

Paris, le 17 mai 2018

Chiffre d'affaires : bon premier trimestre 2018 Lancement des travaux permettant l'évolution du capital d'Universal Music Group

- **Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2018 : 3 109 M€, en hausse de 16,0 %¹ (+3,3 %¹ à taux de change et périmètre constants)**
- **Universal Music Group : bonne progression des activités grâce à l'augmentation de 31,5 %¹ à taux de change et périmètre constants des revenus liés aux abonnements et au streaming. Croissance organique de 7,2 % à fin avril (4,5 % à fin mars)**
- **Groupe Canal+ : poursuite du redressement avec un parc de 15,3 millions d'abonnés (+620 000 en un an)**
- **Bon démarrage des autres activités : Dailymotion, Gameloft, Havas et Vivendi Village**

¹ Par rapport au 1^{er} trimestre 2017.

Ce communiqué présente un chiffre d'affaires² consolidé, non audité, établi selon les normes IFRS, arrêté par le Directoire de Vivendi du 14 mai 2018, examiné par le Comité d'audit du 15 mai 2018 et par le Conseil de surveillance du 17 mai 2018.

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 du premier trimestre 2018 arrêté par le Directoire du 14 mai 2018.

CHIFFRE D'AFFAIRES DU PREMIER TRIMESTRE 2018

Au premier trimestre 2018, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 3 109 millions d'euros, contre 2 680 millions d'euros pour la même période de 2017, en hausse de 16,0 % notamment grâce à la consolidation d'Havas (+482 millions d'euros).

A taux de change et périmètre constants³, le chiffre d'affaires augmente de 3,3 % par rapport au premier trimestre 2017, grâce à la progression d'Universal Music Group (+4,5 %) et de Groupe Canal+ (+2,5 %), qui confirme son redressement, ainsi que grâce à l'amélioration des performances commerciales de Dailymotion au sein de Nouvelles Initiatives.

Vivendi est confiant quant à l'évolution de ses principales activités pour le reste de l'année 2018.

Evolution du chiffre d'affaires par activité

(en millions d'euros)	Premiers trimestres clos le 31 mars				
	2018	2017	% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants ³
Chiffre d'affaires					
Universal Music Group	1 222	1 284	-4,8 %	+4,5 %	+4,5 %
Groupe Canal+	1 298	1 272	+2,1 %	+2,5 %	+2,5 %
Havas	482	-	na ⁴	na	na
Gameloft	79	91	-13,4 %	-7,4 %	-7,4 %
Vivendi Village	23	26	-11,1 %	-10,3 %	-3,3 %
Nouvelles Initiatives	16	10	+55,8 %	+55,8 %	+55,8 %
Eliminations des opérations intersegment	(11)	(3)			
Total Vivendi	3 109	2 680	+16,0%	+22,2%	+3,3%

² 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, sans incidence matérielle sur le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel consolidés. Conformément aux dispositions de la norme IFRS 15, Vivendi a appliqué ce changement de norme comptable à l'exercice 2017, les données présentées au titre des premiers trimestres 2018 et 2017 sont ainsi comparables. Pour une présentation détaillée des impacts liés à l'application de cette norme sur le chiffre d'affaires du premier trimestre 2017, se reporter à la page 10 du présent communiqué de presse.

³ Le périmètre constant permet de retraiter les impacts de l'acquisition d'Havas (3 juillet 2017) et de la cession par Vivendi Village de Radionomy (17 août 2017).

⁴ na : non applicable.

Universal Music Group

Le Conseil de surveillance de Vivendi a validé la proposition du Directoire qui va notamment étudier et réaliser les opérations juridiques préalables nécessaires à l'évolution possible de la structure actionnariale du capital.

Le Directoire présentera ensuite les différentes options d'évolution.

La croissance des utilisateurs annoncée récemment par les principales plateformes de streaming continue de soutenir la forte progression des revenus d'Universal Music Group (UMG) liés aux abonnements et au streaming. A fin avril 2018, le chiffre d'affaires d'UMG s'affiche ainsi à 1 657 millions d'euros, en hausse de 7,2 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de quatre mois de 2017.

Pour le premier trimestre de 2018, le chiffre d'affaires s'établit à 1 222 millions d'euros, en hausse de 4,5 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2017 (en baisse de 4,8 % en données réelles).

Le chiffre d'affaires de la musique enregistrée progresse de 5,9 % à taux de change et périmètre constants grâce à l'augmentation des revenus liés aux abonnements et au streaming (+31,5 %) qui compense largement la baisse des ventes physiques (-26,2 %) et des ventes de téléchargements (-25,6 %).

Au premier trimestre 2017, les ventes physiques avaient été particulièrement importantes notamment grâce à la sortie des bandes originales des films *La La Land*, *Cinquante nuances plus sombres* et *Vaiana*. Au premier trimestre 2018, les ventes physiques ont également été impactées par le calendrier des sorties d'albums, avec un décalage sur certains marchés, notamment au Japon, au deuxième trimestre, et la transformation continue de l'industrie musicale.

Parmi les meilleures ventes de musique enregistrée au premier trimestre 2018, figurent la bande originale du film *Black Panther*, le nouvel album de Migos ainsi que les titres de Post Malone, Imagine Dragons et Kendrick Lamar.

Aux Etats Unis, selon le groupe Nielsen, l'album UMG *Culture II* de Migos et le titre UMG *God's Plan* de Drake se classent numéro un au premier trimestre 2018. En outre, durant 12 des semaines du premier trimestre 2018, des titres UMG ont été numéro un du classement mondial de Spotify.

L'artiste Kendrick Lamar a remporté le prix Pulitzer de la musique pour son album « DAMN. ». C'est la première victoire d'un musicien non classique ou jazz depuis l'intégration de la musique dans les prix il y a 75 ans.

Dans un marché musical toujours plus mondialisé, UMG a signé un contrat d'enregistrement international exclusif avec Kris Wu, l'une des plus grandes stars d'Asie et artiste à succès dans les domaines de la musique, du cinéma et de la télévision.

Le chiffre d'affaires de l'édition musicale augmente de 3,9 % à taux de change et périmètre constants, également porté par la croissance des revenus liés aux abonnements et au streaming, ainsi que par celle des revenus liés aux droits de représentations.

Le chiffre d'affaires du merchandising et des autres activités recule de 18,7 % à taux de change et périmètre constants, en raison d'une activité de concerts moins soutenue et du calendrier des promotions commerciales.

Groupe Canal+

Le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'établit à 1 298 millions d'euros, en croissance de 2,1 % par rapport au premier trimestre 2017 (+2,5 % à taux de change et périmètre constants).

Cette évolution est portée par la progression significative du parc d'abonnés qui atteint 15,3 millions au total, en croissance de 620 000 abonnés en un an. (Voir annexe II)

En France métropolitaine, la bonne dynamique observée au second semestre 2017 se poursuit, avec une stabilité du chiffre d'affaires de la télévision payante, et se traduit notamment par une diminution sensible de 2,2 points à 15,0 % du taux de résiliation des abonnés individuels⁵.

Le chiffre d'affaires à l'international poursuit sa forte progression sur un an, porté principalement par l'Afrique enregistrant une croissance à taux de change et périmètre constants de 12,3 %.

Le chiffre d'affaires de Studiocanal augmente de 19,2 % à taux de change et périmètre constants, grâce à la sortie d'un plus grand nombre de films en salle (*The Passenger*, *Cro Man*, *Le Jour de mon retour*, *Brillantissime*, *Le Retour du héros* et *The little Witch* en Allemagne) et aux très bonnes ventes vidéo, notamment de *Paddington 2*.

En février 2018, Groupe Canal+ a lancé une offre de télévision payante au Myanmar en partenariat avec la société de médias birmane Forever. Canal+ Myanmar propose près de 80 chaînes couvrant toutes les thématiques, dont 8 chaînes Canal+ développées spécialement en langue birmane et mettant en valeur des contenus locaux. L'implantation de Groupe Canal+ au Myanmar, un des plus grands pays d'Asie avec une croissance économique annuelle de 7 %, s'inscrit dans sa stratégie à long terme de développement dans des territoires à fort potentiel de croissance.

En mars 2018, Groupe Canal+ a signé un accord avec la société américaine DirecTV pour la diffusion de plusieurs chaînes de Groupe Canal+. Les clients de DirecTV, qui souscrivent à la nouvelle offre FrenchDirect™, ont ainsi accès à Canal+ International, nouvelle chaîne généraliste de divertissement, à la chaîne d'informations CNews et, depuis début mai, à Studiocanal TV qui s'appuie sur toute la richesse du catalogue de Studiocanal.

En avril 2018, Groupe Canal+ et UMG ont lancé la chaîne Deutsche Grammophon+, qui permet aux abonnés de profiter de la richesse du catalogue du label qui fête ses 120 ans cette année. Ce dernier y est éditorialisé au sein de playlists avec un son haute-fidélité et, pour la première fois, il offre des vidéos avec un son Dolby Atmos.

Le 10 mai 2018, Groupe Canal+ a annoncé qu'il allait désormais proposer l'Apple TV 4K comme décodeur à ses abonnés en France. Les abonnés et nouveaux clients Canal profiteront ainsi de la meilleure expérience

⁵ Abonnés individuels avec engagement, sur une période de 12 mois, excluant les clients via les partenariats avec les opérateurs télécoms.

myCanal qui bénéficiera de toute la puissance de l'Apple TV 4K et de son ergonomie ultra-fluide. myCanal est l'application média leader en France sur toutes les plateformes avec plus de 13 millions de téléchargements mobiles et 1 million d'utilisateurs quotidiens. L'Apple TV 4K sera proposée aux abonnés CANAL aux mêmes conditions tarifaires que ses propres décodeurs.

Havas

Le chiffre d'affaires (marge brute) d'Havas, qui est consolidé par intégration globale depuis le 3 juillet 2017, s'élève à 482 millions d'euros au premier trimestre 2018.

L'Amérique du Nord affiche une performance satisfaisante (+2,2 % retraité de l'impact d'Arnold) grâce à la bonne performance d'Edge, d'Havas Media et d'Havas Life. Arnold a connu un début d'année difficile en raison de la perte de certains clients.

Les différents pays d'Europe enregistrent des performances très hétérogènes, en raison notamment de la perte du client PSA en média l'année dernière qui affecte plusieurs pays. L'activité en France connaît un coup de frein (croissance organique de -2,3 %) mais intègre les excellentes performances de BETC et de Fullsix/Ekino. L'Italie et la Pologne affichent une belle croissance.

Havas enregistre un très bon début d'année dans les régions Amérique latine et Asie Pacifique (respectivement +4,6 % et +7,8 % à taux de change et périmètre constants) qui sont toujours très dynamiques et restent prometteuses, avec un fort potentiel de développement pour Havas.

Au premier trimestre 2018, la croissance organique d'Havas ressort à -0,1 % retraitée de l'impact d'Arnold.

Havas continue de se renforcer sur certaines expertises stratégiques et certaines zones géographiques. Depuis le début de l'année, Havas a réalisé deux acquisitions : DAA, agence spécialisée en relations publiques et en finance basée en Allemagne, et M&C Consultancy, agence londonienne spécialisée dans la communication santé.

A Paris, Havas a créé l'agence Plead, une filiale spécialisée dans le conseil en communication stratégique et sensible aux dirigeants. Par ailleurs, Havas Paris a lancé Blockchain, la première offre de communication 100 % intégrée dédiée à l'accompagnement des entreprises des technologies blockchain (stockage et transmission d'informations sans organe de contrôle). Cette offre est proposée en partenariat avec Blockchain Partner, le leader français de l'accompagnement sur les technologies blockchain. En outre, une offre China Desk a été lancée pour accompagner à la fois les clients souhaitant renforcer leur présence en Chine et les marques chinoises désireuses de se développer à l'international.

Parmi les prix remportés au premier trimestre 2018, lors de la 5^{ème} édition du Prix Agence Média de l'année en France, le pôle média d'Havas Group a reçu la distinction de Prix du Groupe de l'année, Socialyse s'est vu remettre le Prix des contenus dans la catégorie *Pure Player*, et Agence79 a remporté le Prix Data dans la catégorie *Pure Player*. Aux Etats-Unis, Havas Media a été nommée Agence de l'année par MediaPost. L'agence Host/Havas Australia a été classée 2^{ème} de la Campaign Brief Hot List 2018. BETC compte parmi les meilleures agences au monde, selon le Gunn Report.

Vivendi a reçu, le 16 avril 2018, 76,2 millions d'euros de dividendes d'Havas.

Gameloft

Avec près de 2 millions de téléchargements par jour sur toutes les plateformes au premier trimestre 2018, Gameloft est un des tous premiers éditeurs mondiaux de jeux vidéo sur mobile. Son chiffre d'affaires s'établit à 79 millions d'euros, en retrait de 7,4 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier trimestre 2017, en raison notamment de l'absence de sortie de nouveaux jeux au premier trimestre 2018.

Le chiffre d'affaires se répartit à 36 % dans la zone EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique), à 32 % en Amérique du Nord, à 24 % en Asie Pacifique et à 8 % en Amérique latine.

Au premier trimestre 2018, le nombre moyen de joueurs mensuels (MAU) atteint 114 millions et celui des joueurs quotidiens (DAU) 13 millions. Gameloft réalise 62 % de son chiffre d'affaires avec ses propres franchises de jeux. Il bénéficie de la bonne performance de son catalogue et notamment de ses jeux phares comme *Dragon Mania Legends*, *Disney Magic Kingdoms*, *March of Empires*, *Asphalt 8: Airborne* et *Minion Rush*.

Le 3 mai 2018, Gameloft a sorti *Dungeon Hunter Champions*, nouvel épisode d'une série qui totalise plus de 100 millions de téléchargements. Le jeu fait évoluer cette franchise de *hack'n'slash* (jeu de rôle focalisé sur le combat) vers une toute nouvelle direction en mettant en scène de nouveaux mondes et personnages qui dépassent le cadre de la saga originale. Une approche saluée par les joueurs puisque le jeu réalise un excellent démarrage avant même sa sortie en Chine.

Vivendi Village

Le chiffre d'affaires de Vivendi Village s'élève à 23 millions d'euros, contre 26 millions d'euros au premier trimestre 2017, en baisse de 3,3 % à taux de change et périmètre constants.

Les activités de billetterie représentent un chiffre d'affaires de 11 millions d'euros au premier trimestre 2018. Mi-avril, Vivendi, au travers de See Tickets, a acquis la société Paylogic, une société de billetterie et de technologie associée, basée à Amsterdam, afin de constituer dorénavant un réseau mondial de billetterie couvrant l'Europe et les Etats-Unis. Cette acquisition permet de prévoir de vendre plus de 20 millions de billets par an à plus de 5 000 clients dans plus de trente pays.

Le chiffre d'affaires du spectacle vivant (le *live*) progresse de 11,9 % par rapport au premier trimestre 2017, essentiellement grâce au développement d'Olympia Production et aux huit salles CanalOlympia opérationnelles à ce jour en Afrique. Fin avril, Vivendi et Orange ont annoncé la conclusion d'un partenariat avec ce réseau de salles pour y rendre le cinéma plus accessible à tous, au travers du programme « Cinédays » qui permet aux clients d'Orange de bénéficier d'une place de cinéma gratuite pour une place achetée, un ou deux jours par semaine.

Nouvelles Initiatives

Nouvelles Initiatives, qui regroupe des entités en phase de lancement ou de développement comme Dailymotion, Vivendi Content (Studio+ et Vivendi Entertainment) et GVA (Group Vivendi Africa), réalise un chiffre d'affaires de 16 millions d'euros, en hausse de 55,8 % par rapport au premier trimestre 2017, essentiellement grâce à la bonne performance enregistrée par Dailymotion.

La nouvelle expérience utilisateur de Dailymotion déployée mondialement fin 2017 sur mobile, desktop et application, a porté ses fruits. La part de la consommation de contenus premium a augmenté de 17 % entre le 31 décembre 2017 et le 31 mars 2018, et le nombre de vues par session des contenus premium desktop a progressé de 52 % à son lancement.

Conçue principalement pour les 25-49 ans, la nouvelle expérience utilisateur de Dailymotion s'appuie sur les contenus premium de centaines de partenaires de premier plan à travers le monde, dont Universal Music Group, CNN ou Vice.

En mars 2018, GVA, nouvel acteur sur le marché des télécoms en Afrique, a lancé à Lomé Canalbox, sa première offre internet très haut débit par fibre, en partenariat de distribution avec Canal+ Togo. Déjà disponible à Libreville et Lomé, le réseau FTTH Canalbox sera déployé prochainement dans plusieurs autres métropoles africaines. GVA bénéficie de l'expertise forte de Groupe Canal+ en Afrique et s'appuie sur la puissance de sa marque, son réseau commercial très important et sa qualité de service premium.

FAITS MARQUANTS DU PREMIER TRIMESTRE ET EVENEMENTS RECENTS

- Le 16 janvier 2018, Vivendi a conclu une opération de couverture afin de protéger la valeur de sa participation dans le capital de Fnac Darty. La couverture est réalisée par une vente à terme sur la base d'un prix de référence de 91 euros par action (soit environ 268 millions d'euros). Vivendi conserve la possibilité d'un dénouement en numéraire ou par livraison d'actions au terme de cette opération, soit au plus tard dans le courant du second semestre 2019.
- Le 20 mars 2018, Vivendi a annoncé la cession de la totalité de sa participation de 27,27 % dans Ubisoft au prix de 66 euros par action pour un montant de 2 milliards d'euros. Cette participation avait été acquise au cours des trois dernières années par Vivendi pour un montant de 794 millions d'euros. Le 23 mars 2018, Vivendi a encaissé 1,51 milliard d'euros dans le cadre de cette cession (il reste 0,5 milliard d'euros à encaisser début octobre 2018 au titre de la vente à terme du solde de la participation dans Ubisoft).
- Le 19 avril 2018, l'Assemblée générale des actionnaires de Vivendi a approuvé l'ensemble des résolutions qui lui étaient soumises au vote, notamment :
 - la nomination de Michèle Reiser en qualité de membre du Conseil de surveillance pour une durée de quatre années, ainsi que le renouvellement des mandats au Conseil de surveillance de Philippe Bénacin, Aliza Jabès, Cathia Lawson-Hall et Katie Stanton pour la même durée ;
 - la distribution d'un dividende ordinaire de 0,45 euro par action, en hausse de 12,5 %, représentant un montant total distribué de 568 millions d'euros. Le dividende a été mis en paiement le 24 avril 2018 (après détachement du coupon le 20 avril 2018).

- A l'issue de l'Assemblée générale du 19 avril 2018, le Conseil de surveillance a décidé à l'unanimité de nommer Yannick Bolloré à sa Présidence en remplacement de Vincent Bolloré. Le Conseil de surveillance a également confirmé la Vice-Présidence référente de Philippe Bénacin.
- Le Conseil de surveillance a approuvé à l'unanimité le renouvellement du mandat de l'ensemble du Directoire pour une durée de quatre ans, lors de la réunion du 17 mai 2018.
- Le 4 mai 2018, l'Assemblée générale de Telecom Italia a permis de nommer 5 candidats sur les 10 présentés par Vivendi au Conseil d'administration de la société, la liste de Vivendi ayant obtenu 47 % des votes, contre celle du fonds Elliott 49 %.

Mais la « nouvelle gouvernance » inquiète Vivendi, premier actionnaire avec 24 % du capital de la société. Le risque de démantèlement et une gouvernance, qui ne tiendrait pas assez compte des intérêts des actionnaires, pourraient conduire Vivendi à envisager, comme le droit le lui autorise, à demander la convocation d'une Assemblée générale pour proposer de remanier le Conseil d'administration.

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 trois 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 (UMG), 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 nos 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. 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 ainsi que de paiement de dividendes, de distribution et de rachats d'action. 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
Julien Dellys
+33 (0) 1 71 71 13 30
Nathalie Pellet
+33(0)1 71 71 11 24

CONFERENCE ANALYSTES & INVESTISSEURS

Intervenants :

Arnaud de Puyfontaine

Président du Directoire

Hervé Philippe

Membre du Directoire et Directeur Financier

Date : 17 mai 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
USA : +1 323 794 25 51
Code de confirmation : 895 7076

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

Annexe I Adoption de la norme IFRS 15

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*, sans incidence matérielle sur le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel consolidés. Conformément aux dispositions de la norme IFRS 15, Vivendi a appliqué ce changement de norme comptable à l'exercice 2017, les données présentées dans ce communiqué de presse au titre des premiers trimestres 2018 et 2017 sont ainsi comparables.

Impacts liés à l'application de la norme IFRS 15 sur le chiffre d'affaires du premier trimestre 2017 et de l'exercice 2017 :

(en millions d'euros)	1er trimestre clos le 31 mars 2017	Exercice clos le 31 décembre 2017
Chiffre d'affaires (tel que publié antérieurement) (A)		
Universal Music Group	1 284	5 673
Groupe Canal+	1 278	5 246
Havas (a)	-	1 151
Gameloft	68	258
Vivendi Village	26	109
Nouvelles Initiatives	10	51
Eliminations des opérations intersegment	(3)	(44)
Total Vivendi	2 663	12 444
Retraitements IFRS 15 (B)		
Universal Music Group	-	-
Groupe Canal+	(6)	(48)
Havas (a)	-	-
Gameloft	23	70
Vivendi Village	-	-
Nouvelles Initiatives	-	-
Eliminations des opérations intersegment	-	-
Total Vivendi	17	22
Chiffre d'affaires retraité (A+B)		
Universal Music Group	1 284	5 673
Groupe Canal+	1 272	5 198
Havas (a)	-	1 151
Gameloft	91	328
Vivendi Village	26	109
Nouvelles Initiatives	10	51
Eliminations des opérations intersegment	(3)	(44)
Total Vivendi	2 680	12 466

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

Aucun impact significatif n'est attendu sur Universal Music Group et Havas, la comptabilisation de leur chiffre d'affaires étant déjà conforme à la norme IFRS 15.

Annexe II

Groupe Canal+ Indicateurs clés de performance

<i>en milliers</i>	31 mars 2017	31 mars 2018	Δ
Abonnés individuels	14 135	14 747	+612
France métropolitaine	8 084	8 011	-73
International	6 051	6 736	+685
Abonnés collectifs	572	580	+8
Total	14 707	15 327	+620

TV gratuite - part d'audience *	T1 2017	T1 2018	Δ
C8	5,0%	3,9%	-1,1pt
CStar	1,4%	1,4%	-
CNews	0,5%	0,5%	-
Total	6,9%	5,8%	-1,1pt

* Source : Médiamétrie - Population 25-49 ans.