

Paris, le 25 juillet 2019

Vivendi : résultats du premier semestre 2019

- **Forte progression de la rentabilité**
- **Résultat record pour Universal Music Group**

- **Chiffre d'affaires en forte hausse de 13,6 %** à 7 353 millions d'euros, porté par la progression de l'activité d'Universal Music Group (UMG) (+24,0 % à données publiées, +18,6 % à données constantes, en un an) et par l'intégration d'Editis.
- **Triplement du résultat net, part du groupe** à 520 millions d'euros, grâce notamment à la forte hausse du **résultat opérationnel ajusté** (EBITA) (+ 32,4 % en un an).
 - **UMG : très belle dynamique de l'ensemble des segments d'activité** (streaming et abonnements, physique, édition et merchandising). **Poursuite du processus d'ouverture du capital.**
 - **Groupe Canal+ : à l'international, poursuite du développement des activités et projets d'acquisition ; projet de transformation des activités en France.**
 - **Havas : croissance organique positive et rentabilité solide.**
- **Réussite du programme de rachat d'actions** : 5 % du capital rachetés entre fin mai et le 23 juillet 2019.

CHIFFRES CLES DU PREMIER SEMESTRE 2019	Variation par rapport à la même période de 2018		Variation à change et périmètre constants ¹ par rapport à la même période de 2018
Chiffre d'affaires	7 353 M€	+13,6 %	+6,7 %
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)^{2,3}	718 M€	+32,4 %	+27,6 %
Résultat opérationnel (EBIT)³	645 M€	+31,2%	
Résultat net, part du groupe³	520 M€	x3,2	
Résultat net ajusté^{2,3}	554 M€	+40,8 %	

Ce communiqué présente des résultats condensés, non audités, établis selon les normes IFRS, arrêtés par le Directoire de Vivendi du 23 juillet 2019, examinés par le Comité d'audit du 23 juillet 2019 et par le Conseil de surveillance du 25 juillet 2019.

Le Conseil de surveillance de Vivendi, qui s'est réuni ce jour sous la Présidence de Yannick Bolloré, a examiné **les comptes du semestre clos le 30 juin 2019**, arrêtés par le Directoire le 23 juillet 2019.

Le compte de résultat est présenté en annexe II. Il appelle les commentaires suivants :

- **Au premier semestre 2019, le chiffre d'affaires** s'élève à 7 353 millions d'euros, en hausse de 13,6 % par rapport au premier semestre 2018, notamment grâce à la progression d'UMG (+630 millions d'euros) ainsi qu'à la consolidation d'Editis (+260 millions d'euros). A taux de change et périmètre constants¹, le chiffre d'affaires augmente de 6,7 %, essentiellement grâce à la progression d'Universal Music Group (+18,6 %).

Au deuxième trimestre 2019, le chiffre d'affaires s'élève à 3 894 millions d'euros, en hausse de 16,2 % par rapport au deuxième trimestre 2018, notamment grâce à la progression d'UMG (+350 millions d'euros) ainsi qu'à la consolidation d'Editis (+171 millions d'euros). A taux de change et périmètre constants¹, le chiffre d'affaires augmente de 7,7 %, essentiellement grâce à la progression d'UMG (+18,4 %).

¹ Le périmètre constant permet notamment de retraiter les impacts de l'acquisition du solde de la participation dans Ingrooves Music Group par Universal Music Group (15 mars 2019), de l'acquisition d'Editis (31 janvier 2019), de l'acquisition de Paylogix par Vivendi Village (16 avril 2018) et de la cession de MyBestPro par Vivendi Village (21 décembre 2018). La croissance organique n'élimine pas les impacts en 2019 de l'application d'IFRS 16 sur l'EBITA (+18 millions d'euros).

² Mesures à caractère non strictement comptable.

³ Pour la réconciliation de l'EBIT à l'EBITA ainsi que du résultat net, part du groupe, au résultat net ajusté, voir l'annexe II.

- **Le résultat opérationnel ajusté (EBITA)** s'élève à 718 millions d'euros, en hausse de 32,4 % par rapport au premier semestre 2018. À taux de change et périmètre constants, il progresse de 27,6 %, essentiellement grâce à la hausse d'UMG (+146 millions d'euros).
- **Le résultat opérationnel (EBIT)** s'élève à 645 millions d'euros, en augmentation de 31,2 % par rapport au premier semestre 2018. Il comprend les amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises qui s'élèvent à 73 millions d'euros, contre 53 millions d'euros au premier semestre 2018.
- **Les autres charges et produits financiers** sont un produit net de 91 millions d'euros, contre une charge nette de 42 millions d'euros au premier semestre 2018. Ils comprennent en particulier la réévaluation entre le 1^{er} janvier et le 30 juin 2019 des participations dans Spotify et Tencent Music Group.
- **L'impôt dans le résultat net** est une charge nette de 182 millions d'euros, contre une charge nette de 265 millions d'euros au premier semestre 2018. **Le taux d'impôt effectif sur le résultat net ajusté** est de 21,2 %.
- Au premier semestre 2019, **le résultat net, part du groupe (normes comptables IFRS)** est un bénéfice de 520 millions d'euros (0,41 euro par action de base), contre 165 millions d'euros (0,13 euro par action de base) au premier semestre 2018, en augmentation de 355 millions d'euros. Cette évolution reflète notamment la progression du résultat opérationnel (+153 millions d'euros), ainsi que l'amélioration des autres charges et produits financiers (+133 millions d'euros) et de l'impôt sur les résultats (+83 millions d'euros).
- **Le résultat net ajusté** est un bénéfice de 554 millions d'euros (0,44 euro par action de base), contre 393 millions d'euros (0,31 euro par action de base) au premier semestre 2018, en hausse de 161 millions d'euros (+40,8 %). Cette évolution reflète principalement la progression du résultat opérationnel ajusté (EBITA) de 176 millions d'euros, liée à la performance d'UMG (+154 millions d'euros).

Au 30 juin 2019, **l'endettement financier net²** de Vivendi s'établit à 2 133 millions d'euros, contre une position de trésorerie nette de 176 millions d'euros au 31 décembre 2018. Cette évolution intègre notamment le programme du rachat d'actions et l'acquisition d'Editis. Les **fonds propres** sont de 15 823 millions d'euros, soit un **taux de gearing** de 13,5 %.

EVOLUTION DU CAPITAL D'UNIVERSAL MUSIC GROUP

Les banques conseil du Groupe ont été choisies dans le cadre du projet d'ouverture du capital d'UMG.

La Vendor Due Diligence, présentée au Conseil de surveillance en mai dernier, sera mise à jour avec les comptes du premier semestre 2019 par le cabinet PwC.

Le processus d'ouverture du capital d'UMG à un ou plusieurs partenaires, pour une participation minoritaire, suit son cours conformément à ce qui avait été annoncé précédemment, en concertation avec les équipes dirigeantes d'UMG. Plusieurs contacts ont déjà été établis avec des éventuels partenaires stratégiques.

PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS

Du 28 mai au 23 juillet 2019, Vivendi a racheté 65,465 millions de ses propres actions (5 % du capital).

Le 17 juin 2019, le Directoire a décidé d'annuler 50 millions d'actions, en ce compris 30 millions d'actions précédemment détenues. Le 25 juillet 2019, le Directoire a également décidé d'annuler 44,679 millions d'actions, soit un total de 94,679 millions d'actions (7,23 % du capital).

Vivendi détient à ce jour directement 7,8 millions de ses propres actions, soit 0,6 % de son capital social, dont 7,1 millions adossées à la couverture de plans d'actions de performance.

COMMENTAIRES DETAILLES DES DIFFERENTES ACTIVITES

Universal Music Group

Le chiffre d'affaires d'Universal Music Group (UMG) s'élève à 3 258 millions d'euros, en hausse de 18,6 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier semestre 2018 (+24,0 % en données réelles).

Le chiffre d'affaires de la musique enregistrée augmente de 16,9 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier semestre 2018 grâce à la hausse des revenus liés aux abonnements et au streaming (+25,5 %), ainsi qu'à des ventes physiques importantes (+15,0 %), qui compensent largement la baisse continue des ventes de téléchargements (-19,7 %).

Parmi les meilleures ventes de musique enregistrée du premier semestre 2019, figurent les nouveaux albums d'Ariana Grande, de Billie Eilish et des groupes japonais King & Prince et back number, ainsi que la bande originale du film *A Star Is Born* et plusieurs albums de Queen, dont les ventes se poursuivent.

Dans le classement mondial réalisé par Spotify au premier semestre 2019, UMG compte huit des dix meilleurs titres, dont les six premiers, avec le titre d'Ariana Grande *7 Rings* classé numéro un. Sur l'ensemble des 26 semaines du premier semestre 2019, UMG occupe la première place du classement.

Sur le plus grand marché mondial de la musique, les Etats-Unis, le rapport semestriel 2019 de Nielsen indique qu'UMG compte six des dix meilleurs artistes, dont les cinq premiers (Ariana Grande, Drake, Billie Eilish, Post Malone et Queen) ; huit des dix meilleurs albums, dont les deux premiers (Ariana Grande et Billie Eilish) ; et sept des dix meilleurs titres (basé sur l'audience numérique).

Au Royaume-Uni, selon les informations enregistrées par OCC (Official Charts Company), UMG compte six des dix meilleurs titres du premier semestre 2019, dont Lewis Capaldi, classé numéro un, et six des dix meilleurs albums.

Le chiffre d'affaires de l'édition musicale augmente de 10,5 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier semestre 2018, également porté par la croissance des revenus liés aux abonnements et au streaming.

Le chiffre d'affaires du merchandising et des autres activités croît de 82,3 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier semestre 2018, grâce à la hausse des activités de concerts et des revenus D2C (distribution directe au consommateur).

Porté par la croissance du chiffre d'affaires, le résultat opérationnel ajusté s'établit à 481 millions d'euros, en augmentation de 43,6 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier semestre 2018 (+47,3 % en données réelles). Au premier semestre 2019, la marge d'EBITA progresse de 240 points à 14,8 %.

Groupe Canal+

Le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'établit à 2 518 millions d'euros, contre 2 575 millions d'euros au premier semestre 2018, en repli de 2,2 % à taux de change et périmètre constants.

Le chiffre d'affaires de la télévision en France métropolitaine recule par rapport au premier semestre 2018, en raison de la baisse du portefeuille global d'abonnés, malgré une nouvelle croissance du nombre d'abonnés à la chaîne Canal+ (près de 45 000 au cours des 12 derniers mois).

Le chiffre d'affaires à l'international progresse par rapport au premier semestre 2018 grâce à la croissance du parc d'abonnés qui résulte notamment de la diffusion de la Coupe d'Afrique des Nations.

Le chiffre d'affaires de Studiocanal recule par rapport au premier semestre 2018, qui avait bénéficié de la sortie d'un plus grand nombre de films et de ventes vidéo, en particulier de *Paddington 2*.

Le résultat opérationnel ajusté (EBITA) avant charges de restructuration s'établit à 236 millions d'euros, contre 249 millions d'euros au premier semestre 2018. Après charges de restructuration, l'EBITA ressort à 233 millions d'euros, contre 221 millions d'euros à la même période en 2018.

Au cours de ce premier semestre, Groupe Canal+ a poursuivi ses projets d'internationalisation avec notamment :

- l'annonce d'un accord en vue de l'acquisition de l'opérateur de télévision payante, M7. Ce projet permettrait au Groupe Canal+ de s'implanter dans sept nouveaux pays européens, et d'approcher ainsi à la fin de cette année les 20 millions d'abonnés dans 40 territoires. Le *closing* de l'opération est prévu en septembre 2019.
- l'acquisition des activités de production, de distribution de contenus et d'édition de chaînes du groupe nigérian IROKO, renforçant ainsi ses activités dans les contenus Nollywood, une des industries cinématographiques les plus prolifiques au monde.
- l'acquisition, en partenariat avec le groupe Les Echos-Le Parisien, de la chaîne Mezzo présente dans 80 pays et reçue par 60 millions de foyers à travers le monde.

En juillet 2019, la direction du Groupe Canal+ a présenté aux représentants du personnel de l'entreprise les détails d'un projet de transformation de ses activités françaises. Celui-ci pourrait conduire au départ d'un maximum de 492 personnes, exclusivement sur la base du volontariat.

Havas

Au premier semestre 2019, Havas continue de générer des résultats financiers solides. Son chiffre d'affaires s'élève à 1 114 millions d'euros, en croissance de 3,8 % (+0,2 % à taux de change et périmètre constants) par rapport au premier semestre 2018.

Le revenu net⁴ d'Havas augmente de 4,0 %, à 1 061 millions d'euros par rapport au premier semestre 2018. La croissance organique est positive tant au premier trimestre (+0,1 %) qu'au deuxième (+0,4 %) pour atteindre +0,2 % sur l'ensemble du premier semestre 2019. La contribution des acquisitions est de +1,0 % et les effets de change sont positifs à hauteur de 2,8 %.

Au premier semestre 2019, Havas continue d'améliorer sa rentabilité. Le résultat opérationnel ajusté (EBITA) s'élève à 108 millions d'euros, en croissance de 5,8 % par rapport au premier semestre 2018.

Au premier semestre 2019, en Amérique du Nord, la croissance organique est satisfaisante notamment grâce à la performance de la communication santé (Havas Health & You), des activités média, des activités de marketing à la performance (Havas Edge) ainsi que de la communication financière et institutionnelle (AMO).

En Europe, l'activité se maintient avec des performances hétérogènes selon les pays et selon les activités média ou créatives. Les principaux pays contributeurs sont l'Allemagne, l'Italie, la France (grâce en particulier à BETC) et le Royaume-Uni (activité digitale avec Havas HéliA).

L'activité en Asie-Pacifique et en Amérique latine se redresse.

Havas poursuit sa politique d'acquisitions ciblées et réalise au premier semestre 2019 deux opérations :

- Think Design en Inde, une agence experte en design digital qui accompagne les marques à l'échelle globale dans la stratégie et la conception de leur *User Experience* (expérience utilisateur) pour optimiser cette dernière ;
- Battery, une agence créative américaine basée à Los Angeles et spécialisée dans le divertissement (jeux vidéo, télévision, cinéma, services de streaming). Battery sera intégrée à The Annex, réseau d'Havas centré sur la culture et le divertissement. Cette acquisition s'inscrit dans une stratégie d'expansion mondiale de ce réseau qui bénéficie pleinement de la puissance du groupe Vivendi.

Parmi les actualités marquantes, Havas a présenté sa nouvelle mission lors du Festival International de la Créativité à Cannes. Elle s'inscrit parfaitement dans la continuité de la stratégie *Together*, qui a permis à Havas d'être aujourd'hui le groupe le plus intégré du secteur dans le monde.

⁴ Le revenu net correspond au chiffre d'affaires d'Havas après déduction des coûts refacturables aux clients.

Pour la liste des principaux prix et des gains remportés par Havas au deuxième trimestre 2019, se reporter à l'annexe V.

Editis

Vivendi consolide Editis par intégration globale depuis le 1^{er} février 2019. Sa contribution au chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 260 millions d'euros sur cinq mois, en croissance de 1,2 % par rapport à la même période de 2018.

Depuis le 1^{er} février 2019, le chiffre d'affaires des maisons Littérature, Pratique & Jeunesse s'établit à 125 millions d'euros, en progression de 3,3 % sur une base pro forma cinq mois en 2018. Cette croissance s'explique par les lancements des livres de plusieurs auteurs emblématiques d'Editis ainsi que par plusieurs prix remportés. Non moins de 5 auteurs d'Editis se hissent dans le Top 10 des auteurs de littérature française les plus vendus à fin juin 2019 : Michel Bussi (Presses de la Cité), Marc Levy (Robert Laffont-Versilio), Raphaëlle Giordano (Plon), Franck Thilliez (Fleuve) et Bernard Minier (XO) (source GFK).

Le chiffre d'affaires de l'activité Education & Référence s'établit à 53 millions d'euros, en recul de 6,3 % dans un contexte de pré-réforme scolaire. L'année 2019 sera marquée en effet par la réforme des programmes de Lycée. Cette dernière devrait favoriser l'activité du troisième trimestre 2019.

Le chiffre d'affaires de l'activité de Diffusion & Distribution des éditeurs tiers s'élève à 82 millions d'euros, en croissance de 3,5 %, avec la parution notamment d'*Une évidence* (Michel Lafon), le dernier titre d'Agnès Martin-Lugand présente dans le Top 10 des auteurs de littérature française, et à la suite de la diffusion d'un nouvel éditeur, les Editions Le Cerf.

Le résultat opérationnel ajusté (EBITA) d'Editis s'établit à 4 millions d'euros depuis le 1^{er} février 2019. Des dépenses de création éditoriale et de marketing dédiés à la réforme scolaire du Lycée ont été engagées sur la période.

Editis poursuit sa transformation :

- Montée en puissance du projet Copernics (outil d'impression à la commande) : la production a augmenté de 45 % au premier semestre 2019, avec 1,3 million d'exemplaires produits ;
- Développement du livre audio, avec désormais 200 titres au catalogue ;
- Depuis mai 2019, Lizzie, la marque de livres audio d'Editis, a intégré l'offre Canal+ : chaque abonné éligible peut désormais télécharger un livre par mois du catalogue de Lizzie ;
- Le 17 juillet 2019, Editis a finalisé l'acquisition du groupe d'édition l'Archipel (chiffre d'affaires annuel d'environ 6 millions d'euros).

Autres métiers

Gameloft

Fort de 1,6 million de téléchargements par jour toutes plateformes confondues au premier semestre 2019, Gameloft est l'un des tous premiers éditeurs mondiaux de jeux vidéo mobile.

Au premier semestre 2019, le chiffre d'affaires de Gameloft s'établit à 133 millions d'euros, en baisse de 5,2 % par rapport au premier semestre 2018. L'activité Distribution, en déclin structurel depuis plusieurs années, continue de peser sur sa performance. Les ventes sur les plateformes OTT (*Over The Top* : Apple, Google, Microsoft, etc.) reculent de 3,4 % et l'activité Publicitaire progresse de 9,8 %. Le résultat opérationnel ajusté (EBITA) s'établit à -11 millions d'euros.

L'activité de Gameloft est largement internationale : elle se répartit à 35 % en Amérique du Nord, à 33 % dans la zone EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique), à 25 % en Asie Pacifique et à 7 % en Amérique latine.

Gameloft réalise 65 % de son chiffre d'affaires avec ses propres franchises de jeux. Il bénéficie de la bonne performance de son catalogue et notamment de ses jeux phares *Dragon Mania Legends*, *Disney Magic Kingdoms*, *Asphalt 9: Legends*, *March of Empires* et *Asphalt 8: Airborne*. Au premier semestre 2019, le chiffre d'affaires des cinq jeux sur smartphones les plus performants de Gameloft a ainsi augmenté de 15 % comparé au Top 5 du premier semestre 2018.

Asphalt 9: Legends, le dernier opus de la franchise n°1 des jeux de course sur mobile la plus téléchargée au monde et plusieurs fois récompensée, arrivera sur la Nintendo Switch™ en téléchargement gratuit dès cet été. Gameloft annonce également l'arrivée de *Disney Princess Majestic Quest* et *Disney Getaway Blast*, deux jeux sur mobile inédits pour les fans de puzzle et des univers Disney. Après le succès de *Disney Magic Kingdoms*, Gameloft poursuit la création de jeux mettant en scène les personnages et les histoires les plus emblématiques de Disney et Pixar.

Gameloft fera partie, aux côtés d'autres éditeurs de renom, du service de jeux par abonnement *Apple Arcade* dévoilé par Apple le 25 mars dernier.

Vivendi Village

Au premier semestre de 2019, le chiffre d'affaires de Vivendi Village s'élève à 66 millions d'euros, en forte croissance de 55,1 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2018 (+27,9 % en données réelles).

Les activités de billetterie représentent un chiffre d'affaires de 33 millions d'euros, en hausse de 30,2 % par rapport au premier semestre 2018, grâce notamment à l'acquisition de Paylogic en avril 2018 (+11,6 % à taux de change et périmètres constants). Vivendi Village dispose aujourd'hui d'un réseau

intégré de billetterie de 14 bureaux dans 8 pays en Europe continentale, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis.

Les activités de spectacle vivant, qui comprennent Olympia Production (France), U Live (Grande-Bretagne), ainsi que les salles de spectacle en France et en Afrique, réalisent un chiffre d'affaires de 31 millions d'euros (x2,9). Cette très forte progression est due pour partie à la contribution de Garorock acquis début 2019, l'un des plus grands festivals français avec 160 000 participants cette année (+10 %). Elle s'explique également par les excellentes performances des autres festivals détenus en France et en Grande-Bretagne. Le nombre de spectacles des artistes signés par Olympia Production ainsi que le taux d'occupation et les contrats de parrainage de l'Olympia contribuent aussi à cette forte hausse.

De son côté, CanalOlympia poursuit son développement en Afrique avec l'ouverture d'une treizième salle de cinéma et de spectacles à Madagascar le 19 juillet dernier. Le réseau a accueilli son millionième spectateur en juillet 2019.

Le résultat opérationnel ajusté (EBITA) de Vivendi Village représente une perte de 9 millions d'euros, contre une perte de 6 millions d'euros au premier semestre 2018. Si l'on exclut les activités en développement en Afrique, le résultat opérationnel ajusté est à l'équilibre.

Nouvelles initiatives

Au premier semestre 2019, Nouvelles Initiatives, qui regroupe Dailymotion et GVA, réalise un chiffre d'affaires de 34 millions d'euros, en hausse de 8,5 % par rapport à la même période de 2018.

Dailymotion poursuit la stratégie premium mise en place depuis mi-2017. Durant le premier semestre 2019, plus de 160 accords ont été conclus avec des partenaires de contenus premium, dont plusieurs acteurs majeurs aux Etats-Unis tels que la NBA, la NHL, la Nascar, le groupe Hearst ou le groupe Meredith. A fin juin, l'audience sur les contenus premium a augmenté de plus de moitié en l'espace d'un an et représente désormais 63 % de l'audience globale.

Enfin, la plateforme de monétisation programmatique lancée par Dailymotion fin 2018 continue son développement avec un nombre croissant de plateformes programmatiques d'achats (« DSP ») connectées dont les principaux acteurs du marché : Google DV360 et The Trade Desk.

GVA a l'objectif de déployer dans les principales villes du continent africain un réseau en fibre optique jusqu'à l'abonné (FTTH), assurant un accès à l'Internet à très haut débit aux particuliers comme aux professionnels.

Le chiffre d'affaires de GVA a été multiplié par plus de 12, grâce à la montée en puissance du réseau au Gabon, Togo et Congo.

Après Libreville (Gabon) en octobre 2017 et Lomé (Togo) en mars 2018, GVA a en effet procédé au lancement commercial de ses offres CANALBOX et CANALBOX PRO (offre BtoB) à Pointe-Noire (République du Congo) le 18 avril 2019, proposant un accès illimité à Internet à des débits allant jusqu'à 50 Mbit/s.

Depuis le 12 juillet 2019, GVA a, par ailleurs, élargi son offre commerciale à Lomé avec l'offre START qui propose un accès à 10 Mbit/s en plus des offres CANALBOX et CANALBOX PRO.

Le résultat opérationnel ajusté (EBITA) de Nouvelles Initiatives représente une perte de 29 millions d'euros, contre une perte de 43 millions d'euros au premier semestre de 2018, en raison essentiellement de l'arrêt des activités de Vivendi Content.

Pour toute information complémentaire, se référer au document « Rapport financier et états financiers condensés non audités du premier semestre clos le 30 juin 2019 », mis en ligne ultérieurement sur le site Internet de Vivendi (www.vivendi.com).

A propos de Vivendi

Vivendi travaille depuis 2014 à la construction d'un groupe européen 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 mobiles (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

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 le paiement de dividendes, de distribution et de rachat 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). 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) 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

Paris

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

Londres

Paul Durman
+44 20 7240 2486

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

CONFERENCE ANALYSTES & INVESTISSEURS

Intervenants :

Arnaud de Puyfontaine

Président du Directoire

Hervé Philippe

Membre du Directoire et Directeur Financier

Date : 25 juillet 2019

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

Les journalistes peuvent seulement écouter la conférence.

Internet : La conférence pourra être suivie sur Internet : www.vivendi.com/analystes-investisseurs/
(audiocast)

Numéros d'appel pour la conférence téléphonique qui se tient en anglais :

France +33 (0) 1 76 77 22 57
UK +44 (0) 330 336 94 11
USA +1 323 794 25 75
Code 107 15 03

Numéros d'appel pour la conférence téléphonique (traduction en français) :

France +33 (0) 1 76 77 28 19
UK +44 (0) 330 336 94 07
USA +1 323 994 20 78
Code 237 23 50

Sur notre site **www.vivendi.com** seront disponibles les numéros pour le service de ré-écoute (14 jours), un service de web cast audio et les « slides » de la présentation.

ANNEXE I
VIVENDI

CHIFFRE D'AFFAIRES TRIMESTRIEL PAR METIER
(IFRS, non audité)

(en millions d'euros)	2019			
	1er trimestre clos		2e trimestre clos le	
	le 31 mars		30 juin	
Chiffre d'affaires				
Universal Music Group	1 502		1 756	
Groupe Canal+	1 252		1 266	
Havas	525		589	
Editis (a)	89		171	
Gameloft	68		65	
Vivendi Village	23		43	
Nouvelles Initiatives	15		19	
Eliminations des opérations intersegment	(15)		(15)	
Total Vivendi	3 459		3 894	
	2018			
	1er trimestre clos		2e trimestre clos le	
	le 31 mars		30 septembre	31 décembre
Chiffre d'affaires				
Universal Music Group	1 222		1 406	1 900
Groupe Canal+	1 298		1 277	1 344
Havas	506		567	693
Gameloft	70		71	78
Vivendi Village	23		29	35
Nouvelles Initiatives	16		15	19
Eliminations des opérations intersegment	(11)		(19)	(14)
Total Vivendi	3 124		3 352	4 055

a. Pour mémoire, Vivendi consolide Editis par intégration globale depuis le 1^{er} février 2019.

ANNEXE II VIVENDI

COMPTE DE RÉSULTAT CONDENSÉ

(IFRS, non audité)

	Semestres clos le 30 juin		% de variation
	2019	2018	
CHIFFRE D'AFFAIRES	7 353	6 476	+ 13,6%
Coût des ventes	(4 054)	(3 578)	
Charges administratives et commerciales hors amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(2 543)	(2 296)	
Résultat opérationnel courant (ROC)*	756	602	+ 25,6%
Charges de restructuration	(22)	(62)	
Autres charges et produits opérationnels	(16)	2	
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)*	718	542	+ 32,4%
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(73)	(53)	
Autres charges et produits	-	3	
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL (EBIT)	645	492	+ 31,2%
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence non	(8)	8	
Coût du financement	(21)	(26)	
Produits perçus des investissements financiers	5	15	
Autres charges et produits financiers	91	(42)	
	75	(53)	
Résultat des activités avant impôt	712	447	+ 59,3%
Impôt sur les résultats	(182)	(265)	
Résultat net des activités poursuivies	530	182	x 2.9
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	-	-	
Résultat net	530	182	x 2.9
Intérêts minoritaires	(10)	(17)	
RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE	520	165	x 3.2
Résultat net, part du groupe par action (en euros)	0,41	0,13	
Résultat net, part du groupe dilué par action (en euros)	0,41	0,13	
Résultat net ajusté*	554	393	+ 40,8%
Résultat net ajusté par action (en euros)*	0,44	0,31	
Résultat net ajusté dilué par action (en euros)*	0,43	0,31	

Données en millions d'euros, sauf données par action.

*Mesures à caractère non strictement comptable.

Le résultat opérationnel courant (ROC), le résultat opérationnel ajusté (EBITA - *adjusted earnings before interest and income taxes*) et le résultat net ajusté, mesures à caractère non strictement comptable, doivent être considérés comme des informations complémentaires, qui ne peuvent se substituer à toute mesure des performances opérationnelles et financières du groupe à caractère strictement comptable et Vivendi considère qu'ils sont des indicateurs pertinents des performances opérationnelles et financières du groupe. La Direction de Vivendi utilise le résultat opérationnel courant (ROC), le résultat opérationnel ajusté (EBITA) et le résultat net ajusté dans un but informatif, de gestion et de planification car ils permettent d'exclure la plupart des éléments non opérationnels et non récurrents de la mesure de la performance des métiers.

Pour toute information complémentaire, se référer au document « Rapport financier semestriel 2019 » qui sera mis en ligne ultérieurement sur le site internet de Vivendi (www.vivendi.com).

ANNEXE II (suite)
VIVENDI

COMPTE DE RÉSULTAT CONDENSÉ
(IFRS, non audité)

Réconciliation du résultat net, part du groupe au résultat net ajusté

(en millions d'euros)	Semestres clos le 30 juin	
	2019	2018
Résultat net, part du groupe (a)	520	165
<i>Ajustements</i>		
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	73	53
Amortissement des actifs incorporels liés aux sociétés mises en équivalence	30	30
Autres charges et produits financiers	(91)	42
Impôt sur les ajustements	34	106
Intérêts minoritaires sur les ajustements	(12)	(3)
Résultat net ajusté	554	393

a. Tels que présentés au compte de résultat condensé.

Compte de résultat ajusté

(en millions d'euros)	Semestres clos le 30 juin		% de variation
	2019	2018	
Chiffre d'affaires	7 353	6 476	+ 13,6%
Résultat opérationnel courant (ROC)	756	602	+ 25,6%
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)	718	542	+ 32,4%
Autres charges et produits	-	3	
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence non	22	38	
Coût du financement	(21)	(26)	
Produits perçus des investissements financiers	5	15	
Résultat des activités avant impôt ajusté	724	572	+ 26,6%
Impôt sur les résultats	(148)	(159)	
Résultat net ajusté avant intérêts minoritaires	576	413	
Intérêts minoritaires	(22)	(20)	
Résultat net ajusté	554	393	+ 40,8%

**ANNEXE III
VIVENDI**

**CHIFFRE D'AFFAIRES, RÉSULTAT OPERATIONNEL COURANT
ET RÉSULTAT OPERATIONNEL AJUSTÉ PAR METIER**

(IFRS, non audité)

(en millions d'euros)	Semestres clos le 30 juin				
	2019	2018	% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants (a)
Chiffre d'affaires					
Universal Music Group	3 258	2 628	+24,0%	+19,7%	+18,6%
Groupe Canal+	2 518	2 575	-2,2%	-2,1%	-2,2%
Havas	1 114	1 073	+3,8%	+1,1%	+0,2%
Editis	260	-	na	na	na
Gameloft	133	141	-5,2%	-7,5%	-10,2%
Vivendi Village	66	52	+27,9%	+27,2%	+55,1%
Nouvelles Initiatives	34	32	+8,5%	+8,5%	+8,5%
Eliminations des opérations intersegment	(30)	(25)			
Total Vivendi	7 353	6 476	+13,6%	+11,5%	+6,7%
Résultat opérationnel courant (ROC)					
Universal Music Group	501	355	+41,4%	+37,1%	+37,7%
Groupe Canal+	235	241	-2,5%	-2,4%	-2,1%
Havas	121	115	+5,5%	+3,6%	+2,0%
Editis	6	-	na	na	na
Gameloft	(9)	(4)			
Vivendi Village	(9)	(7)			
Nouvelles Initiatives	(31)	(42)			
Corporate	(58)	(56)			
Total Vivendi	756	602	+25,6%	+22,9%	+21,0%
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)					
Universal Music Group	481	326	+47,3%	+42,8%	+43,6%
Groupe Canal+	233	221	+5,4%	+5,5%	+5,9%
Havas	108	102	+5,8%	+3,8%	+2,0%
Editis	4	-	na	na	na
Gameloft	(11)	(8)			
Vivendi Village	(9)	(6)			
Nouvelles Initiatives	(29)	(43)			
Corporate	(59)	(50)			
Total Vivendi	718	542	+32,4%	+29,5%	+27,6%

na : non applicable.

- a. Le périmètre constant permet notamment de retraiter les impacts de l'acquisition du solde de la participation dans Ingrooves Music Group par Universal Music Group (15 mars 2019), de l'acquisition d'Editis (31 janvier 2019), de l'acquisition de Paylogic par Vivendi Village (16 avril 2018) et de la cession de MyBestPro par Vivendi Village (21 décembre 2018).

ANNEXE IV
VIVENDI
BILAN CONDENSÉ
(IFRS, non audité)

(en millions d'euros)	30 juin 2019 (non audité)	1 ^{er} janvier 2019	31 décembre 2018
ACTIF			
Ecarts d'acquisition	13 452	12 438	12 438
Actifs de contenus non courants	2 381	2 194	2 194
Autres immobilisations incorporelles	481	437	437
Immobilisations corporelles	1 005	967	986
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	1 241	1 093	na
Participations mises en équivalence	3 452	3 418	3 418
Actifs financiers non courants	2 242	2 102	2 102
Impôts différés	746	723	675
Actifs non courants	25 000	23 372	22 250
Stocks	273	206	206
Impôts courants	128	135	135
Actifs de contenus courants	1 037	1 346	1 346
Créances d'exploitation et autres	5 538	5 314	5 314
Actifs financiers courants	1 041	1 090	1 090
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3 239	3 793	3 793
Actifs courants	11 256	11 884	11 884
TOTAL ACTIF	36 256	35 256	34 134
CAPITAUX PROPRES ET PASSIF			
Capital	6 926	7 184	7 184
Primes d'émission	3 791	4 475	4 475
Actions d'autocontrôle	(1 252)	(649)	(649)
Réserves et autres	6 143	6 145	6 303
Capitaux propres attribuables aux actionnaires de Vivendi SA	15 608	17 155	17 313
Intérêts minoritaires	215	220	221
Capitaux propres	15 823	17 375	17 534
Provisions non courantes	990	871	858
Emprunts et autres passifs financiers à long terme	5 570	3 448	3 448
Impôts différés	918	1 076	1 076
Dettes locatives à long terme	1 251	1 112	na
Autres passifs non courants	193	223	248
Passifs non courants	8 922	6 730	5 630
Provisions courantes	385	419	419
Emprunts et autres passifs financiers à court terme	1 458	888	888
Dettes d'exploitation et autres	9 389	9 547	9 572
Dettes locatives à court terme	208	206	na
Impôts courants	71	91	91
Passifs courants	11 511	11 151	10 970
Total passif	20 433	17 881	16 600
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF	36 256	35 256	34 134

na : non applicable.

ANNEXE V
VIVENDI
HAVAS : PRIX ET GAINS SIGNIFICATIFS
(IFRS, non audité)

Principaux prix remportés par Havas

Les agences du groupe Havas ont remporté pas moins de 300 prix au cours du deuxième trimestre 2019. Trois festivals de publicité majeurs se sont déroulés au deuxième trimestre 2019 : le One Show, le D&AD et les Cannes Lions.

Au One Show, les agences du groupe Havas ont remporté 10 prix. BETC a reçu un Green Pencil, un Gold et deux Bronze pour sa campagne Save our Species pour Lacoste. Et 2 autres Bronze pour Disneyland et La Parole aux Sourds. Havas New York est reparti avec un Gold pour son client TD Ameritrade. Havas Germany avec un Bronze pour Getty Images et Fiftyfifty.

C'est une belle année pour Havas aux D&AD Awards avec un palmarès de 17 récompenses : réparties entre BETC Paris, Rosapark, BETC London, Havas London, Havas Düsseldorf, Arnold Boston, BETC/Havas et Z+ Havas.

Aux Cannes Lions, 2 campagnes se sont particulièrement distinguées et ont reçu 3 Lions chacune : Seetroen pour Citroën (BETC Paris) et The 9'58 Biography pour Puma (BETC/Havas Sao Paulo). Les autres agences primées sont Arnold WW Boston, Havas Lynx UK, Hoy Buenos Aires, One Green Bean Sydney, Rosapark, Z+ Havas Sao Paulo. Le groupe a remporté un total de 18 lions.

Concernant les festivals Media, nos agences danoise et espagnole ont respectivement gagné un Gold pour leur client Aldi et un Bronze pour Kia au Festival of Media Global. Aux Internationalist for Innovation in Media Awards, Hoy et Havas Media Argentine sont repartis avec un Grand Prix pour la campagne Hidden City pour LG.

En Asie Pacifique, Havas Media Singapore a reçu le titre de Media Agency of the Year par Marketing Magazine et, Red Agency le titre de PR Agency of the Year par Adnews Australia.

Principaux gains de budget au premier semestre 2019

Havas Creative :

Pimco, Michelin, Gap, Daucy

Havas Health & You :

Amgen, Novartis, Merck Inc, Ironshore,

Havas Media :

Clorox, SFR, Visit California, Starbucks