

Paris, le 19 octobre 2023

Vivendi : croissance solide du chiffre d'affaires

- **Progression du chiffre d'affaires¹ du troisième trimestre de 2023 de 2,5 % et de 3,1 % à taux de change et périmètre constants à 2,426 milliards d'euros**
- **Progression du chiffre d'affaires¹ des neuf premiers mois de 2023 de 3,3 % et de 3,2 % à taux de change et périmètre constants, à 7,124 milliards d'euros**
- **Groupe Canal+ enregistre une forte croissance de son chiffre d'affaires de +5,7% au troisième trimestre 2023, et de +3,9% au cours des neuf premiers mois de 2023 grâce notamment à la très forte hausse de 23,6 % de Studiocanal et à la progression de 3,3 % de la télévision payante en France**
- **Havas affiche une croissance organique de son revenu net² très satisfaisante de +4,5 % au troisième trimestre 2023 (+4,3 % au cours des neuf premiers mois). Tous ses métiers progressent. Poursuite des acquisitions à un rythme soutenu. Conclusion d'un partenariat avec Miraki dans le retail media et extension d'un partenariat avec Adobe dans l'IA**
- **Le rapprochement avec Lagardère devrait être finalisé avant la fin de l'année**

Yannick Bolloré, Président du Conseil de surveillance, et **Arnaud de Puyfontaine**, Président du Directoire de Vivendi, ont déclaré : « *le chiffre d'affaires des neuf premiers mois de 2023 est en croissance et reflète la validité de la stratégie de Vivendi. Groupe Canal+ et Havas ont démontré toute la pertinence des actions de transformation et d'internationalisation que nous avons mises en place avec eux ces dernières années.*

Les bonnes performances de Groupe Canal+ sont le résultat de son excellence opérationnelle et d'une volonté d'investissements significatifs dans des contenus originaux de cinéma et de télévision. Au travers d'accords récents avec Viu, pour un développement en Asie du Sud-Est, et avec Viaplay dans les pays nordiques, Groupe Canal+ démontre son ambition d'acteur international de l'audiovisuel.

¹ Ce communiqué présente un chiffre d'affaires consolidé, non audité, établi selon les normes IFRS.

² Le revenu net, mesure à caractère non strictement comptable, correspond au chiffre d'affaires de Havas après déduction des coûts refacturables aux clients.

Havas poursuit sa politique d'acquisitions ciblées pour proposer à ses clients toutes les compétences nécessaires en particulier en matière d'innovation numérique. Il a conclu des partenariats de premier plan, avec Mirakl dans le retail media et avec Adobe pour maximiser les opportunités offertes par l'intelligence artificielle. Havas reste à la pointe de la création, comme en témoigne l'acquisition récente d'Uncommon Creative Studio, l'agence indépendante la plus primée du Royaume-Uni.

Déjà fort d'une vingtaine de titres de référence, Prisma Media accélère sa transformation, avec une présence renforcée dans le digital grâce à l'acquisition de M6 Digital Services et avec le développement d'une nouvelle verticale dans le luxe et le lifestyle. Gameloft a démontré la pertinence de sa stratégie de création de jeux vidéo multi-plateformes avec le lancement de Disney Dreamlight Valley et a lancé avec succès la phase d'offre en free-to-play de son nouveau jeu Disney Speedstorm.

Nous devrions finaliser le rapprochement avec Lagardère d'ici à la fin de l'année, sous réserve des autorisations nécessaires. Notre Groupe prendra alors une nouvelle dimension, avec un chiffre d'affaires en hausse de l'ordre de 70 % grâce à la contribution d'Hachette, troisième groupe mondial d'édition grand public et d'éducation, et aux activités de travel retail. Notre stature internationale sera également significativement renforcée. »

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2023, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 7 124 millions d'euros, contre 6 895 millions d'euros à la même période de 2022. Cette augmentation de +3,3 % résulte principalement de la progression du chiffre d'affaires de Groupe Canal+ (+167 millions d'euros) et d'Havas (+82 millions d'euros), partiellement compensée par le retrait de Vivendi Village (-25 millions d'euros).

A taux de change et périmètre constants, le chiffre d'affaires de Vivendi progresse de 3,2 % par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2022. Cette augmentation résulte principalement de la performance de Groupe Canal+ (+3,3 %) et d'Havas (+4,6 %).

Au troisième trimestre 2023, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 2 426 millions d'euros, contre 2 366 millions d'euros à la même période de 2022. Cette progression de +2,5 % résulte principalement de la progression du chiffre d'affaires de Groupe Canal+ (+81 millions d'euros) et d'Havas (+21 millions d'euros), partiellement compensée par le retrait de Vivendi Village (-30 millions d'euros) et de Gameloft (-21 millions d'euros).

A taux de change et périmètre constants, le chiffre d'affaires de Vivendi progresse de 3,1 % au troisième trimestre par rapport au troisième trimestre 2022. Cette évolution est portée par la performance de Groupe Canal+ (+5,4 %) et de Havas (+5,5 %).

Rapprochement avec Lagardère

Le 9 juin 2023, Vivendi a annoncé avoir obtenu de la Commission européenne l'autorisation relative à son projet de rapprochement avec le groupe Lagardère. Cette autorisation est subordonnée à la réalisation des deux engagements proposés par Vivendi, à savoir la cession de 100 % du capital d'Editis et la cession intégrale du magazine Gala. Vivendi a signé avec IMI un contrat de cession d'Editis et Prisma Media a également conclu un acte de cession du fonds de commerce de Gala avec le Groupe Figaro. La Commission

européenne doit désormais agréer ces deux acheteurs. Le Groupe est confiant que la finalisation de son rapprochement avec Lagardère interviendra d'ici à la fin de l'année. Il réitère sa volonté de conserver l'intégrité du groupe Lagardère.

Commentaires sur les performances des activités de Vivendi

Groupe Canal+ : progression de 3,9 % au cours des neuf premiers mois, portée par l'ensemble de ses activités

Au cours des neuf premiers mois de 2023, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'élève à 4 459 millions d'euros, en progression de 3,9 % par rapport à la même période en 2022 (+3,3 % à taux de change et périmètre constants). Cette évolution est portée par l'ensemble de ses activités.

Le chiffre d'affaires des activités de la télévision en France métropolitaine augmente de 3,3 % par rapport aux neuf premiers mois de 2022. Le parc d'abonnés continue de progresser sur un an.

Le chiffre d'affaires à l'international augmente de 1,7 % (+1,0 % à taux de change et périmètre constants), porté notamment par la croissance du parc abonnés.

Le chiffre d'affaires de Studiocanal progresse fortement de 23,6 % (+19,1 % à taux de change et périmètre constants), en raison de très belles sorties de films en salles, tant en France (plus de 4 millions d'entrées pour *Alibi.com 2*, 1,2 million d'entrées pour *Je Verrai Toujours Vos Visages...*) que dans les autres territoires de Studiocanal (*John Wick 4* en Australie et Nouvelle Zélande, *Evil Dead Rise* au Royaume-Uni, *Miraculous : Les aventures de Ladybug* et *Chat Noir* en Allemagne et en Pologne, *Astérix et Obélix : L'empire du Milieu* en Pologne...), et en raison de ventes internationales en forte croissance (sortie internationale de *Retribution* en août, vendu quasiment dans le monde entier).

Au cours du troisième trimestre 2023, Groupe Canal+ a poursuivi son développement à l'international et a davantage renforcé son offre de contenus, avec notamment :

- La prise de participation à hauteur de 12 % dans le Groupe Viaplay, leader de la télévision payante dans les pays nordiques ;
- Le renforcement au capital de MultiChoice Group, dont Groupe Canal+ détient 32,93 % au 30 septembre 2023 ;
- L'acquisition des 30 % restants du capital de SPI International, permettant à Groupe Canal+ d'en détenir désormais la totalité ;
- Le partenariat avec le Groupe OPT, au travers de sa filiale de télécommunication ONATi, afin de lancer de nouvelles offres en Polynésie française ;
- Le lancement en France du service sportif DAZN au sein de ses offres sport à compter du 12 août 2023 et la distribution de la chaîne Canal+ Ligue 1 dans l'application DAZN. Après Netflix, Disney+, Paramount+, Apple TV+ et beIN Sports, Groupe Canal+ poursuit ainsi sa stratégie d'agrégation d'applications et consolide sa position d'acteur majeur du sport en Europe, en continuant d'accompagner la montée en puissance du football féminin et en intensifiant la diversification de son offre de sport de combat ;
- Le renouvellement jusqu'en 2028 de l'intégralité de la Premier League en France, Suisse, République Tchèque, Slovaquie et Vietnam ;
- L'acquisition de la Saudi Pro League - le championnat de football d'Arabie Saoudite - pour le territoire français et l'Afrique, pour les deux prochaines saisons ; et

- Le lancement de deux nouvelles chaînes cinéma, à compter du 1er septembre 2023 : Canal+ Box-Office, consacrée aux films à grands succès récemment sortis en salle, du cinéma français au cinéma américain, et Canal+ Cinéma(s), qui propose le meilleur des films récents des grands cinéastes français et étrangers.

Havas : croissance organique très satisfaisante à 4,5 % au troisième trimestre

Au cours du troisième trimestre 2023, Havas a réalisé un revenu net² de 654 millions d'euros, affichant une croissance organique très satisfaisante de 4,5 % par rapport au troisième trimestre 2022. Après avoir réalisé un très bon deuxième trimestre 2023 avec une croissance organique de 6,3 %, l'activité d'Havas est restée dynamique, soutenue par la croissance de toutes ses divisions. La contribution des acquisitions s'élève à +2,3 % et les effets de change sont négatifs à hauteur de -4,7 %. Le chiffre d'affaires s'élève à 686 millions d'euros au troisième trimestre 2023.

Toutes les zones géographiques enregistrent des performances organiques solides, s'établissant à +1,5 % en Europe, +3,0 % en Amérique du Nord et +2,0 % en Asie Pacifique. L'Amérique latine continue sa trajectoire de forte croissance, avec une accélération à +51,1 % par rapport au troisième trimestre 2022, après avoir enregistré +27,3 % au premier trimestre 2023 et +30,4 % au deuxième trimestre 2023.

Havas a poursuivi au troisième trimestre 2023 un rythme d'acquisitions soutenu. Fidèle à son approche entrepreneuriale et créative, Havas a pris une participation majoritaire de 51 % dans *Uncommon Creative Studio*, l'agence créative indépendante la plus primée du Royaume-Uni. En parallèle, Havas poursuit le développement de son réseau de conseil en affaires publiques et en communication stratégique *H/Advisors* avec les acquisitions d'*Australian Public Affairs* (APA) en Australie et de *Cunha Vaz & Associados* (CV&A) au Portugal. Avec *Noise* au Canada, *HRZN* en Allemagne et *PivotRoots* en Inde, six acquisitions ont été finalisées par Havas depuis le début de l'année 2023, après une année record en 2022.

Enfin, Havas et *Mirakl* (1^{ère} solution technologique de marketplace mondiale) ont noué un partenariat stratégique visant à accélérer la croissance du e-commerce et du retail media. Ce partenariat va donner naissance au plus important réseau indépendant de retail media, à destination des marques et des distributeurs, en s'appuyant sur la technologie *Mirakl Ads*, alimentée par l'IA, et l'expertise d'*Havas Market*, l'offre complète de e-commerce du groupe de communication.

En octobre 2023, Havas et Adobe ont annoncé l'extension de leur partenariat avec l'adoption des solutions d'*Adobe GenStudio* et *Adobe Firefly* par les agences d'Havas. Cette collaboration va permettre à toutes les agences d'Havas d'exploiter l'IA générative d'Adobe et d'offrir des expériences client personnalisées et inégalées.

Le chiffre d'affaires d'Havas des neuf premiers mois de 2023 s'élève à 2 004 millions d'euros, en hausse de 4,3 % par rapport à la même période de 2022 (+4,6 % à taux de change et périmètre constants). Après déduction des coûts refacturables aux clients, le revenu net s'élève à 1 919 millions d'euros, en progression de 4,0 % et de 4,3 % à taux de change et périmètre constants.

Prisma Media : un renforcement des activités digitales

Au cours des neuf premiers mois de 2023, le chiffre d'affaires de Prisma Media s'élève à 224 millions

d'euros, en baisse de 6,0 % par rapport à la même période de 2022, en raison d'une base de comparaison défavorable qui intégrait des éléments non récurrents. Hors éléments non récurrents, le chiffre d'affaires est en léger retrait de 1,3 %.

Le chiffre d'affaires publicitaire des magazines Prisma Media progresse, notamment grâce au lancement réussi de *Harper's Bazaar*. Les activités digitales d'affiliation (e-commerce) et les revenus publicitaires sur les réseaux sociaux augmentent de plus de 30 %.

A fin août 2023, les marques Prisma Media conservent des places de leader en audience digitale en nombre de visiteurs uniques : *Télé-Loisirs* est le numéro un de l'univers « Entertainment » ; *Voici* le leader sur le « People » et *Femme Actuelle* reste en tête de l'univers « Féminin ».

Après le lancement de *Harper's Bazaar* en début d'année, Prisma Media a finalisé en juillet 2023 l'acquisition d'une participation majoritaire dans Milk, une société éditrice de magazines haut de gamme dans la décoration et la mode. En août 2023, il est entré en négociations exclusives pour la reprise de 100 % du groupe Côté Maison, éditeur spécialisé dans la décoration haut de gamme. Ces opérations s'inscrivent pleinement dans la stratégie de Prisma Media de bâtir un pôle décoration et luxe ambitieux.

Fin septembre 2023, Prisma Media a finalisé l'acquisition des actifs du pôle M6 Digital Services et a créé un pôle de pure players digitaux, dénommé « Digital Prisma Player ». Il regroupe six portails sur des thèmes du quotidien qui attirent chaque mois près de 18 millions de visiteurs uniques.

Prisma Media, qui génère déjà près d'un tiers de son chiffre d'affaires dans des activités numériques, est le premier groupe média sur le digital avec près de 34 millions de Français touchés chaque mois.

Le 19 septembre 2023, Prisma Media a annoncé le lancement de la plateforme PassPresse proposant plus de 200 titres. PassPresse permet aux lecteurs d'accéder à des contenus qui ne sont pas disponibles dans d'autres kiosques numériques. Les abonnés de Canal+ ont accès à cette plateforme.

Gameloft : un tournant stratégique réussi vers les jeux vidéo multiplateformes

Au cours des neuf premiers mois de 2023, le chiffre d'affaires de Gameloft s'établit à 213 millions d'euros, en baisse de 0,9 % par rapport à la même période en 2022 dans un marché du jeu vidéo en repli en 2023.

Au troisième trimestre 2023, le chiffre d'affaires de Gameloft recule de 22 % par rapport au troisième trimestre 2022, en raison d'une base de comparaison défavorable (le chiffre d'affaires du troisième trimestre 2022 avait enregistré une progression exceptionnelle de 48,1 % par rapport au troisième trimestre 2021 grâce au succès du lancement du jeu *Disney Dreamlight Valley* en septembre 2022), et au décalage de la sortie définitive du jeu *Disney Speedstorm*. Pour illustrer cet effet de base défavorable, on peut noter que la croissance du chiffre d'affaires du troisième trimestre 2023 comparé au troisième trimestre 2021, qui était « plus standard », s'élève à 15 %.

Septembre 2022 a marqué le tournant stratégique de Gameloft vers les jeux vidéo PC-Consoles avec le succès du lancement de *Disney Dreamlight Valley*. En 2023, Gameloft accélère sa stratégie autour des jeux multiplateformes Console-PC-Mobile avec la sortie de *Disney Speedstorm* dans sa version Free-to-Play le 28 septembre 2023. *Disney Dreamlight Valley* continue par ailleurs de très bien performer sur le modèle GaaS (*Game as a Service*) et représente la meilleure vente des neuf premiers mois de l'exercice

2023. Le chiffre d'affaires PC/Console représente 35 % du chiffre d'affaires de Gameloft des neuf premiers mois de 2023 et le chiffre d'affaires mobile en représente 56 %.

Les jeux *Disney Dreamlight Valley*, *Asphalt 9 : Legends*, *Disney Magic Kingdoms*, *March of Empires* et *Dragon Mania Legends* représentent 52 % du chiffre d'affaires total de Gameloft et sont les cinq meilleures ventes des neuf premiers mois de 2023.

Vivendi Village : belle progression de l'activité de billetterie

Au cours des neuf premiers mois de 2023, le chiffre d'affaires de Vivendi Village s'élève à 144 millions d'euros, contre 169 millions d'euros à la même période de 2022. Les activités de billetterie, qui représentent 58 % de ce chiffre d'affaires, connaissent une belle progression sur cette période.

Vivendi a confié un mandat exploratoire à une banque pour céder ses activités de billetterie et de festivals (regroupées dans l'entité Vivendi Village). Les actifs concernés pourraient davantage se développer et démarrer ainsi une nouvelle étape de leur croissance. Le chiffre d'affaires des activités concernées par ce mandat progresse de 12,7 % et de 13,9 % à taux de changes et périmètre constants au cours des neuf premiers mois de 2023.

Nouvelles Initiatives

Pour les neuf premiers mois de l'exercice 2023, le chiffre d'affaires de Nouvelles Initiatives, qui regroupe les entités **Dailymotion** et **GVA**, s'établit à 103 millions d'euros, contre 83 millions d'euros à la même période en 2022, en hausse de 24,1% à taux de change et périmètre constants.

Au troisième trimestre 2023, le chiffre d'affaires de Nouvelles Initiatives s'élève à 37 millions d'euros, contre 29 millions d'euros sur la même période en 2022, en hausse 26,3 % à taux de change et périmètre constants.

Au cours des neuf premiers mois de 2023, l'audience globale de **Dailymotion** progresse avec un taux de croissance organique moyen de 32 % par rapport à la même période de l'année dernière.

Au troisième trimestre 2023, la progression de l'audience a été favorisée par la signature de nouveaux partenariats, en particulier avec Parents, Santé, Medisite et Planet en France, Forbes, PSA World Tour, Entrepreneur, Niche Sport Media et Static media aux Etats-Unis, El Economista en Espagne ou encore Meridiano, Adoro Cinema en Amérique Latine.

A fin septembre, Dailymotion compte plus de 500 créateurs, comme Angelica pâtisserie, Mariappymeal, Clem de trem, French Startupper, Niang Cook, La Gamberge, Lbslucie, Valinfood qui ont dernièrement rejoint la plateforme, renforçant son nouveau positionnement pour toucher une audience plus large notamment chez les jeunes générations.

GVA est la filiale de Vivendi dédiée à la fourniture d'accès Internet à très haut débit en Afrique grâce à ses réseaux FTTH (fiber to the home ou « fibre optique jusqu'au domicile »). GVA est désormais implanté dans treize métropoles et huit pays d'Afrique subsaharienne depuis la récente ouverture de l'Ouganda en août 2023.

Ses offres d'accès à Internet « Très Haut Débit » s'adressent aux marchés résidentiel et professionnel sous la marque « CanalBox ». Au troisième trimestre 2023, CanalBox couvrait plus de 2,5 millions de foyers et d'entreprises éligibles.

Des « slides » (en anglais uniquement) relatives au chiffre d'affaires du troisième trimestre 2023 sont disponibles sur le site internet du groupe www.vivendi.com dans la rubrique *Actionnaires & Investisseurs*.

A propos de Vivendi

Depuis 2014, Vivendi construit un leader mondial dans les contenus, les médias et la communication. Le Groupe détient des actifs de premier plan et fortement complémentaires dans la télévision et le cinéma (Groupe Canal+), la communication (Havas), 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). Le rapprochement avec Lagardère, subordonné à la réalisation des engagements proposés par Vivendi à la Commission européenne, permettra au Groupe de devenir le troisième groupe mondial de l'édition grand public et d'éducation. 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 à enrayer le dérèglement climatique en adoptant une démarche alignée avec les Accords de Paris de 2015. 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.

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

CONFERENCE ANALYSTES & INVESTISSEURS

Intervenant :

François Laroze

Membre du Directoire et Directeur Financier

Date : 19 octobre 2023

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

Les journalistes peuvent seulement écouter la conférence.

La conférence se tient en anglais.

Internet : la conférence pourra être suivie sur Internet : www.vivendi.com (audiocast).

Numéros d'appel pour la conférence téléphonique :

- France: +33 (0) 1 70 37 71 66
- USA: +1 786 697 3501
- UK (Standard International Access) : +44 (0) 33 0551 0200

Mot de passe : Vivendi

Sur notre site www.vivendi.com seront disponibles les « slides » de la conférence téléphonique.

ANNEXE I

VIVENDI

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR METIER

(IFRS, non audité)

Troisième trimestre

(en millions d'euros)	3e trimestre clos le 30 septembre		% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants
	2023	2022			
Chiffre d'affaires					
Groupe Canal+	1 500	1 419	+5,7%	+5,5%	+5,4%
Havas	686	665	+3,2%	+7,8%	+5,5%
<i>Dont revenu net</i>	654	639	+2,1%	+6,8%	+4,5%
Prisma Media	71	74	-4,3%	-4,3%	-4,3%
Gameloft	74	95	-22,0%	-21,5%	-21,5%
Vivendi Village	63	93	-32,5%	-32,0%	-30,8%
<i>Dont billetterie et festivals</i>	56	55	+0,9%	+2,2%	+2,2%
Nouvelles Initiatives	37	29	+26,3%	+26,3%	+26,3%
Générosité et solidarité	1	1			
Eliminations des opérations intersegment	(6)	(10)			
Total Vivendi	2 426	2 366	+2,5%	+3,7%	+3,1%

Neuf premiers mois

(en millions d'euros)	Neuf mois clos le 30 septembre		% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants
	2023	2022			
Chiffre d'affaires					
Groupe Canal+	4 459	4 292	+3,9%	+3,9%	+3,3%
Havas	2 004	1 922	+4,3%	+5,9%	+4,6%
<i>Dont revenu net</i>	1 919	1 845	+4,0%	+5,6%	+4,3%
Prisma Media	224	238	-6,0%	-6,0%	-6,0%
Gameloft	213	215	-0,9%	-0,7%	-0,7%
Vivendi Village	144	169	-15,0%	-14,4%	-12,5%
<i>Dont billetterie et festivals</i>	118	105	+12,7%	+13,9%	+13,9%
Nouvelles Initiatives	103	83	+24,1%	+24,1%	+24,1%
Générosité et solidarité	2	2			
Eliminations des opérations intersegment	(25)	(26)			
Total Vivendi	7 124	6 895	+3,3%	+3,8%	+3,2%

ANNEXE I (suite)

VIVENDI

CHIFFRE D'AFFAIRES TRIMESTRIEL PAR METIER

(IFRS, non audité)

Chiffre d'affaires trimestriel

	2023			2022			
	1er trimestre clos le 31 mars	2e trimestre clos le 30 juin	3e trimestre clos le 30 septembre	1er trimestre clos le 31 mars	2e trimestre clos le 30 juin	3e trimestre clos le 30 septembre	4e trimestre clos le 31 décembre
(en millions d'euros)							
Chiffre d'affaires							
Groupe Canal+	1 478	1 481	1 500	1 446	1 427	1 419	1 578
Havas	611	707	686	591	666	665	843
Prisma Media	73	80	71	73	91	74	82
Gameloft	71	68	74	61	59	95	106
Vivendi Village	33	48	63	27	49	93	69
Nouvelles Initiatives	31	35	37	25	29	29	39
Générosité et Solidarité	1	-	1	1	-	1	1
Eliminations des opérations intersegment	(8)	(11)	(6)	(7)	(9)	(10)	(18)
Total Vivendi	2 290	2 408	2 426	2 217	2 312	2 366	2 700

ANNEXE II

VIVENDI

HAVAS : GAINS SIGNIFICATIFS

Havas Media :

Lactalis (EMEA, Latam), KFC (France), Shell (Monde), Delivery Hero (Europe du Nord), Natura & Co (Amérique latine), LCC (Inde), Claro (Colombie), Pernod Ricard (Portugal), Keytrade Bank (Belgique), Linea Directa (Espagne).

Havas Creative :

Europa Park (Allemagne), Gaznat (Suisse), Lactalis (Suisse), Netflix (Australie), Tourism Tasmania (Australie), Reckitt Benckiser (Australie), Vivian (Italie), MSC Company (Italie), Viatrix (Hong Kong), Warsteiner Beer (Allemagne), Patrizia (Allemagne), Abbott (Royaume-Uni), Sofinnova (Italie), Pelayo Summer Campaign (Espagne), Repsol Sostenibilidad (Espagne), NBC (Espagne).

Havas Health & You :

Sanofi, AstraZeneca, Fosun Pharma, Ipsen, Lantheus, Ultradent.