



Message de Jean-Bernard Lévy, Président du Directoire

En 2010, Vivendi a obtenu de bons résultats. Tous les indicateurs progressent par rapport à 2009. Les investissements de croissance, en particulier dans les jeux vidéo, au Brésil et dans les réseaux d'accès à l'Internet en France, sont les moteurs de la performance. Malgré une conjoncture difficile et des mesures réglementaires et fiscales qui pèsent lourdement sur les capacités du groupe à investir, 2011 devrait voir une légère croissance de ses profits à périmètre constant et le maintien d'un dividende en numéraire à un niveau élevé.

Après la cession de sa participation dans NBC Universal, Vivendi contrôle seul l'ensemble de ses actifs. Plus que jamais, le consommateur de services et de contenus numériques est au cœur des priorités du groupe. Pour répondre à ses attentes, Vivendi entend développer les partages d'expertises et les projets communs entre les métiers. L'objectif est de stimuler l'innovation et d'accélérer la croissance organique.

Activision Blizzard, dont les jeux *Call of Duty*, *StarCraft* et *World of Warcraft* ont connu en 2010 des records de vente, va continuer d'investir pour saisir les opportunités dans les jeux en ligne à travers le monde. Parmi ces nouveaux développements figurent des jeux de Blizzard Entertainment, notamment *Diablo*, les prochains titres de *Call of Duty*[®], et le développement d'une communauté numérique autour de cette franchise. Prévu fin 2011, *Skylanders Spyro's Adventure*[®] rassemblera de façon novatrice les mondes des jouets, des jeux vidéo et de l'Internet.

“Plus que jamais, le consommateur de services et de contenus numériques est au cœur des priorités du groupe.”

Sur le marché de la musique, les priorités d'Universal Music Group vont à la poursuite des investissements créatifs. UMG va continuer à investir de façon importante dans les artistes, ainsi que dans le soutien et le développement de nouvelles plateformes et de services numériques. Le succès de Vevo, premier site Internet de vidéos musicales aux États-Unis, se confirme. En 2010, l'album *Recovery* d'Eminem et celui de Take That ont été respectivement numéros un des ventes aux États-Unis et au Royaume-Uni.

SFR a signé avec La Poste un accord pour lancer au deuxième trimestre 2011 un Opérateur mobile virtuel (MVNO), qui devrait s'imposer parmi les leaders de ce marché. La neufbox Evolution est un succès : à fin février 2011, elle comptait déjà plus de 200 000 clients. L'explosion des ventes de *smart-phones*, le nombre croissant de nouveaux clients à l'Internet haut débit, ainsi que le dynamisme de l'activité Entreprises, sont les facteurs de la bonne performance de SFR.

Groupe Maroc Telecom connaît une dynamique exceptionnelle. Sa base de clients est en hausse grâce à des offres et des services innovants, et à la croissance soutenue du parc mobile au Maroc et plus encore dans ses filiales en Afrique où il poursuit un important programme d'investissements. Grâce à son engagement de long terme au service des économies et des sociétés africaines, il est à même d'assurer le déploiement des infrastructures et des services numériques, vecteurs de la circulation de l'information et de la diffusion de la connaissance, y compris jusque dans les zones les plus éloignées.

GVT présente des perspectives de croissance spectaculaire. Il va poursuivre son expansion géographique et prévoit de couvrir 80 villes supplémentaires dans les cinq ans à venir. Il maintient son avantage concurrentiel avec des débits ultra-rapides à des tarifs très compétitifs, en capitalisant sur son réseau, le plus moderne du Brésil, sur sa qualité de service inégalée, et sur l'introduction d'une offre de télévision payante dès 2011.

La dynamique très positive de Groupe Canal+ se poursuit avec une effervescence d'offres fondées sur les nouvelles technologies à haute définition, le passage au tout numérique, le lancement d'une offre au Vietnam et le renforcement de sa présence à l'international via sa filiale Canal+ Overseas.

Le groupe propose à ses abonnés des services innovants pour profiter pleinement de ses programmes, à tout moment et en mobilité.

La bonne performance de Vivendi s'accompagne d'une politique de développement durable volontariste et rigoureuse dont les résultats sont salués par les agences de notation extrafinancière et par les analystes. Le partage de vues ou d'expériences avec les différents représentants de la société civile est indispensable dans cet environnement de révolution numérique.

Vivendi a une responsabilité spécifique : permettre aux générations actuelles et futures de satisfaire leur besoin de communiquer, de nourrir leur curiosité, de développer leurs talents, d'encourager les échanges interculturels et de favoriser l'esprit d'ouverture.

Depuis 2010, des critères de développement durable sont intégrés dans la rémunération variable des dirigeants, liés aux enjeux spécifiques de Vivendi, tels que l'accompagnement de la jeunesse dans ses pratiques numériques, la promotion de la diversité culturelle ou le partage des connaissances. Vivendi est la première entreprise du CAC 40 à intégrer des objectifs sociétaux de cet ordre.

Vivendi continue par ailleurs à développer sa communication vis-à-vis des actionnaires individuels. Il va de plus en plus à leur rencontre afin d'échanger avec eux. Il a créé un Club des Actionnaires et un Comité des Actionnaires, véritables passerelles entre la Direction et l'ensemble des actionnaires individuels.

En 2011, Vivendi met l'accent sur la croissance organique et l'innovation, quitte à déplacer les frontières de ses activités. Je remercie nos équipes qui, je le sais, sauront innover pour répondre aux attentes de nos clients et accompagner les changements que connaissent nos métiers, au cœur du numérique.

Jean-Bernard Livy