

Paris, le 22 avril 2021

**Vivendi : forte progression du chiffre d'affaires  
au premier trimestre 2021 (+5,0 % à taux de change et périmètre  
constants)**

- **Universal Music Group : chiffre d'affaires en hausse de 9,4 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier trimestre 2020, porté par la croissance des revenus liés aux abonnements et au streaming (+19,6 %)**
- **Groupe Canal+ : chiffre d'affaires stable, soutenu par les performances de ses activités internationales et par Studiocanal**
- **Havas Group : meilleur premier trimestre 2021 qu'anticipé dans un contexte de reprise des économies mondiales**
- **Editis : chiffre d'affaires en progression de 40,1 % par rapport au premier trimestre 2020**

*Ce communiqué présente un chiffre d'affaires, non audité, établi selon les normes IFRS, arrêté par le Directoire de Vivendi du 19 avril 2021.*

Le chiffre d'affaires de Vivendi au premier trimestre 2021 s'élève à 3 901 millions d'euros, en progression de 5,0 % à taux de change et périmètre constants<sup>1</sup> par rapport au premier trimestre 2020. Cette augmentation résulte principalement de la hausse de 9,4 % d'Universal Music Group (UMG) et d'un bond de 40,1 % d'Editis, partiellement compensée par le ralentissement des autres activités, en particulier Vivendi Village, toujours impactées par les conséquences de la crise sanitaire. En données réelles, le chiffre d'affaires de Vivendi ressort à +0,8 %.

Bien que **les impacts de la pandémie de la Covid-19** soient plus sensibles pour certains pays ou métiers que pour d'autres, sur l'exercice 2020 et au premier trimestre 2021, Vivendi a su faire preuve de résilience et s'adapter pour continuer de servir au mieux et divertir ses clients, tout en réduisant ses coûts pour préserver ses marges. Les activités ont montré une bonne résistance, en particulier celles de la musique et de la télévision payante. En revanche, comme anticipé, les autres activités telles que Havas Group et Vivendi Village (en particulier les spectacles vivants) ont été affectées par les effets de la crise sanitaire.

Vivendi analyse en permanence les conséquences actuelles et potentielles de la crise. Il est difficile à ce jour de déterminer comment elle impactera ses résultats sur l'exercice 2021. Les métiers liés au spectacle vivant risquent d'être plus impactés que les autres. Le Groupe reste néanmoins confiant quant à la capacité de résilience de ses principaux métiers. Il continue de mettre tout en œuvre pour assurer la continuité de ses activités, ainsi que pour servir et divertir au mieux ses clients et ses publics, tout en respectant les consignes des autorités de chaque pays où il est implanté.

A la suite du vote positif à 99,98 % d'une modification des statuts lors de l'Assemblée générale extraordinaire des actionnaires de Vivendi le 29 mars 2021, qui permet désormais à Vivendi de distribuer des dividendes ou acomptes, des réserves ou des primes par remise de biens en nature, y compris sous forme de titres financiers, il sera proposé, à l'Assemblée générale annuelle du 22 juin 2021, de se prononcer sur le projet de distribution exceptionnelle en nature d'actions UMG aux actionnaires de Vivendi, en vue d'une réalisation envisagée à l'automne 2021.

## **Commentaires sur l'activité**

### **Universal Music Group**

Au premier trimestre 2021, le chiffre d'affaires d'UMG s'élève à 1 809 millions d'euros, en hausse de 9,4 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier trimestre 2020 (+2,2 % en données réelles).

Le chiffre d'affaires de la musique enregistrée progresse de 10,8 % à taux de change et périmètre constants grâce à la croissance des revenus liés aux abonnements et au streaming (+19,6 %) et cela alors qu'un produit lié à un litige (*royalties* numériques) avait été enregistré au premier trimestre 2020. Les ventes physiques augmentent de 14,8 % par rapport au premier trimestre 2020 portées par une amélioration des ventes liées aux nouveaux albums et aux catalogues.

Parmi les meilleures ventes de musique enregistrée du premier trimestre 2021, figurent les nouveaux albums de King & Prince et Justin Bieber, ainsi que la poursuite des ventes de The Weeknd, Ariana Grande et Pop Smoke.

---

<sup>1</sup> Les variations des taux de change et périmètre recouvrent principalement des effets de change et des « légères variations » de périmètres des entités non significatives au niveau du groupe Vivendi.

Au premier trimestre 2021, UMG est classé numéro 1 sur Spotify pendant 12 des 13 semaines de la période, avec *Driver's license* d'Olivia Rodrigo et *Peaches* de Justin Bieber. UMG compte également les trois meilleures chansons sur Spotify pendant six semaines consécutives.

Le 1<sup>er</sup> avril 2021, UMG a établi un nouveau record au Billboard 200, détenant le meilleur album vendu aux Etats-Unis pendant 17 semaines consécutives, un record inégalé depuis celui de 16 semaines consécutives déjà détenu par UMG en 2014.

Le chiffre d'affaires de l'édition musicale augmente de 6,9 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier trimestre 2020, porté par la croissance des revenus liés aux abonnements et au streaming.

Le chiffre d'affaires du merchandising et des autres activités diminue de 10,0 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier trimestre 2020, l'activité des concerts continuant à être impactée par la pandémie et malgré l'amélioration des ventes au détail et de la distribution en direct au consommateur.

En février 2021, UMG a annoncé le lancement de Virgin Music Label & Artist Services, une structure proposant des services premiums et à la carte aux entrepreneurs les plus dynamiques du secteur et aux artistes indépendants du monde entier.

Ce nouveau modèle de distribution mondiale et de services aux labels (combinant les équipes dirigeantes régionales inégalées d'UMG à des ressources dédiées ainsi qu'à des services et technologies de pointe de l'industrie) contribuera à favoriser les partenariats à long terme et à assurer le succès mondial de la prochaine génération de labels indépendants et d'artistes.

## **Groupe Canal+**

Au premier trimestre 2021, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'élève à 1 357 millions d'euros, quasiment stable par rapport au premier trimestre 2020 (-0,1 % à taux de change et périmètre constants).

Le chiffre d'affaires de la télévision en France métropolitaine enregistre un léger repli dans un contexte notamment de baisse du marché publicitaire liée à la pandémie.

La satisfaction des abonnés Canal+ en France est au plus haut depuis 2017 (baromètre de satisfaction réalisé auprès des abonnés entre novembre et décembre 2020).

Le chiffre d'affaires à l'international progresse de 1,6 % à taux de change et périmètre constants.

Le chiffre d'affaires de Studiocanal enregistre une hausse significative (+8,9 % à taux de change et périmètre constants), porté par les bonnes performances du chiffre d'affaires du catalogue et de celui des séries TV.

Plusieurs accords stratégiques ont été annoncés au cours de ce premier trimestre. Le 3 février 2021, les offres Canal+ se sont enrichies avec l'arrivée de Starzplay, le service de vidéo à la demande par abonnement de Starz. Cette intégration constitue un pas de plus dans la volonté de Groupe Canal+ d'agréger les meilleurs contenus et applications du marché.

Le 4 février 2021, la Ligue de Football Professionnel et Groupe Canal+ ont annoncé un accord global concernant les droits audiovisuels de Ligue 1 Uber Eats et de Ligue 2 BKT pour la saison 2020-2021. Depuis la 25<sup>ème</sup> journée de Ligue 1 Uber Eats et de Ligue 2 BKT, et jusqu'à la fin de la saison 2020-2021, Groupe Canal+ dispose à chaque journée des droits audiovisuels exclusifs, en direct et en intégralité, de l'ensemble des matchs de Ligue 1 Uber Eats et de huit des dix matchs de Ligue 2 BKT. Outre les droits de ces matchs, Groupe Canal+ détient l'intégralité des droits des magazines en semaine et le week-end.

Le 2 mars 2021, Canal+, partenaire du TOP 14 depuis plus de 35 ans, a remporté le dernier appel d'offres de la Ligue Nationale de Rugby pour les droits de diffusion en France jusqu'à la saison 2026-2027 incluse. Ces

droits de diffusion portent sur l'intégralité des matchs de TOP 14 en exclusivité, en direct et quasi-direct, ainsi que sur les émissions qui y sont consacrées, pour tous supports.

## Havas Group

Dans un contexte de poursuite de reprise des économies mondiales, Havas Group réalise un meilleur premier trimestre 2021 qu'anticipé. La croissance organique du revenu net<sup>2</sup> poursuit son amélioration trimestre après trimestre : -0,8 % au premier trimestre 2021, comparée à -10,4 % au troisième trimestre 2020 et -7,5 % au quatrième trimestre 2020.

Au premier trimestre 2021, le revenu net s'élève à 478 millions d'euros, en baisse de 5,7 %. Les effets de change sont négatifs de 5,9 % (+1,8 % au premier trimestre 2020) et la contribution des acquisitions est de +1,0 %.

L'ensemble des zones géographiques continue d'enregistrer une amélioration de leurs performances. Les agences nord-américaines, en dépit d'un effet de base défavorable, affichent une croissance satisfaisante, grâce à la bonne dynamique du marché. La division Santé, forte de sa position de leader sur ce marché, affiche une croissance soutenue. L'Europe, qui bénéficie d'une base de comparaison favorable au mois de mars, se redresse, tant pour les activités Création que Media, avec une croissance organique qui devient positive. L'Amérique latine poursuit son redressement et la zone Asie Pacifique enregistre les premiers signes encourageants de la nouvelle organisation mise en place fin 2020.

Au premier trimestre 2021, le chiffre d'affaires d'Havas Group s'établit à 502 millions d'euros, en progression de 0,8 % à taux de change et périmètre constants et en recul de 4,2 % en données réelles par rapport au premier trimestre 2020.

L'activité commerciale d'Havas Group reste très dynamique, sous l'impulsion de ses nouvelles offres innovantes, Havas CX (*Customer Experience*) et Havas Market lancées au cours du deuxième semestre 2020. Après Cross Border Solutions aux Etats-Unis et Uber Eats en France, Havas Group continue de gagner de nouveaux budgets auprès de clients prestigieux tels que Volkswagen en *Customer Experience* au Royaume Uni et Keurig Dr Pepper en Media aux Etats-Unis.

## Editis

Le chiffre d'affaires du premier trimestre 2021 d'Editis s'établit à 163 millions d'euros, en progression de 40,1 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2020. Cette belle performance s'inscrit dans un contexte de marché porteur depuis janvier 2021 et n'est pas uniquement liée à un effet de comparaison favorable avec le premier trimestre de 2020 et le début du confinement en France puisque le chiffre d'affaires d'Editis progresse de 20,1 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier trimestre 2019 retraité<sup>3</sup>.

Les ventes en Littérature Générale et des Editeurs Partenaires ont enregistré des performances record avec le succès de plusieurs titres. Editis compte neuf titres dans le Top 20 GFK en Littérature grand format, soit quatre titres de plus qu'en 2020. Le récit de Camille Kouchner, *La familia grande*, publié au Seuil, se classe en 2ème position du Top GFK à fin mars 2021. *Rien ne t'efface*, le nouveau roman de Michel Bussi aux Presses de la Cité, enregistre des ventes exceptionnelles avec 52 % de croissance par rapport au titre précédent à semaines de vente équivalentes. A noter également la sortie du *tome 2* de la série à succès « 9 » de Marc Levy, *Le crépuscule des fauves*, aux éditions Robert Laffont.

---

<sup>2</sup> Le revenu net correspond au chiffre d'affaires d'Havas Group après déduction des coûts refacturables aux clients.

<sup>3</sup> Editis est consolidé depuis le 1er février 2019. Au 1<sup>er</sup> trimestre 2019, le chiffre d'affaires retraité s'établissait à 135 millions d'euros.

Editis a obtenu de nouveaux prix littéraires prestigieux ce trimestre : *l'Accident de chasse* (Sonatine) a été récompensé par le Fauve d'Or, prix du meilleur album du Festival international de la bande dessinée d'Angoulême ; le Grand Prix RTL-Lire 2021 a distingué *Des diables et des saints* de Jean-Baptiste Andréa (L'Iconoclaste) ; le prix Astrid Lindgren – prix le plus important réservé à la littérature jeunesse du monde – a été reçu par Jean-Claude Mourlevat, auteur *Fleuve*, PKJ, 12-21 et Lizzie ; et le Grand Prix de la Francophonie a été décerné par l'Académie française à Alexandre Najjar, auteur Plon.

## Autres métiers

Le chiffre d'affaires du premier trimestre 2021 de **Gameloft** s'établit à 55 millions d'euros, en baisse de 9,3 % par rapport au premier trimestre 2020 en l'absence deancements de nouveaux jeux. Les ventes sur les plateformes OTT (*Over The Top*) représentent 75 % de son chiffre d'affaires, portées par le succès d'*Asphalt 9: Legends* sur les téléphones mobiles, les PC et la Nintendo Switch, ainsi que par la résilience du catalogue. Le 15 avril 2021, Gameloft a annoncé que sa franchise de jeux *Asphalt* a atteint le milliard de téléchargements sur toutes les plateformes.

Le chiffre d'affaires du premier trimestre 2021 de **Vivendi Village** a bénéficié d'une nette reprise de la billetterie au Royaume-Uni et aux Etats-Unis en février et mars, mais reste fortement impacté par la pandémie et l'arrêt quasi-complet des activités de spectacle vivant.

Au premier trimestre 2021, le chiffre d'affaires de **Nouvelles Initiatives**, qui regroupe les entités Dailymotion et GVA, s'établit à 17 millions d'euros, en hausse de 19,9 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier trimestre 2020.

L'audience premium de Dailymotion progresse de 9 % par rapport au premier trimestre 2020, favorisée par plusieurs partenariats de diffusion de contenus vidéo, notamment avec le Vendée Globe (50 millions de spectateurs, 2 millions d'heures de contenus), la 46e cérémonie des César et l'atterrissage de Perseverance (mission NASA) sur Mars. La plateforme de monétisation programmatique de Dailymotion continue de se renforcer avec l'ouverture par Google DV360 de sa plateforme d'achat à la totalité de l'inventaire Dailymotion.

Le chiffre d'affaires de GVA progresse de 56,3 % par rapport au premier trimestre 2020. Dans un contexte sanitaire qui a renforcé les besoins d'accès internet, cette croissance traduit le développement soutenu des activités de fourniture d'accès internet très haut débit, avec plus de 500 000 foyers et entreprises désormais éligibles à la fibre optique de GVA sur le continent africain.

## Evènements récents

### Obtention par Universal Music Group BV d'une ligne de financement

Le 26 mars 2021, Universal Music Group BV (UMG BV) a obtenu un accord concernant la mise en place d'une ligne de financement à hauteur de 3 milliards d'euros sur une durée de cinq ans auprès de quatre banques de premier plan. La syndication de ce financement auprès d'un pool bancaire devrait être finalisée d'ici la fin du mois d'avril. Le siège d'UMG, établi à Hilversum aux Pays-Bas et qui précédemment était à Paris, regroupe désormais les filiales des différents pays dans lesquels UMG opère.

### Remboursement anticipé par Vivendi d'un emprunt obligataire

Vivendi, qui dispose actuellement de dépôts bancaires importants à des taux négatifs, a décidé de procéder au remboursement anticipé de la totalité de l'emprunt obligataire de 1 milliard d'euros émis en mai 2016, assorti d'un coupon de 0,75 %, et qui vient à échéance le 26 mai 2021. Ce remboursement anticipé sera effectué dès le 26 avril 2021. Le 29 mars 2021, les détenteurs de cet emprunt obligataire ont reçu une notification formelle du remboursement anticipé conformément aux modalités de l'emprunt.

Des « slides » (en anglais uniquement) relatives au chiffre d'affaires du premier trimestre 2021 sont disponibles sur le site internet du groupe <https://www.vivendi.com/> dans la rubrique *Actionnaires & Investisseurs*.

### **Avertissements Importants**

*Déclarations prospectives : Le présent communiqué de presse contient des déclarations prospectives relatives à la situation financière, aux résultats des opérations, aux métiers, à la stratégie et aux perspectives de Vivendi, y compris en termes d'impact de certaines opérations ainsi que de paiement de dividendes, de distributions et de rachats d'actions. 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, notamment les risques liés à l'obtention de l'accord d'autorités de la concurrence et d'autres autorités réglementaires ainsi que toutes les autres autorisations qui pourraient être requises dans le cadre de certaines opérations et 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. Vivendi ne prend aucun engagement de compléter, mettre à jour ou modifier ces déclarations prospectives en raison d'une information nouvelle, d'un événement futur ou de toute autre raison.*

*Par ailleurs, bien que les impacts de la pandémie de la Covid-19 soient plus sensibles pour certains pays ou métiers que pour d'autres, sur l'exercice 2020 et au premier trimestre 2021, Vivendi a su faire preuve de résilience et s'adapter pour continuer de servir au mieux et divertir ses clients, tout en réduisant ses coûts pour préserver ses marges. Les activités ont montré une bonne résistance, en particulier celles de la musique et de la télévision payante. En revanche, comme anticipé, les autres activités telles que Havas Group et Vivendi Village (en particulier les spectacles vivants) ont été affectées par les effets de la crise sanitaire.*

*Vivendi analyse en permanence les conséquences actuelles et potentielles de la crise. Il est difficile à ce jour de déterminer comment elle impactera ses résultats sur l'exercice 2021. Les métiers liés au spectacle vivant risquent d'être plus impactés que les autres. Le Groupe reste néanmoins confiant quant à la capacité de résilience de ses principaux métiers. Il continue de mettre tout en œuvre pour assurer la continuité de ses activités, ainsi que pour servir et divertir au mieux ses clients et ses publics, tout en respectant les consignes des autorités de chaque pays où il est implanté.*

*Ce communiqué ne constitue pas une offre de rachat ni la sollicitation d'une offre de vendre quelques titres que ce soit aux Etats-Unis ou dans toute autre juridiction. La distribution de ce communiqué dans certains pays peut être interdite par la loi. Aucun document relatif à ce remboursement ne doit être diffusé, directement ou indirectement, aux Etats-Unis ou dans tout autre pays dans lequel un tel remboursement serait illégal ou soumis à des restrictions ou à toute personne résidant dans ces pays. Les personnes qui reçoivent ce communiqué de presse doivent s'informer et se conformer à ces restrictions.*

*Aucune communication ou information relative au remboursement des Obligations ne peut être diffusée au public dans un pays dans lequel une obligation d'enregistrement ou une approbation est requise. Aucune démarche n'a été ou ne sera entreprise dans un pays où une telle démarche serait requise. Le remboursement des Obligations peut faire l'objet de restrictions légales et réglementaires spécifiques dans certaines juridictions ; Vivendi décline toute responsabilité en cas de violation par une quelconque personne de ces restrictions.*

*Ce communiqué de presse est une publicité ; et ni ce communiqué de presse, ni aucun avis ou notification, ni aucun autre document ou matériel rendu public et/ou remis, ou qui pourrait être rendu public et/ou remis aux porteurs d'Obligations dans le cadre du remboursement n'est ou n'est destiné à constituer un prospectus au sens du Règlement (UE) 2017/1129 du Parlement européen et du Conseil du 14 juin 2017 (tel qu'amendé, le « Règlement Prospectus »). Aucun prospectus, au sens du Règlement Prospectus, ne sera publié dans le cadre du remboursement des Obligations.*

*Ce communiqué de presse ne constitue pas, et ne saurait être considéré comme une offre au public de valeurs mobilières par Vivendi, ni comme une sollicitation du public dans le cadre d'une quelconque offre dans une quelconque juridiction, y compris en France.*

ADR non sponsorisés. Vivendi ne sponsorise pas de programme d'American Depositary Receipt (ADR) concernant ses actions. Tout programme d'ADR existant actuellement est « non sponsorisé » et n'a aucun lien, de quelque nature que ce soit, avec Vivendi. Vivendi décline toute responsabilité concernant un tel programme.

### **A propos de Vivendi**

Vivendi travaille depuis 2014 à la construction d'un groupe d'envergure mondiale dans les contenus, les médias et la communication. Dans la création de contenus, le Groupe détient des actifs puissants et complémentaires dans la musique (Universal Music Group), les séries et films (Groupe Canal+), l'édition (Editis) et les jeux vidéo (Gameloft), qui sont les contenus de divertissement les plus consommés dans le monde. Dans la distribution, Vivendi a acquis et repositionné Dailymotion pour doter ses contenus d'une nouvelle vitrine numérique. Le Groupe s'est également rapproché de plusieurs opérateurs télécoms et plateformes afin d'élargir au maximum ses réseaux de distribution. Dans la communication, Havas dispose d'une expertise créative unique dans la valorisation des contenus gratuits et dans les formats courts, de plus en plus utilisés sur mobile. Par ailleurs, dans le spectacle vivant, la valorisation de franchises et la billetterie, Vivendi explore de nouvelles activités complémentaires de ses métiers, fédérées sous Vivendi Village. Les différentes entités de Vivendi travaillent pleinement ensemble, évoluant au sein d'un groupe industriel intégré et créant ainsi plus de valeur. [www.vivendi.com](http://www.vivendi.com)

## **CONTACTS**

### **Médias**

#### **Paris**

Jean-Louis Erneux  
+33 (0) 1 71 71 15 84  
Solange Maulini  
+33 (0) 1 71 71 11 73

### **Relations Investisseurs**

#### **Paris**

Xavier Le Roy  
+33 (0) 1 71 71 18 77  
Nathalie Pellet  
+33 (0) 1 71 71 11 24  
Delphine Maillet  
+33 (0) 1 71 71 17 20

**ANNEXE**  
**VIVENDI**  
**CHIFFRE D'AFFAIRES PAR METIER**

	1er trimestre clos le 31 mars				
	2021	2020			
(en millions d'euros)					
<b>Chiffre d'affaires</b>					
Universal Music Group	1 809	1 769	+2,2%	+9,4%	+9,4%
Groupe Canal+	1 357	1 372	-1,1%	-	-0,1%
Havas Group	502	524	-4,2%	+1,8%	+0,8%
Editis	163	116	+40,1%	+40,1%	+40,1%
Gameloft	55	61	-9,3%	-6,4%	-10,2%
Vivendi Village	8	23	-66,8%	-66,1%	-66,1%
Nouvelles Initiatives	17	15	+19,9%	+19,9%	+19,9%
Eliminations des opérations intersegment	(10)	(10)			
<b>Total Vivendi</b>	<b>3 901</b>	<b>3 870</b>	<b>+0,8%</b>	<b>+5,2%</b>	<b>+5,0%</b>

<sup>1</sup>Les variations des taux de change et périmètre recouvrent principalement des effets de change et des « légères variations » de périmètres des entités non significatives au niveau du groupe Vivendi.