

Paris, le 20 octobre 2022

**Vivendi : chiffre d'affaires de 7 451 millions d'euros sur les neuf premiers mois de 2022, en croissance de +8,5 % (+3,7 % en organique<sup>1</sup>)**

- **Groupe Canal+** enregistre un chiffre d'affaires en hausse de +1 % sur les neuf premiers mois de 2022 (-3,3 % au 3<sup>ème</sup> trimestre) porté par la croissance internationale et malgré le décalage de certaines sorties de films Studiocanal.
- **Havas Group** affiche une croissance solide de +17,3 % (+8,7 % en croissance organique) sur les neuf premiers mois de 2022 (+12,7 % et +3,2 % en organique, au 3<sup>ème</sup> trimestre 2022) grâce à un portefeuille de clients dynamique et résilient ainsi qu'à une grande agilité opérationnelle.
- **Editis** est en retrait de -7,4 % sur les neuf premiers mois de 2022 (-7,4 % au 3<sup>ème</sup> trimestre) dans le sillage de la baisse du marché du livre en France après une année 2021 qui avait connu une croissance inédite. Par rapport à 2019, année de référence, le chiffre d'affaires d'Editis progresse de +14 %<sup>2</sup>.
- **GameLoft** enregistre une hausse de son chiffre d'affaires de +17 % sur les neuf premiers mois de 2022, avec un plus haut historique de 95 millions d'euros (+48,1 %) au 3<sup>ème</sup> trimestre 2022, grâce notamment au succès du jeu Disney Dreamlight Valley lancé le 6 septembre 2022.

**Yannick Bolloré**, Président du Conseil de surveillance, et **Arnaud de Puyfontaine**, Président du Directoire de Vivendi, ont déclaré : « Sur les neuf premiers mois de 2022, Vivendi a connu une progression de son chiffre d'affaires de +8,5 % et de +3,7 % en organique.

*La performance globale de notre Groupe au troisième trimestre a été très largement portée par Havas Group qui conserve une dynamique commerciale forte grâce à l'engagement de ses équipes, à une grande agilité opérationnelle et à la poursuite du développement de solutions innovantes pour ses clients.*

*Les activités de Groupe Canal+ sont davantage portées par l'international. Après les acquisitions de M7 et de SPI International, et compte tenu d'une croissance forte en Afrique, les abonnés hors de France*

<sup>1</sup>A taux de change et périmètre constants. Le périmètre constant permet notamment de retraiter les impacts de Prisma Media consolidée depuis le 1<sup>er</sup> juin 2021.

<sup>2</sup> Hors prescrits liés à la réforme du lycée en 2019.

représentent plus de 60 % de l'ensemble du parc. Par ailleurs, en ligne avec sa stratégie d'internationalisation, Groupe Canal+ a franchi à la hausse les 25 % du capital de MultiChoice en septembre. Studiocanal continue de se développer et nous sommes très fiers d'être les coproducteurs du film « Novembre » qui connaît un beau succès avec plus d'un million d'entrées en deux semaines en France.

Nous tenons à saluer l'impressionnante progression de Gameloft au cours du troisième trimestre. Le succès du jeu Disney Dreamlight Valley sorti en septembre illustre parfaitement sa nouvelle stratégie de développement de jeux destinés à l'ensemble des plateformes mise en œuvre depuis trois ans et qui porte aujourd'hui ses fruits.

Si, dans son ensemble, le monde de l'édition baisse cette année en France, les performances d'Editis sont nettement supérieures à celles de 2019, l'année de référence pré-Covid.

Prisma Media s'est particulièrement bien intégré dans notre Groupe. Il lancera prochainement la version française du Harper's Bazaar, marque mythique de la mode et du style, et a confirmé encore une fois sa place de leader dans le digital en France.

Par ailleurs, nous travaillons activement à l'obtention de l'autorisation de la Commission européenne dans le cadre du projet de rapprochement avec le groupe Lagardère.

Ces différentes performances confirment la validité de la stratégie du Groupe, basée sur la transformation, le développement à l'international et l'intégration de ses différents métiers. Grâce à la diversité et la complémentarité de ses activités, à leur capacité d'anticipation et d'adaptation, à ses talents et à la stabilité de son actionnariat, Vivendi envisage le reste de l'année sereinement, en dépit des turbulences macro-économiques et géopolitiques. »

**Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2022<sup>3</sup>**, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 7 451 millions d'euros, contre 6 870 millions d'euros à la même période de 2021. Cette augmentation de 8,5 % résulte principalement de la performance d'Havas Group (+284 millions d'euros), du rebond de Vivendi Village (+109 millions d'euros par rapport à 2021 impacté par les effets de la crise sanitaire en particulier sur le spectacle vivant), ainsi que de la progression de Groupe Canal+ (+43 millions d'euros). Elle comprend également la contribution de Prisma Media (+134 millions d'euros), consolidé sur neuf mois en 2022, contre quatre mois sur les neuf premiers mois de 2021 (à compter du 1<sup>er</sup> juin 2021).

A taux de change et périmètre constants<sup>1</sup>, le chiffre d'affaires de Vivendi progresse de 3,7 % par rapport aux neuf premiers mois de 2021. Cette augmentation résulte principalement de la performance d'Havas Group (+8,7 %) et du rebond de Vivendi Village (x2,7 par rapport à 2021 impacté par les effets de la crise sanitaire en particulier le spectacle vivant).

**Au troisième trimestre 2022**, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 2 578 millions d'euros, contre 2 476 millions d'euros à la même période de 2021. Cette augmentation de 4,1 % résulte principalement de la performance d'Havas Group (+75 millions d'euros), du rebond de Vivendi Village (+56 millions d'euros) et de Gameloft (+31 millions d'euros), partiellement compensée par le ralentissement de Groupe Canal+ (-48 millions d'euros).

A taux de change et périmètre constants, le chiffre d'affaires de Vivendi progresse légèrement (+0,6 %) par rapport au troisième trimestre 2021. La performance d'Havas Group (+3,2 %) ainsi que le rebond de Vivendi Village (x2.5) et de Gameloft (+45,4 %) sont partiellement compensés par le ralentissement de Groupe Canal+ (-4,9 %).

---

<sup>3</sup> Ce communiqué présente un chiffre d'affaires consolidé, non audité, établi selon les normes IFRS.

## Liquidités

Vivendi dispose de capacités de financement importantes. Au 30 septembre 2022, les lignes de crédit confirmées du Groupe sont disponibles à hauteur de 2,7 milliards d'euros.

Par ailleurs, au troisième trimestre 2022, les rachats d'actions ont totalisé 25 millions d'euros. Vivendi détient à ce jour directement 83,9 millions de ses propres actions, soit 7,6 % de son capital social.

## Commentaires des activités

### Cinéma et audiovisuel : Groupe Canal+

Sur les neuf premiers mois de 2022, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'élève à 4 292 millions d'euros, en progression de 1,0 % par rapport à la même période en 2021 (-0,2 % à taux de change et périmètre constants).

Le chiffre d'affaires des activités de télévision en France métropolitaine s'élève à 2 319 millions d'euros, en hausse de 1,3 % à taux de change et périmètre constants par rapport aux neuf premiers mois de 2021. Le parc d'abonnés continue également de progresser.

Le développement des activités de Groupe Canal+ à l'international se poursuit. Porté par la hausse du parc d'abonnés, le chiffre d'affaires des activités de télévision à l'international progresse de 6,3 %, passant de 1 633 millions d'euros pour les neuf premiers mois de 2021 à 1 736 millions d'euros à la même période en 2022 (+3,6 % à taux de change et périmètre constants).

Le chiffre d'affaires de Studiocanal recule de 29,6 % à taux de change et périmètre constants. Les neuf premiers mois de 2022 sont marqués par des performances historiques du catalogue et des sorties de films en salle réussies malgré un marché toujours en difficultés (*En Corps*, *Super-héros malgré lui*, *Goliath*, *En Attendant Bojangles*...). L'intégralité de la baisse du chiffre d'affaires est attribuable à la comparaison à une année 2021 exceptionnelle pour les séries TV (*Stay Close*, *Now and Then*, *Un Asunto Privado*...) et à quelques sorties de films importants reportées à 2023. Ce recul du chiffre d'affaires est sans impact sur l'EBITA.

Au cours du troisième trimestre 2022, Groupe Canal+ a renforcé son offre de contenus et a poursuivi son développement à l'international, avec notamment :

- La signature de deux accords exclusifs avec Sony Pictures Entertainment et NBCUniversal, qui permettront à Canal+ d'offrir à ses abonnés un accès exclusif aux films de ces studios, six mois après leur sortie en salles en France. Groupe Canal+ compte ainsi parmi ses partenaires les cinq grandes majors américaines que sont Walt Disney Pictures, Warner Bros. Pictures, Paramount Pictures et désormais Sony Pictures Entertainment et NBCUniversal.
- La signature d'un partenariat exclusif avec la Rai Com, permettant à Canal+ de devenir l'unique diffuseur de la Mostra de Venise en France, dans plusieurs pays en Europe et en Afrique, et ainsi proposer à ses abonnés une couverture exceptionnelle de l'événement en 2022 et 2023.
- Le franchissement à la hausse du seuil de 25 % du capital de la société sud-africaine MultiChoice Group, dont Groupe Canal+ est le premier actionnaire depuis septembre 2021.
- L'acquisition de Zacu Entertainment, acteur majeur dans la production et la distribution de contenus au Rwanda, renforçant ainsi son engagement dans la production africaine.
- La sécurisation de droits sportifs avec l'acquisition du circuit Premier Padel jusqu'en 2026 dans plus de 60 pays, le renouvellement pour les trois prochaines saisons des droits de la Premier League en Afrique subsaharienne et, enfin, le renouvellement pour plusieurs saisons des droits de diffusion, désormais en exclusivité payante en langue française, de LaLiga pour les abonnés Canal+ d'Afrique subsaharienne, de Madagascar et de l'île Maurice.

- Le lancement de deux nouvelles chaînes sport en France à compter du 31 août 2022, sans surcoût pour les abonnés : Canal+ Sport 360 et Canal+ Foot.

Par ailleurs, Groupe Canal+ a emménagé au sein d'un nouveau siège à Issy-les-Moulineaux, Canal+ ONE. Ce dernier réunit dans un même lieu pour la première fois de l'histoire de Groupe Canal+ les équipes de la France, de l'international et de Studiocanal. Profondément ancré dans la création, Canal+ ONE est aussi un lieu plus ouvert, plus collectif et plus engagé dans la préservation de l'environnement. Avec ce nouveau siège, Groupe Canal+ est désormais présent en France sur cinq sites aux fonctions différenciées mais complémentaires, formant ainsi un écosystème complet.

« Novembre », le dernier film de Cédric Jimenez, coproduit et distribué par Studiocanal, retraçant les cinq jours d'enquête relatifs aux attentats de novembre 2015 à Paris et Saint-Denis, a largement dominé le box-office français en octobre, dépassant le million d'entrées deux semaines après sa sortie en salles.

### **Communication : Havas Group**

A fin septembre 2022, le chiffre d'affaires d'Havas Group atteint 1 922 millions d'euros, en hausse de 17,3 % par rapport aux neuf premiers mois de 2021. Le revenu net<sup>4</sup> s'établit à 1 845 millions d'euros, en hausse de 17,7 %, qui se décompose en : +8,7 % de croissance organique, +6,3 % d'effets de change et +2,7 % de contribution des acquisitions.

Par zone géographique, l'activité des agences nord-américaines et européennes demeure satisfaisante, soutenue par l'ensemble des divisions, Creative, Health & You et Média. En Asie-Pacifique et Afrique ainsi qu'en Amérique Latine, les performances restent solides.

Au troisième trimestre 2022, la croissance organique du revenu net<sup>4</sup> ralentit à +3,9 % (+11,5 % au premier semestre 2022), en raison de la base de comparaison très élevée à la même période de 2021 (+17,8 % au troisième trimestre 2021). Havas Group a poursuivi sa politique d'acquisitions (prises de participation majoritaire) au Royaume-Uni, ciblées dans des expertises à forte valeur ajoutée, avec deux opérations marquantes ce trimestre :

- additive+ : agence spécialisée dans la création data-driven. Cette acquisition étend la présence régionale de Havas Media Group à Edimbourg, en plus de sa présence à Londres, Manchester et Leeds ;
- Expert Edge : agence de conseil, spécialisée dans l'e-commerce et Amazon, afin d'accélérer l'expansion mondiale de réseau d'agences d'e-commerce Havas Market.

Ces deux acquisitions, après celles de Search Laboratory, Inviqa, au premier semestre 2022, renforcent la position d'Havas Group au Royaume-Uni, son deuxième marché en Europe après la France. Avec Front Networks (Chine), Frontier Australia (Australie) et Tinkle (Espagne), sept acquisitions ont été finalisées par Havas Group depuis le début de l'année 2022.

A fin septembre, Havas Group continue de générer des résultats financiers solides grâce à un portefeuille clients dynamique et résilient, et à son agilité face aux enjeux macro-économiques et géopolitiques actuels.

### **Edition : Editis**

Au cours des neuf premiers mois de 2022, le chiffre d'affaires d'Editis s'établit à 557 millions d'euros, en recul de 7,6 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2021. Cette

<sup>4</sup> Le revenu net correspond au chiffre d'affaires d'Havas Group après déduction des coûts refacturables aux clients.

évolution est à rapprocher de la baisse du marché de 4 %<sup>5</sup> par rapport à la même période de 2021. Elle est néanmoins à relativiser avec la croissance inédite de l'an dernier. Par rapport à 2019, par ailleurs année de réforme du Lycée, le chiffre d'affaires d'Editis (hors prescrits liés à la réforme) progresse de 14%, en ligne avec le marché.

Sur les neuf premiers mois de 2022, les segments du Tourisme et de la Bande dessinée/Mangas d'Editis surperforment un marché déjà dynamique, affichant des croissances à deux chiffres. Sur le segment de la Bande dessinée/Mangas, Editis peut compter sur ses collections phares mais continue également à se développer avec la création de nouvelles maisons d'édition : Black River, dédiée aux comics, et Kotoon, spécialisée dans les Webtoons.

Editis, au travers de ses maisons ou des éditeurs partenaires, se maintient dans le top des ventes, avec notamment le dernier livre de Joël Dicker *L'affaire Alaska Sanders*, *Noa* de Marc Levy, *Lucia* thriller de Bernard Minier, *La plus secrète mémoire des hommes* de Mohamed Mbougar Sarr, le lauréat du prix Goncourt 2021, ou encore *Labyrinthes* de Franck Thilliez.

En acquérant en mai 2022 la société Educlever, qui compte parmi ses services les plateformes de soutien scolaire Maxicours et Enseigno, Editis conforte son ambition de devenir un acteur de référence en matière de transformation digitale, d'éducation et de formation.

Par ailleurs, Editis poursuit un programme ambitieux de modernisation de son outil logistique, qui intègre les technologies les plus innovantes et doit notamment permettre d'offrir aux libraires en France la livraison en 24 heures.

### **Presse magazine : Prisma Media**

Au cours des neuf premiers mois de 2022, le chiffre d'affaires de Prisma Media s'élève à 238 millions d'euros, en hausse de 2,7 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2021 (proforma<sup>6</sup>).

Les marques Prisma Media occupent des places de leader à fin septembre en audience digitale : Télé-Loisirs est numéro un de l'univers « Entertainment », avec une moyenne mensuelle de 18 millions de visiteurs uniques (VU) ; Capital est numéro un de l'univers « Economie » avec 10 millions de VU, et Femme Actuelle prend la tête de l'univers « Féminin » devant Le Journal des Femmes.

Prisma Media a été sélectionné pour reprendre la licence des magazines Dr.Good! et Dr.Good! C'est bon!. Les premiers numéros édités par Prisma Media, en juillet et août 2022, ont rencontré un succès immédiat en kiosque.

La marque Gala affiche une performance spectaculaire à l'occasion de la 79<sup>ème</sup> édition de la Mostra de Venise avec plus de 120 millions de vidéos vues en 10 jours sur Tiktok. Red carpet, séances photos et confidences de stars ont été partagés quotidiennement sur les comptes Instagram et Tik Tok de Gala, ainsi que dans une émission quotidienne de Canal+ Stars à Venise avec Gala. Gala confirme ainsi sa place de media leader européen sur Tiktok.

Prisma Media a été choisi par Hearst Magazines International pour lancer la version française de Harper's Bazaar, une marque mythique de plus de 150 ans dans le domaine de la mode et du style. Cette licence concédée pour plusieurs années sera déployée de manière globale : magazine, site web et réseaux sociaux. Le site et le premier numéro du magazine seront lancés au printemps 2023.

---

<sup>5</sup> Source : Panel GFK au 25 septembre 2022, données en chiffre d'affaires.

<sup>6</sup> Vivendi consolide Prisma Media par intégration globale depuis le 1er juin 2021.

### **Jeux vidéo : Gameloft**

Au cours des neuf premiers mois de 2022, le chiffre d'affaires de Gameloft s'établit à 215 millions d'euros, en hausse de 17,0 % par rapport à la même période de 2021 dans un marché du jeu vidéo en fort repli.

Le chiffre d'affaires du troisième trimestre 2022 de Gameloft atteint un plus haut historique de 95 millions d'euros, en hausse de 48,1 % par rapport à la même période de 2021. Cette forte hausse est le résultat du virage stratégique initié par Gameloft autour des jeux multiplateformes Console-PC-Mobile. Avec *Disney Dreamlight Valley*, Gameloft entre dans une nouvelle ère. Il s'agit du tout premier jeu de Gameloft à être lancé simultanément sur toutes les plateformes Consoles et PC : Nintendo Switch, PlayStation 4 et 5, Xbox One et Series X/ S, Steam, Epic et Microsoft Store. En seulement dix jours, *Disney Dreamlight Valley* a atteint un million d'installations ainsi que la première place sur Steam, Game Pass et Nintendo Switch. D'autres jeux multiplateformes positionnés comme des GaaS (*Game as a Service*) sont prévus de sortir des studios Gameloft lors des prochains exercices.

Les jeux *Disney Dreamlight Valley*, *Asphalt 9 : Legends*, *Disney Magic Kingdoms*, *Dragon Mania Legends* et *March of Empires* représentent 49 % du chiffre d'affaires total de Gameloft au cours des neuf premiers mois et sont les cinq meilleures ventes sur la période.

Grâce au succès immédiat rencontré par *Disney Dreamlight Valley*, la diversification hors mobile de Gameloft s'accélère : les revenus Consoles et PC représentent 26 % de son chiffre d'affaires total sur les neuf premiers mois de 2022.

### **Billetterie, salles et festivals : Vivendi Village**

Au cours des neuf premiers mois de 2022, le chiffre d'affaires des activités de billetterie, salles et festivals<sup>7</sup> s'élève à 169 millions d'euros, contre 60 millions d'euros à la même période de 2021 qui avait été impactée par les effets de la crise sanitaire.

L'activité reste largement portée par la billetterie qui représente 42 % du chiffre d'affaires sur la période, avec une excellente dynamique de ventes de billets (24 millions à fin septembre) en Europe et aux Etats-Unis.

### **Nouvelles Initiatives : Dailymotion et GVA**

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2022, le chiffre d'affaires de Nouvelles Initiatives, qui regroupe les entités Dailymotion et GVA, s'établit à 83 millions d'euros, contre 60 millions d'euros à la même période de 2021, en hausse de 23 millions d'euros (+39,8 % à taux de change et périmètre constants).

Au cours des neuf premiers mois de 2022, le chiffre d'affaires de **Dailymotion** a augmenté de 32,4 % par rapport à la même période de 2021.

L'audience de Dailymotion a progressé dans toutes les régions avec un taux de croissance moyen de 60 % par rapport à l'année dernière. Cette croissance a été favorisée par la signature de nouveaux partenariats, en particulier avec Time Magazine et Vogue aux Etats-Unis, Allo Ciné, JeuxVideo.com, Néo, Le Crayon, Break Media en France, CNBC Arabia dans les Emirats Arabes Unis ou Tudogostoso au Brésil. Les ventes programmatiques de publicité vidéo, principalement portées par la France, les Etats-Unis et le reste de l'EMEA, enregistrent une hausse de 56 % par rapport à l'année dernière sur la même période.

**Group Vivendi Africa (GVA)** est un opérateur FTTH (Fiber-To-The-Home ou fibre optique à domicile) spécialisé dans la fourniture d'accès internet à Très Haut Débit et implanté dans huit métropoles d'Afrique

---

<sup>7</sup> Le chiffre d'affaires 2021 de Vivendi Village a été retraité : CanalOlympia ne fait désormais plus partie de Vivendi Village mais du segment « Générosité et Solidarité ».

Sub-saharienne. Au troisième trimestre 2022, plus d'1,5 million de foyers et entreprises sont éligibles aux offres d'accès Internet FTTH "CanalBox".

Des « slides » (en anglais uniquement) relatives au chiffre d'affaires du troisième trimestre 2022 sont disponibles sur le site internet du groupe [www.vivendi.com](http://www.vivendi.com) dans la rubrique *Actionnaires & Investisseurs*.

## **A propos de Vivendi**

Depuis 2014, Vivendi construit un leader mondial dans les contenus, les médias et la communication. Le Groupe détient des actifs de premier plan et fortement complémentaires dans la télévision et le cinéma (Groupe Canal+), la communication (Havas Group), l'édition (Editis), la presse magazine (Prisma Media), les jeux vidéo (Gameloft), le spectacle vivant et la billetterie (Vivendi Village). Le Groupe possède également une plateforme digitale mondiale de distribution de contenus (Dailymotion). Les différentes entités de Vivendi travaillent pleinement ensemble, évoluant au sein d'un groupe industriel intégré créant ainsi davantage de valeur. Engagé en matière environnementale, Vivendi s'est fixé pour objectif de contribuer au net zéro carbone mondial en adoptant une démarche alignée avec les Accords de Paris. Par ailleurs, il contribue à construire des sociétés plus ouvertes, inclusives et responsables en soutenant une création plurielle et inventive, en favorisant un accès plus large à la culture, à l'éducation et à ses métiers, et en renforçant la sensibilisation aux enjeux et opportunités du XXI<sup>e</sup> siècle. [www.vivendi.com](http://www.vivendi.com)

## **Avertissement Important**

*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 distribution 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 tout autre raison.

*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.

### **CONTACTS**

#### **Médias**

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

#### **Relations Investisseurs**

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

## **CONFERENCE ANALYSTES & INVESTISSEURS**

### **Intervenant :**

François Laroze  
Membre du Directoire et Directeur Financier

**Date :** 20 octobre 2022

**Présentation :** 18h00 heure de Paris – 17h00 heure de Londres – 12h00 heure de New York

Les journalistes peuvent seulement écouter la conférence.

La conférence se tient en anglais.

**Internet :** la conférence pourra être suivie sur Internet : [www.vivendi.com](http://www.vivendi.com) (audiocast).

### **Numéros d'appel pour la conférence téléphonique :**

- Paris : +33 (0) 1 70 37 71 66
- UK : +44 (0) 33 0551 0200
- US : +1 212 999 6659
- Préciser ensuite à l'oral à l'opérateur le code VIVENDI

Sur notre site [www.vivendi.com](http://www.vivendi.com) seront disponibles les « slides » de la conférence téléphonique.



## ANNEXE I

### VIVENDI

#### CHIFFRE D'AFFAIRES PAR METIER

(IFRS, non audité)

#### Troisième trimestre

(en millions d'euros)	3e trimestres clos le 30 septembre				
	2022	2021	% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants
<b>Chiffre d'affaires</b>					
Groupe Canal+	1 419	1 467	-3,3%	-3,5%	-4,9%
Havas Group	665	590	+12,7%	+5,4%	+3,2%
Editis	213	230	-7,4%	-7,4%	-7,8%
Prisma Media	74	75	-1,7%	-1,7%	-6,3%
Gameloft	95	64	+48,1%	+45,4%	+45,4%
Vivendi Village	93	37	x 2,6	x 2,5	x 2,5
Nouvelles Initiatives	29	22	+35,0%	+35,0%	+35,0%
Générosité et Solidarité (a)	1	-			
Eliminations des opérations intersegment	(11)	(9)			
<b>Total Vivendi</b>	<b>2 578</b>	<b>2 476</b>	<b>+4,1%</b>	<b>+2,2%</b>	<b>+0,6%</b>

#### Neuf premiers mois

(en millions d'euros)	Neuf mois clos le 30 septembre				
	2022	2021	% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants (b)
<b>Chiffre d'affaires</b>					
Groupe Canal+	4 292	4 249	+1,0%	+0,8%	-0,2%
Havas Group	1 922	1 638	+17,3%	+11,2%	+8,7%
Editis	557	602	-7,4%	-7,4%	-7,6%
Prisma Media	238	104	na	na	+2,7%
Gameloft	215	184	+17,0%	+15,5%	+15,5%
Vivendi Village	169	60	x 2,8	x 2,8	x 2,7
Nouvelles Initiatives	83	60	+39,8%	+39,8%	+39,8%
Générosité et solidarité (a)	2	1			
Eliminations des opérations intersegment	(27)	(28)			
<b>Total Vivendi</b>	<b>7 451</b>	<b>6 870</b>	<b>+8,5%</b>	<b>+6,9%</b>	<b>+3,7%</b>

na : non applicable.

- A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2022, ce nouveau segment opérationnel regroupe les activités de « Générosité et Solidarité » du groupe. Il comprend CanalOlympia, précédemment intégré dans le segment Vivendi Village (les données 2021 ont été retraitées) ainsi que Vivendi Create Joy, le programme de solidarité qui soutient des projets d'initiation et de formation professionnelle aux métiers du groupe Vivendi.
- Le périmètre constant permet notamment de retraiter les impacts de Prisma Media consolidée à partir du 1<sup>er</sup> juin 2021.

## ANNEXE I (suite)

### VIVENDI

#### CHIFFRE D'AFFAIRES PAR METIER

(IFRS, non audité)

#### Chiffre d'affaires trimestriel

(en millions d'euros)	2022			
	1er trimestre clos le	2e trimestre clos le	3e trimestre clos le	
	31 mars	30 juin	30 septembre	
<b>Chiffre d'affaires</b>				
Groupe Canal+	1 446	1 427	1 419	
Havas Group	591	666	665	
Editis	160	184	213	
Prisma Media	73	91	74	
Gameloft	61	59	95	
Vivendi Village	27	49	93	
Nouvelles Initiatives	25	29	29	
Générosité et Solidarité (a)	1	-	1	
Eliminations des opérations intersegment	(7)	(9)	(11)	
<b>Total Vivendi</b>	<b>2 377</b>	<b>2 496</b>	<b>2 578</b>	
	2021			
	1er trimestre clos le	2e trimestre clos le	3e trimestre clos le	4e trimestre clos le
	31 mars	30 juin	30 septembre	31 décembre
<b>Chiffre d'affaires</b>				
Groupe Canal+	1 357	1 425	1 467	1 521
Havas Group	502	546	590	703
Editis	163	209	230	254
Prisma Media (b)	-	29	75	90
Gameloft	55	65	64	81
Vivendi Village	7	16	37	42
Nouvelles Initiatives	17	21	22	29
Générosité et Solidarité (a)	1	-	-	1
Eliminations des opérations intersegment	(7)	(12)	(9)	(19)
<b>Total Vivendi</b>	<b>2 095</b>	<b>2 299</b>	<b>2 476</b>	<b>2 702</b>

- a. A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2022, ce nouveau segment opérationnel regroupe les activités de « Générosité et Solidarité » du groupe. Il comprend CanalOlympia, précédemment intégré dans le segment Vivendi Village (les données 2021 ont été retraitées) ainsi que Vivendi Create Joy, le programme de solidarité qui soutient des projets d'initiation et de formation professionnelle aux métiers du groupe Vivendi.
- b. Vivendi consolide Prisma Media par intégration globale depuis le 1<sup>er</sup> juin 2021.