

Paris, le 9 mars 2022

Vivendi : très belle croissance du chiffre d'affaires et très bons résultats de toutes les activités en 2021

- **Le chiffre d'affaires progresse de +10,4 % par rapport à 2020 grâce à toutes les activités du Groupe et à l'intégration de Prisma Media. La croissance organique de l'année s'élève à +8,6 %**
- **L'EBITA a plus que doublé (x2,3) par rapport à 2020, porté par les très bonnes performances de l'ensemble des activités, en particulier Groupe Canal+, Havas Group et Editis. L'EBITA augmente également fortement par rapport à 2019 (+72 %)**
- **Le résultat net ajusté est multiplié par 2,2, grâce à la forte hausse de l'EBITA et aux produits des investissements financiers**
- **Le résultat net, part du groupe, de 24,692 Mds€ s'explique par la plus-value liée à la déconsolidation d'UMG**
- **Vivendi soutient pleinement ses équipes en Ukraine, leur apportant une aide logistique et financière significative**

CHIFFRES CLES 2021 <small>(en millions d'euros)</small>	Variation par rapport à 2020		Variation à taux de change et périmètre constants ¹ par rapport à 2020
Chiffre d'affaires	9 572 M€	+10,4 %	+8,6 %
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)^{2,3}	690 M€	x2,3	x2,4
Résultat opérationnel (EBIT)³	404 M€	+63,2 %	
Résultat net ajusté³	649 M€	x2,2	
Résultat net, part du groupe³	24 692 M€	x17,2	

¹ Le périmètre constant permet notamment de retraiter les impacts de l'acquisition de Prisma Media le 31 mai 2021 ainsi que la mise en équivalence de Lagardère à compter du 1er juillet 2021 et d'Universal Music Group à compter du 23 septembre 2021.

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 I.

Ce communiqué présente des résultats consolidés, audités, établis selon les normes IFRS, arrêtés par le Directoire de Vivendi du 7 mars 2022, examinés par le Comité d'audit du 7 mars 2022 et par le Conseil de surveillance du 9 mars 2022.

Le Conseil de surveillance de Vivendi, qui s'est réuni ce jour sous la présidence de Yannick Bolloré, a longuement évoqué la guerre en Ukraine. Vivendi met tout en œuvre pour apporter une aide logistique et financière significative aux équipes de Gameloft et Havas Group présentes dans le pays. Même si l'exposition financière de Vivendi est très faible en Ukraine et en Russie, le Groupe demeure extrêmement vigilant par rapport aux impacts directs ou indirects que le conflit peut avoir sur ses activités et se prépare à toute éventualité.

Le Conseil de surveillance a ensuite examiné les comptes consolidés du Groupe de l'année 2021, arrêtés par le Directoire le 7 mars 2022.

L'exercice 2021 a été marqué par la cotation d'Universal Music Group (UMG) et la distribution de près de 60 % de son capital aux actionnaires de Vivendi, en septembre 2021, entraînant sa déconsolidation.

Le résultat de la participation résiduelle de Vivendi dans UMG post-distribution figure désormais dans les mises en équivalence opérationnelles.

La plus-value de déconsolidation d'UMG s'élève à 24 840 millions d'euros (après un impôt de 894 millions d'euros) et est intégrée dans le résultat net, part du groupe, sur la ligne Résultat net des activités cédées du compte de résultat consolidé, en application de la norme IFRS 5.

Analyse des résultats

En 2021, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 9 572 millions d'euros, en hausse de 904 millions d'euros par rapport à 2020 (+10,4 %). Cette augmentation résulte principalement de la progression de Groupe Canal+, de Havas Group et d'Editis. Elle comprend également la contribution de Prisma Media à compter du 1^{er} juin 2021.

A taux de change et périmètre constants¹, le chiffre d'affaires de Vivendi progresse de 8,6 % par rapport à 2020. Cette augmentation résulte principalement de la hausse de Groupe Canal+ (+5,2 %) ainsi que du fort rebond d'Havas Group (+10,8 %) et d'Editis (+18,1 %).

Au second semestre 2021, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 5 178 millions d'euros, en augmentation de 631 millions d'euros (+13,9 %) par rapport au second semestre 2020. Cette hausse résulte principalement de la progression de Groupe Canal+, de Havas Group et de Vivendi Village. Elle comprend également la contribution de Prisma Media.

A taux de change et périmètre constants¹, le chiffre d'affaires de Vivendi progresse de 9,5 % par rapport au second semestre 2020. Cette augmentation résulte principalement de la hausse de Groupe Canal+ (+5,7 %) ainsi que du fort rebond de Havas Group (+13,9 %) et de Vivendi Village (x5,4).

Au quatrième trimestre 2021, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 2 702 millions d'euros, en augmentation de 325 millions d'euros par rapport au quatrième trimestre 2020 (+13,7 %). A taux de change et périmètre constants¹, il progresse de 8,7 % par rapport au quatrième trimestre 2020.

En 2021, le résultat opérationnel ajusté (EBITA) s'élève à 690 millions d'euros, en hausse de 392 millions d'euros par rapport à 2020 (x2,3). Cette augmentation résulte principalement de la progression de Havas Group (+118 millions d'euros), liée au retour d'une forte dynamique commerciale en 2021 et au plan d'ajustement des coûts mis en place dès le début de la crise sanitaire en 2020. L'amélioration est également imputable à Groupe Canal+ (+45 millions d'euros), principalement grâce au dynamisme des activités internationales, particulièrement en Afrique, et à Editis (+12 millions d'euros). Le rétablissement des autres métiers, en particulier Vivendi Village (+39 millions d'euros) et Gameloft (+32 millions d'euros), contribue également à la bonne performance de l'EBITA.

En outre, l'EBITA comprend notamment la contribution de Prisma Media (20 millions d'euros), consolidée à compter du 1^{er} juin 2021, ainsi que la quote-part dans le résultat net d'UMG (33 millions d'euros), mise en équivalence à compter du 23 septembre 2021, et de Lagardère (19 millions d'euros), mise en équivalence à compter du 1^{er} juillet 2021.

À taux de change et périmètre constants¹, l'EBITA augmente de 402 millions d'euros (x2,4). En excluant la quote-part dans le résultat net en provenance d'UMG et Lagardère, l'EBITA augmenterait de 93,9 %.

Le résultat opérationnel (EBIT) s'élève à 404 millions d'euros, en hausse de 156 millions d'euros (+63,2 %). Il comprend les amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises qui s'élèvent à 286 millions d'euros, contre 50 millions d'euros en 2020. En 2021, ces derniers intègrent la dépréciation de l'écart d'acquisition relatif à Gameloft pour 200 millions d'euros, qui reflète le repli de sa performance opérationnelle passée.

La quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence non opérationnelles représente une charge de -13 millions d'euros, contre un produit de +126 millions d'euros en 2020. La variation correspond à la quote-part dans le résultat net en provenance de Telecom Italia. En 2020, ce montant comprenait notamment la quote-part de Vivendi (+77 millions d'euros) dans la plus-value réalisée par Telecom Italia dans l'opération Inwit.

Les produits perçus des investissements financiers s'élèvent à 150 millions d'euros, en augmentation de 115 millions d'euros. En 2021, ils comprennent principalement le dividende reçu de Mediaset (102 millions d'euros) ainsi que les dividendes reçus de Multichoice (21 millions d'euros) et de Telefonica (20 millions d'euros).

Les autres charges et produits financiers sont une charge nette de 827 millions d'euros. Celles-ci intègrent notamment la dépréciation des titres Telecom Italia mis en équivalence, à hauteur de 728 millions d'euros (-0,20 euro par action), afin de tenir compte notamment des incertitudes sur l'environnement économique et des changements stratégiques susceptibles d'affecter les perspectives de Telecom Italia.

L'impôt dans le résultat net est une charge nette de 218 millions d'euros, contre une charge nette de 163 millions d'euros en 2020.

La part du résultat net revenant aux intérêts minoritaires s'élève à 183 millions d'euros, contre 167 millions d'euros en 2020. La part du résultat net des activités poursuivies revenant aux intérêts minoritaires s'élève à 62 millions d'euros (contre 38 millions d'euros en 2020) et celle d'UMG en tant qu'activité cédée s'élève à 121 millions d'euros (contre 130 millions d'euros en 2020).

Le résultat net, part du groupe est un bénéfice de 24 692 millions d'euros (22,94 euros par action de base), contre 1 440 millions d'euros en 2020 (1,26 euro par action de base). Il comprend notamment la plus-value de déconsolidation de 70 % (59,87 % distribués et 10,03 % conservés mis en équivalence) d'UMG (24 840 millions d'euros, après impôt). Elle est présentée sur la ligne Résultat des activités cédées, conformément à la norme IFRS 5.

Préalablement à la cotation d'UMG et à la distribution de 59,87 % de son capital aux actionnaires de Vivendi, Vivendi a cédé 30 % du capital d'UMG pour un montant reçu en numéraire excédant 9 milliards d'euros. Pour mémoire, les plus-values nettes (après impôt) réalisées sur la cession de 20 % du capital d'UMG au consortium mené par Tencent (2 236 millions d'euros en 2021 et 2 315 millions d'euros en 2020) et de 10 % au fonds d'investissement Pershing Square (2 738 millions d'euros en 2021) sont enregistrées directement en augmentation des capitaux propres consolidés, s'agissant de cessions d'intérêts minoritaires, conformément à la norme IFRS 10, et n'ont donc pas affecté le compte de résultat consolidé.

Le résultat net ajusté est un bénéfice de 649 millions d'euros (0,60 euro par action de base), contre 292 millions d'euros en 2020 (0,26 euro par action de base), en hausse de 357 millions d'euros (x2,2). Cette augmentation comprend principalement la progression du résultat opérationnel ajusté (+392 millions d'euros) et des produits des investissements financiers (+115 millions d'euros), partiellement compensée par le retrait de la quote-part de résultat de Telecom Italia mis en équivalence.

Au 31 décembre 2021, **la position de trésorerie nette s'établit à 348 millions d'euros**, contre un endettement financier net de 4 953 millions d'euros au 31 décembre 2020.

Vivendi dispose, par ailleurs, de capacités de financement importantes. Au 31 décembre 2021, les **lignes de crédit confirmées** du Groupe sont disponibles à hauteur de 2,8 milliards d'euros. La durée moyenne « économique » de la dette brute financière du Groupe, calculée en considérant que les lignes de crédit à moyen terme disponibles dans le Groupe peuvent être utilisées pour rembourser les emprunts les plus courts existant dans le Groupe, s'établit à 4,2 années (contre 4,8 années au 31 décembre 2020).

Les **fonds propres consolidés** de Vivendi s'élèvent à 19,194 milliards d'euros au 31 décembre 2021.

Lagardère

Le Directoire de Vivendi a arrêté les termes de son offre publique d'achat sur les actions de la société Lagardère le 21 février 2022 et a déposé son projet auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) le même jour.

Cette offre publique d'achat résulte de l'acquisition par Vivendi, au prix de 24,10 euros par action Lagardère, des actions Lagardère cédées par Amber Capital le 16 décembre 2021. Depuis cette date, Vivendi détient 63.693.239 actions Lagardère, représentant 45,13 % du capital.

Les comptes 2021 de Lagardère ayant été rendus publics le 17 février 2022 et jugés encourageants, Vivendi a décidé d'augmenter, pour ceux des actionnaires souhaitant vendre immédiatement leurs titres, le prix de son offre publique d'achat à 25,50 euros par action, offre principale, dont serait déduit le dividende 2021 de Lagardère.

Par ailleurs, les actionnaires qui souhaitent conserver leurs titres pourront demander, en optant pour l'offre subsidiaire, à recevoir un droit de cession qui permettrait de céder à Vivendi leurs actions Lagardère, pour un prix de 24,10 euros par action, à compter de la fin de l'offre jusqu'au 15 décembre 2023.

Il est rappelé que dans le cas où le nombre d'actions apportées à l'offre principale lors de la première période d'offre serait insuffisant pour permettre d'atteindre le seuil de caducité, Vivendi acquerra en numéraire au prix de l'offre principale la quotité d'actions présentées à l'offre subsidiaire nécessaire pour atteindre 51 % du capital de Lagardère à la date de clôture de la première période d'offre.

En cas de succès de son offre et d'obtention des autorisations réglementaires requises, Vivendi souhaite que M. Arnaud Lagardère conserve ses fonctions de Président-directeur général de la société Lagardère et entend continuer à s'appuyer sur les compétences de ses équipes dirigeantes.

Comme indiqué, Vivendi n'a pas l'intention de demander à l'AMF la mise en œuvre d'un retrait obligatoire visant les actions de Lagardère ni de demander la radiation des actions de Lagardère d'Euronext Paris.

Le calendrier indicatif prévoit une ouverture de l'offre le 14 avril 2022 pour une durée de 25 jours de bourse.

Retour aux actionnaires

En 2021 et 2022, Vivendi a effectué un important retour aux actionnaires avec :

- 45,1 millions d'actions rachetées entre le 2 août 2021 et le 7 mars 2022, soit 4,1 % du capital social
- 78,7 millions d'actions annulées entre le 18 juin et le 26 juillet 2021, soit respectivement 3,2 % et 3,6 % du capital social
- 652,5 millions d'euros de dividende en numéraire distribués en juin 2021
- 27 412,3 millions d'euros distribués sous forme d'actions UMG, soit 59,87 % du capital d'UMG, dont 5 312,5 millions d'euros à titre de dividende exceptionnel en nature et 22 100 millions d'euros à titre d'acompte sur dividende exceptionnel en nature.

Au 7 mars 2022, Vivendi SE détenait directement 65,5 millions de ses propres actions, soit 5,9 % du capital social.

Ce programme pourra se poursuivre jusqu'au 6 mai 2022 pour un solde de 45,1 millions d'actions à racheter à un prix maximum de 29 euros par action, soit 4,1 % du capital.

Assemblée générale des actionnaires du 25 avril 2022

Lors de l'Assemblée générale du 25 avril 2022, les actionnaires seront notamment appelés à renouveler deux autorisations, consenties en juin 2021 jusqu'en décembre 2022, qui concernent des rachats d'actions. Si elles sont approuvées, les nouvelles autorisations courront de décembre 2022 à octobre 2023 :

- Une résolution proposera le renouvellement de l'autorisation donnée au Directoire par l'Assemblée générale du 22 juin 2021 de procéder à des rachats d'actions à un prix maximum de 16 euros par action, dans la limite de 10 % du capital social (programme 2022-2023), les actions acquises pouvant être annulées dans la limite de 10 % du capital ;
- Une autre concernera le renouvellement de l'autorisation donnée au Directoire de procéder à une Offre Publique de Rachat d'Actions (OPRA) à un prix maximum de 16 euros par action, dans la limite de 50 % du capital social (ou 40 %, en fonction des rachats effectués dans le cadre du nouveau programme, qui s'imputent sur ce plafond de 50 %), et d'annuler les actions acquises.

L'Assemblée générale des actionnaires se prononcera sur la proposition d'un dividende ordinaire de 0,25 euro par action au titre de 2021. Il représente un rendement de 2,1 % par rapport au cours de clôture du 31 décembre 2021. Le détachement du coupon interviendrait le 26 avril 2022 pour une mise en paiement le 28 avril 2022.

Au total, les actionnaires de Vivendi, qui ont reçu des actions Universal Music Group (UMG) en septembre 2021, auront perçu un dividende cumulé de 0,65 euro par action au titre de 2021 (contre 0,60 euro par action au titre de 2020) composé d'un dividende de 0,25 euro par action payé par Vivendi et d'un dividende combiné de 0,40 euro payé par UMG, composé d'un acompte sur dividende de 0,20 euro par action payé en octobre 2021 et d'un dividende de 0,20 euros par action payé à compter de mai 2022 (pour les actionnaires détenant leurs actions UMG aux dates de record date arrêtés des positions).

Il sera également proposé le renouvellement des mandats de Mesdames Cathia Lawson-Hall, Michèle Reiser et Katie Stanton et Monsieur Philippe Bénacín au Conseil de surveillance ainsi que la nomination de Madame Maud Fontenoy (voir biographie avant les annexes). Afin de conserver son indépendance, Madame Aliza Jabès, membre indépendant depuis 2010, n'a pas sollicité son renouvellement en application des recommandations de l'AFEP-MEDEF.

Actions en matière de RSE et ESG

Le nouveau programme de Responsabilité Sociétale et environnementale d'Entreprise (RSE) de Vivendi, *Creation for the Future*, a été déployé à l'ensemble de ses entités en 2021. Le Groupe a renforcé ses engagements en matière de RSE et a fixé un cap ainsi qu'un cadre d'action communs à tous les métiers. Le programme se déploie selon trois axes : réduire l'empreinte carbone du Groupe, rendre la culture et l'éducation accessibles au plus grand nombre et œuvrer pour un monde plus inclusif.

En matière de lutte contre le changement climatique, Vivendi s'est fixé pour objectif de contribuer au net zéro carbone mondial en adoptant une démarche alignée avec les Accords de Paris de 2015. Première étape, dès

2025, Vivendi vise une baisse de 30 % de ses émissions⁴ et une compensation de ses émissions résiduelles. La trajectoire bas carbone de Vivendi a été soumise à la Science Based Targets Initiative en décembre 2021.

A fin décembre 2021, la proportion des femmes au sein de l'effectif⁵ du Groupe progresse de 1 point à 53 % et celle des cadres⁵ de 2 points à 52 %. Au sein des instances dirigeantes⁶ de Vivendi, les femmes représentent désormais 35 % de l'effectif concerné. Vivendi a rempli avec un an d'avance son objectif. Ses nouveaux objectifs sont actualisés à 38 % pour décembre 2022 et 40 % pour décembre 2023.

Il sera proposé à l'Assemblée générale du 25 avril 2022 de relever à 15 % le poids des critères ESG dans la rémunération variable de court terme du Directoire (contre 12 % en 2020 et 5 % en 2019), illustrant la volonté du Groupe de poursuivre ses efforts.

Par ailleurs, Vivendi a intégré l'indice CAC40 ESG national d'Euronext en mars 2021. Celui-ci a pour objectif d'identifier les 40 sociétés de l'indice CAC Large 60 (CAC40 + Next 20) ayant les meilleures pratiques ESG.

Commentaires financiers sur les activités de Vivendi

Groupe Canal+

Fin décembre 2021, le portefeuille global d'abonnés de Groupe Canal+ (individuels et collectifs) atteint 23,7 millions, contre 22,1 millions à fin décembre 2020 (pro forma).

En 2021, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'élève à 5 770 millions d'euros, en hausse de 5,2 % à taux de change et périmètre constants par rapport à 2020.

Le chiffre d'affaires de la télévision en France métropolitaine progresse de 2,9 % à taux de change et périmètre constants par rapport à 2020. Le portefeuille total d'abonnés en France métropolitaine enregistre une croissance nette de 373 000 abonnés sur les 12 derniers mois, et atteint 9,05 millions d'abonnés.

Le chiffre d'affaires à l'international augmente de 4,7 % à taux de change et périmètre constants par rapport à 2020, en raison d'une nouvelle hausse significative du parc d'abonnés (+1,2 million en un an). Le portefeuille total d'abonnés hors de France métropolitaine s'établit à 14,7 millions d'abonnés à fin décembre 2021.

Dans un contexte de réouverture des salles de cinéma ainsi que de bonnes performances des séries TV et du catalogue, le chiffre d'affaires de Studiocanal augmente fortement de 31,5 % (+27,5 % à taux de change et périmètre constants) en un an. Studiocanal est en particulier porté par plusieurs succès en salles, à l'instar de *Bac Nord*, *Boîte noire* et *Le loup et le lion* en France, *Wrath of man* en Australie, Nouvelle-Zélande et Allemagne ou encore *Drunk* au Royaume-Uni.

⁴ Sur les Scope 1 (émissions directes liées à l'énergie) et 2 (émissions indirectes liées à l'énergie). Les objectifs concernant le Scope 3, incluant les déplacements professionnels, les consommations énergétiques qui ne sont pas comptabilisées dans les Scopes 1 et 2, le fret en amont et en aval et les déchets générés, ainsi que les décodeurs en France pour Canal+, sont alignés sur la trajectoire SBTi Well-below 2°C & 2°C.

⁵ Périmètre de consolidation constant excluant UMG et intégrant Prisma Media, selon la méthodologie du reporting social.

⁶ En % de femmes au sein des comités exécutifs de nos métiers et du comité de direction de Vivendi SE.

En 2021, la profitabilité de Groupe Canal+ progresse par rapport à 2020. L'EBITA s'élève à 480 millions d'euros, contre 435 millions d'euros en 2020, en hausse de 10,4 % (+9,5 % à taux de change et périmètre constants).

Ces résultats se sont accompagnés de développements majeurs sur l'ensemble des piliers stratégiques du Groupe.

Sur le pilier du développement à l'international, Groupe Canal+ s'est lancé en Ethiopie et a augmenté sa participation dans la société sud-africaine MultiChoice, franchissant le seuil de 15 % du capital.

Sur le pilier digital, myCanal s'est déployé en Afrique en 2021 et est désormais présent dans 29 pays d'Europe et d'Afrique.

Enfin, sur les contenus, Groupe Canal+ a annoncé le projet d'acquisition de 70 % de SPI International et Studiocanal a acquis de nouvelles sociétés de production (Urban Myth Films et Lailaps Films). En outre, Groupe Canal+ a annoncé le 2 décembre 2021 la signature d'un accord avec les organisations du cinéma français, prolongeant, jusqu'en 2024 au moins, un partenariat de plus de 30 ans. Cet accord prévoit notamment :

- Un investissement garanti de plus de 600 millions d'euros pour les trois prochaines années dans le cinéma français et européen pour Canal+ et Ciné+ ;
- Un avancement de la fenêtre de Canal+ dans la chronologie des médias six mois après la sortie en salles, conforme à son statut renouvelé de premier contributeur du cinéma français et européen ;
- Une fenêtre de droits exclusifs pour Canal+ de 9 mois minimum, pouvant aller jusqu'à 16 mois avec la deuxième fenêtre ;
- Une meilleure capacité d'exposition et de circulation des œuvres sur les antennes cinéma de Groupe Canal+ comme sur myCanal.

A la suite de cet accord, Groupe Canal+ a signé le 24 janvier 2022 la nouvelle chronologie des médias. Canal+ peut désormais diffuser en France des films dès six mois après leur sortie en salles, contre 12 mois en 2018.

Après Netflix et Disney+, Starzplay a rejoint en 2021 les offres de Canal+. Dans cette lignée, Groupe Canal+ et ViacomCBS Networks International ont annoncé le 15 février 2022 un partenariat stratégique sur le long terme s'articulant autour de deux piliers :

- La distribution de Paramount+ d'ici à la fin de l'année et de neuf chaînes de ViacomCBS par Groupe Canal+, en France et en Suisse. Groupe Canal+ sera le seul acteur du marché en France à pouvoir intégrer Paramount+ à ses offres commerciales (en « hard bundle ») ;
- L'acquisition de contenus premium en exclusivité pour les chaînes et services de Groupe Canal+, couvrant plus de 30 territoires. Groupe Canal+ proposera notamment les films Paramount en première exclusivité sur Canal+ en France et en Suisse six mois après leur sortie en salles.

Havas Group

En 2021, le chiffre d'affaires d'Havas Group s'établit à 2 341 millions d'euros, en hausse de 10,8 % à taux de change et périmètre constants par rapport à 2020.

Le revenu net⁷ s'élève à 2 238 millions d'euros, en progression de 9,2 % par rapport à 2020. La croissance organique est de +10,4 % par rapport à 2020. Les effets de change sont négatifs de -2,3 % et la contribution des acquisitions est de +1,1 %.

Au cours du quatrième trimestre 2021, Havas Group continue d'enregistrer une forte progression de ses activités par rapport à la même période de 2020, et affiche une croissance organique du revenu net de +9,3 %.

Toutes les zones géographiques enregistrent en 2021 de très bonnes performances organiques, soutenues par l'ensemble des divisions : création, média et communication santé. L'Amérique du Nord et l'Europe sont les contributeurs les plus importants avec une croissance organique solide. L'Asie-Pacifique et l'Amérique Latine affichent des performances très satisfaisantes.

A fin décembre 2021, l'EBITA atteint 239 millions d'euros, contre 121 millions d'euros en 2020 (et 225 millions d'euros en 2019). Ce quasi doublement de l'EBITA, après charges de restructuration, s'explique par la forte dynamique de la croissance organique du revenu net et par les économies du plan d'ajustements de coûts implémenté en 2020 dont les effets bénéfiques se font ressentir pleinement en 2021.

Havas Group poursuit sa politique d'acquisitions ciblées et réalise quatre prises de participation majoritaires en 2021 : BLKJ (agence créative à Singapour), Agence Verte (communication RSE en France), Nohup (*Customer Experience* en Italie) et Raison de Santé (agence de communication santé en France).

L'année 2021 a été pour Havas Group une année record tant en termes de conquête de nouveaux clients qu'en nombre de récompenses créatives attribuées aux agences, partout dans le monde (se référer à l'annexe VI).

Editis

En 2021, les ventes de livres ont fortement progressé tant par rapport à 2020 que 2019. Le marché atteint ainsi un niveau historique, porté notamment par le segment de la Bande dessinée-Mangas. Dans ce contexte exceptionnel, Editis réalise une performance record. En 2021, son chiffre d'affaires atteint 856 millions d'euros, en progression de 18,1 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2020 et de 16,5 % par rapport à 2019, alors même que 2021 intègre un moindre impact de la réforme scolaire par rapport aux deux années précédentes.

En 2021, Editis classe 10 de ses auteurs dans le Top 30 des auteurs francophones les plus achetés en fiction moderne⁸ (contre 9 en 2020), la plupart de ces derniers affichant une progression par rapport aux années antérieures. Les segments de la Jeunesse et de la Bande dessinée-Mangas ne sont pas non plus en reste, avec une croissance par rapport à 2019 chez Editis supérieure à celle du marché. Par ailleurs, Editis se positionne dans le Top 3 des beaux-livres de fin d'année⁹, avec une présence forte sur le segment de la Cuisine ou parmi les auteurs influenceurs : citons le Tome 5 de *Fait maison* de Cyril Lignac ou bien *Mes desserts faits maison* de Roxane.

⁷ Le revenu net correspond au chiffre d'affaires d'Havas Group après déduction des coûts refacturables aux clients.

⁸ Top auteurs GfK - Fiction Moderne en langue française – à fin décembre 2021 – en volumes – poche + grand format – 111 maisons d'édition Editis + partenaires diffusés sur 3 673 auditées.

⁹ Source : Données GfK, s40 à s52 2021 vs 2019, tous circuits, Analyse interne sur Top 300 de Beaux Livres Adulte.

Du côté de ses éditeurs partenaires, Editis peut s'enorgueillir non seulement du prix Goncourt décerné à *La plus secrète mémoire des hommes* de M. Mbougar chez Philippe Rey, mais aussi de parutions figurant dans les meilleures ventes, comme *Familia Grande* de Camille Kouchner ou *Les aventures de Vincent Lacoste* de Riad Sattouf.

En 2021, l'EBITA d'Editis enregistre une forte hausse de 32,2 % par rapport à 2020 pour s'établir à 51 millions d'euros.

Autres activités

Prisma Media

En 2021, le chiffre d'affaires de Prisma Media s'élève à 309 millions d'euros, en hausse de 11,2 % par rapport à la même période de 2020 (proforma). Depuis le 1^{er} juin 2021, date de sa consolidation par Vivendi, le chiffre d'affaires de Prisma Media s'élève à 194 millions d'euros, en hausse de 6,4 % à taux de change et périmètre constants¹⁰ par rapport à la même période en 2020. Le chiffre d'affaires digital a atteint un record, progressant de 42,4 % par rapport à 2020 et représentant plus de 30 % du chiffre d'affaires de Prisma Media.

En 2021 (proforma), l'EBITA de Prisma Media s'élève à 30 millions d'euros, en augmentation de 16 millions d'euros par rapport à 2020. Cette progression s'explique par l'amélioration de 3 millions d'euros de la performance opérationnelle et par la baisse des charges de restructuration.

Prisma Media a consolidé sa position de leader sur le marché papier des magazines TV avec l'acquisition de Télé Z en septembre 2021, qui vient compléter le portefeuille constitué de Télé Loisirs, TV Grandes Chaînes et Télé 2 semaines.

Les audiences digitales atteignent des niveaux records et les marques Prisma Media occupent des places de leader : Télé-Loisirs Numéro (No) 1 de l'univers « Entertainment » avec 22,3 millions de visiteurs uniques (VU ; moyenne mensuelle des VU) ; Capital No 1 de l'univers Economie avec 10,8 millions de VU ; Femme Actuelle, Voici et Gala respectivement No 2, No 3 et No 4 de l'univers Féminin ; Géo No 2 de l'univers Voyage avec 3,9 millions de VU. Le trafic en pages vues des sites Prisma Media progresse de plus de 40 % par rapport à 2019 et de 10 % par rapport à 2020.

La présence de Prisma Media sur les réseaux sociaux progresse fortement par rapport à 2020, le nombre d'abonnements augmentant de 17 % et les vidéos vues de 35 %. La progression est particulièrement visible sur le nombre d'abonnés Tiktok avec +73 % et Instagram avec +28 %. La marque Gala devient en 2021 le media européen leader sur Tiktok, avec une croissance d'abonnés de plus de 20 %. Le canal audio continue sa progression en 2021 avec +60 % d'audience par rapport à 2020 soutenue par la création de 60 podcasts représentant un inventaire de plus de 4 000 épisodes.

En 2021, le chiffre d'affaires de **Gameloft** s'établit à 265 millions d'euros. Les jeux *Asphalt 9: Legends*, *Disney Magic Kingdoms*, *Dragon Mania Legends*, *March of Empires* et *Asphalt 8: Airborne* représentent 47 % du chiffre d'affaires total de Gameloft et enregistrent les 5 meilleures ventes de 2021.

¹⁰ Le périmètre constant permet notamment de retraiter l'impact de l'acquisition de Prisma Media le 31 mai 2021.

La marge brute¹¹ de Gameloft progresse de 15,1 % et atteint 189 millions d'euros en 2021. Cette forte croissance de l'activité a été permise par le succès des offres OTT¹² et Gameloft for brands¹³ qui représentent 87 % de la marge brute de Gameloft. La croissance de 17 % de l'activité OTT est portée par le succès de l'offre Apple Arcade, par la résilience du catalogue et par la diversification vers de nouvelles plateformes (Netflix, Facebook, etc.). Gameloft a pleinement bénéficié sur les derniers mois de 2021 des lancements réussis de nouveaux jeux tels que *Heroes of the Dark* et *Sniper Champions*. L'excellente performance de Gameloft for brands, dont la marge brute a bondi de 22 %, a aussi contribué à la forte hausse de l'activité de Gameloft en 2021.

En 2021, le résultat opérationnel ajusté (EBITA) s'établit à 8 millions d'euros, en hausse de 32 millions d'euros par rapport à 2020.

En 2021, le chiffre d'affaires de **Vivendi Village** s'élève à 104 millions d'euros contre 40 millions d'euros en 2020 (x2,6 à taux de change et périmètre constants) grâce à un rebond significatif de ses activités au cours du second semestre 2021. Cela s'explique par un allègement des mesures sanitaires et une appétence marquée et même renforcée du public pour le spectacle vivant. Plus de 10 millions d'euros sont consacrés à des actions de solidarité et d'accès à la culture.

See Tickets, la société de billetterie présente dans neuf pays en Europe ainsi qu'aux Etats-Unis, a vendu 27 millions de billets en 2021 dont ceux de Winter Wonderland, l'animation traditionnelle de Hyde Park à Londres qui draine plusieurs millions de visiteurs. Certains des festivals d'été produits par Olympia Production et U-Live ont pu se tenir en France et en Grande-Bretagne, parfois en jauge réduite, tandis que la création de plusieurs nouveaux festivals pour 2022 et 2023 a été annoncée, notamment Inversion Fest à Lyon et le Kite Festival dans l'Oxfordshire. L'Olympia a pu reprendre ses spectacles à partir de début septembre 2021 avec 95 dates pour des événements publics et privés.

En 2021, le chiffre d'affaires de **Nouvelles Initiatives**, qui regroupe les entités **Dailymotion** et **GVA**, s'établit à 89 millions d'euros, en hausse de 24 millions d'euros (+37,0 % à taux de change et périmètre constants).

L'audience **Dailymotion** sur les contenus premium est toujours en forte progression avec 32 % de croissance en 2021 par rapport à l'année 2020, et représente plus des quatre-cinquièmes de l'audience globale (82 %). Cette croissance a été favorisée par la signature de nouveaux partenaires avec Prisma Media, Webedia (en France, en Allemagne, en Espagne et en Amérique du Sud), Unify (en France, au Royaume-Uni, en Italie et en Allemagne) et Monrif (en Italie).

En 2021, les ventes programmatiques de publicité vidéo sur Dailymotion ont progressé de 43 % par rapport à 2020, pour représenter près de la moitié des ventes, notamment grâce au renforcement du partenariat avec Google.

¹¹ La marge brute correspond au chiffre d'affaires de Gameloft après déduction des coûts des ventes.

¹² OTT : Over-The-Top, vente de jeux sur les plateformes OTT : Apple, Google, Nintendo, Microsoft, etc.

¹³ Gameloft for brands propose des solutions gamifiées de pointe pour aider les marques à se reconnecter avec leur audience.

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 les métropoles d'Afrique Sub-saharienne.

Les offres proposées sous la marque Canalbox, à destination du grand public, et Canalbox Business, pour les entreprises, révolutionnent l'accès à Internet et les usages en Afrique en proposant une qualité de service inégalée, les meilleurs débits et l'usage illimité à des tarifs très compétitifs.

Fin 2021, GVA couvrait un marché potentiel de plus d'un million de foyers et entreprises en Afrique avec ses réseaux FTTH déployés à Libreville (Gabon), Lomé (Togo), Pointe Noire (Congo), Abidjan (Côte d'Ivoire), Kigali (Rwanda) et complétés par l'ouverture en 2021 de trois nouvelles métropoles : Brazzaville (Congo) en avril, Ouagadougou (Burkina Faso) en juin et Kinshasa (RDC) en décembre.

Agenda

25 avril 2022 : Publication du chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2022

25 avril 2022 : Assemblée générale mixte

Pour toute information complémentaire, se référer au document « Rapport financier et états financiers consolidés audités de l'exercice clos le 31 décembre 2021 » qui sera mis en ligne ultérieurement sur le site internet de Vivendi (www.vivendi.com).

A propos de Vivendi

Depuis 2014, Vivendi construit un leader mondial dans les médias, les contenus 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 a pour objectif d'atteindre la neutralité carbone dès 2025. 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^e siècle. 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). 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 évènement 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.

En 2021, nonobstant les incertitudes créées par la pandémie de Covid-19 et bien que ses impacts aient été plus sensibles pour certains pays ou métiers que pour d'autres, 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 télévision payante, de même que Havas Group et Editis. En revanche, comme anticipé, les effets de la crise sanitaire ont continué de peser sur certaines activités telles que Vivendi Village (en particulier les spectacles vivants).

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 2022. 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.

L'invasion de l'Ukraine par la Russie en février 2022 a d'importantes répercussions sur les marchés financiers et les prix de certaines matières premières, et va impacter l'ensemble de l'économie mondiale. Vivendi est principalement présent en Ukraine au travers de Gameloft ; celle-ci met tout en œuvre pour soutenir ses équipes sur place et limiter l'impact des événements sur les délais d'intégration de ses contenus. Le Groupe compte également des activités de communication en Ukraine avec des sociétés affiliées à Havas Group et est pleinement mobilisé pour les aider autant que possible. Vivendi ne peut à ce jour évaluer les conséquences indirectes de la crise en Ukraine sur ses activités.

En 2021, sans modification des méthodes d'évaluation utilisées chaque année, Vivendi a réexaminé la valeur des écarts d'acquisition associés à ses unités génératrices de trésorerie (UGT) ou groupes d'UGT, en s'assurant que la valeur recouvrable des UGT ou groupes d'UGT testés excédait leur valeur nette comptable, y inclus les écarts d'acquisition.

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

CONFERENCE ANALYSTES & INVESTISSEURS

Intervenants :

Arnaud de Puyfontaine

Président du Directoire

Hervé Philippe

Membre du Directoire et Directeur Financier

Date : 9 mars 2022

Présentation à 18h15 heure de Paris – 17h15 heure de Londres – 12h15 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 (audiocast)

Numéros d'appel pour la conférence téléphonique :

- USA : +1 212 999 6659
- France : +33 (0) 1 70 37 71 66
- UK (Standard International Access) : +44 (0) 33 0551 0200
- Mot de passe : Vivendi

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

Biographie Maud Fontenoy

(photographie disponible sur demande)

Navigatrice aux multiples exploits et premières féminines, en solitaire, à la rame et à la voile, Ambassadrice auprès du ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse pour l'éducation à la Mer et les classes de Mer, Présidente de la *Maud Fontenoy Foundation*, ancienne porte-parole de la commission océanographique de l'UNESCO, experte en développement durable, conférencière ainsi qu' auteur de livres engagés et de documentaires, Mme Maud Fontenoy se bat pour la sauvegarde de l'environnement et plus spécifiquement des océans et du littoral. Son combat depuis plus de 20 ans : informer et sensibiliser le plus grand nombre à la protection de la planète.

Ayant passé plus de temps de sa vie sur les mers que sur la terre ferme, elle n'a de cesse de raconter les effets visibles de la pollution et du réchauffement climatique sur les océans qu'elle connaît bien. Mme Maud Fontenoy s'attache, avec le soutien de scientifiques, par le biais notamment des actions qu'elle mène dans le cadre de sa fondation, en partenariat avec le ministère de l'Éducation Nationale, à éduquer la jeune génération, à leur donner un mode d'emploi simple pour que le « développement durable » devienne accessible à tous et qu'écologie rime aussi avec économie. Elle conseille actuellement différentes entreprises sur ce thème et prône une écologie réaliste et pragmatique.

Depuis 2007, elle est chevalier de l'Ordre national du Mérite et chevalier de l'Ordre du Mérite Maritime.

ANNEXE I
VIVENDI
COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ
(IFRS, audité)

	Exercices clos le 31 décembre		% de variation
	2021	2020	
CHIFFRE D'AFFAIRES	9 572	8 668	+ 10,4%
Coût des ventes	(5 360)	(4 904)	
Charges administratives et commerciales hors amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(3 563)	(3 371)	
Charges de restructuration	(49)	(86)	
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence opérationnelles	90	(9)	
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)*	690	298	x 2,3
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(286)	(50)	
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL (EBIT)	404	248	+ 63,2%
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence non opérationnelles	(13)	126	
Coût du financement	(34)	(22)	
Produits perçus des investissements financiers	150	35	
Autres charges et produits financiers	(827)	12	
	(711)	25	
Résultat des activités avant impôt	(320)	399	na
Impôt sur les résultats	(218)	(163)	
Résultat net des activités poursuivies	(538)	236	na
Résultat net des activités cédées	25 413	1 371	
Résultat net	24 875	1 607	x 15,5
Intérêts minoritaires	(183)	(167)	
RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE	24 692	1 440	x 17,2
<i>dont résultat net des activités poursuivies, part du groupe</i>	<i>(600)</i>	<i>199</i>	
<i>résultat net des activités cédées, part du groupe</i>	<i>25 292</i>	<i>1 241</i>	
Résultat net, part du groupe par action (en euros)	22,94	1,26	
Résultat net, part du groupe dilué par action (en euros)	22,87	1,26	
Résultat net ajusté*	649	292	x 2,2
Résultat net ajusté par action (en euros)*	0,60	0,26	
Résultat net ajusté dilué par action (en euros)*	0,60	0,26	

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

na: non applicable.

NOTA : A compter du 14 septembre 2021, en application de la norme IFRS 5 - *Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées*, Universal Music Group (UMG) est présenté dans le compte de résultat consolidé de Vivendi comme une activité cédée. Le 23 septembre 2021, date de mise en paiement de la distribution d'UMG en nature à ses actionnaires, Vivendi a cédé le contrôle d'UMG et a déconsolidé sa participation de 70 % dans UMG.

Les produits et charges d'Universal Music Group ont été traités de la manière suivante :

- leur contribution jusqu'au 22 septembre 2021, le cas échéant, à chaque ligne du compte de résultat consolidé de Vivendi (avant intérêts minoritaires) est regroupée sur la ligne « Résultat net des activités cédées » ;
- conformément à la norme IFRS 5, ces retraitements sont appliqués à l'ensemble des périodes présentées afin de rendre l'information homogène ;
- la quote-part de résultat net est exclue du résultat net ajusté de Vivendi.

Les retraitements des données telles que publiées précédemment sont présentés dans l'annexe au rapport financier de l'exercice clos le 31 décembre 2021 et en note 31 de l'annexe aux états financiers consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2021.

* Le résultat opérationnel ajusté (EBITA) 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 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 et Etats financiers consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2021 » qui sera mis en ligne ultérieurement sur le site internet de Vivendi (www.vivendi.com).

ANNEXE I (suite)
VIVENDI
COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ
(IFRS, audité)

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

(en millions d'euros)	Exercices clos le 31 décembre	
	2021	2020
Résultat net, part du groupe (a)	24 692	1 440
<i>Ajustements</i>		
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises (a)	286	50
Amortissement des actifs incorporels liés aux sociétés mises en équivalence non opérationnelles	60	60
Autres charges et produits financiers (a)	827	(12)
Résultat net des activités cédées (a)	(25 413)	(1 371)
Impôt sur les ajustements	78	3
Intérêts minoritaires sur les ajustements	119	122
Résultat net ajusté	649	292

a. Tels que présentés au compte de résultat consolidé.

Compte de résultat ajusté

(en millions d'euros)	Exercices clos le 31 décembre		% de variation
	2021	2020	
Chiffre d'affaires	9 572	8 668	+ 10,4%
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)	690	298	x 2,3
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence non opérationnelles	47	186	
Coût du financement	(34)	(22)	
Produits perçus des investissements financiers	150	35	
Résultat des activités avant impôt ajusté	853	497	+ 71,6%
Impôt sur les résultats	(140)	(160)	
Résultat net ajusté avant intérêts minoritaires	713	337	
Intérêts minoritaires	(64)	(45)	
Résultat net ajusté	649	292	x 2,2

ANNEXE II
VIVENDI
CHIFFRE D'AFFAIRES ET RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ PAR MÉTIER
(IFRS, audité)

(en millions d'euros)	Exercices clos le 31 décembre		% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants (a)
	2021	2020			
Chiffre d'affaires					
Groupe Canal+	5 770	5 498	+4,9%	+5,5%	+5,2%
Havas Group	2 341	2 137	+9,6%	+11,8%	+10,8%
Editis	856	725	+18,1%	+18,1%	+18,1%
Prisma Media (à partir du 01/06/2021)	194	na	na	na	+6,4%
Gameloft	265	253	+4,5%	+5,4%	+2,7%
Vivendi Village	104	40	x 2,6	x 2,6	x 2,6
Nouvelles Initiatives	89	65	+37,0%	+37,0%	+37,0%
Eliminations des opérations intersegment	(47)	(50)			
Total Vivendi	9 572	8 668	+10,4%	+11,4%	+8,6%
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)					
Groupe Canal+	480	435	+10,4%	+10,1%	+9,5%
Havas Group	239	121	+97,0%	x 2,0	+96,9%
Editis	51	38	+32,2%	+32,2%	+32,2%
Prisma Media (à partir du 01/06/2021)	20	na	na	na	-24,3%
Gameloft	8	(24)			
Vivendi Village	(20)	(59)			
Nouvelles Initiatives	(30)	(75)			
Corporate	(110)	(138)			
Sous total	638	298	x 2,1	x 2,2	+93,9%
Quote-part de résultat d'Universal Music Group (a)	33	na			
Quote-part de résultat de Lagardère (a)	19	na			
Total Vivendi	690	298	x 2,3	x 2,3	x 2,4

na : non applicable.

- a. Le périmètre constant permet notamment de retraiter les impacts de l'acquisition de Prisma Media le 31 mai 2021 ainsi que la mise en équivalence de Lagardère à compter du 1^{er} juillet 2021 et d'Universal Music Group à compter du 23 septembre 2021.

ANNEXE II (suite)

VIVENDI

CHIFFRE D'AFFAIRES TRIMESTRIEL PAR MÉTIER (IFRS, audité)

		2021			
(en millions d'euros)		1er trimestre clos le 31 mars	2e trimestre clos le 30 juin	3e trimestre clos le 30 septembre	4e trimestre clos le 31 décembre
Chiffre d'affaires					
Groupe Canal+		1 357	1 425	1 467	1 521
Havas Group		502	546	590	703
Editis		163	209	230	254
Prisma Media (a)		-	29	75	90
Gameloft		55	65	64	81
Vivendi Village		8	16	37	43
Nouvelles Initiatives		17	21	22	29
Eliminations des opérations intersegment		(7)	(12)	(9)	(19)
Total Vivendi		2 095	2 299	2 476	2 702
		2020			
(en millions d'euros)		1er trimestre clos le 31 mars	2e trimestre clos le 30 juin	3e trimestre clos le 30 septembre	4e trimestre clos le 31 décembre
Chiffre d'affaires					
Groupe Canal+		1 372	1 302	1 380	1 444
Havas Group		524	495	484	634
Editis		116	146	232	231
Gameloft		61	69	63	60
Vivendi Village		23	3	8	6
Nouvelles Initiatives		15	13	16	21
Eliminations des opérations intersegment		(7)	(11)	(13)	(19)
Total Vivendi		2 104	2 017	2 170	2 377

a. Vivendi consolide Prisma Media par intégration globale depuis le 1^{er} juin 2021.

ANNEXE III
VIVENDI
BILAN CONSOLIDÉ
(IFRS, audité)

(en millions d'euros)	31 décembre 2021	31 décembre 2020
ACTIF		
Ecarts d'acquisition	9 447	14 183
Actifs de contenus non courants	336	3 902
Autres immobilisations incorporelles	777	848
Immobilisations corporelles	961	1 125
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	766	1 068
Participations mises en équivalence	8 398	3 542
Actifs financiers non courants	1 727	4 285
Impôts différés	234	736
Actifs non courants	22 646	29 689
Stocks	256	366
Impôts courants	101	128
Actifs de contenus courants	861	1 346
Créances d'exploitation et autres	5 039	5 482
Actifs financiers courants	1 136	135
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3 328	976
Actifs courants	10 721	8 433
TOTAL ACTIF	33 367	38 122
CAPITAUX PROPRES ET PASSIF		
Capital	6 097	6 523
Primes d'émission	865	2 368
Actions d'autocontrôle	(971)	(2 441)
Réserves et autres	12 990	9 309
Capitaux propres attribuables aux actionnaires de Vivendi SE	18 981	15 759
Intérêts minoritaires	213	672
Capitaux propres	19 194	16 431
Provisions non courantes	678	1 060
Emprunts et autres passifs financiers à long terme	3 496	4 171
Impôts différés	395	1 166
Dettes locatives à long terme	758	1 070
Autres passifs non courants	48	916
Passifs non courants	5 375	8 383
Provisions courantes	467	670
Emprunts et autres passifs financiers à court terme	783	2 230
Dettes d'exploitation et autres	7 363	10 095
Dettes locatives à court terme	125	221
Impôts courants	61	92
Passifs courants	8 798	13 308
Total passif	14 173	21 692
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF	33 367	38 122

ANNEXE IV
VIVENDI
TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS
(IFRS, audité)

(en millions d'euros)	Exercices clos le 31 décembre	
	2021	2020
Activités opérationnelles		
Résultat opérationnel	404	248
Retraitements	640	821
Investissements de contenus, nets	22	36
Marge brute d'autofinancement	1 066	1 105
Autres éléments de la variation nette du besoin en fonds de roulement opérationnel	75	7
Flux nets de trésorerie provenant des activités opérationnelles avant impôt	1 141	1 112
Impôts nets (payés)/encaissés	(107)	117
Flux nets de trésorerie provenant des activités opérationnelles poursuivies	1 034	1 229
Flux nets de trésorerie provenant des activités opérationnelles cédées	603	(3)
Flux nets de trésorerie provenant des activités opérationnelles	1 637	1 226
Activités d'investissement		
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(460)	(373)
Acquisitions de sociétés consolidées, nettes de la trésorerie acquise	(254)	(92)
Acquisitions de titres mis en équivalence	(612)	(118)
Augmentation des actifs financiers	(1 258)	(1 425)
Investissements	(2 584)	(2 008)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	4	3
Cessions de sociétés consolidées, nettes de la trésorerie cédée	-	64
Cessions de titres mis en équivalence	-	9
Diminution des actifs financiers	76	249
Désinvestissements	80	325
Dividendes reçus de sociétés mises en équivalence	74	39
Dividendes reçus de participations non consolidées	144	30
Flux nets de trésorerie d'investissement liés aux activités poursuivies	(2 286)	(1 614)
Flux nets de trésorerie d'investissement liés aux activités cédées	(1 466)	(31)
Flux nets de trésorerie affectés aux activités d'investissement	(3 752)	(1 645)
Activités de financement		
Augmentations de capital liées aux rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres de Vivendi SE	18	153
Cessions/(acquisitions) de titres d'autocontrôle de Vivendi SE	(693)	(2 157)
Distributions aux actionnaires de Vivendi SE	(653)	(690)
Autres opérations avec les actionnaires	5 943	2 784
Dividendes versés par les filiales à leurs actionnaires minoritaires	(40)	(65)
Opérations avec les actionnaires	4 575	25
Mise en place d'emprunts et augmentation des autres passifs financiers à long terme	5	5
Remboursement d'emprunts et diminution des autres passifs financiers à long terme	(3)	(1)
Remboursement d'emprunts à court terme	(1 375)	(1 061)
Autres variations des emprunts et autres passifs financiers à court terme	93	35
Intérêts nets payés	(34)	(22)
Autres flux liés aux activités financières	(28)	(18)
Opérations sur les emprunts et autres passifs financiers	(1 342)	(1 062)
Remboursement des dettes locatives et charges d'intérêts associées	(155)	(165)
Flux nets de trésorerie de financement liés aux activités poursuivies	3 078	(1 202)
Flux nets de trésorerie de financement liés aux activités cédées	1 356	527
Flux nets de trésorerie liés aux activités de financement	4 434	(675)
Effet de change des activités poursuivies	14	(24)
Effet de change des activités cédées	19	(36)
Variation de la trésorerie et des équivalents de trésorerie	2 352	(1 154)
Trésorerie et équivalents de trésorerie		
Ouverture	976	2 130
Clôture	3 328	976

NOTA : A compter du 14 septembre 2021, en application de la norme IFRS 5 - *Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées*, Universal Music Group (UMG) est présenté dans le tableau des flux de trésorerie consolidés de Vivendi comme une activité cédée. Le 23 septembre 2021, date de mise en paiement de la distribution d'UMG en nature à ses actionnaires, Vivendi a cédé le contrôle d'UMG et a déconsolidé sa participation de 70 % dans UMG. Les retraitements des données telles que publiées précédemment sont présentés en note 31 de l'annexe aux états financiers consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2021.

ANNEXE V
VIVENDI
CHIFFRES CLÉS CONSOLIDÉS DES CINQ DERNIERS EXERCICES
(IFRS, audité)

A compter du 14 septembre 2021, en application de la norme IFRS 5 - Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées, Universal Music Group (UMG) est présenté dans les états financiers consolidés de Vivendi comme une activité cédée. Le 23 septembre 2021, date de mise en paiement de la distribution d'UMG en nature à ses actionnaires, Vivendi a cédé le contrôle d'UMG et a déconsolidé sa participation de 70 % dans UMG.

Ces retraitements sont appliqués à l'ensemble des périodes présentées dans le tableau des chiffres clés consolidés infra pour les données issues des comptes de résultat et des tableaux de flux de trésorerie.

Pour rappel, en 2019, Vivendi a appliqué une nouvelle norme comptable :

- IFRS 16 – Contrats de location : conformément à ses dispositions, l'incidence du changement de norme a été comptabilisée dans le bilan d'ouverture au 1^{er} janvier 2019. En outre, Vivendi a appliqué ce changement de norme au bilan, au compte de résultat et au tableau des flux de trésorerie de l'exercice 2019 ; les données présentées au titre des années antérieures ne sont donc pas comparables.

Pour mémoire, en 2018, Vivendi a appliqué deux nouvelles normes comptables :

- IFRS 15 – Produits des activités ordinaires tirés des contrats conclus avec des clients : conformément aux dispositions de cette norme, Vivendi a appliqué ce changement de norme comptable au chiffre d'affaires à compter du 1^{er} janvier 2017.
- IFRS 9 – Instruments financiers : conformément aux dispositions de cette norme, Vivendi a appliqué ce changement de norme comptable au compte de résultat et au tableau du résultat global à compter de l'exercice 2018 en retraitant son bilan d'ouverture au 1^{er} janvier 2018. Les données présentées au titre des exercices antérieurs ne sont donc pas comparables.

	Exercices clos le 31 décembre				
	2021	2020	2019	2018	2017
Données consolidées					
Chiffre d'affaires	9 572	8 668	8 747	7 916	6 849
Résultat opérationnel ajusté (EBITA) (a)	690	298	402	386	207
Résultat opérationnel (EBIT)	404	248	343	361	343
Résultat net, part du groupe	24 692	1 440	1 583	127	1 216
Résultat net ajusté (a)	649	292	778	482	688
Position nette de trésorerie/(Endettement financier net) (a)	348	(4 953)	(4 064)	176	(2 340)
Capitaux propres	19 194	16 431	15 575	17 534	17 866
Dont Capitaux propres attribuables aux actionnaires de Vivendi SE	18 981	15 759	15 353	17 313	17 644
Flux nets de trésorerie opérationnels (CFFO) (a)	748	646	199	288	344
Flux nets de trésorerie opérationnels après intérêts et impôts (CFAIT) (a)	579	723	22	208	800
Investissements financiers	(2 124)	(1 634)	(2 221)	(670)	(3 635)
Désinvestissements financiers	76	323	1 062	2 283	970
Dividendes versés aux actionnaires de Vivendi SE	653	690	636	568	499
Distribution exceptionnelle en nature de 59,87 % d'UMG aux actionnaires de Vivendi	25 284				
Acquisitions/(cessions) de titres d'autocontrôle de Vivendi SE	693	2 157	2 673	-	203
Données par action					
Nombre d'actions moyen pondéré en circulation	1 076,3	1 140,7	1 233,5	1 263,5	1 252,7
Résultat net, part du groupe par action	22,94	1,26	1,28	0,10	0,97
Résultat net ajusté par action	0,60	0,26	0,63	0,38	0,55
Nombre d'actions en circulation à la fin de la période (hors titres d'autocontrôle)	1 045,4	1 092,8	1 170,6	1 268,0	1 256,7
Capitaux propres attribuables aux actionnaires de Vivendi SE par action	18,16	14,42	13,12	13,65	14,04
Dividendes versés par action	0,60	0,60	0,50	0,45	0,40

Données en millions d'euros, nombre d'actions en millions, données par action en euros.

⚠ Le résultat opérationnel ajusté (EBITA), le résultat net ajusté, la position nette de trésorerie (ou l'endettement financier net), les flux nets de trésorerie opérationnels (CFFO) et les flux nets de trésorerie opérationnels après intérêts et impôts (CFAIT), mesures à caractère non strictement comptable, doivent être considérés comme une information complémentaire qui ne peut se substituer à toute mesure des performances opérationnelles et financières à caractère strictement comptable, telles que présentées dans les états financiers consolidés et leurs notes annexes, ou citées dans le rapport financier. Vivendi considère qu'ils sont des indicateurs pertinents des performances opérationnelles et financières du groupe. Chacun de ces indicateurs est défini dans le rapport financier. De plus, il convient de souligner que d'autres sociétés peuvent définir et calculer ces indicateurs de manière différente. Il se peut donc que les indicateurs utilisés par Vivendi ne puissent être directement comparés à ceux d'autres sociétés.

ANNEXE VI

VIVENDI

HAVAS GROUP : principaux budgets et récompenses remportés en 2021

Principaux budgets gagnés

En 2021, Havas a poursuivi son développement mondial en gagnant de nombreux nouveaux clients en création, expertise média et communication santé, tant à l'échelle locale que globale :

Havas Creative

ASDA, COX Communications, Easyjet, JLL, Nestlé, New York Presbyterian, Petropolis, Telecom Italia, VW, World Bank x IMF.

Havas Health & You

AbbVie, Amgen, Genentech, Hutchison, Medipharma, Ipsen, Myovant, New York Presbyterian, Novartis Otsuka, Pfizer, Sanofi, Trevana, Vifor

Havas Media

Boiron, Dolce & Gabbana, Forevermark & DeBeers, IAG Group International Airlines Group (Iberia, Vuelig et IAG Cargo), Land O' Lakes, Ola Group, PEPCO, Pernod Ricard, Red Bull, Sears, Unilever (Western Europe), Weleda.

Principales récompenses remportées

L'exercice 2021 fut une année record pour Havas avec plus de 1300 prix et distinctions pour l'ensemble de son travail et de ses agences à travers le monde.

La créativité des agences a été récompensée lors des plus prestigieux festivals et cérémonies. A commencer par le Festival International de la publicité des Cannes Lions, en juin, qui regroupait cette année les éditions 2020 et 2021. Les agences du groupe ont remporté pas moins de 38 Lions (un Grand Prix, cinq Or, neuf Argent et 23 Bronze), portées par la campagne « Crocodile Inside » de BETC Paris pour Lacoste qui s'est vue décerner le très convoité Grand Prix dans la catégorie Film ainsi qu'un Or, deux Argent et un Bronze, la campagne d'Arnold Boston pour Red Cross qui totalise deux Or, un Argent et un Bronze ou encore la campagne « Undercover Avatar » de Havas Sports & Entertainment Paris pour l'Enfant Bleu, qui remporte un Or et un Bronze.

Au One Show, autre cérémonie de premier plan, les agences du groupe sont reparties avec 20 récompenses dont quatre Or, cinq Argent, 10 Bronze ainsi que le prestigieux Green Pencil, premier prix dans la catégorie Sustainable, décerné à la campagne « Water Index » de Havas Turkey pour la marque Finish de Reckitt. Les campagnes les plus primées furent « Undercover Avatar » de Havas Sports & Entertainment Paris pour l'Enfant Bleu avec un Or et un Argent, « Black Plaque Project » de Havas London pour Nubian Jack Community Trust avec un Or et un Bronze ainsi que « Migrants on Amazon » de BETC Paris pour l'Auberge des Migrants qui a remporté trois Argent et un Bronze.

Lors de la prestigieuse cérémonie des D&AD 21, les agences se sont vu remettre seize récompenses dont un Or pour la campagne « Just a wall » de Rosa Paris pour Innocence en Danger et cinq Argent, dont deux pour « HerShe » de BETC/Havas Sao Paulo pour Hershey's. La campagne « Black Plaque Project » de Havas London pour Nubian Jak Community Trust a quant à elle remporté un Argent et deux Bronze. Lors de la cérémonie des LIA Awards, les agences ont remporté 53 récompenses dont le Grand Prix dans la catégorie Film, deux Or et trois Argent pour la campagne « Crocodile Inside » de BETC pour Lacoste, trois Or et cinq Bronze pour la campagne « Black Plaque » de Havas London pour Nubian Jak Community Trust, les autres campagnes totalisant quatre Or, 15 Argent et 19 Bronze. Enfin, l'agence britannique Havas Lynx s'est vue décerné le titre « Pharma Agency of the Year Europe ».

Aux Effie Europe, Havas Group a remporté le titre d'« Agence européenne de l'Année », tandis que Havas Sports & Entertainment remportait un Or et un Argent pour sa campagne « Undercover Avatar » pour l'Enfant Bleu et Havas Turkey un Or pour sa campagne « Tomorrow's Water » pour Finish de Reckitt.

A la cérémonie des Epica Awards, les agences du groupe ont remporté 18 récompenses dont quatre Or, cinq Argent et neuf Bronze, portées par la campagne « Liquid Billboard » de Havas Dubai pour Adidas (deux Or, un Argent et un Bronze).

Enfin, Havas Creative et Havas Media occupent respectivement la première place de leur catégorie au classement Europe établi par R3 qui distingue les performances new business des acteurs de l'industrie.