

Paris, le 17 octobre 2019

## **Vivendi : forte progression de 16,7 % du chiffre d'affaires au troisième trimestre 2019 ; croissance organique de 7,2 %**

- **Universal Music Group : croissance organique de 15,7 % du chiffre d'affaires au troisième trimestre, portée par tous les segments d'activité**
- **Groupe Canal+ : poursuite du projet de transformation en France et des développements à l'international avec l'acquisition de M7**
- **Havas Group : dynamisme des opérations de M&A avec l'achat de Buzzman en France et de Langoor en Inde**
- **Editis : croissance organique de 15,3 % du chiffre d'affaires proforma au troisième trimestre, portée par la réforme scolaire en France**

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	3 <sup>ème</sup> trimestre 2019		9 premiers mois de 2019	
		Croissance organique		Croissance organique
<b>Universal Music Group</b>	1 800	+15,7 %	5 058	+17,5 %
<b>Groupe Canal+</b>	1 285	-0,9 %	3 803	-1,8 %
<b>Havas Group</b>	567	-	1 681	+0,1 %
<b>Editis</b>	210	+15,3 % <sup>1</sup>	470	+7,1 % <sup>1</sup>
<b>Autres métiers<sup>2</sup></b>	108	+4,6 %	311	+3,5 %
<b>Total Vivendi</b>	3 970	+7,2 %	11 323	+6,9 %

<sup>1</sup> Editis est consolidé depuis le 1<sup>er</sup> février 2019. Croissance proforma.

<sup>2</sup> Y compris élimination des opérations intersegment.

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

## **CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 SEPTEMBRE 2019**

Au troisième trimestre 2019, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 3 970 millions d'euros, en hausse de 16,7 % par rapport à la même période de 2018, grâce notamment à la progression d'Universal Music Group (UMG) et à la consolidation d'Editis depuis le 1<sup>er</sup> février 2019. A taux de change et périmètre constants<sup>3</sup>, le chiffre d'affaires augmente de 7,2 % par rapport au troisième trimestre 2018, grâce essentiellement à la progression d'UMG (+15,7 %).

Pour les neuf premiers mois de l'exercice 2019, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 11 323 millions d'euros, en hausse de 14,6 % par rapport à la même période de 2018, grâce notamment à la progression d'UMG et à la consolidation d'Editis. A taux de change et périmètre constants<sup>3</sup>, le chiffre d'affaires augmente de 6,9 % par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2018, grâce essentiellement à la progression d'UMG (+17,5 %).

## **OUVERTURE DU CAPITAL D'UMG**

Le 6 août 2019, Vivendi a annoncé être entré en négociations préliminaires avec Tencent Holdings Limited (« Tencent ») pour un investissement stratégique de 10 % du capital d'UMG à une valeur d'entreprise de 30 milliards d'euros pour 100 % d'UMG sur une base totalement diluée. Tencent disposerait en outre d'une option d'achat d'un an pour acquérir une participation supplémentaire de 10 % au même prix et dans les mêmes conditions.

Les travaux relatifs à la procédure de due diligence et à la documentation juridique se poursuivent. Leur finalisation devrait intervenir dans les prochaines semaines.

Par ailleurs, Vivendi poursuit le processus de cession éventuelle d'une participation minoritaire supplémentaire d'UMG à d'autres partenaires, certains s'étant déjà manifestés à un niveau de prix équivalent.

## **PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS**

Entre le 7 août et le 16 octobre 2019, Vivendi a racheté environ 17,4 millions de ses propres actions (1,3 % du capital).

Le programme de rachat d'actions en cours se poursuit jusqu'au 13 novembre 2019. Il porte sur un maximum de 130,93 millions d'actions (10 % du capital) pour un prix de rachat maximum de 25 euros par action.

Il est rappelé que le Directoire a décidé, les 17 juin et 25 juillet 2019, d'annuler un total de 94,679 millions d'actions, soit 7,23 % du capital, dont 64,7 millions d'actions rachetées dans le cadre du programme en cours.

---

<sup>3</sup> 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 la participation dans Ingrooves Music Group consolidé par Universal Music Group (15 mars 2019), de l'acquisition d'Editis (31 janvier 2019), de l'acquisition de Paylogic par Vivendi Village (16 avril 2018) et de la cession de MyBestPro par Vivendi Village (21 décembre 2018).

Au 16 octobre 2019, Vivendi détenait directement 25,3 millions de ses propres actions, soit 1,9 % de son capital social, dont 18,2 millions affectées à l'annulation et 7,1 millions adossées à la couverture de plans d'actions de performance.

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

### Universal Music Group

Le chiffre d'affaires d'Universal Music Group (UMG) s'élève à 5 058 millions d'euros, en hausse de 17,5 % à taux de change et périmètre constants par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2018 (+22,7 % en données réelles).

Pour les neuf premiers mois de l'exercice 2019, le chiffre d'affaires de la musique enregistrée augmente de 15,6 % à taux de change et périmètre constants grâce à la hausse des revenus liés aux abonnements et au streaming (+23,4 %) et à des ventes physiques importantes (+14,9 %), qui compensent largement la baisse continue des ventes de téléchargements (-20,4 %).

Parmi les meilleures ventes de musique enregistrée des neuf premiers mois de l'exercice 2019 figurent les nouveaux albums de Billie Eilish, d'Ariana Grande, de Taylor Swift, de Post Malone et du groupe japonais King & Prince, ainsi que la bande originale du film *A Star Is Born* et plusieurs albums de Queen, dont les ventes se poursuivent.

Au troisième trimestre 2019, l'album *Lover* de Taylor Swift détient le record hebdomadaire de ventes aux Etats-Unis depuis la sortie de son dernier album *Reputation* en 2017, fort de près de 700 000 albums vendus et plus d'un million de ventes au total. Par ailleurs, l'album *Hollywood's Bleeding* de Post Malone détient le record hebdomadaire en nombre d'écoutes streaming aux Etats-Unis en 2019, avec plus de 365 millions d'écoutes. Cette année, UMG a enregistré les cinq meilleurs lancements de ventes d'albums hebdomadaires aux Etats-Unis avec Taylor Swift, Post Malone, *Happiness Begins* des Jonas Brothers, *Thank U, Next* d'Ariana Grande et *When We All Fall Asleep Where Do We Go?* de Billie Eilish.

Le chiffre d'affaires de l'édition musicale augmente de 9,7 % à taux de change et périmètre constants par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2018, également porté par la croissance des revenus liés aux abonnements et au streaming.

Le chiffre d'affaires du merchandising et des autres activités croît de 82,4 % à taux de change et périmètre constants par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2018, grâce à la hausse des activités de concerts et des revenus D2C (distribution directe au consommateur).

## Groupe Canal+

Au troisième trimestre 2019, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'établit à 1 285 millions d'euros, contre 1 247 millions d'euros à la même période de 2018 (-0,9 % à taux de change et périmètre constants).

Pour les neuf premiers mois de l'exercice 2019, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'élève à 3 803 millions d'euros, en légère baisse de 0,5 % par rapport à la même période de 2018 (-1,8 % à taux de change et périmètre constants). Le parc d'abonnés de Groupe Canal+, qui intègre désormais les pays de M7, atteint près de 19 millions, contre 16,3 millions à fin septembre 2018 proforma.

Le chiffre d'affaires de la télévision en France métropolitaine est en léger repli par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2018, en raison de la baisse du portefeuille global d'abonnés individuels (7,9 millions, contre 8,1 millions à fin septembre 2018 proforma). Le portefeuille d'abonnés individuels à la chaîne Canal+ continue de croître avec un gain net de 99 000 abonnés sur un an.

Le chiffre d'affaires à l'international progresse de 6,1 % par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2018, en raison de la très forte croissance du parc d'abonnés (+2,9 millions en un an) portée à la fois par sa croissance organique et par l'intégration de M7.

Au cours de ce troisième trimestre, Groupe Canal+ a poursuivi ses projets de développement avec notamment :

- la finalisation, le 12 septembre 2019, de l'acquisition de l'opérateur de télévision payante, M7. Cette acquisition lui permet d'être désormais présent dans 40 pays ;
- l'acquisition, le 15 juillet 2019, des activités de production, de distribution de contenus et d'édition de chaînes du groupe nigérian IROKO, renforçant ainsi ses activités dans les contenus Nollywood, une des industries cinématographiques les plus prolifiques au monde ;
- l'acquisition, le 17 juillet 2019, en partenariat avec le groupe Les Echos-Le Parisien, de la chaîne Mezzo présente dans 80 pays et reçue par 60 millions de foyers à travers le monde ;
- la signature, le 16 septembre 2019, d'un partenariat avec Netflix prévoyant, à compter du 15 octobre et dans un premier temps en France, d'associer Netflix aux offres Canal+, et de faire profiter ainsi aux abonnés du Groupe Canal+ d'une offre de programmes encore plus riche.

Groupe Canal+ poursuit également ses efforts de transformation de ses activités en France, avec notamment un projet présenté en juillet 2019 aux représentants du personnel de l'entreprise, pouvant conduire au départ d'un maximum de 492 personnes, exclusivement sur la base du volontariat.

## Havas Group

A fin septembre 2019, le chiffre d'affaires d'Havas Group s'élève à 1 681 millions d'euros, en croissance de 3,4 % (+0,1 % à taux de change et périmètre constants) par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2018.

Le revenu net<sup>4</sup> d'Havas Group est en croissance de +2,9 %, à 1 590 millions d'euros par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2018. La contribution des acquisitions est de +1,2 % et les effets de change sont positifs à hauteur de 2,3 %. La croissance organique est de -0,6 %.

Par zone géographique, la croissance organique des agences nord-américaines est satisfaisante notamment grâce à la performance de la communication santé (Havas Health & You), des activités média (Havas Media) et de nos expertises culturelles en lien avec Vivendi (The Annex).

En Europe, le Royaume-Uni, l'Espagne et le Portugal enregistrent de belles performances tirées par la communication santé et les activités créatives notamment, tandis que les autres pays affichent une contraction de leur activité.

En Amérique latine, la croissance continue d'être positive, portée principalement par le Mexique. En Asie-Pacifique, l'activité enregistre un recul au troisième trimestre 2019.

Le Groupe poursuit sa politique d'acquisitions ciblées porteuses de croissance future, et réalise sur le troisième trimestre 2019 deux opérations marquantes :

- **Buzzman** : agence indépendante française à haute réputation créative  
Havas a acquis 51 % du capital de Buzzman afin de renforcer son leadership créatif en France. Elle compte 140 talents qui accompagnent des grandes marques telles que L'Oréal, Ikea, Burger King, Boursorama Banque, Oreo, EasyJet, Huawei, ...
- **Langoor** : agence digitale, centrée sur la créativité et la technologie  
Havas Group a poursuivi son expansion en Inde en acquérant Langoor après Think Design au deuxième trimestre 2019. Avec ses 170 experts en Inde, au Moyen-Orient et en Australie, Langoor couvre toutes les disciplines de la communication digitale auprès d'un large panel de clients, multinationales, entreprises locales.

Havas Group continue de générer des résultats financiers solides grâce à la mise en place d'un écosystème créatif unique, au carrefour de toutes les industries culturelles, à un portefeuille clients résilient, et à son agilité face aux évolutions constantes de l'industrie.

## Editis

Vivendi consolide Editis par intégration globale depuis le 1<sup>er</sup> février 2019. Sa contribution au chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 470 millions d'euros sur huit mois, en croissance pro-forma de 7,1 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2018.

---

<sup>4</sup> Le revenu net correspond au chiffre d'affaires d'Havas après déduction des coûts refacturables aux clients.

Depuis le 1<sup>er</sup> février 2019, le chiffre d'affaires de l'activité Education & Référence ressort en forte hausse (+17,3 %). Grâce à la réforme des programmes de Lycée, Editis renforce sa position d'acteur majeur de l'édition scolaire en s'appuyant sur ses marques fortes que sont Nathan et Bordas. En primaire, Nathan remporte le lot Mathématiques du Plan d'investissement d'avenir en Intelligence artificielle (P2I2A), et la collection de mathématiques MHM (*Méthode Heuristique de Mathématiques* de Nicolas Pinel) devient une des meilleures ventes de l'école élémentaire.

La littérature poursuit sa croissance grâce à la présence de plusieurs titres dans la première sélection des prix littéraires (prix Femina avec *La fabrique des salauds* de Chris Kraus (Belfond) et Grand prix des lectrices Elle avec *Un mariage américain* de Tayari Jones (Plon)), et à la parution très remarquée d'un titre inédit de Françoise Sagan *Les quatre coins du cœur*.

Au cours du troisième trimestre 2019, Editis poursuit l'élargissement de son catalogue avec la reprise des fonds Séguier par Robert Laffont et l'Agrume par Nathan, ainsi qu'avec l'acquisition en juillet 2019 du groupe l'Archipel, un spécialiste de la littérature et des essais.

En août 2019, Editis fait également son entrée dans le segment du roman graphique et de la bande dessinée en se rapprochant des éditions Jungle (filiale du groupe Steinkis) via un partenariat à 3 niveaux : création d'une nouvelle maison de bandes dessinées chez Editis, prise de participation dans Jungle à hauteur de 30 %, et diffusion/distribution de la quasi-totalité des livres du groupe Steinkis par Editis.

## **Gameloft**

Fort de 1,6 million de téléchargements par jour toutes plateformes confondues au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2019, Gameloft est l'un des tous premiers éditeurs mondiaux de jeux vidéo mobile. Sur cette période, le chiffre d'affaires de Gameloft s'établit à 194 millions d'euros, en baisse de 9,8 % par rapport à la même période de 2018, en raison notamment de l'activité de distribution, dont l'ensemble du marché est en déclin structurel depuis plusieurs années.

En revanche, l'abonnement est une tendance forte du secteur. A cet égard, Gameloft est un des partenaires d'Apple pour sa plateforme Apple Arcade. Le premier jeu créé pour celle-ci est *Ballistic Baseball*, un jeu d'arcade multijoueur en temps réel. D'autres jeux sont en développement pour ce service.

Gameloft a une activité largement internationale. Par ailleurs, il réalise 66 % de son chiffre d'affaires avec ses propres franchises de jeux et ses jeux phares comptent *Dragon Mania Legends*, *Disney Magic Kingdoms*, *Asphalt 9: Legends*, *March of Empires* et *Asphalt 8: Airborne*. Pour les neuf premiers mois de l'exercice 2019, le chiffre d'affaires des cinq jeux sur smartphones les plus performants de Gameloft a augmenté de 7 % comparé au Top 5 de la même période de 2018.

Gameloft et Alibaba se sont associés afin de lancer en Chine *Asphalt 9: Legends*, le dernier volet de la franchise de jeux de course sur mobile la plus téléchargée au monde, d'ores et déjà téléchargé plus de 10 millions de fois dans le pays depuis sa sortie en août 2019.

Après *Disney Magic Kingdoms*, Disney a confié à Gameloft le soin de créer deux nouveaux jeux : *Disney Princess Majestic Quest*, et *Disney Getaway Blast*. Ces jeux de réflexion mettent en scène des personnages et des histoires emblématiques de Disney et Pixar.

## Vivendi Village

Pour les neuf premiers mois de l'exercice 2019, le chiffre d'affaires de Vivendi Village s'élève à 108 millions d'euros, en forte croissance de 50,3 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2018 (+23,2 % en données réelles).

Les activités de spectacle vivant, qui comprennent Olympia Production (France), U Live (Grande-Bretagne) ainsi que les salles de spectacle en France et en Afrique, réalisent un chiffre d'affaires de 56 millions d'euros, en très forte progression (x2,4). Vivendi Village produit aujourd'hui 12 festivals qui ont connu une belle augmentation de leur fréquentation cet été, en particulier *Garorock* en France et *Sundown* au Royaume-Uni.

Les activités de billetterie, désormais toutes regroupées sous la même marque See Tickets, représentent un chiffre d'affaires de 48 millions d'euros, en hausse de 19,5 % par rapport aux neuf premiers mois de 2018 (+8,5 % à taux de change et périmètres constants), bénéficiant en particulier de la forte progression des activités aux Etats-Unis dont le chiffre d'affaires a doublé en un an.

Une treizième salle CanalOlympia a été inaugurée en juillet à Antananarivo à Madagascar. CanalOlympia a connu au mois d'août un record de fréquentation avec plus de 90 000 tickets vendus sur l'ensemble de son réseau avec des films à grand succès comme *Le Roi Lion* et *Fast and Furious 8*.

## Nouvelles Initiatives

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2019, Nouvelles Initiatives, qui regroupe des entités en phase de lancement ou de développement comme Dailymotion et GVA, réalise un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros, en hausse de 5,7 % par rapport à la même période de 2018 (+8,0 % à taux de change et périmètre constants).

Au troisième trimestre 2019, Dailymotion a signé des partenariats avec des éditeurs de premier plan, notamment Liberty Times, premier site de news à Taiwan, JPI Media, cinquième groupe de presse au Royaume-Uni (qui compte notamment les titres *The Scotsman* et *the Yorkshire Post*) et le site français Konbini. Ces partenariats s'inscrivent dans la stratégie premium de Dailymotion consistant à proposer, partout dans le monde, le meilleur des contenus à une audience de qualité.

### **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](http://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](http://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](http://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.

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** : 17 octobre 2019

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](http://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 9411  
Etats-Unis +1 323-994-2082

Code de confirmation : 2735898

Sur notre site **[www.vivendi.com](http://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				
	2019	2018	% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants (a)
<b>Chiffre d'affaires</b>					
Universal Music Group	1 800	1 495	+20,4%	+18,0%	+15,7%
Groupe Canal+	1 285	1 247	+3,2%	+3,1%	-0,9%
Havas Group	567	553	+2,5%	+1,4%	-
Editis	210	-	na	na	na
Gameloft	61	74	-18,4%	-19,6%	-21,8%
Vivendi Village	42	36	+16,4%	+16,8%	+43,2%
Nouvelles Initiatives	16	15	-	-	+6,9%
Eliminations des opérations intersegment	(11)	(19)			
<b>Total Vivendi</b>	<b>3 970</b>	<b>3 401</b>	<b>+16,7%</b>	<b>+15,4%</b>	<b>+7,2%</b>

#### Neuf premiers mois

(en millions d'euros)	Neuf mois clos le 30 septembre				
	2019	2018	% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants (a)
<b>Chiffre d'affaires</b>					
Universal Music Group	5 058	4 123	+22,7%	+19,1%	+17,5%
Groupe Canal+	3 803	3 822	-0,5%	-0,4%	-1,8%
Havas Group	1 681	1 626	+3,4%	+1,2%	+0,1%
Editis	470	-	na	na	na
Gameloft	194	215	-9,8%	-11,7%	-14,2%
Vivendi Village	108	88	+23,2%	+23,0%	+50,3%
Nouvelles Initiatives	50	47	+5,7%	+5,7%	+8,0%
Eliminations des opérations intersegment	(41)	(44)			
<b>Total Vivendi</b>	<b>11 323</b>	<b>9 877</b>	<b>+14,6%</b>	<b>+12,8%</b>	<b>+6,9%</b>

na : non applicable.

- 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 la participation dans Ingrooves Music Group consolidé par Universal Music Group (15 mars 2019), de l'acquisition d'Editis (31 janvier 2019), de l'acquisition de Paylogic par Vivendi Village (16 avril 2018) et de la cession de MyBestPro par Vivendi Village (21 décembre 2018).

## ANNEXE I (suite)

### VIVENDI

#### CHIFFRE D'AFFAIRES PAR METIER

(IFRS, non audité)

#### Chiffre d'affaires trimestriel

(en millions d'euros)	2019			4e trimestre clos le le 31 décembre
	1er trimestre clos le 31 mars	2e trimestre clos le 30 juin	3e trimestre clos le 30 septembre	
<b>Chiffre d'affaires</b>				
Universal Music Group	1 502	1 756	1 800	
Groupe Canal+	1 252	1 266	1 285	
Havas Group	525	589	567	
Editis (a)	89	171	210	
Gameloft	68	65	61	
Vivendi Village	23	43	42	
Nouvelles Initiatives	15	19	16	
Eliminations des opérations intersegment	(15)	(15)	(11)	
<b>Total Vivendi</b>	<b>3 459</b>	<b>3 894</b>	<b>3 970</b>	
	2018			
(en millions d'euros)	1er trimestre clos le 31 mars	2e trimestre clos le 30 juin	3e trimestre clos le 30 septembre	4e trimestre clos le 31 décembre
<b>Chiffre d'affaires</b>				
Universal Music Group	1 222	1 406	1 495	1 900
Groupe Canal+	1 298	1 277	1 247	1 344
Havas Group	506	567	553	693
Gameloft	70	71	74	78
Vivendi Village	23	29	36	35
Nouvelles Initiatives	16	16	15	19
Eliminations des opérations intersegment	(11)	(14)	(19)	(14)
<b>Total Vivendi</b>	<b>3 124</b>	<b>3 352</b>	<b>3 401</b>	<b>4 055</b>

a. Pour mémoire, Vivendi consolide Editis par intégration globale depuis le 1<sup>er</sup> février 2019.