

Paris, le 15 novembre 2018

Bonne progression du chiffre d'affaires au 3^{ème} trimestre 2018, en hausse de 5,6 %¹

- **Très belles performances des trois principaux métiers du Groupe**
- **Evolution du capital d'Universal Music Group : processus de sélection des banques lancé**
- **Editis : signature de l'accord d'acquisition**

Ce communiqué présente un chiffre d'affaires consolidé, non audité, établi selon les normes IFRS, arrêté par le Directoire de Vivendi le 12 novembre 2018, examiné par le Comité d'audit du 13 novembre 2018 et par le Conseil de surveillance du 15 novembre 2018.

¹ A taux de change et périmètre constant par rapport à la même période de 2017. Le périmètre constant permet de retraiter les impacts de l'acquisition d'Havas (3 juillet 2017) ainsi que du rachat de Paylogic (16 avril 2018) et de la cession de Radionomy (17 août 2017) par Vivendi Village.

Le Conseil de surveillance de Vivendi, qui s'est réuni ce jour sous la Présidence de Monsieur Yannick Bolloré, a examiné le chiffre d'affaires consolidé du Groupe au 30 septembre 2018 arrêté par le Directoire du 12 novembre 2018.

CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 SEPTEMBRE 2018

Au troisième trimestre 2018, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 3 384 millions d'euros, contre 3 207 millions d'euros à la même période de 2017, en hausse de 5,6 % à taux de change et périmètre constants¹.

Sur les neuf premiers mois de l'exercice 2018, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 9 847 millions d'euros, contre 8 669 millions d'euros à la même période de 2017, en hausse de 13,6 %, en raison principalement de la consolidation d'Havas à compter du 3 juillet 2017 (+1 048 millions d'euros). A taux de change et périmètre constants¹, le chiffre d'affaires augmente de 4,6 % par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2017, essentiellement grâce à la progression d'Universal Music Group (+9,1 %) et de Groupe Canal+ (+0,8 %).

Evolution du chiffre d'affaires par activité

	Troisième trimestre 2018	Neuf premiers mois 2018
<i>Croissance organique¹</i>		
Universal Music Group	+13,5 %	+9,1 %
Groupe Canal+	-0,2 %	+0,8 %
Havas - Revenu net ² hors Arnold	+2,5 %	-0,1 %
Autres métiers et élimination des opérations intersegment	+8,7 %	+2,4 %
Vivendi	+5,6 %	+4,6 %

OUVERTURE DU CAPITAL D'UNIVERSAL MUSIC GROUP

A la suite des travaux préalables effectués par le Directoire, une quinzaine de banques ont été présélectionnées. Elles pourraient accompagner Vivendi pour identifier un ou plusieurs partenaires stratégiques pour sa filiale Universal Music Group.

Des séances de travail seront organisées avec ces banques avant la fin de l'automne pour déterminer leurs possibilités et les conditions de travail et de rémunération qui pourraient être convenues.

² Le revenu net correspond au chiffre d'affaires d'Havas après déduction des coûts refacturables aux clients.

Après ces discussions, l'objectif est de retenir au final 5 à 7 banques qui seront chargées de trouver les meilleurs partenaires pour UMG.

Les chiffres de l'exercice 2018 d'UMG, qui seront publiés le 14 février 2019, serviront de base aux discussions avec les partenaires potentiels.

Le cash issu de cette cession pourrait être utilisé pour un programme de rachat d'actions significatif sous forme d'offre publique de rachat d'actions (OPRA) et de potentielles acquisitions.

EDITIS : POINT D'AVANCEMENT DU PROCESSUS D'ACQUISITION

Vivendi a conclu ce 15 novembre 2018 l'accord d'acquisition de 100 % du capital d'Editis, deuxième groupe d'édition français, avec Grupo Planeta, faisant suite aux négociations exclusives entamées le 30 juillet dernier. La valeur d'entreprise retenue est de 900 millions d'euros.

Editis compte une cinquantaine de maisons d'édition (Nathan, Bordas, Robert Laffont, Presses de la Cité, Julliard, XO, Plon, Perrin, Pocket, Belfond ou Le cherche midi) et de nombreux auteurs à succès (Marc Levy, Michel Bussi ou Raphaëlle Giordano).

En 2017, Editis a généré un chiffre d'affaires d'environ 750 millions d'euros et un EBIT récurrent d'environ 60 millions d'euros.

En France, l'industrie du livre est le premier marché culturel en matière de revenus (6 milliards d'euros en 2017), devant le cinéma et la musique. L'acquisition d'Editis enrichira les capacités créatives de Vivendi pour développer de nouveaux projets éditoriaux et de nouveaux types de contenus (le livre audio par exemple, en croissance de 40 % par an), et pour déployer des franchises à l'international (sur le modèle de Paddington).

Les deux groupes partagent un savoir-faire reconnu dans la gestion des droits de propriété intellectuelle et une même passion pour la créativité. Leurs métiers ont des structures semblables. Le fonctionnement des maisons d'édition se rapproche de celui des labels d'UMG, ce qui devrait faciliter l'intégration d'Editis au sein de Vivendi.

L'acquisition d'Editis permettra à Vivendi d'ajouter une nouvelle brique à la construction d'un grand groupe industriel centré sur les médias, les contenus et la communication.

L'avis favorable des instances représentatives du personnel (IRP) de Vivendi a été obtenu le 13 septembre 2018 et celui des IRP d'Editis le 8 novembre 2018.

L'opération doit désormais faire l'objet d'une autorisation de l'Autorité de la concurrence française. La finalisation de l'acquisition est attendue fin 2018 ou début 2019.

COMMENTAIRES SUR L'EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITE

Universal Music Group

Au troisième trimestre 2018, le chiffre d'affaires d'Universal Music Group (UMG) s'établit à 1 495 millions d'euros, en hausse de 13,5 % à taux de change et périmètre constants par rapport au troisième trimestre 2017 (+13,3 % en données réelles).

Sur les neuf premiers mois de l'exercice 2018, le chiffre d'affaires d'UMG s'élève à 4 123 millions d'euros, en hausse de 9,1 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2017 (+3,5 % en données réelles).

Le chiffre d'affaires de la musique enregistrée progresse de 10,2 % à taux de change et périmètre constants grâce à l'augmentation des revenus liés aux abonnements et au streaming (+35,8 %) qui compense largement la baisse continue des ventes de téléchargements (-24,6 %) et des ventes physiques (-16,3 %).

Parmi les meilleures ventes de musique enregistrée des neuf premiers mois de l'exercice 2018, figurent les nouveaux albums de Drake, Post Malone, XXXTentacion et Migos ainsi que la bande originale du film *Black Panther* (Kendrick Lamar).

Le chiffre d'affaires de l'édition musicale augmente de 10,6 % à taux de change et périmètre constants, également porté par la croissance des revenus liés aux abonnements et au streaming, ainsi que ceux liés aux droits de représentations (*performance*) et de synchronisation musicale (*synchronization*).

Le chiffre d'affaires du merchandising et des autres activités recule de 13,4 % à taux de change et périmètre constants, en raison d'une activité de concerts et de ventes moins soutenue.

Durant 37 des 39 premières semaines de 2018, des titres UMG ont été numéro un du classement mondial réalisé par Spotify. En outre, la dernière semaine de septembre 2018, UMG comptait neuf des albums du Top 10 des meilleurs albums du Billboard 200 aux États-Unis. C'est la première fois depuis près de cinq ans qu'un groupe de labels musicaux enregistre une telle performance. C'était déjà UMG qui l'avait réalisée en octobre 2013.

Par ailleurs, le 5 novembre 2018, Universal Music Group a annoncé avoir conclu un accord avec Boomplay, service de streaming musical le plus populaire d'Afrique. UMG est la première grande major à octroyer une licence à ce service. Lancé en 2015, Boomplay est utilisé par plus de 36 millions de personnes, dont près de deux millions de nouveaux chaque mois.

Groupe Canal+

Au troisième trimestre 2018, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'établit à 1 247 millions d'euros, quasiment stable par rapport à la même période de 2017 (-0,2 % à taux de change et périmètre constants).

Sur les neuf premiers mois de l'exercice 2018, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'élève à 3 822 millions d'euros, en croissance de 0,4 % par rapport à la même période de 2017 (+0,8 % à taux de change et périmètre

constants). Cette évolution est portée par la progression globale du parc d'abonnés de Groupe Canal+ qui atteint 15,4 millions, contre 14,8 millions à fin septembre 2017.

Le chiffre d'affaires de la télévision en France métropolitaine recule légèrement du fait de la baisse du portefeuille global d'abonnés individuels (7,9 millions, contre 8,0 millions à fin septembre 2017), malgré une évolution positive du taux de résiliation (en baisse de quatre points depuis un an pour s'établir à 13,4 %, un plus bas historique depuis le troisième trimestre 2012). Ce repli s'explique notamment par la baisse continue des abonnements à Canalplay, et par l'arrêt de la commercialisation de l'offre Canalsat au profit des nouvelles offres Canal et des abonnements en partenariat avec les opérateurs télécoms. Le portefeuille d'abonnés individuels à la chaîne Canal+ enregistre une croissance nette de 227 000 abonnés sur les 12 derniers mois.

Le chiffre d'affaires de la télévision payante à l'international connaît une très forte progression de 7,8 % à taux de change et périmètre constants en raison de la très forte croissance du parc d'abonnés individuels (+726 000 en un an) grâce notamment aux effets bénéfiques, mais temporaires, de la Coupe du Monde de football.

Le chiffre d'affaires de Studiocanal augmente de 10,3 % à taux de change et périmètre constants, porté par la sortie en salles d'un plus grand nombre de films et par de très bonnes ventes vidéo, en particulier celles de *Paddington 2*. L'activité au troisième trimestre 2018 a été impactée (-4,6 % à taux de change et périmètre constants) par la saisonnalité de la programmation de films. Cette saisonnalité devrait également être défavorable au quatrième trimestre, qui avait vu la sortie de *Paddington 2* en 2017.

Le film *Le Grand Bain*, sorti le 24 octobre 2018 en France, affiche de très bonnes performances, enregistrant plus 3 millions de spectateurs trois semaines après sa sortie. La saison 4 de la série *Le Bureau des Légendes*, une *Création Originale Canal+*, diffusée sur la chaîne et sur myCanal depuis octobre 2018, a également connu un important succès tant auprès des spectateurs que des critiques.

Le 8 novembre 2018, Groupe Canal+ a annoncé le renouvellement de son accord avec le cinéma français, prolongeant jusqu'en 2023 un partenariat historique de plus de 30 ans. Cet accord constituait un préalable à la signature par Canal+ de la nouvelle chronologie des médias, dont la prochaine entrée en vigueur permettra au Groupe de proposer à ses abonnés des films dès 6 mois après leur sortie en salles. Cet accord et la nouvelle chronologie des médias sanctuarisent et renforcent la position unique de Canal+ dans le financement et la diffusion du cinéma français, dont il reste de loin et plus que jamais le premier soutien.

Le 18 septembre 2018, Groupe Canal+ et SFR ont annoncé un accord commercial autour de la distribution du bouquet RMC Sport. Cet accord permet aux abonnés satellite de Groupe Canal+ de suivre sur les chaînes RMC Sport l'intégralité de L'UEFA Champions League, l'UEFA Europa League, la Premier League anglaise, le championnat de football du Portugal, ainsi que de l'équitation, de l'athlétisme, des sports extrêmes, etc.

Le 31 octobre 2018, Groupe Canal+ a remporté en exclusivité l'intégralité des droits de diffusion pour la France et la Pologne de la Premier League anglaise, le championnat de football le plus diffusé au monde. A partir d'août 2019, Canal+ proposera sur ses antennes et sur myCanal les saisons 2019/2020, 2020/2021 et 2021/2022 de la Premier League. Au cours des prochaines saisons, les abonnés seront ainsi en mesure de regarder le meilleur du football français (avec les 3 premiers choix de Ligue 1 à chaque journée), le meilleur des Championnats européens avec l'intégralité de la Premier League, une grande soirée de Ligue 2 par journée, l'intégralité de la Coupe de la Ligue, la D1 Féminine, la coupe du monde de football féminin, le TOP

14, la Pro D2, le rugby de l'hémisphère Sud, les championnats du monde de Formule 1, Moto GP et Rallyes, le golf et les JO 2020.

Groupe Canal+ se réjouit de pouvoir proposer à une large proportion de ses abonnés toutes les plus grandes compétitions sportives via ses chaînes premium Canal+ et Canal+ Sport ainsi que les meilleures chaînes de sport dont BeIn Sport, Eurosport et RMC Sports.

En outre, Groupe Canal+ a conclu, le 14 novembre 2018, un nouvel accord de distribution global avec le Groupe TF1 permettant d'intégrer dans les offres Canal toutes les chaînes du Groupe TF1 et les services non linéaires associés. L'accord s'accompagne d'un nouveau partenariat élargi entre TF1 et Dailymotion. Un accord similaire avait été conclu début 2018 avec le Groupe M6.

Pour l'ensemble de l'année 2018, Groupe Canal+ s'approche des objectifs fixés. Les activités de télévision atteignent leurs objectifs ; Studiocanal pourrait être un peu en retard malgré le succès du *Grand Bain*.

Havas

Au troisième trimestre 2018, le chiffre d'affaires d'Havas s'élève à 535 millions d'euros et le revenu net² à 525 millions d'euros. La croissance organique du revenu net² retraitée d'Arnold - agence en cours de réorganisation - s'élève à +2,5 % par rapport au troisième trimestre 2017, en nette amélioration par rapport au niveau constaté au premier semestre 2018 (-1,4 %).

Toutes les activités, la création, la communication santé et les activités médias, ont contribué à cette progression. Les effets de change sont de -1,2 % (essentiellement le dollar US, les devises sud-américaines et le dollar australien) et la contribution des acquisitions de +1,0 %. A taux de change et périmètre constants, le revenu net d'Havas augmente de 0,3 % par rapport au troisième trimestre 2017.

Par zone géographique, les agences nord-américaines confirment leur dynamique de croissance au troisième trimestre grâce à la poursuite des bonnes performances d'Havas Health & You, BETC, Havas Edge, Havas Chicago et Abernathy/AMO ainsi qu'aux activités médias (contribution du gain Sanofi en 2017).

L'activité de l'Europe s'améliore nettement par rapport au premier semestre 2018 et affiche une croissance organique positive sur le troisième trimestre grâce à de meilleures performances, notamment en France et au Royaume-Uni. BETC, Havas Paris et Ekino/Fullsix ont été les contributeurs majeurs en France des activités de création, UX (*User eXperience*) et CRM (*Customer Relationship Management*). De leur côté, les agences britanniques confirment le redressement de la zone grâce au dynamisme de la communication santé (Havas Lynx), des activités de création (Havas London) et des activités médias. L'Italie et l'Allemagne enregistrent également une croissance à deux chiffres, compensant la sous-performance de l'Espagne (principalement dans les activités médias).

A fin septembre, la zone Asie-Pacifique reste en croissance positive grâce à la Chine. L'Amérique latine décroît sur le trimestre, en raison d'une base de comparaison défavorable, mais elle devrait rester en nette croissance sur l'ensemble de l'année 2018.

² Le revenu net correspond au chiffre d'affaires d'Havas après déduction des coûts refacturables aux clients.

Sur les neuf premiers mois de l'exercice 2018, le chiffre d'affaires d'Havas s'élève à 1 587 millions d'euros et le revenu net² à 1 545 millions d'euros. La croissance organique retraitée d'Arnold est stable à -0,1 % par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2017 ; les effets de change sont négatifs à hauteur de -4,8 % et la contribution des acquisitions est de +1,2 %. A taux de change et périmètre constants, le revenu net² d'Havas évolue de -1,8 % par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2017.

Havas poursuit sa politique d'acquisition ciblée et continue de se renforcer dans certaines expertises ou dans certaines zones géographiques. Ainsi, au troisième trimestre 2018, Havas a réalisé deux acquisitions : Republica, début septembre 2018, agence leader indépendante de marketing multiculturel aux Etats-Unis et Catchi, début juillet 2018, principal acteur dans le CRO (*Conversion Rate Optimisation*) en Australie et en Nouvelle-Zélande.

Après les trois « grands prix » et les 47 « Lions » remportés aux Cannes Lions, la créativité d'agences du Groupe Havas, comme Havas Host en Australie, BETC, Havas Germany, Rosapark et Havas New York, a été reconnue dans les plus grands festivals internationaux au troisième trimestre 2018 (se reporter à l'annexe III pour la liste des prix et des gains les plus significatifs).

L'activité commerciale du troisième trimestre 2018 est restée active avec de nombreux gains en création, en média et en communication santé, tant au niveau local que global (se reporter à l'annexe III pour la liste des prix et des gains les plus significatifs). Ces nombreux gains feront plus que compenser les pertes de budgets en média enregistrées au troisième trimestre. Le 29 octobre 2018, Havas Media a également remporté le budget global de conseil média et d'achat d'espace de Puma.

Comme précédemment annoncé, Havas anticipe une meilleure croissance organique du revenu net au second semestre 2018 grâce aux gains de budgets significatifs enregistrés au premier semestre.

Gameloft

Sur les neuf premiers mois de l'exercice 2018, le chiffre d'affaires de Gameloft s'établit à 224 millions d'euros, en retrait de 4,7 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2017 (-3,3 % à taux de change et périmètre constants au troisième trimestre 2018), en raison du ralentissement de l'activité réalisée avec les opérateurs télécoms et de la baisse des recettes publicitaires. L'activité OTT (*Over The Top*: ventes de jeux sur les plateformes Apple, Google, Microsoft, Amazon, etc.), qui représente 72 % des ventes totales de Gameloft, progresse de 4 % à taux de change constant.

Avec près de 2 millions de téléchargements par jour sur toutes les plateformes au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2018, Gameloft est un leader dans la création et l'édition de jeux vidéo mobile. Gameloft bénéficie de la bonne performance de son catalogue et notamment de ses jeux phares comme *War Planet Online*, *Dragon Mania Legends*, *Disney Magic Kingdoms*, *March of Empires* et *Asphalt 8: Airborne*.

Gameloft réalise 62 % de son chiffre d'affaires avec ses propres franchises de jeux.

Le 26 juillet 2018, Gameloft a lancé *Asphalt 9: Legends*. Le dernier opus de la franchise n°1 des jeux de course sur mobile a enregistré plus de 4 millions de téléchargements en une semaine et plus de 24 millions en trois mois.

En octobre 2018, Gameloft a fêté, en partenariat avec Illumination Entertainment et Universal Games, le cinquième anniversaire de *Minion Rush*, en offrant aux joueurs de nouveaux modes de jeu et des contenus inédits disponibles dans une nouvelle mise à jour. Avec près d'un milliard de téléchargements, *Minion Rush* figure dans le Top 10 des jeux les plus téléchargés au monde sur iOS et Google Play.

Vivendi Village

Sur les neuf premiers mois de l'exercice 2018, le chiffre d'affaires de Vivendi Village s'élève à 88 millions d'euros, en hausse de 9,9 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2017. Au troisième trimestre 2018, il progresse de 39,5 % à taux de change et périmètre constants.

Les activités de billetterie représentent un chiffre d'affaires de 41 millions d'euros, en hausse de 5,5 % par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2017, grâce à l'acquisition de Paylogic en avril 2018. See Tickets a connu une activité commerciale record en septembre au Royaume-Uni.

Le chiffre d'affaires du spectacle vivant (*live*) a presque doublé (+91,8 %) par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2017, principalement grâce au développement d'Olympia Production.

Olympia Production compte aujourd'hui en portefeuille 33 artistes (comme les musiciens Eddy de Pretto et Dadju, ou l'humoriste Guillermo Guiz), soit cinq fois plus que lors du démarrage de ses activités en 2016. Il assurera la production d'un millier de concerts et spectacles en 2018 (hors festivals). Avec l'acquisition du festival Garorock (annoncé en octobre 2018), un des cinq plus grands festivals de musique en France, Olympia Production détient quatre festivals régionaux accueillant au total plus de 250 000 personnes.

L'Olympia a enregistré un excellent mois de septembre porté par l'accueil de nombreux événements privés ; le dernier trimestre 2018 est extrêmement soutenu avec 103 dates programmées (79 pour la même période de 2017).

CanalOlympia a inauguré fin septembre sa dixième salle de cinéma et de spectacles en Afrique à Lomé au Togo. Ces salles bénéficient d'une fréquentation double de celles de pays comme la France.

Nouvelles Initiatives

Nouvelles Initiatives, qui regroupe des entités en phase de lancement ou de développement, réalise un chiffre d'affaires de 47 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'exercice 2018, en hausse de 37,6 % par rapport à la même période de 2017.

Au troisième trimestre 2018, l'audience de Dailymotion s'est établie à 5,3 milliards de vues dans le monde, en hausse de 14 % par rapport au troisième trimestre 2017. L'audience sur les contenus premium a quasiment doublé en un an atteignant 2,2 milliards de vues, contre 1,2 milliard au troisième trimestre 2017. Au cours du troisième trimestre 2018, Dailymotion a compté environ 270 millions de visiteurs uniques mensuels dans le monde.

Afin de continuer d'enrichir son offre premium, Dailymotion a récemment signé de nombreux contrats de contenus. Il est ainsi devenu le *player* du Milan AC, de l'EuroLeague (première compétition de basketball

professionnel européen), d'El Espagnol et d'Axel Springer en Espagne, du Hindustan Times (troisième journal le plus lu en Inde) et de SBS (deuxième groupe de télévision en Corée du Sud).

Le troisième trimestre 2018 a été marqué par la livraison du SSP (sellside platform), plateforme permettant d'automatiser et d'optimiser la vente d'espaces publicitaires développée en interne. Elle a été déployée progressivement sur l'inventaire de Dailymotion et finalisé le 15 septembre. Depuis cette date, la majorité des revenus de Dailymotion est traitée par cette plateforme.

GVA, opérateur télécoms en Afrique, a lancé respectivement en octobre 2017 et en mars 2018 une offre Internet Très Haut Débit, CANALBOX, à Libreville (Gabon) et Lomé (Togo), permettant à ses abonnés de profiter de la qualité technologique de la fibre optique.

Par ailleurs, GVA vient de renforcer son réseau en acquérant une société de développement à Pointe-Noire (République du Congo).

PROROGATION DE L'ECHEANCE DE LA VENTE A TERME DES ACTIONS UBISOFT

Comme précédemment annoncé le 20 mars 2018, Vivendi a vendu à terme le solde de sa participation dans Ubisoft (soit 7 590 909 actions) pour un montant d'environ 500 millions d'euros correspondant à un prix de 66 euros par action.

Ces 7 590 909 actions sont ainsi cédées à deux établissements financiers par Vivendi : 1 040 909 actions ont été cédées, comme prévu, le 1^{er} octobre 2018, et 6 550 000 actions ont été reportés à la date du 5 mars 2019.

Vivendi s'est engagé envers Ubisoft à avoir cédé la totalité de ses actions au 7 mars 2019, date de livraison. Vivendi garde en outre l'engagement pris en mars 2018 de ne pas acquérir d'actions Ubisoft durant une période de cinq ans.

A propos de Vivendi

Vivendi travaille depuis 2014 à la construction d'un groupe européen d'envergure mondiale dans les contenus, les médias et la communication. La stratégie claire et ambitieuse fixée il y a quatre ans a été mise en œuvre avec succès par le Directoire. Dans la création de contenus, tout d'abord : le Groupe détient des actifs puissants et complémentaires dans la musique (Universal Music Group), les jeux vidéo mobiles (Gameloft) et les séries et films (Groupe Canal+), qui sont aujourd'hui les trois contenus de divertissement les plus consommés dans le monde. Dans la distribution, ensuite : Vivendi a acquis et repositionné Dailymotion pour doter ses contenus d'une nouvelle vitrine numérique. Le Groupe s'est également rapproché de plusieurs opérateurs télécoms et plateformes afin d'élargir au maximum ses réseaux de distribution. L'exercice 2017 a permis d'ajouter une troisième brique à cet ensemble : la communication avec Havas. Havas dispose d'une expertise créative unique dans la valorisation des contenus gratuits et dans les formats courts, de plus en plus utilisés sur mobile. Par ailleurs, dans le spectacle vivant, la valorisation de franchises, la billetterie et le numérique, Vivendi explore de nouvelles activités complémentaires de ses métiers, fédérées sous Vivendi Village. Les différentes entités du Groupe de Vivendi travaillent désormais pleinement ensemble, créant ainsi plus de valeur, au sein d'un groupe industriel intégré www.vivendi.com, www.cultureswithvivendi.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. 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.

CONTACTS

Médias

Paris

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

Londres

Paul Durman
+44 20 7186 8890

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 : 15 novembre 2018

Présentation à 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 76 77 22 57
Royaume-Uni +44 (0) 330 336 94 11
Etats-Unis +1 323 994 20 93
English version - Code 892 51 59

Sur notre site **www.vivendi.com** seront disponibles un service de web cast audio et les « slides » de la présentation.

ANNEXE I

VIVENDI

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR METIER

(IFRS, non audité)

Troisième trimestre

(en millions d'euros)	3e trimestres clos le 30 septembre				
	2018	2017	% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants ¹
Chiffre d'affaires					
Universal Music Group	1 495	1 319	+13,3%	+13,5%	+13,5%
Groupe Canal+	1 247	1 252	-0,5%	-0,2%	-0,2%
Havas	535	539	-0,6%	na	na
Gameloft	75	77	-3,7%	-3,3%	-3,3%
Vivendi Village	36	25	+45,9%	+45,9%	+39,5%
Nouvelles Initiatives	15	11	+39,6%	+39,6%	+39,6%
Eliminations des opérations intersegment	(19)	(16)			
Total Vivendi	3 384	3 207	+5,5%	+5,9%	+5,6%

Neuf premiers mois

(en millions d'euros)	Neuf mois clos le 30 septembre				
	2018	2017	% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants ¹
Chiffre d'affaires					
Universal Music Group	4 123	3 985	+3,5%	+9,1%	+9,1%
Groupe Canal+	3 822	3 807	+0,4%	+0,8%	+0,8%
Havas	1 587	539	na	na	na
Gameloft	224	245	-8,7%	-4,7%	-4,7%
Vivendi Village	88	81	+8,3%	+8,9%	+9,9%
Nouvelles Initiatives	47	34	+37,6%	+37,6%	+37,6%
Eliminations des opérations intersegment	(44)	(22)			
Total Vivendi	9 847	8 669	+13,6%	+17,4%	+4,6%

na : non applicable.

Nota : A compter du 1^{er} janvier 2018, Vivendi applique la nouvelle norme comptable IFRS 15 – *Produits des activités ordinaires tirés des contrats conclus avec des clients* (se reporter à l'annexe II).

ANNEXE I (suite)

VIVENDI

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR METIER

(IFRS, non audité)

Chiffre d'affaires trimestriel

	2018			2017			
	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							
Universal Music Group	1 222	1 406	1 495	1 284	1 382	1 319	1 688
Groupe Canal+	1 298	1 277	1 247	1 272	1 283	1 252	1 391
Havas	482	570	535	-	-	539	648
Gameloft	79	70	75	91	77	77	82
Vivendi Village	23	29	36	26	30	25	28
Nouvelles Initiatives	16	16	15	10	13	11	17
Eliminations des opérations intersegment	(11)	(14)	(19)	(3)	(3)	(16)	(22)
Total Vivendi	3 109	3 354	3 384	2 680	2 782	3 207	3 832

Nota : A compter du 1^{er} janvier 2018, Vivendi applique la nouvelle norme comptable IFRS 15 – *Produits des activités ordinaires tirés des contrats conclus avec des clients* (se reporter à l'annexe II).

ANNEXE II

VIVENDI

RETRAITEMENT DE L'INFORMATION COMPARATIVE

(IFRS, non audité)

A compter du 1^{er} janvier 2018, Vivendi applique la nouvelle norme comptable sur le chiffre d'affaires : 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 de l'exercice 2017, les données présentées au titre de l'ensemble des périodes de 2018 et de 2017 sont ainsi comparables.

Impacts liés à l'application de la norme IFRS 15 sur le chiffre d'affaires par métier

	2017					
	1er trimestre clos le 31 mars	2e trimestre clos le 30 juin	3e trimestre clos le 30 septembre	Neuf mois clos le 30 septembre	4e trimestre clos le 31 décembre	Exercice clos le 31 décembre
(en millions d'euros)						
Chiffre d'affaires (tel que publié antérieurement) (A)						
Universal Music Group	1 284	1 382	1 319	3 985	1 688	5 673
Groupe Canal+	1 278	1 290	1 257	3 825	1 421	5 246
Havas (a)	-	-	525	525	626	1 151
Gameloft	68	62	63	193	65	258
Vivendi Village	26	30	25	81	28	109
Nouvelles Initiatives	10	13	11	34	17	51
Eliminations des opérations intersegment	(3)	(3)	(16)	(22)	(22)	(44)
Total Vivendi	2 663	2 774	3 184	8 621	3 823	12 444
Retraitements IFRS 15 (B)						
Universal Music Group	-	-	-	-	-	-
Groupe Canal+	(6)	(7)	(5)	(18)	(30)	(48)
Havas (a)	-	-	14	14	22	36
Gameloft	23	15	14	52	17	69
Vivendi Village	-	-	-	-	-	-
Nouvelles Initiatives	-	-	-	-	-	-
Eliminations des opérations intersegment	-	-	-	-	-	-
Total Vivendi	17	8	23	48	9	57
Chiffre d'affaires retraité (A+B)						
Universal Music Group	1 284	1 382	1 319	3 985	1 688	5 673
Groupe Canal+	1 272	1 283	1 252	3 807	1 391	5 198
Havas (a)	-	-	539	539	648	1 187
Gameloft	91	77	77	245	82	327
Vivendi Village	26	30	25	81	28	109
Nouvelles Initiatives	10	13	11	34	17	51
Eliminations des opérations intersegment	(3)	(3)	(16)	(22)	(22)	(44)
Total Vivendi	2 680	2 782	3 207	8 669	3 832	12 501

a. Pour mémoire, Vivendi consolide Havas par intégration globale depuis le 3 juillet 2017.

ANNEXE III
VIVENDI
HAVAS : PRIX ET GAINS SIGNIFICATIFS

Principaux prix remportés par Havas

Après les trois « grands prix » remportés aux Cannes Lions, la campagne « Palau Pledge » continue de triompher dans tous les festivals de la créativité du monde, tels que : les Cléo Awards, les Spikes Awards où la campagne a gagné 5 grands prix, un deuxième Black Pencil aux DA&D Impact Awards et enfin la prestigieuse distinction « Champion for Humanity » décernée par les Nations Unies (We are all Human Foundation). A la suite de ce grand succès, l'agence Host/Havas a été classée première agence en Asie Pacifique et se classe désormais au 7^{ème} rang mondial du rapport annuel de la créativité publié par le Cannes Lions International Festival of Creativity.

Principaux gains de budget du troisième trimestre 2018

- **en création** : Barnes and Noble, Rite Aid et National Association of Realtors (USA), La Banque Postale et Leclerc (France), Ferrero (Allemagne), Affinity Petcare (Espagne), Lamborghini (Italie), X5 Retail (Russie), National Heart Foundation (Australie), Healthy Options (Hong Kong), Molson Coors (Royaume-Uni) ;
- **en média** : Blizzard Entertainment et De Beers (Global), Carrefour (6 marchés en Europe), Pizza Papa Johns (USA), China Telecom et JDE (Chine), Giffgaff (Royaume-Uni), Pernod Ricard (Mexique), Lindt (Italie), FOX Sports (Australie), Burger Brands (Belgique) ;
- **en communication santé** : Roche Genentech (Global), Gilead (Local), Novartis (Local), Pfizer (Local), Transmedics (Global).