

Vivendi Universal retrouve le chemin de la croissance

Qu'il est loin le temps où Vivendi Universal, géant international des médias, était au bord de la faillite. Restructuré, recentré autour de quatre activités, remanié, le groupe a retrouvé progressivement la santé entre 2003 et 2004 et confirme aujourd'hui cette tendance.

Surtout, les activités de VU en difficulté, comme la musique, les jeux-vidéos et Canal+, retrouvent aujourd'hui le chemin de la croissance. Vivendi n'est plus uniquement porté par la vigueur des télécoms (SFR/Cegetel), ce qui est nouveau. Globalement, sur 2004, VU a publié un chiffre d'affaires consolidé de 21,4 milliards d'euros en baisse de 16% sur un an mais en hausse de 5% sur une base comparable en tenant compte des nombreuses cessions réalisées. La dette, astronomique en 2002, se situe désormais à 3,1 milliards d'euros, divisée par 11 en 30 mois. Le **pôle médias** retrouve donc le sourire avec un chiffre d'affaires de 8,9 milliards d'euros (+1%) . Pour la première fois depuis 2000, le chaîne Canal+ affiche des résultats en progression. Globalement, le groupe Canal+ a généré 3,5 milliards d'euros (+4%). Le **pôle Musique** retrouve des couleurs après plusieurs trimestres de repli dus à la crise du disque. Universal Music, première Major mondiale, fait état d'un chiffre d'affaires en hausse de 5% à 4,9 milliards d'euros. Les ventes ont progressé de 8% au dernier trimestre. L'hémorragie est donc stoppée malgré l'essor continu du P2P. Les ventes de musique en ligne ont représenté 100 millions d'euros, soit 2% des ventes. Il y a donc encore du chemin à parcourir avant que les plate-formes de téléchargement légales deviennent une véritable alternative. Encore sinistré il y a quelques mois, le **pôle jeux-vidéos** s'est spectaculairement redressé fin 2004 (+10%) grâce au succès planétaire du très attendu Half Life 2. Sur l'année, l'activité est néanmoins encore dans le rouge. Et sans grand titre phare, il y a fort à parier que l'embellie de la fin de l'année ne soit que conjoncturelle. Enfin, les **télécoms** demeurent le moteur de croissance et la machine à cash de VU. Les revenus de SFR progressent de 10% tandis que la facture moyenne par abonné augmente de 2% à 432 euros par an et par abonné. Les ventes de Cegetel bondissent de 12% avec 700.000 clients revendiqués.