



# **CANAL+ DE CROISSANCE**

**CANAL+**

GROUPE

**8 mars 2007**

- ***Groupe CANAL+ : un socle solide***
  
- ***Rapprochement TPS : une opération créatrice de valeur***
  
- ***Des opportunités supplémentaires***

**CANAL+**

# GRUPE CANAL+ : APERCU

GRUPE

vivendi



**CANAL+**

GROUP



5,1%



9,9%



20%

65%

100%

## Télévision payante en France (CANAL+ France)

**CANAL+** 49%

**CANALSAT**

**CANAL+**  
DISTRIBUTION



Multi-thématiques

media overseas

## Autres activités

**STUDIO CANAL**



**CYFRA+** 75%

**CANAL+**  
REGIE

- 1. Contenus :** *deux offres complémentaires couvrant les attentes de tous les publics*
- 2. Distribution :** *un leader sur l'ensemble des plates-formes*
- 3. Abonnés :** *une base fidèle, en croissance, et une marque puissante*
- 4. Organisation :** *un management qui a fait ses preuves*
- 5. Solidité financière :** *un groupe désendetté, des revenus et une marge en constante amélioration*

# 1. CONTENUS : DEUX OFFRES COMPLEMENTAIRES COUVRANT LES ATTENTES DE TOUS LES PUBLICS



**"Demandez + à la télé"**

- **5 chaînes premium généralistes : un concentré des meilleurs contenus**
- **Des programmes récents et exclusifs**
- **Investissements programmes : 1 300 M€**
- **Un modèle unique**

**L'offre clé du groupe CANAL+**



**"Les experts de toutes vos passions"**

- **300 chaînes sur l'ensemble des thématiques**
- **Une sélection des meilleures chaînes, dont 60 exclusives**
- **Investissements programmes : 700 M€**
- **Un modèle éprouvé**

**Une offre complémentaire**

## 2. DISTRIBUTION : UN LEADER SUR L'ENSEMBLE DES PLATES-FORMES

Chiffres 2006

### Satellite



- Qualité et capacité de diffusion sur 100% du territoire
- Meilleurs indicateurs de churn et d'ARPU

7,3 M  
Abonnements

### ADSL



- Triple play, voie de retour
- Elargissement du marché au cœur des villes

0,4 M  
Abonnements

### Hertzien



- Plug & Play
- Plate-forme de choix pour les abonnés analogiques

Analogique : 1,9M  
Numérique : 0,3M

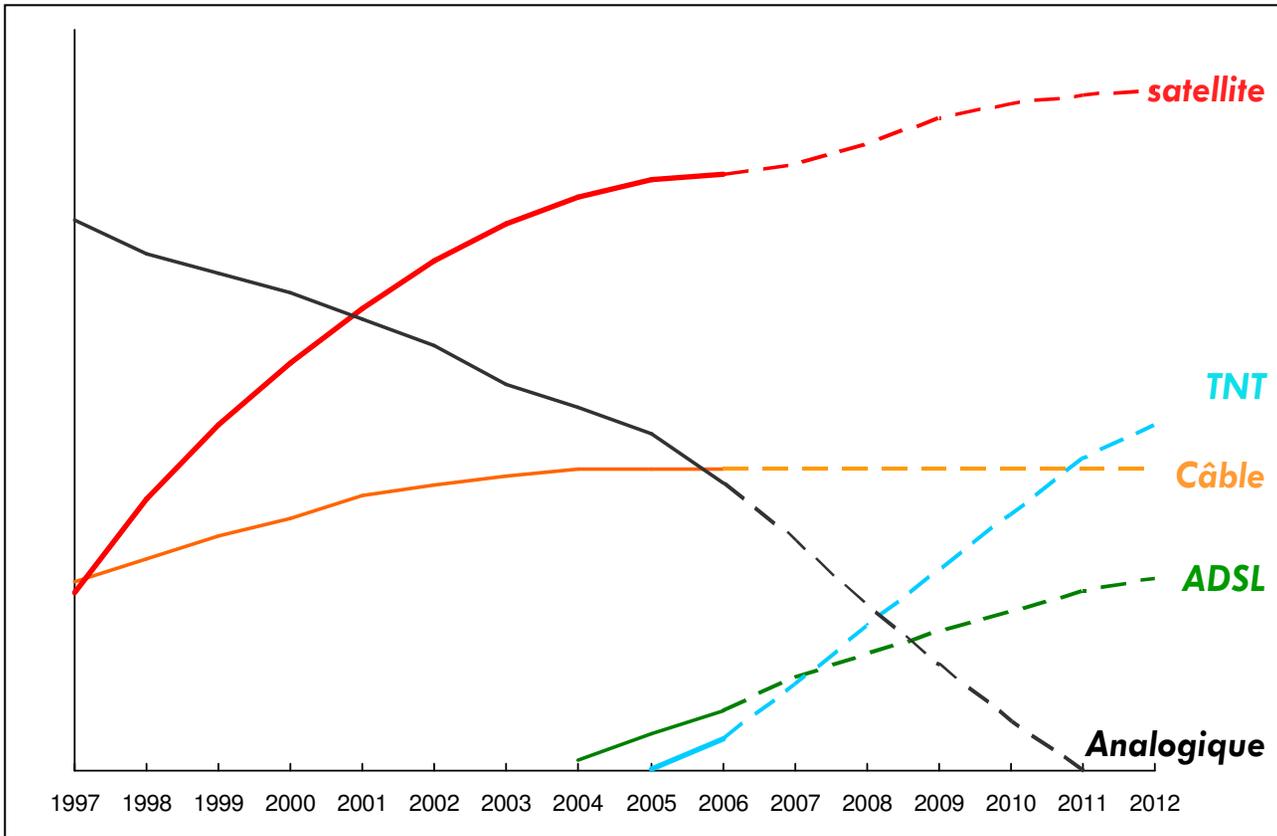
### Câble



- Triple play, voie de retour
- Vente de CANAL+ Le Bouquet et des 23 chaînes du Groupe

0,3 M  
Abonnements

## 2. DISTRIBUTION : EVOLUTION DU MARCHÉ PAR PLATE-FORME



- Le Satellite, plate-forme leader, est dynamisée par le rapprochement
- La TNT se substitue avantageusement à l'analogique
- L'ADSL poursuit sa croissance dans un contexte de forte concurrence avec le câble

Source Groupe CANAL+  
(hors abonnés gratuits ou à bas prix des FAI et de la TNT)

### 3. ABONNES : UNE BASE FIDÈLE, EN CROISSANCE, UNE MARQUE PUISSANTE

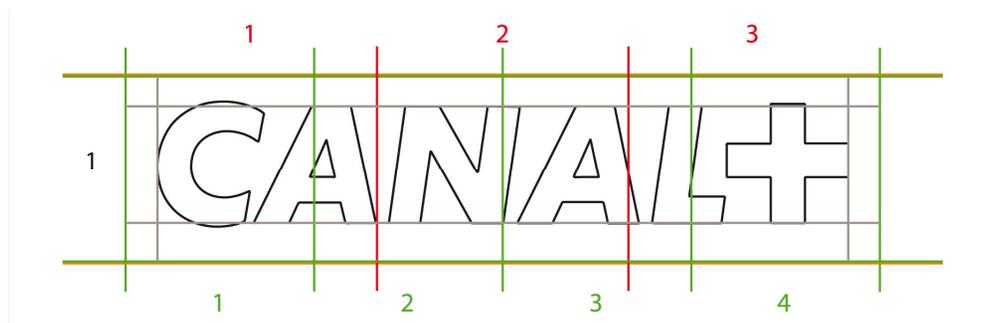
Chiffres 2006

#### ■ Une base d'abonnés large, en forte croissance, et fidèle

- 10,2 M abonnements avec TPS
- Recrutements historiques sur CANAL+ et CANALSAT
- Churn parmi les plus bas d'Europe : <12% sur CANAL+ et <11% sur CANALSAT

#### ■ Une marque puissante et reconnue

- 100% de notoriété en France
- 1<sup>er</sup> opérateur de télévision par abonnement cité
- 1<sup>er</sup> opérateur en lequel les prospects ont confiance



## 4. ORGANISATION : UN MANAGEMENT QUI A FAIT SES PREUVES

■ *Hausse du portefeuille d'abonnés*



■ *+ 1 M abonnements en 3 ans*

■ *Baisse des coûts d'acquisition*



■ *Baisse des SAC unitaires > 50€ en 2006 sur CANAL+ et sur CANALSAT*

■ *Hausse du revenu par abonné*



■ *+ 3,2€ ARPU sur CANAL+ en 3 ans*  
■ *+ 1,8€ sur CANALSAT en 3 ans*

■ *Maîtrise du taux de résiliation*



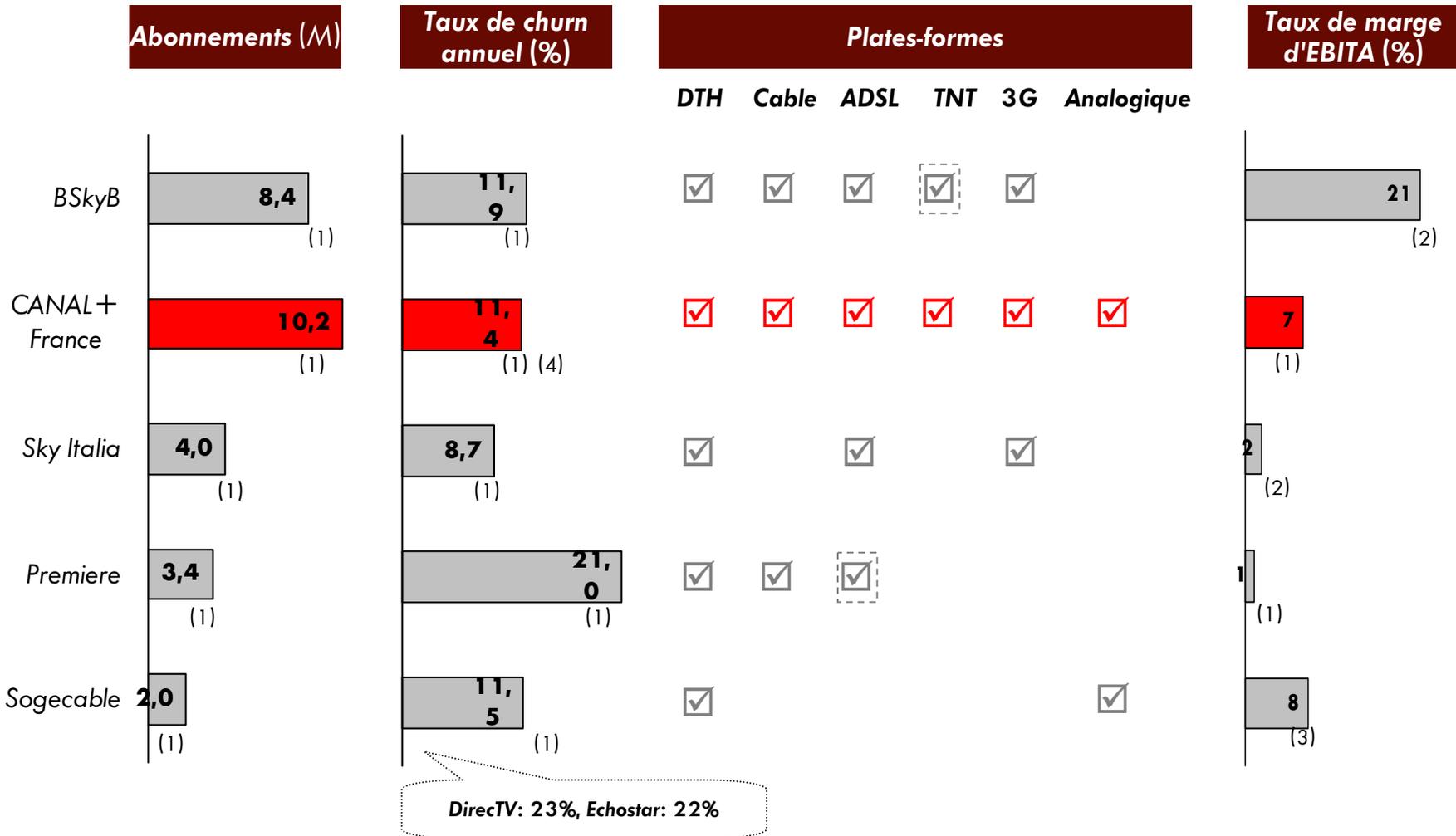
■ *Taux de résiliation sur le satellite < à 9%, en baisse de 0,3pts en 2006*

*Une dynamique commerciale et une rentabilité retrouvées*

## 5. SOLIDITE FINANCIERE : DES REVENUS ET UNE MARGE EN CONSTANTE AMELIORATION

		2005	2006	<i>Pro-Forma avec TPS</i>
				2006
<b>Abonnements totaux*</b>	<i>K abo.</i>	<b>8 450</b>	<b>8 800</b>	<b>10 250</b>
<b>Chiffre d'affaires Groupe CANAL+</b>	<i>M€</i>	<b>3 460</b>	<b>3 630</b>	<b>4 226</b>
<b>EBITA Groupe CANAL+ **</b>	<i>M€</i>	<b>202</b>	<b>251</b>	<b>294</b>
<b>% Marge EBITA/ Chiffre d'affaires</b>		<b>6%</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>
<b>Cash flow opérationnel Groupe CANAL+</b>	<i>M€</i>	<b>+ 284</b>	<b>+ 261</b>	<b>+ 297</b>

Lancement programmé



(1) 31/12/2006

(2) 30/06/2006

(3) EBIT pour Sky Italia et Sogecable (hors activité chaîne gratuite Cuatro pour Sogecable)

(4) Hors TPS

- **Groupe CANAL+ : un socle solide**

- **Rapprochement TPS : une opération créatrice de valeur**

- **Des opportunités supplémentaires**

**■ Une croissance soutenue du chiffre d'affaires :**

- > 5 *Milliards d'€ de revenus annuels*
- 11,5 *Millions abonnements CANAL+ France*

**■ Des synergies de coûts significatives :**

- > 350 *Millions d'€*

**EBITA 2010**  
**> €1 Milliard**

**OBJECTIFS**

**LEVIERS**

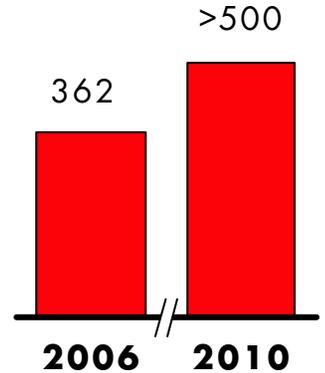
**PERFORMANCE CIBLE**

**STUDIO CANAL**

Leader européen  
du financement et  
de la distribution  
de films

- Accroître la pénétration du marché international et consolider l'activité en France
- Maintien d'un ROI moyen des investissements > 15%

- Développement international via Optimum au UK et recherche de nouveaux partenariats
- Renforcement et diversification des investissements, en particulier dans les droits internationaux

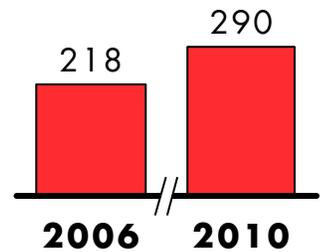


**CYFRA+**

Leader de la TV  
payante en  
Pologne

- Accroître la pénétration du marché
- Maintien d'une marge > 20%

- Nouvelle offre multi chaînes
- Développement d'offres ADSL et HD
- Offres PVR et VOD

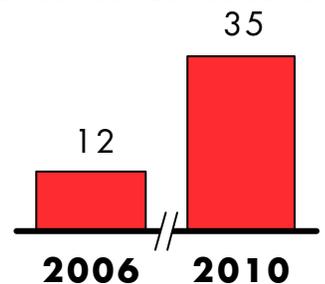


**I>TELE**

1<sup>ère</sup> chaîne  
d'information  
en France

- Développer le chiffre d'affaires publicité pour atteindre une rentabilité satisfaisante

- Bénéfice du développement de la TNT
- Poursuite de la croissance de l'audience
- Réduction des coûts



**AMELIORATION DE LA MARGE  
SUR LA TV PAYANTE EN FRANCE**

2006-2010



**Croissance du  
chiffre  
d'affaires**

**Portefeuille  
CANAL+ France + 1,3 M**

**ARPU > 5%**



**> 700 M€**



**Réduction des  
coûts**

**CANAL+**

GROUPE

# CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES : PORTEFEUILLE

Abonnements individuels, 2006-2010

**RECRUTE-  
MENTS**

- **Plateforme satellite redynamisée**
- **Objectif de couplage TPS / CANAL+ Le Bouquet**  
35% sur les abonnés TPS
- **Poursuite du couplage CANAL+ / CANALSAT**
- **Nouvelle offre CANALSAT enrichie**
- **Captation des recrutements TPS par CANALSAT**

**CHURN**

- **Satisfaction croissante des abonnés**  
amélioration des contenus, élargissement des offres
- **Numérisation de la base d'abonnés CANAL+**  
100% de la base migrée à horizon 2010-2011,  
différentiel de churn >3pts
- **Pénétration accrue des nouveaux services**  
(Multi-équipement, PVR, HD)
- **Savoir-faire dans la migration des abonnés**

**+ 1,3M abonnements**

2006-2010

CANAL+

- **Augmentation de la valeur de l'offre**
- **Numérisation de la base d'abonnés analogique**
- **Développement de nouveaux services**  
*Multi-équipement, PVR, HD*

CANALSAT

- **Enrichissement de l'offre par des chaînes exclusives TPS**
- **Modularité renforcée et attractivité accrue des packs haut-de-gamme**
- **Développement de nouveaux services sur la TNT et le satellite**
- **Revalorisation du mini-pack TNT**

**> 5% d' ARPU**

De l'analogique...

... à la TNT

## Offre

■ 1 chaîne premium **CANAL+**

- 3 chaînes premium
- Pack optionnel de 7 chaînes thématiques
- Plus de chaînes gratuites (18 au total)



## ARPU

■ Abonnement : 30,90 € / mois

- Abonnement : 39,90 € / mois dont 8 € de location de décodeur
- Revenus potentiels supplémentaires du pack optionnel : 9 € / mois (taux actuel de prise d'abonnement : 40%)

## Churn

■ 13,4%

■ 11,4%

# NOUVELLE OFFRE CANALSAT : FACTEUR DE CROISSANCE DU PORTEFEUILLE ET DE L'ARPU

Simplicité

Modularité

Richesse et diversité

Exclusivités

Innovation

Impact portefeuille

- Plus de recrutements
- Moins de churn

Impact ARPU

### LIBREMENT

<b>SERIE ET FICTION</b> 19 CHAINES 	<b>JEUNESSE ET ADOS</b> 13 CHAINES 
<b>SPORT</b> 9 CHAINES 	<b>DECOUVERTE</b> 6 CHAINES 
<b>PRATIQUE, LOISIRS ET JEUX</b> 6 CHAINES 	<b>MUSIQUE</b> 9 CHAINES 
<b>LOCALES, CULTURE ET SOCIETE</b> 6 CHAINES 	<b>INFORMATION</b> 10 CHAINES 
<b>GRANDES CHAINES GENERALISTES</b> 6 CHAINES 	<b>CHAINES INTERNATIONALES</b> + DE 60 CHAINES 

+ 50 radios en son qualité laser  
+ les 18 chaînes gratuites de la **TNT**\*

**CANALSAT LIBREMENT**

Prix TTC/mois **20,90€**

### 3 PACKS AU CHOIX

**PACK CINEMA** 11 CHAINES 9€/mois

**PACK FAMILLE** 10 CHAINES 6€/mois

**PACK SPORT** 7 CHAINES 6€/mois

**PASSIONNEMENT**

**34,90€**

### LES OPTIONS AU CHOIX

**FRISSONS** 10€/mois

**COTE MUSIQUES** 7,40€/mois

**HORIZONS** 12€/mois

**A L'UNITE** /MOIS

**INTENSEMENT**

19  
**57,90€**



# NOUVELLE OFFRE CANALSAT : FACTEUR DE CROISSANCE DE L'ARPU

CANALSAT LIBREMENT

CANALSAT PASSIONNEMENT

CANALSAT INTENSEMENT

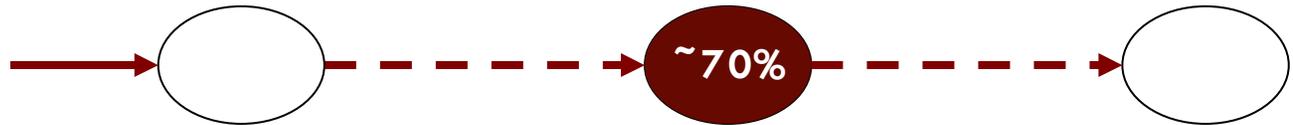
20,90€

30,90€

47,90€

Promotions  
historiques

Nouvel  
abonné



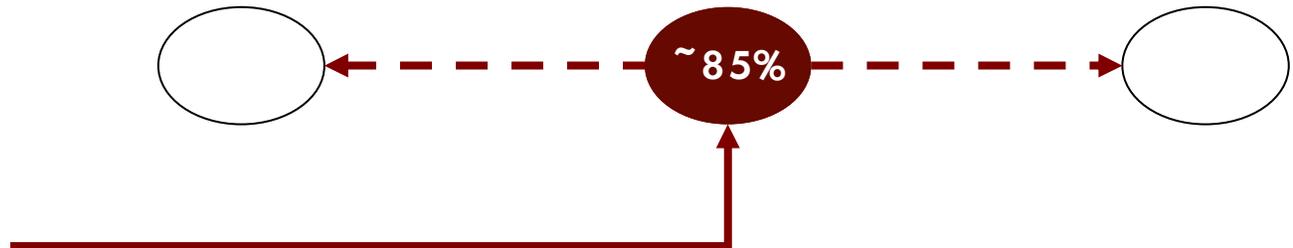
20,90€

34,90€

57,90€

Nouvelle offre  
promotionnelle

Nouvel  
abonné



# CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES : ACTIONS ENGAGEES

**CANAL+ LE BOUQUET  
ACCESSIBLE AUX  
ABONNES TPS**

- **65 000 nouveaux abonnements depuis le 7 novembre**



**NOUVELLE OFFRE  
CANALSAT**

- **Satellite/ADSL : lancement le 21 mars**
- **TNT : intégration de TF6 et LCI, option TPS Star, ajustement tarifaire : lancement le 21 mars**



**MIGRATION DES  
ABONNES TPS  
PLANIFIEE**

- **Offre actuelle enrichie depuis novembre**
- **Migration « zéro coût / zéro effort » pour l'abonné dès septembre**
- **Création d'une « task force » pour réorienter les paraboles**



**VENTE EN WHOLESALÉ  
ENCLENCHEE**

- **Vente aux FAI de TPS Star, 3 chaînes cinéma, Sport+, Télétoon, Piwi**
- **Vente aux distributeurs TNT de Planète et TPS Star**



# AMELIORATION DE LA MARGE SUR LA TV PAYANTE EN FRANCE

2006-2010

**Croissance du  
chiffre  
d'affaires**

**Réduction des  
coûts**

<b>Distribution</b>	<b>50 – 75 M€</b>	<b>&gt;350 M€</b>
<b>Technique, diffusion et structure</b>	<b>50 – 75 M€</b>	
<b>Programmes</b>	<b>200 – 250 M€</b>	

2006-2010

## Leviers

### ■ Baisse des SAC unitaires de 10 à 15%

- Dépenses marketing et communication
- Gestion des promotions
- Réseau de distribution

### ■ Baisse des SMC unitaires de 5 à 10%

- Centres d'appels
- Procédures de gestion des abonnés
- Gestion des terminaux (logistique/SAV)

## Actions engagées

- Rationalisation des dépenses publicitaires
- Mutualisation des supports de communication
- Réduction de la durée des promotions
- Optimisation des canaux de vente
- Renégociation des prestations externes
- Plan de mutualisation des moyens et optimisation de la diffusion des magazines abonnés
- Optimisation du parc de terminaux

50 - 75 M€



# REDUCTION DES COÛTS TECHNIQUES ET DES CHARGES DE STRUCTURE

2006-2010

## Leviers

## Actions engagées

- 
- **Rationalisation de la transmission satellitaire**

- **Décision de retenir Astra comme unique plate-forme satellite**

- 
- **Mutualisation des moyens : développements et infrastructures techniques**

- **Plan de rationalisation des moyens techniques**

- 
- **Réduction des charges de structure**

- **Plan de départ volontaire concernant 364 postes et rationalisation de l'immobilier**



50 - 75 M€

# CANAL+ REDUCTION DES COÛTS DE PROGRAMMES

GROUPE

2006-2010

## Leviers

## Actions engagées

Edition  
CANAL+  
France

Chaînes  
tiers

### ■ **Cinéma**

- Contexte plus favorable
- Refonte de l'offre

- Renégociations Studios
- De 14 à 7 chaînes renforcées

### ■ **Sports**

- Acheter au juste prix
- Des programmes optimisés

- Mutualisation des droits
- Arrêt de TPS Foot

### ■ **Autres Programmes**

- Rationalisation de chaînes et programmes

- Fusion des chaînes doublons
- Réduction du nombre d'émissions de flux

### ■ **Au sein de CANALSAT**

- Lancement de la nouvelle offre

- Arrêt de chaînes doublons
- Renégociation de redevances

200 - 250 M€

# AMELIORATION DE LA MARGE SUR LA TV PAYANTE EN FRANCE

2006-2010

**Croissance du  
chiffre  
d'affaires**

**Portefeuille  
CANAL+ France** + 1,3M

**ARPU** > 5%

**StudioCanal,  
Cyfra+, I>télé** > 230M€  
de croissance

**Chiffre d'affaires  
> €5 Milliards**

**Réduction des  
coûts**

**Distribution** 50 - 75M€

**Technique,  
diffusion et  
structure** 50 - 75M€

**Programmes** 200 - 250M€

**Economies  
>350 M€**

**EBITA 2010  
> €1 Milliard**

# IMPACT EBITA DES COUTS DE TRANSITION

EBITA, Millions d'Euros

- **Distribution : migration technique et commerciale des abonnés TPS**
- **Diffusion et structure : Arrêt de contrats / plan de volontariat**
- **Edition : dépréciation de contenu/ arrêt de contrats**



2006	2007	2008	TOTAL
-177	-145	-30	~ <b>-350</b>



- **Lancement de nouveaux services supplémentaires**
  - TV - SVOD
  - DVBH

- **Chaîne bonus en hertzien à l'arrêt de l'analogique**

- **Développement sur internet**

- **Opportunités à l'international**

- StudioCanal
- Télévision payante



**de Groupe CANAL+  
en 2006**

---

**à Groupe CANAL+ +  
en 2010**

---

**Chiffre d'affaires**

■ de 3,6 milliards d'€...

■ ...à plus de 5 milliards d'€

**Abonnements  
CANAL+ France**

■ de 8,8 millions

■ ...à 11,5 millions

**EBITA**

■ de 0,25 milliard d'€

■ ...à plus de €1 milliard d'€

**■ Groupe Canal+ est une filiale de Vivendi, société cotée à Euronext Paris SA. 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 et de Groupe Canal+. 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. Le présent communiqué de presse contient des informations prospectives qui ne peuvent s'apprécier qu'au jour de sa diffusion.**

# 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>

**vivendi**