

Paris, le 20 octobre 2020

Vivendi : évolution positive du chiffre d'affaires au troisième trimestre 2020

- **Chiffre d'affaires de Vivendi en progression de 2,4 % au cours des neuf premiers mois de 2020 (-1,1 % à données constantes) et de 1,3 % au troisième trimestre 2020 (0,7 % à données constantes), confirmant la force des activités du Groupe liées à de l'abonnement**
- **Universal Music Group : hausse de 5,1 % au cours des neuf premiers mois de 2020 et de 3,0 % au troisième trimestre 2020, portée par les plateformes de streaming musical**
- **Groupe Canal+ : augmentation de 6,6 % au cours des neuf premiers mois de 2020 et de 7,3 % au troisième trimestre 2020, grâce à son développement à l'international et à l'intégration réussie de M7**
- **Havas Group : amélioration significative de trimestre à trimestre, dans un contexte sectoriel difficile**
- **Editis : croissance de 10,4 % au troisième trimestre 2020, confirmant le rebond entamé dès la sortie du confinement**
- **Gameloft : hausse de 2,6 % et de 5,2 % à données constantes au troisième trimestre 2020, dans le sillage de la progression du deuxième trimestre**

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Troisième trimestre 2020			Neuf premiers mois de 2020		
		Croissance par rapport à la même période de 2019	Croissance à taux de change et périmètre constants ¹		Croissance par rapport à la même période de 2019	Croissance à taux de change et périmètre constants ¹
Universal Music Group	1 855	+3,0 %	+6,1 %	5 314	+5,1 %	+4,4 %
Groupe Canal+	1 380	+7,3 %	+0,9 %	4 054	+6,6 %	-0,8 %
Havas Group	484	-14,5 %	-14,1 %	1 503	-10,6 %	-12,5 %
Editis²	232	+10,4 %	+10,4 %	494	+5,0 %	-4,8 %
Autres métiers³	71	-32,6 %	-31,8 %	233	-24,8 %	-25,2 %
Total Vivendi	4 022	+1,3 %	+0,7 %	11 598	+2,4 %	-1,1 %

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

CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 SEPTEMBRE 2020

Au troisième trimestre 2020, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 4 022 millions d'euros, en hausse de 1,3 % par rapport à la même période de 2019, principalement grâce à la progression d'Universal Music Group (UMG) (+3,0 %), de Groupe Canal+ (+7,3 %) et d'Editis (+10,4 %). A taux de change et périmètre constants¹, le chiffre d'affaires augmente de 0,7 % par rapport au troisième trimestre 2019, essentiellement grâce à la progression d'UMG (+6,1 %) et d'Editis (+10,4 %).

Au cours des neuf premiers mois de 2020, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 11 598 millions d'euros, en progression de 2,4 % (-1,1 % à taux de change et périmètre constants¹) par rapport à la même période de 2019. Cette hausse résulte principalement de la croissance des chiffres d'affaires des deux principaux actifs de Vivendi, UMG et Groupe Canal+, qui démontrent la résistance de leurs activités liées à l'abonnement. Elle

¹ Le périmètre constant permet notamment de retraiter les impacts de l'acquisition de M7 par Groupe Canal+ (12 septembre 2019), de l'acquisition du solde de participation dans Ingrooves Music Group consolidé par Universal Music Group (15 mars 2019) et de l'acquisition d'Editis (31 janvier 2019).

² Editis est consolidé depuis le 1^{er} février 2019. Croissance proforma.

³ Y compris élimination des opérations intersegment.

est partiellement compensée par le ralentissement des chiffres d'affaires d'Havas Group et de Vivendi Village, impactés par les conséquences de la pandémie de Covid-19.

Au cours des neuf premiers mois de 2020, l'endettement financier net de Vivendi s'est réduit de 926 millions d'euros, passant de 4 064 millions d'euros au 31 décembre 2019 à 3 138 millions d'euros au 30 septembre 2020. Vivendi dispose par ailleurs de capacités de financement importantes. Au 30 septembre 2020, les lignes de crédit long terme du Groupe étaient disponibles à hauteur de 3,1 milliards d'euros.

Au 30 septembre 2020, la durée moyenne « économique » de la dette financière, calculée en considérant que les lignes de crédit à moyen terme disponibles peuvent être utilisées pour rembourser les emprunts les plus courts existant, est de 4,7 années (contre 5,3 au 31 décembre 2019).

OUVERTURE DU CAPITAL D'UMG

Vivendi a réalisé avec succès la première étape de l'ouverture du capital d'UMG. Le 31 mars 2020, il a finalisé la cession de 10 % du capital d'UMG à un consortium mené par Tencent, sur la base d'une valeur d'entreprise de 30 milliards d'euros pour 100 % du capital d'UMG.

Le consortium, mené par Tencent, comprenant Tencent Music Entertainment et d'autres co-investisseurs financiers, a l'option d'acquérir, sur la même base de valorisation, jusqu'à 10 % supplémentaire du capital d'UMG jusqu'au 15 janvier 2021.

Cette opération est complétée par un accord distinct permettant à Tencent Music Entertainment d'acquérir une participation minoritaire du capital de la filiale d'UMG regroupant ses activités chinoises.

Après la réussite de cet important accord stratégique, Vivendi poursuit le projet de cession de participations minoritaires supplémentaires dans UMG avec l'assistance de plusieurs banques mandatées. Une introduction en Bourse est prévue en 2022.

Vivendi devrait utiliser la trésorerie issue de ces différentes opérations pour réduire sa dette financière, et pour financer un programme significatif de rachats d'actions et des acquisitions.

PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS

Depuis le 1^{er} janvier 2020, Vivendi a acheté 58,4 millions de ses propres actions (soit 4,92 % de son capital), représentant un montant de 1 368 millions d'euros, dont 23,02 millions d'actions dans le cadre du précédent programme de rachat et 35,35 millions d'actions dans le cadre du programme en cours.

Au 19 octobre 2020, Vivendi détenait 62,3 millions d'actions d'autocontrôle, représentant 5,25 % du capital, dont 46,2 millions d'actions adossées à l'annulation, 7,5 millions adossées à la couverture de plans d'actions de performance, et 8,6 millions adossées à des cessions aux salariés ou aux mandataires sociaux (opérations d'actionnariat salarié).

LAGARDERE SCA

Au 19 octobre 2020, Vivendi détenait 28,3 % du capital et 21,5 % des droits de vote de Lagardère SCA.

A la suite des très mauvais résultats annoncés par Lagardère, Vivendi et Amber Capital, malgré leurs divergences, ont signé, le 10 août 2020, un pacte. Dans ce cadre, Vivendi et Amber Capital ont entamé auprès de Lagardère des démarches afin d'avoir, chacun, au Conseil de surveillance une représentation minoritaire, de trois membres pour Amber Capital et d'un membre pour Vivendi. Ils ont également souhaité stabiliser son actionnariat en se consentant pour cinq ans un droit de première offre et un droit de préemption réciproques.

Le Conseil de Surveillance et la Gérance de Lagardère ayant refusé les propositions de Vivendi et Amber Capital, respectivement premier et deuxième actionnaire de Lagardère, ces derniers avaient saisi, début septembre 2020, le Tribunal de Commerce de Paris d'une demande de convocation d'Assemblée générale.

Le 14 octobre 2020, le Tribunal de Commerce de Paris a décidé de ne pas faire droit à cette demande. Vivendi, qui reste confiant dans le bien-fondé de la démarche, va faire appel de cette décision.

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

Universal Music Group

Pour les neuf premiers mois de 2020, le chiffre d'affaires d'Universal Music Group (UMG) s'élève à 5 314 millions d'euros, en hausse de 4,4 % à taux de change et périmètre constants par rapport aux neuf premiers mois de 2019 (+5,1 % en données réelles).

Pour les neuf premiers mois de 2020, le chiffre d'affaires de la musique enregistrée progresse de 6,2 % à taux de change et périmètre constants grâce à la croissance des revenus liés aux abonnements et au streaming (+15,8 %) et à un produit lié à la réclamation de *royalties* au premier trimestre 2020. Les ventes physiques baissent de 10,2 % par rapport aux neuf premiers mois de 2019 et les ventes de téléchargements de 20,1 %.

Parmi les meilleures ventes de musique enregistrée des neuf premiers mois de 2020, figurent les nouveaux albums de The Weeknd, King & Prince, BTS, Justin Bieber et Lil Baby, ainsi que la poursuite des ventes de Billie Eilish et Post Malone.

Du 21 au 27 août 2020, UMG a établi un nouveau record en comptant neuf des dix meilleurs albums au Billboard 200 aux États-Unis pour la quatrième fois seulement en 64 ans depuis sa création. UMG reste le seul détenteur de ces quatre records. UMG a également été classé numéro un pendant 15 semaines consécutives pour ses albums au Billboard 200, un record inégalé depuis 2014 avec 16 semaines consécutives par UMG. Au Royaume-Uni, UMG compte neuf des dix meilleurs albums au classement officiel pour la semaine précédant le 10 septembre.

Le chiffre d'affaires de l'édition musicale augmente de 15,6 % à taux de change et périmètre constants par rapport aux neuf premiers mois de 2019, porté par la croissance des revenus liés aux abonnements et au streaming ainsi qu'à un produit lié à une réclamation de *royalties* au deuxième trimestre 2020.

Le chiffre d'affaires du merchandising et des autres activités diminue de 42,6 % à taux de change et périmètre constants par rapport aux neuf premiers mois de 2019, impacté par les conséquences de la pandémie de Covid-19 sur l'activité des concerts et des points de ventes.

En août 2020, UMG a annoncé deux partenariats clés en Chine : le renouvellement de son accord de licence pluriannuel avec Tencent Music Entertainment Group et un nouvel accord de licence pluriannuel avec NetEase Cloud Music.

Groupe Canal+

Au troisième trimestre 2020, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'établit à 1 380 millions d'euros, en hausse de 0,9 % à taux de change et périmètre constants par rapport au troisième trimestre 2019.

Sur les neuf premiers mois de 2020, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'élève à 4 054 millions d'euros, en croissance de 6,6 % par rapport à la même période en 2019. A taux de change et périmètre constants, il recule légèrement (-0,8 %). Le portefeuille global d'abonnés (individuels et collectifs) de Groupe Canal+ atteint 20,4 millions, dont 8,6 millions en France métropolitaine, contre 19,0 millions à fin septembre 2019.

Le chiffre d'affaires de la télévision en France métropolitaine recule légèrement par rapport aux neuf premiers mois de 2019 (-1,6 %), dans le contexte de baisse du marché publicitaire liée à la pandémie de Covid-19.

Le développement des activités de Groupe Canal+ à l'international se poursuit à un rythme soutenu. Le chiffre d'affaires à l'international enregistre une forte croissance, de 27,4 % (+4,3 % à taux de change et périmètre constants) en raison de la hausse du parc d'abonnés (+1,2 million en un an) sur l'ensemble des zones ainsi que de la réussite de l'intégration de M7 et du lancement au Myanmar.

Le chiffre d'affaires de Studiocanal baisse de 19,6 % par rapport à la même période en 2019, les activités de tournage et de distribution de films et de séries ayant été particulièrement impactées par la pandémie.

Le 29 septembre 2020, Groupe Canal+ a franchi à la hausse le seuil de détention des 5 % du capital de la société sud-africaine MultiChoice Group Ltd, leader de la télévision payante en Afrique. Cette acquisition, placement financier de long-terme, témoigne de la confiance de Groupe Canal+ et de son actionnaire Vivendi dans les perspectives de MultiChoice et du continent africain auquel ils sont très attachés.

Havas Group

Au cours du troisième trimestre 2020, l'activité économique mondiale poursuit sa reprise progressive, après un deuxième trimestre très fortement impacté par la pandémie de Covid-19. Ainsi, le marché publicitaire s'améliore, de façon différenciée selon les zones géographiques et selon les secteurs, même s'il demeure

très volatil. Dans ce contexte, Havas Group enregistre un troisième trimestre en amélioration avec une croissance organique du revenu net⁴ à -10,4 %, comparée à -18,3 % au deuxième trimestre 2020.

L'ensemble des zones géographiques enregistre une amélioration de leurs performances au troisième trimestre par rapport au deuxième trimestre 2020. Les agences nord-américaines continuent de bien résister, grâce à la résilience du marché et à la croissance de la communication santé. Sous l'impulsion des activités Création et Media, l'Europe affiche globalement une meilleure performance, toutefois contrastée selon les pays. Les zones Asie-Pacifique et Amérique latine sont en très net redressement sur ce troisième trimestre.

Sur les neuf premiers mois de l'exercice 2020, Havas Group enregistre un chiffre d'affaires de 1 503 millions d'euros, en recul de 10,6 % par rapport à la même période de 2019. Le revenu net s'établit à 1 449 millions d'euros, en baisse de 8,8 % et la croissance organique ressort à -10,9 %. Les effets de change sont de -0,2 % et la contribution des acquisitions de +2,3 %.

Initiée dès le début de la crise afin de limiter l'impact de sa baisse de revenu sur sa rentabilité opérationnelle, l'adaptation de l'organisation et de la structure de coûts s'intensifie. Grâce à son agilité, les bénéfices du plan d'ajustement des coûts permettront à Havas Group d'absorber plus de la moitié de la baisse de ses revenus sur l'ensemble de l'année 2020 (avant charges de restructuration).

Au cours du troisième trimestre 2020, Havas a acquis deux agences ciblées (participations majoritaires) : Hyland, agence média australienne, et Camp + King, agence de la côte ouest américaine très reconnue pour sa créativité.

Editis

Le chiffre d'affaires d'Editis au troisième trimestre 2020 progresse de 10,4 %, une performance d'autant plus favorable qu'il était déjà en hausse à la même période de 2019 grâce à la réforme scolaire.

La vigueur de la reprise a permis d'estomper une grande partie des effets négatifs du confinement et de la fermeture d'une grande partie des points de vente du secteur de l'édition. Depuis juin 2020, le marché est en croissance chaque mois par rapport à 2019. Ainsi, le chiffre d'affaires des neuf premiers mois recule de 4,8 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2019. Pour mémoire, le chiffre d'affaires des mois de mars, avril et mai a reculé d'environ 40 % par rapport à la même période de 2019.

Cette bonne performance des derniers mois résulte notamment du succès de plusieurs titres d'Editis qui caracolent en tête des meilleures ventes de la rentrée quel que soit le domaine : la littérature grand format grâce au dernier roman de Ken Follett, *Le Crépuscule et l'Aube* aux Editions Robert Laffont (parution mondiale) et celui de Marc Lévy *C'est arrivé la nuit* aux éditions Robert Laffont/Versilio; la cuisine avec le succès de *Fait maison* tomes 1 et 2 de Cyril Lignac ; la littérature non fiction avec *Toujours plus* de l'influenceuse aux deux millions d'abonnés Léna Situations aux éditions Robert Laffont, et la jeunesse avec la bonne performance de *L'agenda scolaire* de Roxane aux éditions Solar.

Plusieurs des parutions de la rentrée littéraire d'Editis figurent dans les premières sélections des grands prix : ainsi *La Grâce* de Thibault de Montaigne aux éditions Plon est dans la sélection du Prix de Flore, du prix

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

des Deux Magots et du Prix Interallié ; *La Chambre des dupes* de Camille Pascal aux Editions Plon est dans la première sélection du Goncourt des lycéens après avoir été dans la première sélection du Goncourt ; *La chasse aux âmes* de Sophie Blandinières aux éditions Plon est dans la sélection du Prix André Malraux. *Apeirogon* de Colum McCann aux éditions Belfond, *Les Graciées* de Kiran Millwood Hargrave de la collection Pavillon chez Robert Laffont, et *Kaspar l'obscur ou l'enfant de la nuit* d'Hervé Mazurel aux éditions La Découverte se retrouvent dans la deuxième sélection du Prix Femina ; *Apeirogon* de Colum McCann aux éditions Belfond est également dans la deuxième sélection du Prix Medecis. *Glory* d'Elizabeth Wetmore aux Escales figure dans la première sélection du Grand Prix de littérature américaine. *La Femme qui reste* d'Anne de Rochas aux Escales figure sur la sélection du Prix du Premier Roman et *Baleze* de Kiese Laymon aux Escales est en sélection du Prix du magazine America. *Falloujah : ma campagne perdue* aux Editions Steinkis/Les Escales est nommé pour le *Prix Les Inrocks* dans la catégorie Bande dessinée.

Enfin, Editis reste leader de la réforme de la classe de terminale pour le lycée général, sur un marché très concurrentiel, grâce à ses marques Nathan et Bordas.

Autres métiers

Le chiffre d'affaires du troisième trimestre 2020 de **Gameloft** atteint 63 millions d'euros, en hausse de 2,6 % (+5,2 % à taux de change et périmètre constants) par rapport à la même période de 2019. Sur les neuf premiers mois de 2020, il atteint 193 millions d'euros, en baisse de 0,7 % par rapport à la même période de 2019. Le chiffre d'affaires de l'OTT (*Over The Top* : ventes de jeux sur les plateformes Apple, Google, etc.) progresse de 3,6 % sur les neuf premiers mois de 2020 et représente 74 % des ventes totales de Gameloft. Les jeux *Disney Magic Kingdoms*, *Asphalt 9: Legends*, *March of Empires*, *Dragon Mania Legends* et *Asphalt 8: Airborne* enregistrent les meilleures ventes des neuf premiers mois de 2020 et représentent 53 % du chiffre d'affaires total de Gameloft.

Les mesures d'interdiction ou de stricte restriction pour la tenue de spectacles continuent d'impacter fortement l'activité de **Vivendi Village**. L'ensemble des festivals d'Olympia Production et de U Live a dû être reporté à l'an prochain. Plusieurs initiatives ont cependant vu le jour, comme *Garorock fête sa rentrée !* tenu sur une journée en septembre avec une jauge limitée à 4 000 personnes, ou *J2v*, un festival de musique techno entièrement virtuel auquel des fans de plus de 200 pays se sont connectés en juillet. Vivendi Village a mis en place d'importantes mesures de réduction des coûts tout en développant des projets à venir de spectacles retransmis en streaming recourant à différentes formes de monétisation.

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2020, le chiffre d'affaires de **Nouvelles Initiatives**, qui regroupe les entités Dailymotion et GVA, s'établit à 44 millions d'euros, contre 50 millions d'euros à la même période de 2019 (-11,4 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2019).

Le chiffre d'affaires du troisième trimestre 2020 s'établit à 16 millions d'euros, en hausse de 3,9 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2019.

Sur cette période, l'audience premium de Dailymotion progresse de 6 % par rapport au troisième trimestre 2019. Cette croissance est notamment portée par de nouveaux partenariats avec Xiaomi, qui propose désormais les vidéos de Dailymotion sur ses téléphones mobiles, l'EPCR (European Professional Club Rugby) ainsi que l'EuroLigue de basket-ball en Europe, Sports Illustrated aux Etats-Unis, AMC Television Network au LATAM, The Star en Malaisie, News Nation en Thaïlande et Brillio en Indonésie.

De son côté, au troisième trimestre 2020, GVA a notamment poursuivi la densification de son réseau à Libreville, à Lomé et à Pointe Noire, ainsi que l'extension de ses réseaux à Abidjan et à Kigali. Parallèlement, le fournisseur d'accès très haut débit a lancé de nouvelles campagnes de marketing et communication au Gabon, au Congo et en Côte d'Ivoire, pour poursuivre les excellents résultats de vente enregistrés jusqu'à présent et soutenir la croissance attendue au dernier trimestre de 2020.

Calendrier

Mercredi 3 mars 2021 : publication des résultats annuels 2020

Jeudi 22 avril 2021 : publication du chiffre d'affaires du premier trimestre 2021

Mardi 22 juin 2021 : Assemblée générale des actionnaires

A propos de Vivendi

Vivendi travaille depuis 2014 à la construction d'un groupe européen d'envergure mondiale dans les contenus, les médias et la communication. Dans la création de contenus, le Groupe détient des actifs puissants et complémentaires dans la musique (Universal Music Group), les séries et films (Groupe Canal+), l'édition (Editis) et les jeux vidéo mobiles (Gameloft), qui sont les contenus de divertissement les plus consommés dans le monde. Dans la distribution, Vivendi a acquis et repositionné Dailymotion pour doter ses contenus d'une nouvelle vitrine numérique. Le Groupe s'est également rapproché de plusieurs opérateurs télécoms et plateformes afin d'élargir au maximum ses réseaux de distribution. Dans la communication, Havas dispose d'une expertise créative unique dans la valorisation des contenus gratuits et dans les formats courts, de plus en plus utilisés sur mobile. Par ailleurs, dans le spectacle vivant, la valorisation de franchises et la billetterie, Vivendi explore de nouvelles activités complémentaires de ses métiers, fédérées sous Vivendi Village. Les différentes entités de Vivendi travaillent pleinement ensemble, évoluant au sein d'un groupe industriel intégré et créant ainsi plus de valeur. www.vivendi.com

Avertissement Important

Déclarations prospectives. Cette présentation contient des déclarations prospectives relatives à la situation financière, aux résultats des opérations, aux métiers, à la stratégie, aux projets et aux perspectives de Vivendi, comprenant l'impact de certaines opérations et le paiement de dividendes, de distributions 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 du contrôle de Vivendi, 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 du groupe déposés par Vivendi auprès de l'Autorité des marchés financiers et dans ses communiqués de presse, également disponibles en langue anglaise sur le site de Vivendi (www.vivendi.com). Les investisseurs et les détenteurs de valeurs mobilières peuvent obtenir gratuitement copie des documents du Groupe déposés par Vivendi auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (www.amffrance.org) ou directement auprès de Vivendi. Cette présentation 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.

Bien que les impacts de la pandémie du Covid-19 soient 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 musique et de la télévision payante. En revanche, comme anticipé les autres activités ont été affectées par les effets de la crise sanitaire.

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 annuels. Les métiers liés à la publicité et au spectacle vivant risquent d'être affectés plus durablement que les autres. 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.

Au cours des neuf premiers mois de 2020, l'endettement financier net de Vivendi s'est réduit de 926 millions d'euros, passant de 4 064 millions d'euros au 31 décembre 2019 à 3 138 millions d'euros au 30 septembre 2020. Vivendi dispose par ailleurs de capacités de financement importantes. Au 30 septembre 2020, les lignes de crédit long terme du Groupe étaient disponibles à hauteur de 3,1 milliards d'euros.

Au 30 septembre 2020, la durée moyenne « économique » de la dette financière, calculée en considérant que les lignes de crédit à moyen terme disponibles peuvent être utilisées pour rembourser les emprunts les plus courts existant, est de 4,7 années (contre 5,3 au 31 décembre 2019).

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

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 : 20 octobre 2020

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 :

France : +33 (0) 1 7037 7166
Royaume-Uni : +44 (0) 20 3003 2666
USA : +1 212 999 6659
Code d’accès : Vivendi

Sur notre site **www.vivendi.com** seront disponibles un service de webcast 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		% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants (a)
	2020	2019			
Chiffre d'affaires					
Universal Music Group	1 855	1 800	+3,0%	+6,1%	+6,1%
Groupe Canal+	1 380	1 285	+7,3%	+8,1%	+0,9%
Havas Group	484	567	-14,5%	-12,1%	-14,1%
Editis	232	210	+10,4%	+10,4%	+10,4%
Gameloft	63	61	+2,6%	+6,1%	+5,2%
Vivendi Village	8	42	-80,1%	-80,0%	-80,2%
Nouvelles Initiatives	16	16	+3,9%	+3,9%	+3,9%
Eliminations des opérations intersegment	(16)	(11)			
Total Vivendi	4 022	3 970	+1,3%	+3,4%	+0,7%

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 (a)
	2020	2019			
Chiffre d'affaires					
Universal Music Group	5 314	5 058	+5,1%	+5,0%	+4,4%
Groupe Canal+	4 054	3 803	+6,6%	+7,0%	-0,8%
Havas Group	1 503	1 681	-10,6%	-10,3%	-12,5%
Editis	494	470	+5,0%	+5,0%	-4,8%
Gameloft	193	194	-0,7%	-0,2%	-0,5%
Vivendi Village	34	108	-68,4%	-68,4%	-68,9%
Nouvelles Initiatives	44	50	-11,4%	-11,4%	-11,4%
Eliminations des opérations intersegment	(38)	(41)			
Total Vivendi	11 598	11 323	+2,4%	+2,6%	-1,1%

- a. Le périmètre constant permet notamment de retraiter les impacts de l'acquisition de M7 par Groupe Canal+ (12 septembre 2019), de l'acquisition du solde de participation dans Ingrooves Music Group consolidé par Universal Music Group (15 mars 2019) et de l'acquisition d'Editis (31 janvier 2019).

ANNEXE I (suite)
VIVENDI
CHIFFRE D'AFFAIRES PAR METIER
(IFRS, non audité)

Chiffre d'affaires trimestriel

	2020		
	1er trimestre clos le 31 mars	2e trimestre clos le 30 juin	3e trimestre clos le 30 septembre
(en millions d'euros)			
Chiffre d'affaires			
Universal Music Group	1 769	1 690	1 855
Groupe Canal+	1 372	1 302	1 380
Havas Group	524	495	484
Editis	116	146	232
Gameloft	61	69	63
Vivendi Village	23	3	8
Nouvelles Initiatives	15	13	16
Eliminations des opérations intersegment	(10)	(12)	(16)
Total Vivendi	3 870	3 706	4 022

	2019			
	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	1 502	1 756	1 800	2 101
Groupe Canal+	1 252	1 266	1 285	1 465
Havas Group	525	589	567	698
Editis (a)	89	171	210	217
Gameloft	68	65	61	65
Vivendi Village	23	43	42	33
Nouvelles Initiatives	15	19	16	20
Eliminations des opérations intersegment	(15)	(15)	(11)	(24)
Total Vivendi	3 459	3 894	3 970	4 575

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