sup>7</sup> L'AUPU se définit comme la somme des volumes entrant et sortant de minutes "voix" divisée par le parc moyen de clients total Arcep pour les douze derniers mois.

<sup>8</sup> Données hors Mauritel.

<sup>9</sup> Le parc, conformément à la définition de l'ANRT suivie à partir de 2006 par Maroc Telecom, est constitué des clients prépayés ayant émis ou reçu un appel voix durant les trois derniers mois et des clients postpayés non résiliés.

<sup>10</sup> L'ARPU se définit comme le chiffre d'affaires (généré par les appels entrants et sortants et par les services de données) net des promotions, hors roaming et ventes d'équipement, divisé par le parc moyen de la période.

**Avertissement Important :**

Vivendi Universal est une société cotée au NYSE et à Euronext Paris SA et le présent communiqué de presse contient des déclarations prospectives au sens des dispositions du US Private Sector Securities Litigation Reform Act de 1995. Ces déclarations ne sont 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 les perspectives 2006 de résultat net ajusté puissent différer des prévisions énoncées, de même que les risques décrits dans les documents déposés par Vivendi Universal auprès de la U.S. Securities and Exchange Commission et de l'Autorité des Marchés Financiers. Il est fortement conseillé aux investisseurs et aux détenteurs de valeurs mobilières de prendre connaissance de ces documents, disponibles sur les sites de la U.S. Securities and Exchange Commission ([www.sec.gov](http://www.sec.gov)) et de l'Autorité des Marchés Financiers ([www.amf-france.org](http://www.amf-france.org)). Ils peuvent également obtenir gratuitement copie des documents auprès de Vivendi Universal. Le présent communiqué de presse contient des informations prospectives qui ne peuvent s'apprécier qu'au jour de la diffusion du présent communiqué de presse.

**CONTACTS :**

**Médias**

**Paris**

Antoine Lefort  
+33 (0) 1 71 71 11 80  
Agnès Vétillart  
+33 (0) 1 71 71 30 82  
Alain Delrieu  
+33 (0) 1 71 71 10 86

**New York**

Flavie Lemarchand  
+(1) 212.572.1118

**Relations Investisseurs**

**Paris**

Daniel Scolan  
+33 (0) 1 71 71 32 91  
Laurence Daniel  
+33 (0) 1 71 71 12 33  
Edouard Lassalle  
+33 (0) 1 71 71 30 45

**New York**

Eileen McLaughlin  
+(1) 212.572.8961

## ANNEXE

### VIVENDI UNIVERSAL CHIFFRE D'AFFAIRES PAR METIER

**(IFRS, non audité)**

#### **BASE COMPARABLE**

**La base comparable illustre essentiellement l'impact des cessions ou arrêts d'activités intervenus en 2005 (principalement NC Numéricâble chez Groupe Canal+ et Annuaire Express, services de renseignement téléphonique de SFR) et tient compte de la consolidation par intégration globale de participations dans des sociétés de distribution par SFR, comme si ces opérations étaient intervenues au 1<sup>er</sup> janvier 2005. Le chiffre d'affaires en base comparable n'est pas nécessairement indicatif de ce qu'aurait été le chiffre d'affaires, si les événements en question s'étaient effectivement produits au 1<sup>er</sup> janvier 2005.**

(en millions d'euros)	1 <sup>ers</sup> trimestres clos le 31 mars			% Variation à taux de change constant
	2006	2005	% Variation	
<b>Chiffre d'affaires</b>				
Universal Music Group	1 125	1 038	8,4%	2,8%
Vivendi Universal Games	134	113	18,6%	9,7%
Groupe Canal+	899	835	7,7%	7,3%
SFR	2 135	2 075	2,9%	2,9%
Maroc Telecom	483	423	14,2%	11,8%
Activités non stratégiques et élimination des opérations inter segment (a)	(10)	(10)	na*	na*
<b>Total Vivendi Universal</b>	<b>4 766</b>	<b>4 474</b>	<b>6,5%</b>	<b>4,7%</b>

#### **PUBLIE (b)**

(en millions d'euros)	1 <sup>ers</sup> trimestres clos le 31 mars			% Variation
	2006	2005	% Variation	
<b>Chiffre d'affaires</b>				
Universal Music Group	1 125	1 038	8,4%	8,4%
Vivendi Universal Games	134	113	18,6%	18,6%
Groupe Canal+	899	881	2,0%	2,0%
SFR	2 135	2 064	3,4%	3,4%
Maroc Telecom	483	423	14,2%	14,2%
Activités non stratégiques et élimination des opérations inter segment (a)	(10)	(10)	na*	na*
<b>Total Vivendi Universal</b>	<b>4 766</b>	<b>4 509</b>	<b>5,7%</b>	<b>5,7%</b>

na\* : non applicable.

(a) Comprend Vivendi Telecom International, Vivendi Valorisation et les autres activités non stratégiques.

(b) Données telles qu'elles seront publiées au BALO.