

Paris, le 25 avril 2022

Vivendi : progression de 13,4 % (7,9 % en organique) du chiffre d'affaires au premier trimestre 2022

- Croissance du chiffre d'affaires de Groupe Canal+ de 6,5 % porté par l'ensemble de ses activités
- Début d'année dynamique pour Havas Group avec une croissance organique de 11,3%
- Léger fléchissement du chiffre d'affaires d'Editis après une année 2021 record
- Hausse de 2,2 % du chiffre d'affaires de Prisma Media¹ porté par la croissance de plus de 23 % du segment digital
- Les autres métiers bénéficient notamment du rétablissement progressif du spectacle vivant

Chiffre d'affaires du 1 ^{er} trimestre (en millions d'euros)	2022	2021	Variation en %	Variation en % à taux de change et périmètre constants ¹
Groupe Canal+	1 446	1 357	+6,5 %	+6,0 %
Havas Group	591	502	+17,7 %	+11,3 %
Editis	160	163	-1,7 %	-1,7 %
Autres métiers²	180	73	x2,5	+24,2 %
Total Vivendi	2 377	2 095	+13,4 %	+7,9 %

¹ Le périmètre constant permet notamment de retraiter l'impact de Prisma Media consolidée à compter du 1^{er} juin 2021.

² Y compris l'élimination des opérations intersegment.

Ce communiqué présente un chiffre d'affaires consolidé, non audité, établi selon les normes IFRS et arrêté par le Directoire du 22 avril 2022. Celui-ci ne comprend pas Universal Music Group (UMG) qui, du fait de la distribution de 60 % de son capital en septembre 2021, a été déconsolidé, ce qui entraîne le retraitement des chiffres passés.

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 2 377 millions d'euros, contre 2 095 millions d'euros au premier trimestre 2021. Cette augmentation de 13,4 % résulte principalement de la progression du chiffre d'affaires de Groupe Canal+ (+89 millions d'euros), de Havas Group (+89 millions d'euros) et de Vivendi Village (+20 millions d'euros). Elle comprend également la contribution de Prisma Media (+73 millions d'euros), consolidée à compter du 1^{er} juin 2021.

A taux de change et périmètre constants¹, le chiffre d'affaires de Vivendi progresse de 7,9 % par rapport au premier trimestre 2021. Cette augmentation résulte principalement de la hausse du chiffre d'affaires de Groupe Canal+ (+6,0 %), ainsi que de la forte progression de celui de Havas Group (+11,3 %), de Gameloft (+10,0 %) et de Vivendi Village (x 3,8).

OPA sur Lagardère

L'offre publique d'achat (OPA) de Vivendi sur les actions de la société Lagardère a été ouverte le 14 avril 2022 pour une période initiale de 25 jours de bourse, soit jusqu'au 20 mai 2022. Le 21 février 2022, le Directoire de Vivendi avait arrêté les termes de son OPA et avait déposé son projet auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF), laquelle l'a déclarée conforme le 12 avril 2022.

Vivendi propose aux actionnaires de Lagardère :

- Soit à titre principal : de vendre leurs actions Lagardère au prix unitaire de 25,50 euros (droits à distribution attachés) ;
- Soit à titre subsidiaire : de bénéficier, pour chaque action Lagardère présentée à cette branche subsidiaire et conservée jusqu'à la date (incluse) de clôture de l'offre, le cas échéant réouverte, sous réserve de réduction proportionnelle (voir ci-dessous), d'un droit de la céder à Vivendi au prix unitaire de 24,10 euros jusqu'au 15 décembre 2023 (inclus).

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.

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

Commentaires sur l'activité

Groupe Canal+

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'élève à 1 446 millions d'euros, en progression de 6,5 % par rapport au premier trimestre 2021 (+6,0 % à taux de change et périmètre constants). Cette hausse s'explique par l'ensemble des activités du groupe.

La Télévision en France métropolitaine enregistre une forte croissance de chiffre d'affaires avec une hausse de 6,5 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier trimestre 2021.

Le chiffre d'affaires à l'international augmente de 6,2 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier trimestre 2021, en raison d'une nouvelle progression significative du parc abonnés.

Le chiffre d'affaires de Studiocanal augmente de 4,5 % en un an, en raison notamment de plusieurs succès en salles, comme *Super-héros malgré lui*, *En attendant Bojangles* et *Goliath*, et des bonnes performances du catalogue.

Au cours du premier trimestre 2022, Groupe Canal+ a renforcé son offre de contenus et a poursuivi son développement à l'international.

Le 24 janvier 2022, Canal+ a signé la nouvelle chronologie des médias. Il peut désormais diffuser en France des films dès six mois après leur sortie en salles, contre douze mois en 2018.

Le 15 février 2022, Groupe Canal+ et ViacomCBS ont annoncé un partenariat stratégique de 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.

Le 15 mars 2022, Groupe Canal+ a fait son entrée sur le marché autrichien en lançant sa plateforme de streaming en partenariat avec l'opérateur A1 Telekom Austria.

Le 17 mars 2022, Groupe Canal+ a finalisé l'acquisition de 70 % de SPI International, un groupe de média international exploitant 42 chaînes de télévision et différentes plateformes digitales dans plus de 60 pays.

Le 29 mars 2022, l'offre enrichie d'Arte.tv a rejoint l'offre Canal+ en France.

Enfin, Groupe Canal+ et Formula 1® ont annoncé, le 6 avril 2022, un nouvel accord portant sur la diffusion en exclusivité sur Canal+ jusqu'en 2029 du Championnat du Monde de Formula 1®. Cette diffusion vient compléter l'offre de sports mécaniques avec le Championnat du Monde de MotoGP™ jusqu'en 2029 et le WRC (World Rally Championship) jusqu'en 2030.

Havas Group

Havas Group enregistre un excellent début d'année avec une croissance organique à deux chiffres. Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires atteint 591 millions d'euros, en hausse de 17,7 % par rapport au premier trimestre 2021. Le revenu net³ s'élève à 564 millions d'euros, en progression de 18,0 % par rapport au premier trimestre 2021, et se décompose en +11,4 % de croissance organique (croissance organique de -0,8 % au premier trimestre 2021), +4,4 % d'effets de change et +2,2 % de contribution des acquisitions.

Cette excellente performance opérationnelle résulte de la forte dynamique commerciale enregistrée ces derniers trimestres, renforcée par le lancement d'offres innovantes (en particulier Havas CX et Havas Market).

Toutes les zones géographiques enregistrent de très belles progressions organiques, soutenues par l'ensemble des divisions : création, média et communication santé. L'Europe et l'Amérique du Nord restent les contributeurs les plus importants, enregistrant une croissance organique solide (respectivement de +12,4 % et +9,0 %). L'Asie Pacifique (+9,3 %) et l'Amérique latine (+22,3 %) affichent toujours des performances très satisfaisantes.

Au cours du premier trimestre 2022, Havas Group a accéléré ses prises de participations majoritaires, réalisant cinq opérations ciblées : Tinkle (Espagne et Portugal), Inviqa (Royaume-Uni et Allemagne), Search Laboratory (Royaume-Uni et Etats-Unis), Frontier Australia (Australie) et Front Networks (Chine).

Editis

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires d'Editis s'établit à 160 millions d'euros, en recul de 1,7 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2021. Cette évolution est à rapprocher d'un marché en baisse de 1,0 % par rapport à la même période de 2021⁴. Elle est à relativiser néanmoins avec la croissance inédite de l'an dernier, le marché 2022 affichant une hausse de 19,3 %⁴ par rapport à 2019.

Chez Editis, les segments du Tourisme et de la Bande dessinée surperforment le marché à fin mars 2022. A ce titre, Editis a créé sa 51^e maison d'édition, dans le segment de la bande-dessinée sous la direction de Mourad Boudjellal et, sa 52^e, Black River, également dans le segment de la bande-dessinée.

Par ailleurs, en Littérature générale, Editis a bénéficié du succès de plusieurs titres dont la nouveauté de Joël Dicker *L'affaire Alaska Sanders* qui occupe la 3^e place du Top GFK⁴, le lauréat du prix Goncourt 2021 *La plus secrète mémoire des hommes* de Mohamed Mbougar Sarr chez Philippe Rey qui continue de performer aux côtés des nouveautés 2022, ou encore *Paris-Briançon* de Philippe Besson qui se classe dans le Top 10 des meilleures ventes à fin mars 2022⁴.

³ Le revenu net correspond au chiffre d'affaires d'Havas Group après déduction des coûts refacturables aux clients.

⁴ Source : Panel GFK au 27 mars 2022, données en chiffre d'affaires.

Autres activités

Prisma Media

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires de Prisma Media s'élève à 73 millions d'euros, en hausse de 2,2 % par rapport à la même période de 2021 (proforma⁵). Le chiffre d'affaires digital atteint un record, progressant de plus de 23 % par rapport à la même période de 2021 et représentant plus de 30 % du chiffre d'affaires de Prisma Media.

Gala a créé l'évènement pour son 1 500^{ème} numéro en mars 2022 avec une interview exclusive de Mylène Farmer. Le titre a enregistré une diffusion record de près de 140 000 exemplaires. Télé-Loisirs a enrichi son site de contenu SVoD avec l'objectif de devenir le site de référence sur le sujet. La marque Télé 2 semaines a accéléré dans le digital en se positionnant sur des contenus éditoriaux centrés sur les émissions populaires (dont Koh Lanta, Mask Singer, The Voice et L'Amour est dans le pré) sur son site de programme TV.

Les marques Prisma Media gardent leurs places de leader sur les audiences digitales : Télé-Loisirs est numéro un de l'univers Entertainment, avec une moyenne mensuelle de 22,5 millions de visiteurs uniques (VU), et Capital numéro un de l'univers Economie avec 10,2 millions de VU.

La présence de Prisma Media sur les réseaux sociaux continue de progresser avec une hausse du nombre d'abonnements de 11 % par rapport au premier trimestre 2021. La marque Gala reste le média européen leader sur Tiktok, affichant une croissance d'abonnés de plus de 32 % par rapport à 2021.

Gameloft

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires de Gameloft s'établit à 61 millions d'euros, en progression de 10,8 % par rapport à la même période de 2021 (+10,0 % à taux de change et périmètre constants). La marge brute⁶ s'établit à 44 millions d'euros, en hausse de 19,1 % par rapport au premier trimestre 2021.

Cette forte croissance est principalement tirée par le succès de l'offre de Gameloft sur la plateforme d'abonnement Apple Arcade, par l'excellente performance de Gameloft for Brands (plateformes publicitaires) en croissance de 40,7 % et par le fort rebond de l'activité de Gameloft Business Solutions (plateformes opérateurs et fabricants de téléphones) en hausse de 20,3 %.

Les jeux *Asphalt 9: Legends*, *Disney Magic Kingdoms*, *Dragon Mania Legends*, *March of Empires* et *Sniper Champions* représentent 47 % du chiffre d'affaires total de Gameloft et sont les cinq meilleures ventes du premier trimestre 2022.

Vivendi Village

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires de Vivendi Village s'élève à 27 millions d'euros, contre 7 millions d'euros au premier trimestre 2021 et, de manière plus comparable, contre 22 millions d'euros au premier trimestre 2020.

⁵ Vivendi consolide Prisma Media par intégration globale depuis le 1^{er} juin 2021.

⁶ La marge brute correspond au chiffre d'affaires de Gameloft après déduction des coûts des ventes.

Cette croissance est portée principalement par les activités de billetterie fédérées autour de la marque See Tickets, particulièrement dynamiques en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis sur la période, ainsi qu'en Espagne qui enregistre un mois de mars record. La vente des billets pour les festivals d'été en France et en Grande-Bretagne se poursuit de manière très satisfaisante et L'Olympia retrouve son rythme de croisière avec 55 représentations au cours du premier trimestre 2022.

Nouvelles Initiatives

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires de Nouvelles Initiatives, qui regroupe les entités Dailymotion et GVA, s'établit à 25 millions d'euros, en hausse de 41,1 % à taux de change et périmètre constants.

Cette hausse significative résulte d'une part de l'augmentation de l'audience de Dailymotion et en conséquence de ses recettes publicitaires, et de la croissance du parc d'abonnés de la fibre de GVA en Afrique qui couvre désormais sept pays.

Assemblée générale des actionnaires

L'Assemblée générale annuelle mixte des actionnaires se tient ce jour à l'Olympia à Paris à 10h00. Elle est retransmise en direct sur le site internet du Groupe.

A propos de Vivendi

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

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 sanitaire. 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.

CONTACTS

Médias

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

Relations Investisseurs

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

ANNEXE I

VIVENDI

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR METIER

(IFRS, non audité)

(en millions d'euros)	1er trimestres clos le 31 mars		% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants (a)
	2022	2021			
Chiffre d'affaires					
Groupe Canal+	1 446	1 357	+6,5%	+6,4%	+6,0%
Havas Group	591	502	+17,7%	+13,4%	+11,3%
Editis	160	163	-1,7%	-1,7%	-1,7%
Prisma Media	73	na	na	na	+2,2%
Gameloft	61	55	+10,8%	+10,0%	+10,0%
Vivendi Village	27	7	x 3,8	x 3,8	x 3,8
Nouvelles Initiatives	25	17	+41,1%	+41,1%	+41,1%
Autres (b)	(6)	(6)			
Total Vivendi	2 377	2 095	+13,4%	+12,3%	+7,9%

na : non applicable.

- Le périmètre constant permet notamment de retraiter les impacts de Prisma Media consolidée à compter du 1^{er} juin 2021.
- A compter du 1^{er} janvier 2022, ce nouveau segment opérationnel correspond aux éliminations des opérations inter-segment et à CanalOlympia, précédemment intégrée dans le segment Vivendi Village (les données 2021 ont été retraitées).

ANNEXE II

VIVENDI

DETAIL CHIFFRE D'AFFAIRES PAR METIER

(IFRS, non audité)

Groupe Canal+

(en millions d'euros)	1 ^{er} trimestres clos le 31 mars			% de variation à taux de change et périmètre constants
	2022	2021	% de variation	
Télévision à l'international	574	537	+6,9%	+6,2%
Télévision en France métropolitaine (a)	788	739	+6,5%	+6,5%
Studiocanal	84	81	+4,5%	-
Chiffre d'affaires	1 446	1 357	+6,5%	+6,0%

a. Correspond à la télévision payante et aux chaînes gratuites (C8, CStar et CNews) en France métropolitaine.

Groupe Havas

(en millions d'euros)	1 ^{er} trimestres clos le 31 mars			% de variation à taux de change et périmètre constants
	2022	2021	% de variation	
Chiffre d'affaires	591	502	+17,7%	+11,3%
Revenu net (a)	564	478	+18,0%	+11,4%

Répartition géographique du revenu net

Europe	276	234	+18,0%	+12,4%
Amérique du Nord	218	186	+16,9%	+9,0%
Asie Pacifique et Afrique	45	37	+22,7%	+9,3%
Amérique latine	25	21	+21,2%	+22,3%
	564	478	+18,0%	+11,4%

a. Le revenu net, mesure à caractère strictement comptable, correspond au chiffre d'affaires de Havas Group après déduction des coûts refacturables aux clients.

Editis

(en millions d'euros)	1 ^{er} trimestres clos le 31 mars			% de variation à taux de change et périmètre constants
	2022	2021	% de variation	
Littérature	75	74	+1,8%	+1,8%
Education et Référence	22	22	+0,8%	+0,8%
Diffusion et Distribution	63	67	-6,3%	-6,3%
Chiffre d'affaires	160	163	-1,7%	-1,7%

ANNEXE III

VIVENDI

CADRE DES VARIATIONS DE CHANGE ET DU PERIMETRE

Chiffre d'affaires

	T1 2021	T1 2022
Δ organique	+1,5%	+7,9%
Impact des variations de périmètre	+0,4pts	+4,4pts
Δ à taux de change constant	+1,9%	+12,3%
Impact des variations de devises	-2,3pts	+1,1pt
Δ publiée	-0,4%	+13,4%

Variation des cours de change

		<i>Taux moyen sur la période</i>		
		T1 2021	T1 2022	D
EUR vs.	USD :	1,217	1,134	-6,8%
	GBP :	0,886	0,839	-5,3%
	PLN :	4,486	4,559	+1,6%