

24 mai 2016

fnac

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2016



fnac

24 mai 2016

fnac



PRESENTATION DU PARTENARIAT INDUSTRIEL FNAC- VIVENDI

fnac



FNAC : l'enseigne de référence des produits culturels



#1 LIBRAIRE



#1 DISQUAIRE



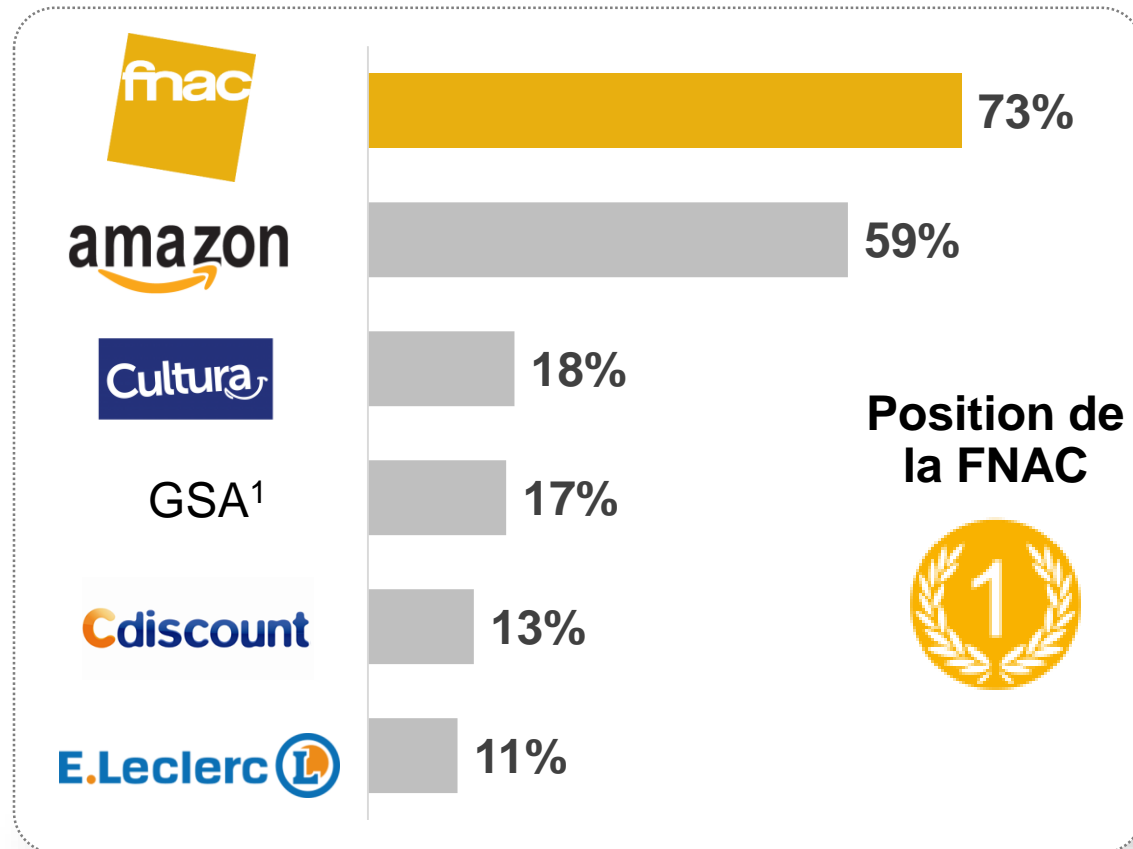
#1 DISTRIBUTEUR DE DVD



#1 ACTEUR DE BILLETTERIE

Notoriété spontanée sur la distribution des produits culturels

En % des répondants



Source : Baromètre 2014 de notoriété et d'image de la FNAC (CSA)

(1) Grande Surface Alimentaire



Un rôle clé de la Culture dans le modèle d'enseigne FNAC



38% du chiffre d'affaires Groupe 2015

>40% de la marge brute Groupe 2015

2/3 des paniers en magasin contiennent au moins un produit culturel

>80% des commandes web contiennent au moins un produit culturel

~50% des billets distribués en France

vivendi Un groupe puissant et des marques fortes

Les trois piliers du groupe



Les nouvelles initiatives

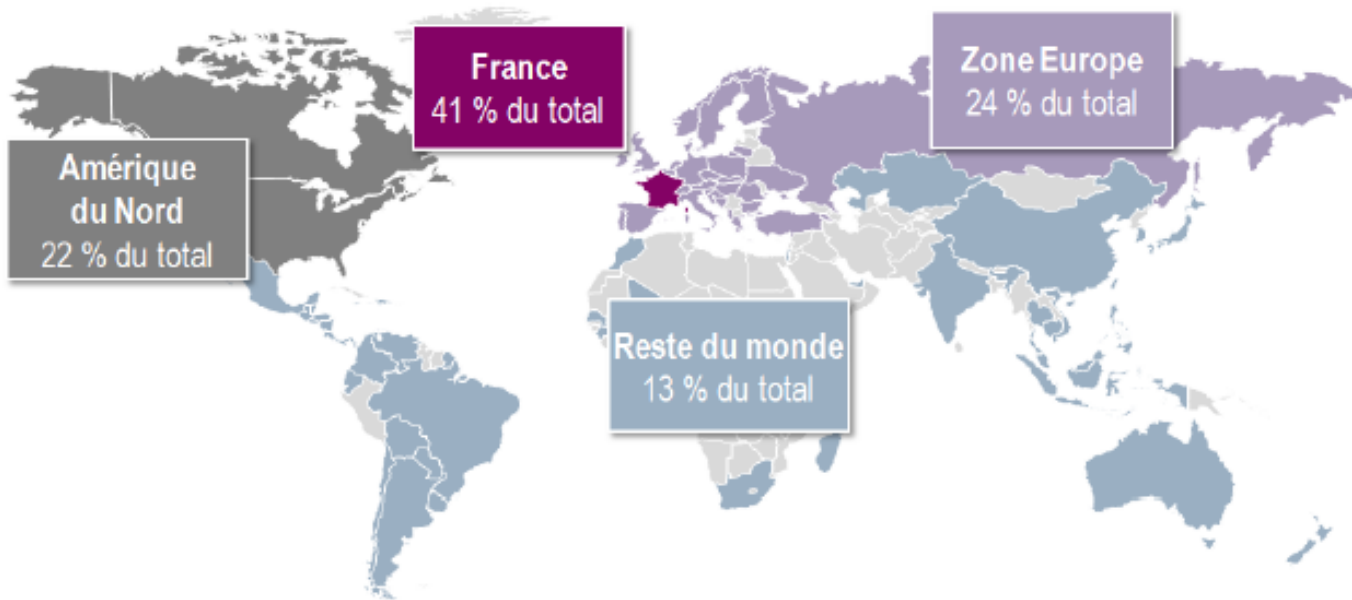


Chiffres-clés

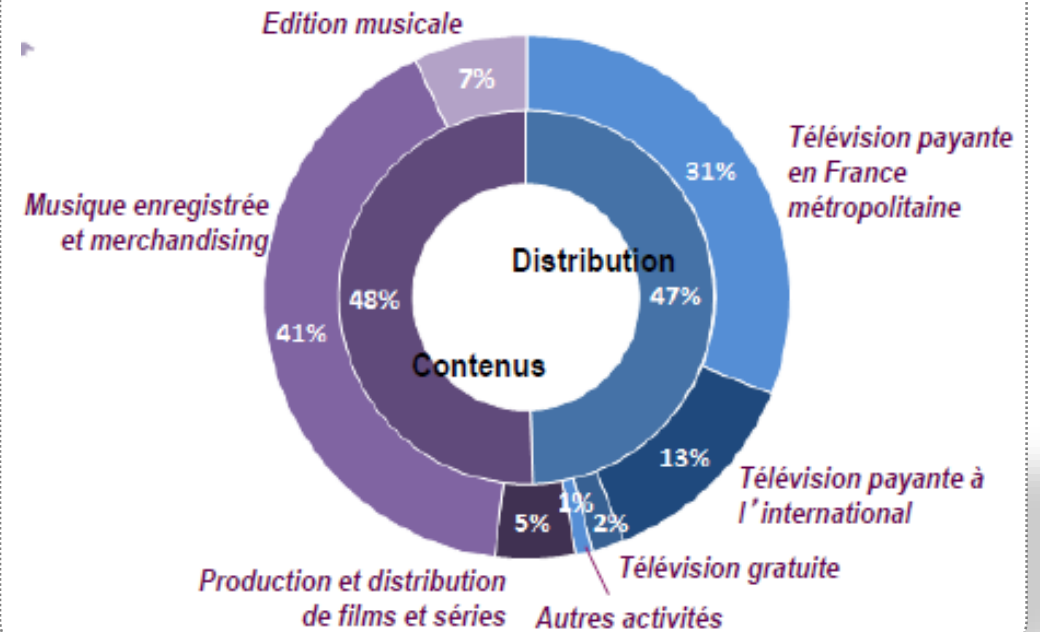
Salariés	16 395
Présence	60 pays
Chiffre d'affaires	10,8 Md€
ROC	1 061 M€
Résultat net ajusté	697 M€
Dividende	3 €/action

Source : AG Vivendi – 2 avril 2016

Chiffre d'affaires par zone géographique



Chiffre d'affaires par activité



Source : AG Vivendi – 2 avril 2016



UNIVERSAL MUSIC GROUP

#1 mondial de la musique enregistrée

Taylor Swift, Rihanna, Justin Bieber, Nekfeu, etc.

CANAL+ GROUPE

Un leader de la diffusion de chaînes de télévision payante

5,7 millions d'abonnés individuels en France (#1)

5,5 millions d'abonnés 'overseas' (4 marchés dont l'Afrique)

STUDIO CANAL

1^{er} studio européen de cinéma

800 M€ d'investissements via StudioCanal et Canal+

Mon Roi, L'ours Paddington, Shaun le mouton, etc.

Une présence forte dans le digital & l'événementiel

dailymotion

digitick
.com

WATCHEVER

L'OLYMPIA
BRUNO COQUATRIX

Source : AG Vivendi – 2 avril 2016

Des intérêts communs et forts pour l'Europe du Sud...



Une présence forte de la FNAC en Péninsule Ibérique avec plus de 10% de part de marché



Un rythme soutenu d'expansion du réseau de magasins et des canaux digitaux



Renforcement de Vivendi en Europe du Sud

- Elargissement du réseau de distribution des contenus grâce à des partenariats avec Télécom Italia et Telefonica
- Développement sur le marché TV en partenariat avec Mediaset



Présence de la FNAC au **Maroc** (1 magasin) et en **Côte d'Ivoire** (2 magasins)



Focalisation sur des zones à fort potentiel

- Francophonie et appétence pour les produits culturels
- Forte croissance démographique et émergence d'une classe moyenne



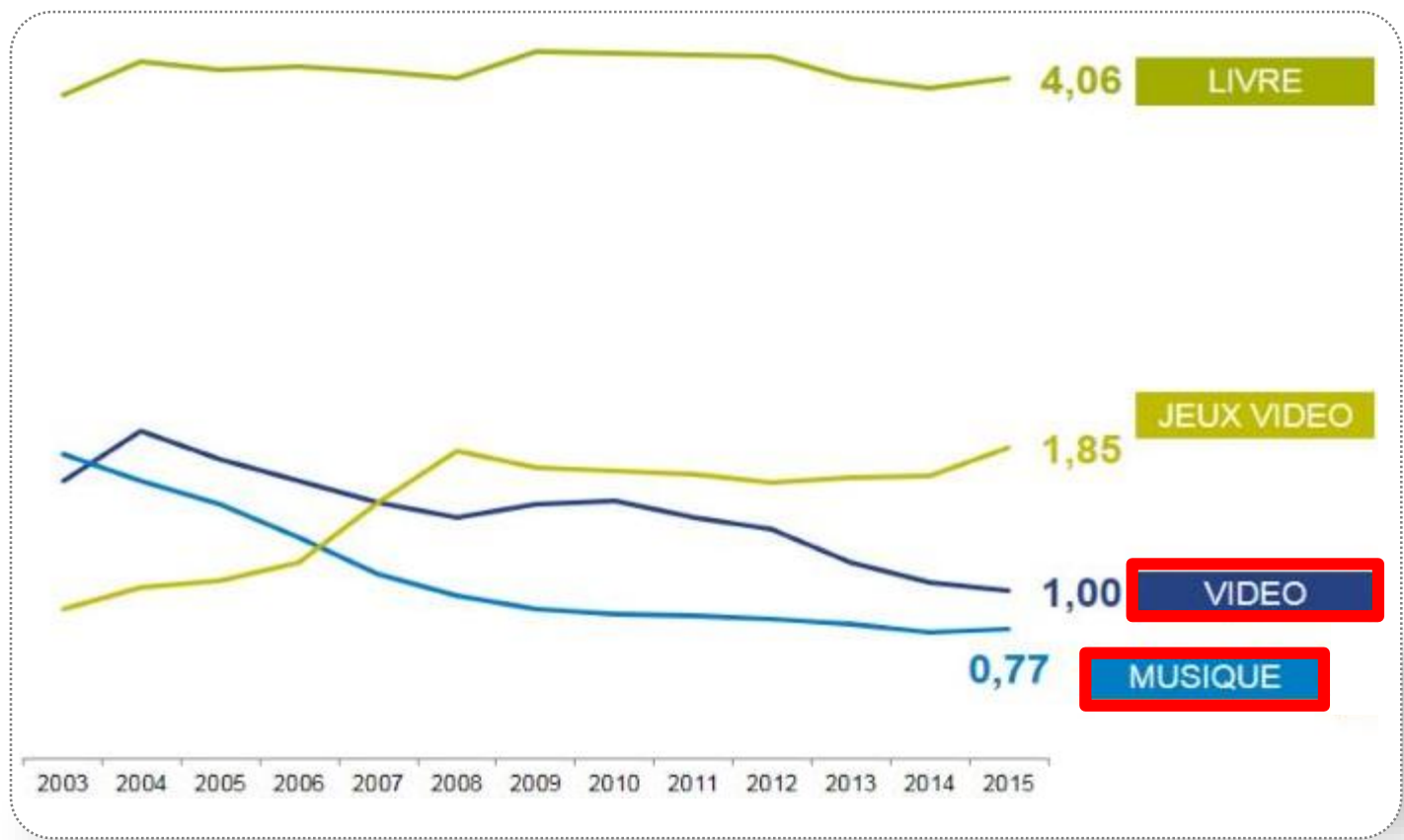
Forte croissance de CanalOverseas en Afrique (+34% d'abonnés en 2015)



Développement de CanalOlympia avec l'ouverture de 10 salles de spectacles

Un contexte de marché commun : une perte de valeur significative sur l'audio et la vidéo...

Evolution des marchés culturels en France
En milliards d'euros



Source : conférence GfK Entertainment 2016

MUSIQUE

↘ -65%

Evolution vs. 2002¹

VIDEO

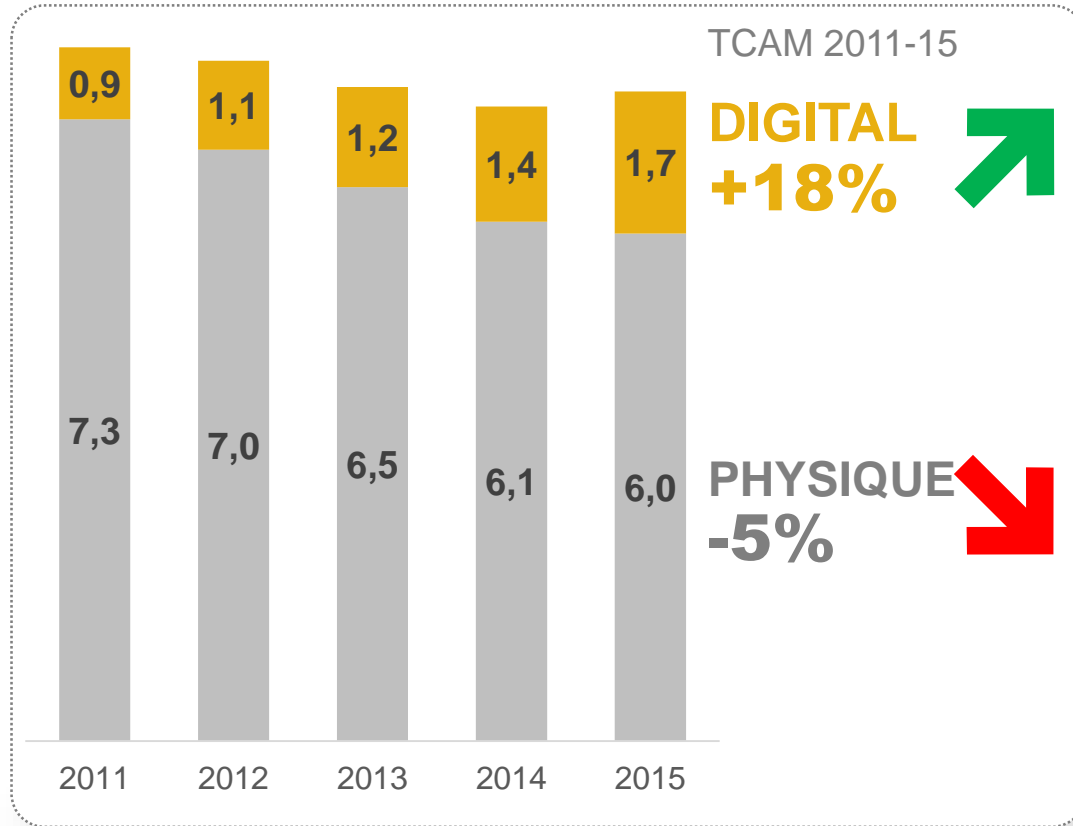
↘ -46%

Evolution vs. 2004²

¹ source: SNEP; ² source: GfK

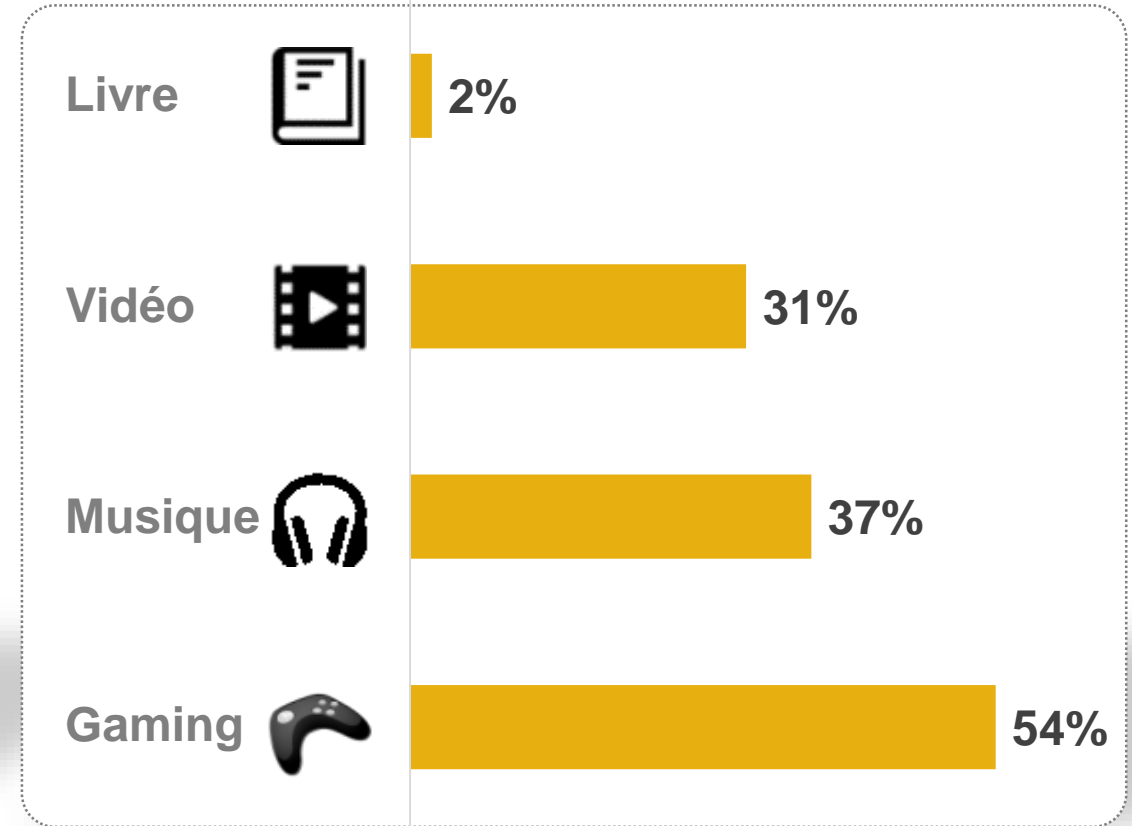
Evolution des marchés culturels en France

En milliards d'euros



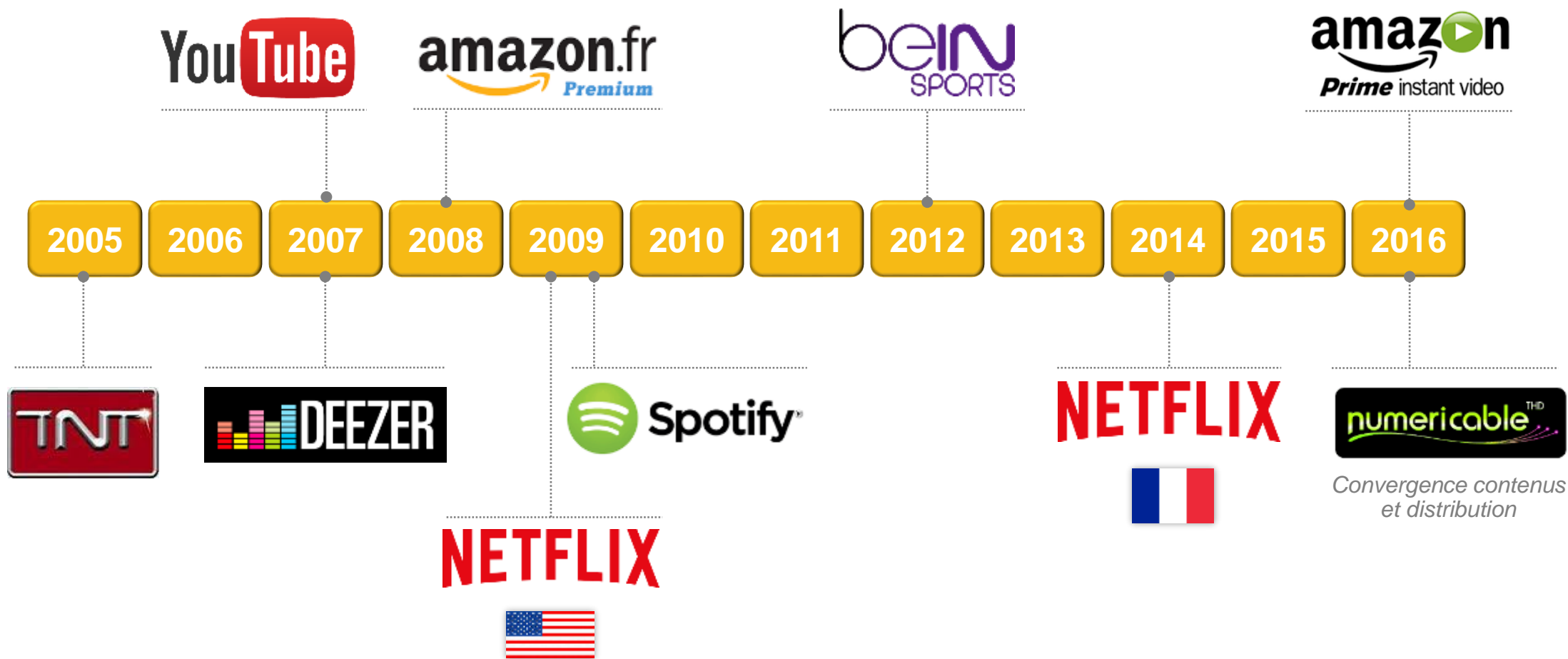
Poids du digital par marché culturel

En % de la valeur du marché 2015




Source : conférence GfK Entertainment 2016

... et de l'arrivée de nouveaux acteurs et de nouveaux modèles



vivendi Les réponses stratégiques, initiées en 2015

 INTÉGRATION ACCRUE DES MÉTIERS DE PRODUCTION ET DE DISTRIBUTION DE CONTENUS
(synergies et transversalité)

 ACCÉLÉRATION DE LA DIGITALISATION DES ACTIVITÉS

“ *Si le contenu est roi, la distribution est reine* ”

D. Delport (AG du 21/04/2016)

“ *Un groupe européen capable de rivaliser avec les géants de l'Internet* ”

V. Bolloré (AG du 21/04/2016)



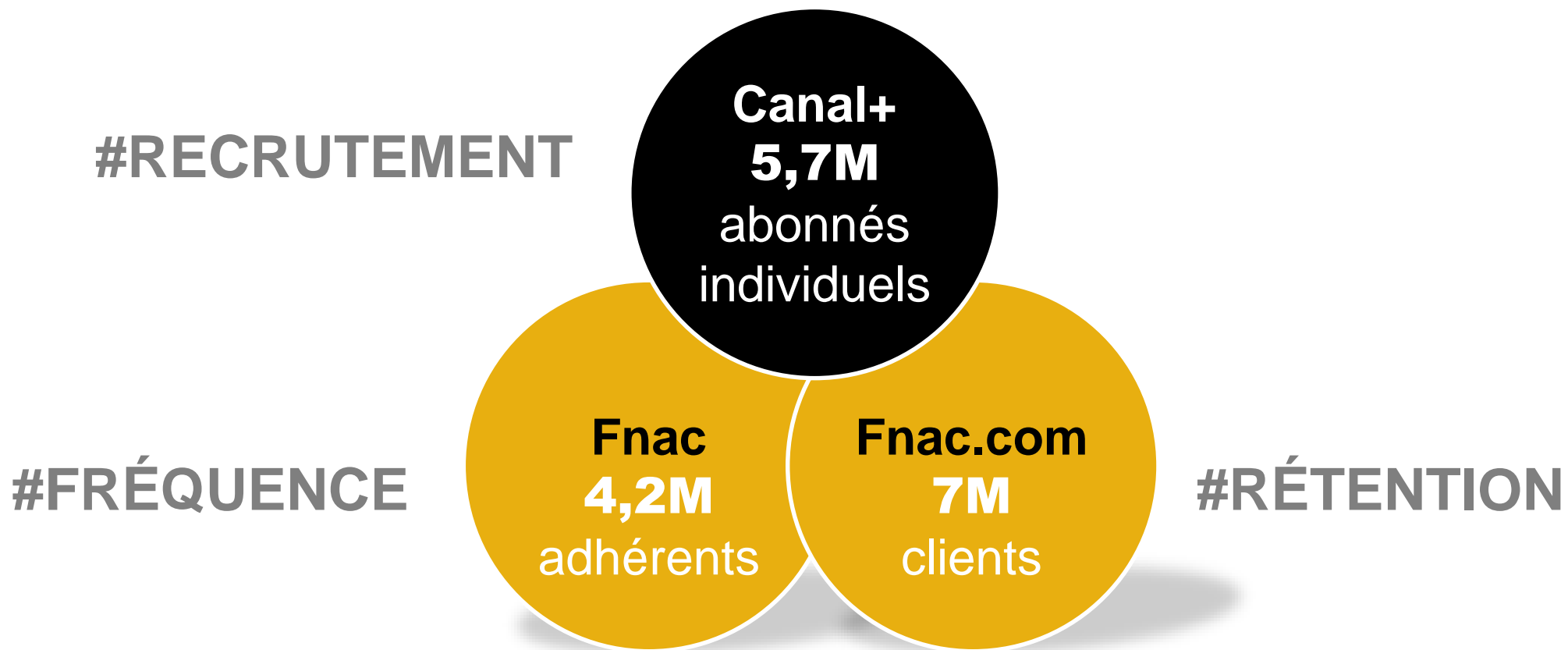
vivendi Un partenariat stratégique autour de 4 axes

1 AMÉLIORER NOTRE CONNAISSANCE CLIENTS

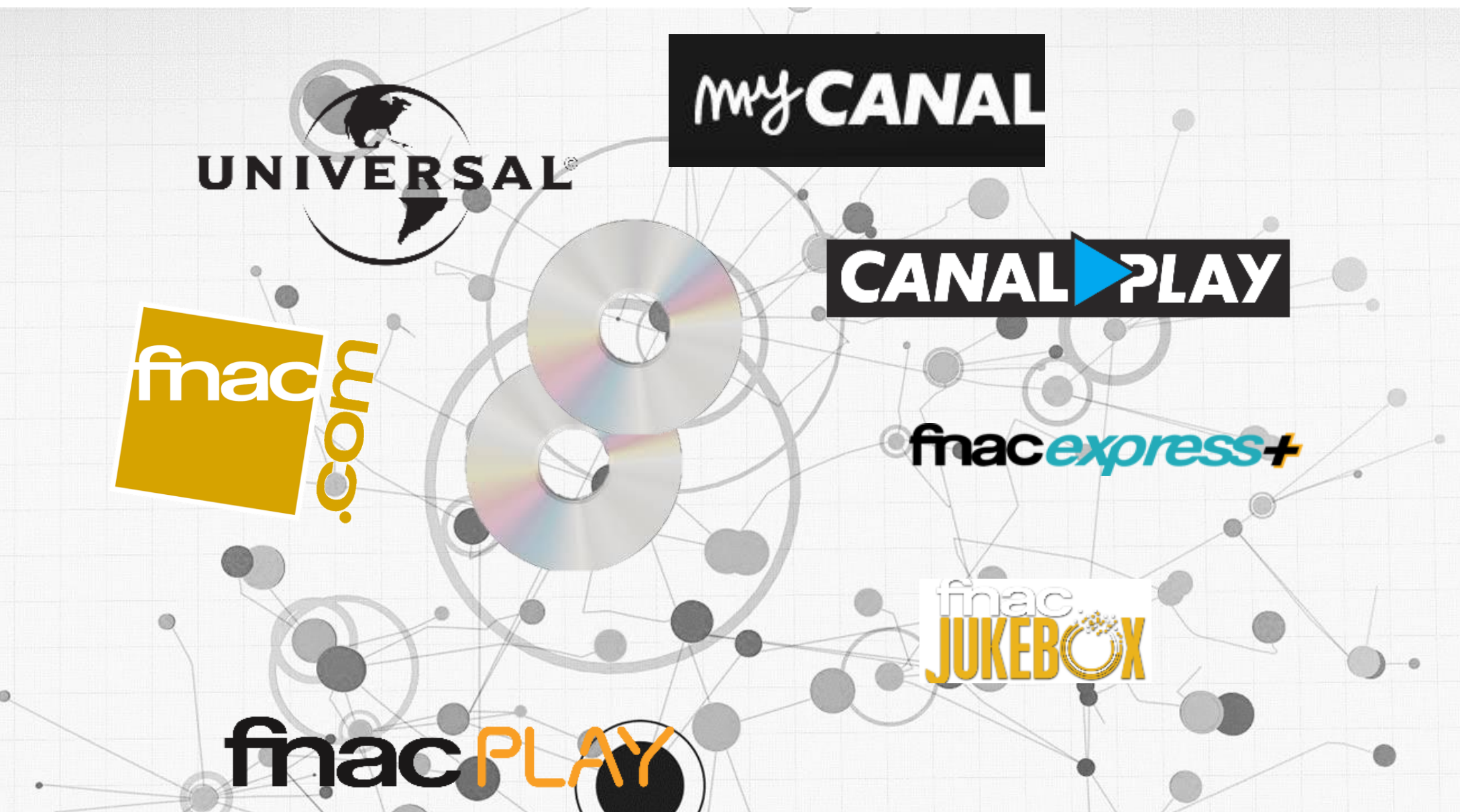
2 ACCÉLÉRER LE DÉPLOIEMENT DE NOS OFFRES D'ABONNEMENT

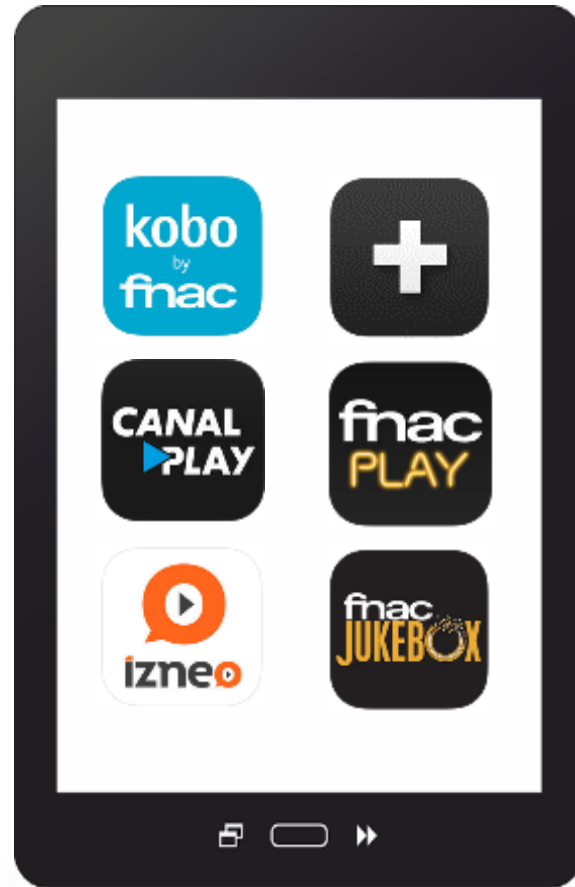
3 DÉVELOPPER LES VENTES COUPLÉES CONTENUS / ÉQUIPEMENTS

4 VALORISER NOS ACTIFS DE PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ÉVÈNEMENTS

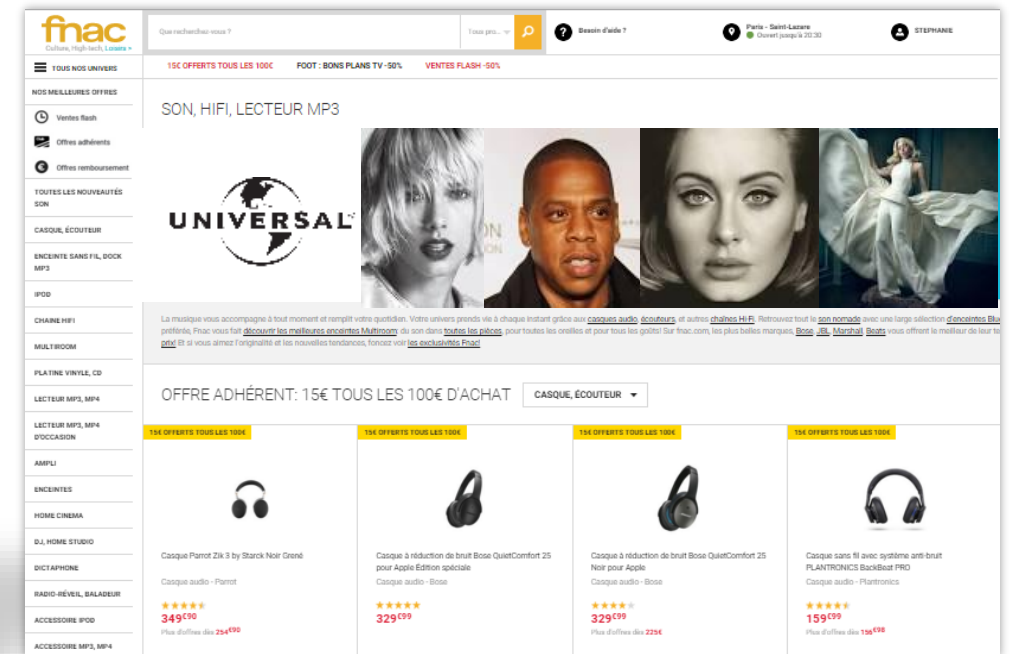


Bases clients, chiffres France 2015





Illustration





dailymotion

NOTAMMENT



Coproduction de spectacles

Organisation d'événements en magasin FNAC

Diffusion de contenus FNAC via la plateforme Dailymotion

1 AMÉLIORER NOTRE CONNAISSANCE CLIENTS

2 ACCÉLÉRER LE DÉPLOIEMENT DE NOS OFFRES D'ABONNEMENT

3 DÉVELOPPER LES VENTES COUPLÉES CONTENUS / ÉQUIPEMENTS

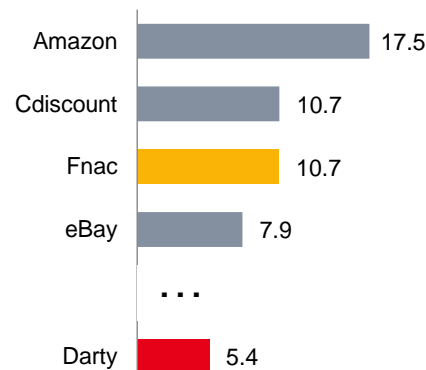
4 VALORISER NOS ACTIFS DE PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ÉVÈNEMENTS

Avec Darty, une nouvelle accélération pour ce partenariat



Un réseau de près de **600 magasins**

France	124	265
International	75	135
Total	199	400



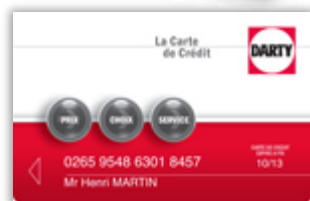
Une empreinte digitale renforcée



Millions de visiteurs uniques / mois



Une base de plus de **30 millions de clients**



Plus d'un **quart des ventes annuelles d'équipements multimédia**

Sources: Fédération E-commerce et Vente À Distance (FEVAD), rapports des entreprises

24 mai 2016

fnac



AUGMENTATION DU CAPITAL,
GOUVERNANCE
&
ADMINISTRATEURS **VIVENDI**

fnac

Augmentation de capital et gouvernance

Augmentation de capital

- Proposition d'émission de **2,9m** nouvelles actions FNAC (**15%** du capital du Groupe Fnac après opération) à un prix de **54€** par action*, se traduisant par une augmentation des liquidités disponibles et des fonds propres pour un montant de **159m€**
- Absence du droit préférentiel de souscription

Représentation au conseil d'administration

- **Proposition de nomination de deux nouveaux administrateurs représentant Vivendi**
- **Engagements de meilleurs efforts de FNAC pour maintenir:**
 - ✓ Deux administrateurs Vivendi si la détention de Vivendi reste supérieure à 10%
 - ✓ Un pour une détention supérieure à 5%

* Correspondant au cours de clôture des actions de Groupe Fnac le 8 Avril 2016

Société *Vivendi* représentée par Monsieur Stéphane ROUSSEL

**Mandats et fonctions
au sein
du Groupe Vivendi**

Membre du Directoire de Vivendi

Directeur général en charge des opérations de Vivendi

Membre du Conseil de surveillance du Groupe Canal+

**Autres
mandats**

Administrateur de Telecom Italia et membre du Conseil de surveillance de Banijay Group

**Postes
précédents**

Président-Directeur général de SFR

Directeur des Ressources humaines de Vivendi

Directeur des Ressources humaines France Groupe Carrefour



Société *La Compagnie Financière du 42, avenue de Friedland*, représentée par **Monsieur Simon GILLHAM**

**Mandats et fonctions
au sein
du Groupe Vivendi**

Membre du Directoire de Vivendi

Président de Vivendi Village et Président de Vivendi Ticketing

Directeur de la Communication de Vivendi

Membre du Conseil de surveillance du Groupe Canal+

**Autres
mandats**

Vice-Président du CA Brive Rugby Club

**Postes
précédents**

Vice-Président Communication d'Havas

Directeur de la Communication de Valeo

Vice-Président Communications de Thomson Consumer Electronics

