

Paris, le 27 juillet 2023

Vivendi réalise des résultats opérationnels solides au premier semestre 2023

- Une progression de 3,7 % du chiffre d'affaires au premier semestre 2023, grâce aux performances de Groupe Canal+, Havas et Gameloft, progression qui s'est accélérée au deuxième trimestre
- Une croissance de 7,7 % du résultat opérationnel ajusté (EBITA) portée par Havas, Groupe Canal+ et par la contribution de Lagardère
- Un résultat net ajusté en forte hausse à 324 millions d'euros, contre 58 millions d'euros au premier semestre 2022
- Un résultat net, part du groupe à 174 millions d'euros (vs. 491 millions d'euros au premier semestre 2022, qui avait bénéficié de l'opération d'apport de la participation dans Banijay à FL Entertainment)
- Rapprochement avec Lagardère : contrats de cession d'Editis et de promesse d'achat de Gala signés conformément aux engagements pris devant la Commission européenne, avec un closing prévu d'ici à octobre 2023

CHIFFRES CLES PREMIER SEMESTRE 2023 (en millions d'euros)	Variation par rapport à la même période de 2022		Variation à change et périmètre constants par rapport à 2022
Chiffre d'affaires	4 698 M€	+ 3,7 %	+3,2 %
Résultat opérationnel ajusté (EBITA) des métiers ^{1,2}	379 M€	+ 3,5 %	+2,5 %
Résultat opérationnel ajusté (EBITA) du groupe ²	444 M€	+ 7,7 %	+8,3 %
Résultat net, part du groupe	174 M€	-64,6 %	
Résultat net ajusté ²	324 M€	x5,6	

¹ Hors les quotes-parts de résultat d'Universal Music Group et de Lagardère, mis en équivalence.

² Mesures à caractère non strictement comptable.

Arnaud de Puyfontaine, Président du Directoire de Vivendi, a déclaré : « Notre Groupe a réalisé de très belles performances opérationnelles au premier semestre, avec une accélération de notre croissance (+4,2 %) au cours du deuxième trimestre. Ces résultats démontrent la forte résilience de nos métiers et notre capacité à nous réinventer face aux évolutions de notre environnement. L'ensemble des activités de Groupe Canal+ a contribué à la croissance du chiffre d'affaires tout en maintenant une rentabilité stable. Les divisions Health&You et Media d'Havas se sont particulièrement distinguées. Pour Prisma Media, le prix du papier se stabilise à un niveau qui reste néanmoins élevé au premier semestre 2023, après une forte hausse en 2022. Dans le même temps, le Groupe fait preuve d'une très bonne dynamique de développement. Gameloft démontre toute la pertinence de l'évolution stratégique de son activité en ciblant également le marché des PC et consoles. A Vivendi Village, les activités de billetterie connaissent une forte croissance tandis que les festivals de musique se sont bien repositionnés. Transformation également à Dailymotion qui a profondément revu son positionnement en privilégiant la vidéo et un public jeune. Fort de ces résultats, nous poursuivons l'année 2023 avec confiance et vigilance. »

Yannick Bolloré, Président du Conseil de surveillance de Vivendi, a ajouté : « Vivendi poursuit résolument sa stratégie d'internationalisation et renforce sa position d'acteur mondial de référence dans le domaine de la culture et du divertissement. Nous entrons dans la dernière phase du processus de rapprochement avec le groupe Lagardère qui nous donnera une toute nouvelle envergure. Groupe Canal+, avec son investissement dans la plateforme de streaming Viu en Asie et sa présence au capital de MultiChoice Group en Afrique, participe également à la réalisation de cet objectif stratégique, tout comme les nombreuses acquisitions ciblées réalisées par Havas au cours de ce premier semestre. Une nouvelle culture d'entreprise émerge au sein de Vivendi, avec la mise en valeur de la diversité de nos talents, la richesse de la création sous toutes ses formes, et la capacité de nos différents métiers à travailler étroitement ensemble. La solidité financière de notre Groupe et notre actionnariat de long terme nous permettent de continuer de mettre en œuvre notre plan stratégique et d'envisager sereinement notre futur. »

➤ **Analyse des résultats**

Ce communiqué présente des résultats condensés du premier semestre 2023, non audités, établis selon les normes IFRS, arrêtés par le Directoire de Vivendi du 24 juillet 2023, examinés par le Comité d'audit du 24 juillet 2023 et par le Conseil de surveillance du 27 juillet 2023.

Chiffre d'affaires

Au premier semestre 2023, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 4 698 millions d'euros, en augmentation de 3,7 % (+3,2 % à taux de change et périmètre constants) principalement en raison de la progression du chiffre d'affaires de Groupe Canal+ (+86 millions d'euros) et d'Havas (+61 millions d'euros) ainsi que de la performance de Gameloft (+19 millions d'euros).

Après une hausse de 3,3 % au premier trimestre 2023, le chiffre d'affaires de Vivendi au deuxième trimestre 2023 augmente de 4,2 % (4,3 % à taux de change et périmètre constants) par rapport au deuxième trimestre 2022, à 2 408 millions d'euros.

Résultat opérationnel ajusté (EBITA)

L'EBITA s'établit à 444 millions d'euros, en augmentation de 7,7 % (+8,3 % à taux de change et périmètre constants). Il comprend la quote-part dans le résultat net d'Universal Music Group (UMG) pour 39 millions d'euros et de Lagardère pour 26 millions d'euros (-20 millions d'euros au premier semestre 2022).

En excluant la quote-part dans le résultat net de ces deux sociétés, l'EBITA s'élève à 379 millions d'euros, en hausse de 3,5 % (+2,5 % à taux de change et périmètre constants) résultant notamment de la progression d'Havas et de Vivendi Village.

Quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence non opérationnelles

La quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence non opérationnelles correspond à MultiChoice Group (-60 millions d'euros). Au premier semestre 2022, ce montant correspondait à la quote-part dans le résultat net de Telecom Italia (-235 millions d'euros). Pour mémoire, Vivendi a cessé de comptabiliser Telecom Italia comme une participation mise en équivalence au 31 décembre 2022.

Les produits perçus des investissements financiers s'élèvent à 67 millions d'euros, contre 40 millions d'euros au premier semestre 2022. Au premier semestre 2023, ils comprennent principalement les dividendes de FL Entertainment pour 29 millions d'euros, de MediaForEurope pour 28 millions d'euros (inchangé par rapport au premier semestre 2022) et de Telefonica pour 9 millions d'euros (inchangé par rapport au premier semestre 2022).

Les autres charges et produits financiers sont une charge nette de 56 millions d'euros, contre un produit net de 488 millions d'euros au premier semestre 2022 qui intégraient la plus-value de cession de 526 millions d'euros réalisée le 30 juin 2022 à la suite de l'apport de la participation de Vivendi dans Banijay Group Holding à FL Entertainment, préalablement à l'entrée en bourse de cette dernière le 1^{er} juillet 2022.

Résultat net des activités cédées ou en cours de cession

Pour rappel, compte tenu du projet de cession d'Editis, sa contribution à l'activité du Groupe est présentée sur la ligne « résultat net des activités cédées ou en cours de cession » conformément à la norme IFRS 5. Au premier semestre 2023, le résultat net des activités cédées ou en cours de cession est une perte de 33 millions d'euros, qui comprend les éléments suivants : la contribution d'Editis au résultat net (-14 millions d'euros) ; l'arrêt des amortissements de l'actif immobilisé d'Editis (+32 millions d'euros), conformément à la norme IFRS 5 ; le résultat de déconsolidation d'Editis (-51 millions d'euros), reflétant les termes de la promesse d'achat conclue avec International Media Invest a.s. (IMI) le 23 avril 2023.

Résultat net ajusté

Le résultat net ajusté est un bénéfice de 324 millions d'euros (0,32 euro par action de base), contre 58 millions d'euros au premier semestre 2022 (0,06 euro par action de base), en augmentation de 266 millions d'euros. Au premier semestre 2022, il comprenait notamment la quote-part dans le résultat net de Telecom Italia (-205 millions d'euros) mise en équivalence non opérationnelle. Pour rappel, Vivendi a cessé de comptabiliser Telecom Italia comme une participation mise en équivalence le 31 décembre 2022.

Résultat net, part du groupe

Le résultat net, part du groupe est un bénéfice de 174 millions d'euros (0,17 euro par action de base), contre un bénéfice de 491 millions d'euros au premier semestre 2022 (0,47 euro par action de base). Au premier semestre 2022, il intégrait un impact positif lié à l'opération d'apport de la participation de Banijay Group Holding à FL Entertainment (+526 millions d'euros).

➤ Liquidité

La situation de trésorerie de Vivendi passe d'un endettement financier net de -860 millions d'euros au 31 décembre 2022 à un endettement financier net de -1 497 millions d'euros au 30 juin 2023, en raison d'investissements (349 millions d'euros) et de la distribution du dividende (256 millions d'euros).

Vivendi dispose, par ailleurs, de capacités de financement importantes. Au 30 juin 2023, ses lignes de crédit confirmées étaient disponibles à hauteur de 2,8 milliards d'euros.

Le 4 juillet 2023, Moody's a confirmé le rating Baa2 de Vivendi et relevé sa perspective à stable.

➤ **Rapprochement avec Lagardère**

Le 9 juin 2023, Vivendi a annoncé avoir obtenu l'autorisation par la Commission européenne concernant son projet de rapprochement avec le groupe Lagardère. Cette autorisation est subordonnée à la réalisation des deux engagements proposés par Vivendi, à savoir la cession de 100 % du capital d'Editis et la cession intégrale du magazine Gala.

Le 16 juin 2023, Vivendi a signé le contrat de cession d'Editis à International Media Invest a.s. (IMI), filiale du groupe CMI fondé par Daniel Kretinsky, après avoir conclu une promesse d'achat le 23 avril 2023. La signature de cet accord fait suite à l'avis des instances représentatives du personnel des sociétés Vivendi et Editis. IMI devra être agréé par la Commission européenne en tant que repreneur approprié et l'opération reste soumise à l'obtention par IMI de ses autorisations liées au contrôle des concentrations dans les juridictions concernées.

Le 26 juillet 2023, Prisma Media a signé un contrat de promesse d'achat du magazine Gala au Groupe Figaro. Cet accord doit faire l'objet des procédures d'information-consultation des instances représentatives du personnel concernées. Groupe Figaro devra également être agréé par la Commission européenne en tant que repreneur approprié. Le 4 juillet 2023, Vivendi avait annoncé avoir reçu plusieurs offres pour la cession de Gala. Après leur examen, il avait été décidé d'entrer en négociations exclusives avec le Groupe Figaro.

Le Groupe est confiant de pouvoir finaliser ces opérations d'ici à octobre 2023.

➤ **Retour aux actionnaires**

Le 25 avril 2023, le dividende ordinaire en numéraire de 0,25 euro par action versé au titre de l'exercice 2022 a été détaché (mis en paiement à compter du 27 avril 2023), ce qui correspond à un montant total distribué de 256 millions d'euros.

Par ailleurs, au premier semestre 2023, les rachats d'actions ont totalisé 29 millions d'euros, soit 3 millions d'actions adossées aux opérations d'actionnariat salarié. Après annulation de 78,6 millions d'actions en 2023, Vivendi détient à ce jour directement 5,3 millions de ses propres actions, soit 0,51 % de son capital social.

➤ **Commentaires sur les performances financières des activités de Vivendi**

Groupe Canal+ : poursuite du développement en France et à l'international

Au premier semestre 2023, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'élève à 2 959 millions d'euros, en progression de 3,0 % par rapport au premier semestre 2022 (+2,3 % à taux de change et périmètre constants). Cette évolution est portée par l'ensemble de ses activités.

Le chiffre d'affaires des activités de la télévision en France métropolitaine augmente de 1,7 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier semestre 2022.

Le chiffre d'affaires à l'international progresse de 2,2 % (+1,2 % à taux de change et périmètre constants), portée notamment par la croissance du parc abonnés.

Le chiffre d'affaires de Studiocanal augmente fortement de 21,7 % (+16,0 % à taux de change et périmètre constants), en raison de très belles sorties de films en salles, tant en France (plus de 4 millions d'entrées pour *Alibi.com 2* ; 1,2 million d'entrées pour *Je Verrai Toujours Vos Visages*) qu'à l'international (près de 25 millions de dollars australiens cumulés au box-office pour *John Wick 4* en Australie et près de 3,8 millions de dollars néo-zélandais en Nouvelle-Zélande ; 5,5 millions de livres sterling pour *Evil Dead Rise* au box-office au Royaume-Uni).

Au premier semestre 2023, la profitabilité de Groupe Canal+ est stable par rapport au premier semestre 2022, réalisant un résultat opérationnel ajusté (EBITA) de 337 millions d'euros (en léger recul de 1,5 % à taux de change et périmètre constants).

Au cours du premier semestre 2023, Groupe Canal+ a poursuivi son développement en France et à l'international :

- a. Fin avril 2023, Groupe Canal+ a annoncé le lancement de sa plateforme de streaming en République Tchèque et en Slovaquie, avec une offre complète de contenus premium ;
- a. Le 19 mai 2023, à l'occasion du Festival de Cannes, Studiocanal a annoncé la création d'un fonds de soutien aux femmes scénaristes et réalisatrices françaises. Il est doté d'un million d'euros et permettra de soutenir une dizaine de projets sur deux ans ;
- b. Le 22 mai 2023, Studiocanal a annoncé son investissement dans la société de production américaine *The Picture Company*, dirigée par les producteurs associés Andrew Rona et Alex Heineman. Cet accord signé pour cinq ans illustre la relation de confiance entre Studiocanal et The Picture Company, qui travaillent ensemble depuis 2014 sur des projets attractifs pour le marché mondial, à l'image du film *Non-Stop* avec Liam Neeson ;
- c. Le 21 juin 2023, Groupe Canal+ et PCCW Limited ont annoncé la signature d'un partenariat stratégique afin d'accélérer le développement de Viu, plateforme de streaming leader en Asie. A l'issue de la transaction, Groupe Canal+ devient un actionnaire minoritaire important dans Viu grâce à un investissement échelonné de 300 millions de dollars, dont un premier versement de 200 millions de dollars (186 millions d'euros) qui a permis à Groupe Canal+ de prendre une participation initiale de 26,15 % dans Viu. Groupe Canal+ exerce une influence notable dans Viu, qui est comptabilisé selon la méthode de la mise en équivalence à compter du 21 juin 2023. Au 30 juin 2023, Groupe Canal+ dispose d'options d'achat pour lui permettre de porter sa participation dans Viu à 51 %.
- d. Le 23 juin 2023, Groupe Canal+ et Warner Bros. Discovery ont annoncé la signature d'un partenariat en Suisse romande. Désormais, les offres Canal+ de ce territoire sont enrichies des séries de HBO® ainsi que d'une sélection des films et émissions Max Originals. Les nouveaux titres seront diffusés directement sur la chaîne Canal+, ainsi que sur la plateforme de streaming myCANAL.
- e. Le 20 juillet 2023, Groupe Canal+ a annoncé prendre une participation de 12 % dans le Groupe Viaplay, leader de la télévision payante dans les pays nordiques.

Par ailleurs, Groupe Canal+ a renforcé sa position au capital de MultiChoice Group et en détient, au 30 juin 2023, 32,6 %.

Havas : croissance organique de 6,3 % au deuxième trimestre 2023

Après un bon premier trimestre 2023 affichant une croissance organique du revenu net³ de 1,9 %, la croissance organique du revenu net d'Havas a accéléré à 6,3 % au deuxième trimestre 2023, soutenue par la très bonne dynamique commerciale enregistrée par les divisions Health&You (communication santé) et Media, et ce malgré une base de comparaison élevée de 11,5 % au deuxième trimestre 2022. La contribution des acquisitions s'élève à +0,7 % et les effets de change sont négatifs à hauteur de -1,5 %. Le revenu net s'élève à 677 millions d'euros au deuxième trimestre 2023.

Toutes les zones géographiques enregistrent des performances organiques solides, s'établissant à +3,4 % en Europe, +5,5 % en Amérique du Nord et +7,6 % en Asie Pacifique. L'Amérique latine continue sa

³ Le revenu net, mesure à caractère non strictement comptable, correspond au chiffre d'affaires de Havas après déduction des coûts refacturables aux clients.

trajectoire de forte croissance avec +30,4 % par rapport au deuxième trimestre 2022, après avoir enregistré +27,3 % au premier trimestre 2023.

Au cours des derniers mois, Havas a accéléré dans le déploiement de solutions business, avec le lancement de l'agence *Havas Play* dans 14 pays, le déploiement international de l'institut d'études *CSA* et la création du réseau global de production de contenus *Prose on Pixels*.

Après une année record en 2022, Havas poursuit un rythme d'acquisitions soutenu, ayant déjà réalisé les rachats de quatre nouvelles agences depuis le début de l'année 2023. Le groupe continue notamment de renforcer ses expertises digitales et ses positions géographiques, au Canada avec *Noise*, en Allemagne avec *HRZN* et en Inde avec *Pivot Roots*. Havas a également conclu un partenariat stratégique avec *Trinity Life Sciences*.

Enfin, le 13 juillet 2023, il a annoncé une prise de participation majoritaire dans *Uncommon*, l'agence créative indépendante la plus primée du Royaume-Uni. Cette opération reflète l'approche entrepreneuriale d'Havas et renforce sa présence au Royaume-Uni tout en offrant une opportunité d'étendre son réseau créatif aux États-Unis.

Le 13 juin 2023, Havas a dévoilé sa nouvelle identité de marque. En cohérence avec l'accélération de sa stratégie autour de l'intégration des différentes expertises de la communication et de *l'entertainment*, cette nouvelle identité visuelle révèle parfaitement l'ADN d'Havas : un leader créatif et centré sur ses clients, faisant partie intégrante de Vivendi.

Au festival mondial de la créativité qui s'est tenu en juin 2023, les *Cannes Lions*, Havas s'est distingué en remportant 19 prix. Plusieurs des campagnes créées par ses agences dans le monde ont été primées, notamment *Vanish* pour Reckitt et la campagne pour la Fondation Anne de Gaulle de l'aéroport de Roissy qui a reçu six *Lions*, dont le *Grand Prix for Good* (se reporter à l'annexe IV).

Au premier semestre 2023, le chiffre d'affaires d'Havas s'élève à 1 318 millions d'euros, en hausse de 4,9 % par rapport au premier semestre 2022 (+4,2 % à taux de change et périmètre constants). Après déduction des coûts refacturables aux clients, le revenu net s'élève à 1 265 millions d'euros, en progression de 4,9 % et de de 4,2 % à taux de change et périmètre constants.

Au premier semestre 2023, le résultat opérationnel ajusté (EBITA) atteint 118 millions d'euros, en progression de 6,3 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier semestre 2022, grâce à une croissance organique soutenue et à une base de coûts toujours optimisée.

Prisma Media : forte dynamique de développement

Au premier semestre 2023, le chiffre d'affaires de Prisma Media s'élève à 153 millions d'euros, en baisse de 6,8 % en raison d'une base de comparaison défavorable (premier semestre 2022) qui intégrait des éléments non récurrents. Le chiffre d'affaires publicitaire des magazines Prisma Media progresse de 7 %, notamment soutenu par le lancement de *Harper's Bazaar*. Les activités digitales d'affiliation (e-commerce) et les revenus publicitaires sur les réseaux sociaux augmentent de plus de 50 %.

Au mois de juin 2023, Prisma Media a lancé deux nouveaux magazines : *Les clés de mon énergie*, dans le segment du développement personnel et *Mortelle Adèle le mag*, dans le segment de la jeunesse 8-12 ans. Le 18 juillet 2023, Prisma Media a finalisé l'acquisition d'une participation majoritaire dans Milk, société éditrice de magazines haut de gamme dans la décoration et la mode. Après le lancement réussi de *Harper's Bazaar* début 2023, cette opération permet à Prisma Media d'élargir son pôle luxe.

Le 26 juillet 2023, Vivendi et Prisma Media ont annoncé entrer en négociations exclusives avec le groupe M6 pour l'acquisition des actifs du pôle M6 Digital Services. Ce dernier regroupe six portails qui attirent chaque mois près de 18 millions de visiteurs uniques sur des thèmes du quotidien : la cuisine (*CuisineAZ.com*), la

santé (PasseportSanté.net), le bien-être (Fourchette & Bikini), la décoration (Déco.fr), l'automobile (Turbo.fr) et la météo (M6météo). Il propose également plusieurs programmes payants, notamment dans le coaching alimentaire (Croq'Kilos) et sportif (Croq'Body).

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

Au premier semestre 2023, le résultat opérationnel ajusté (EBITA) de Prisma Media s'élève à 17 millions d'euros, en baisse de 4 millions d'euros par rapport à la même période en 2022. L'EBITA est encore impacté par l'augmentation des coûts des matières premières, en particulier la hausse des prix du papier.

Gameloft : belle progression à deux chiffres

Au premier semestre 2023, le chiffre d'affaires de Gameloft s'établit à 139 millions d'euros, en croissance de 15,8 % par rapport à la même période en 2022 (+15,5 % à taux de change et périmètre constants). Cette solide progression, dans un marché du jeu vidéo en repli, continue d'être tirée par le succès du tournant stratégique de Gameloft vers les jeux PC-Consoles, qui représentent 37 % de son chiffre d'affaires au premier semestre 2023. *Disney Speedstorm*, le dernier jeu cross-plateformes et *PC-console-first* de Gameloft, est sorti le 18 avril 2023 tandis que *Disney Dreamlight Valley* continue de bien performer sur le modèle GaaS (*Game as a service*).

Le chiffre d'affaires mobile représente 57 % du chiffre d'affaires au premier semestre 2023.

Les jeux *Disney Dreamlight Valley*, *Asphalt 9: Legends*, *Disney Magic Kingdoms*, *March of Empires* et *Dragon Mania Legends* représentent 56 % du chiffre d'affaires total de Gameloft et sont les cinq meilleures ventes du premier semestre 2023.

Au premier semestre 2023, le résultat opérationnel ajusté (EBITA) de Gameloft s'établit à -12 millions d'euros, en amélioration de 4 millions d'euros par rapport à la même période en 2022.

Vivendi Village : la billetterie, contributeur majeur de la croissance

Au premier semestre 2023, le chiffre d'affaires de Vivendi Village s'élève à 81 millions d'euros, en croissance de 6,5 % par rapport à la même période de 2022 (+10,2 % à taux de change et périmètre constants).

L'activité est portée essentiellement par la billetterie (See Tickets) qui représente 70 % du chiffre d'affaires global et connaît une belle progression notamment grâce à l'élargissement de sa base de clients à de nouveaux segments de marché en plus de ses activités traditionnelles dans le domaine de la musique. Au 30 juin 2023, un total de 19 millions de billets a été vendu (15 millions à la même période en 2022).

Les premiers festivals de l'été produits par Vivendi Village en France et en Grande-Bretagne enregistrent une très belle fréquentation. L'Olympia continue de proposer une programmation extrêmement active, affichant 151 spectacles sur la première moitié de l'année.

Au premier semestre 2023, Vivendi Village a renoué avec un résultat opérationnel ajusté (EBITA) positif à 7 millions d'euros (contre une perte de 3 millions d'euros au premier semestre 2022) grâce à la forte progression de See Tickets, à l'arrêt de ses activités de production de concerts, et à un repositionnement de ses festivals.

Nouvelles Initiatives

Au premier semestre 2023, le chiffre d'affaires de Nouvelles Initiatives, qui regroupe les entités **Dailymotion** et **GVA**, s'établit à 66 millions d'euros, en hausse de 22,9 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier semestre 2022.

Au premier semestre 2023, le résultat opérationnel ajusté (EBITA) de Nouvelles Initiatives représente une perte de 22 millions d'euros, stable par rapport au premier semestre 2022.

GVA est dédiée à la fourniture d'accès Internet à très haut débit en Afrique grâce à ses réseaux FTTH (fiber to the home ou « fibre optique jusqu'au domicile ») implantés déjà dans douze métropoles et sept pays d'Afrique subsaharienne (Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Congo-Brazzaville, République démocratique du Congo, Gabon, Rwanda et Togo). Les offres d'accès à Internet « Très Haut Débit » s'adressent aux marchés résidentiel et professionnel sous la marque « CanalBox ». Au premier semestre 2023, CanalBox couvrait plus de 2,3 millions de foyers et d'entreprises éligibles.

Au premier semestre 2023, l'audience de **Dailymotion** augmente dans toutes les régions, avec un taux de croissance organique moyen de 52 % par rapport à la même période de l'année dernière.

La progression de l'audience a été favorisée par la signature de nouveaux partenariats, en particulier avec Lou Media, Moneybounce, Wagmi, Gentsu et NOWU en France, Prisa en Espagne, CNBC Arabia, Fortune Media, Blavity et SEVN Worldwide aux Etats-Unis, Cronista et Jovem Pan en Amérique Latine.

En mai, Dailymotion a également révélé un nouveau positionnement produit optimisé pour toucher une audience plus large notamment chez les jeunes générations. Dailymotion se donne pour mission d'apporter plus de nuances aux débats quotidiens, grâce à un algorithme encourageant les utilisateurs à échanger différemment et à s'écouter avec davantage de bienveillance. 350 créateurs, tels que Fabien Olicard, Romain Lanéry, Jojol, Yann Tout Court, Athéna Sol ou encore Sarah Piot ont déjà signé pour faire partie de l'aventure sur des verticales très diversifiées : sport, culture, musique, gaming, cuisine, santé, etc.

Pour toute information complémentaire, se référer au document « Rapport financier et états financiers condensés non-audités du premier semestre clos le 30 juin 2023 » qui sera mis en ligne ultérieurement sur le site internet de Vivendi (www.vivendi.com).

A propos de Vivendi

Depuis 2014, Vivendi construit un leader mondial dans les contenus, les médias et la communication. Le Groupe détient des actifs de premier plan et fortement complémentaires dans la télévision et le cinéma (Groupe Canal+), la communication (Havas), la presse magazine (Prisma Media), les jeux vidéo (Gameloft), le spectacle vivant et la billetterie (Vivendi Village). Le Groupe possède également une plateforme digitale mondiale de distribution de contenus (Dailymotion). Le rapprochement avec Lagardère, subordonné à la réalisation des engagements proposés par Vivendi à la Commission européenne, permettra au Groupe de devenir le troisième groupe mondial de l'édition grand public et d'éducation. Les différentes entités de Vivendi travaillent pleinement ensemble, évoluant au sein d'un groupe industriel intégré créant ainsi davantage de valeur. Engagé en matière environnementale, Vivendi s'est fixé pour objectif à enrayer le dérèglement climatique en adoptant une démarche alignée avec les Accords de Paris de 2015. Par ailleurs, il contribue à construire des sociétés plus ouvertes, inclusives et responsables en soutenant une création plurielle et inventive, en favorisant un accès plus large à la culture, à l'éducation et à ses métiers, et en renforçant la sensibilisation aux enjeux et opportunités du XXIe siècle. www.vivendi.com

Avertissement Important

Déclarations prospectives. Le présent communiqué de presse contient des déclarations prospectives relatives à la situation financière, aux résultats des opérations, aux métiers, à la stratégie et aux perspectives de Vivendi, y compris en termes d'impact de certaines opérations ainsi que de paiement de dividendes, de distribution et de rachats d'actions. Même si Vivendi estime que ces déclarations prospectives reposent sur des hypothèses raisonnables, elles ne constituent pas des garanties quant à la performance future de la société. Les résultats effectifs peuvent être très différents des déclarations prospectives en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes, dont la plupart sont hors de notre contrôle, notamment les risques liés à l'obtention de l'accord d'autorités de la concurrence et d'autres autorités réglementaires ainsi que toutes les autres autorisations qui pourraient être requises dans le cadre de certaines opérations et les risques décrits dans les documents déposés par Vivendi auprès de l'Autorité des Marchés Financiers, également disponibles en langue anglaise sur notre site (www.vivendi.com). Les investisseurs et les détenteurs de valeurs mobilières peuvent obtenir gratuitement copie des documents déposés par Vivendi auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (www.amf-france.org) ou directement auprès de Vivendi. Le présent communiqué de presse contient des

informations prospectives qui ne peuvent s'apprécier qu'au jour de sa diffusion. Vivendi ne prend aucun engagement de compléter, mettre à jour ou modifier ces déclarations prospectives en raison d'une information nouvelle, d'un 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

Relations Investisseurs

Paris

Xavier Le Roy

+33 (0) 1 71 71 18 77

Nathalie Pellet

+33 (0) 1 71 71 11 24

CONFERENCE ANALYSTES & INVESTISSEURS

Intervenants :

Arnaud de Puyfontaine

Président du Directoire

François Laroze

Membre du Directoire et Directeur Financier

Date : 27 juillet 2023

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 :

- USA : +1 786 697 3501
- France : +33 (0) 1 7037 7166
- Royaume-Uni (Standard International Access) : +44 (0) 33 0551 0200
- Mot de passe : **Vivendi**

Sur notre site **www.vivendi.com** seront disponibles les numéros pour le service de ré-écoute (14 jours), un service de web cast audio et les « slides » de la présentation.

ANNEXE I
VIVENDI
COMPTE DE RÉSULTAT CONDENSÉ
(IFRS, non audité)

	Semestres clos le 30 juin		% de variation
	2023	2022	
CHIFFRE D'AFFAIRES	4 698	4 529	+ 3,7%
Coût des ventes	(2 537)	(2 431)	
Charges administratives et commerciales hors amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(1 778)	(1 730)	
Charges de restructuration	(4)	(5)	
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence opérationnelles	65	49	
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)*	444	412	+ 7,7%
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(40)	(39)	
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL (EBIT)	404	373	+ 8,1%
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence non opérationnelles	(60)	(235)	
Coût du financement	15	(14)	
Produits perçus des investissements financiers	67	40	
Autres charges et produits financiers	(56)	488	
	26	514	
Résultat des activités avant impôt	370	652	
Impôt sur les résultats	(133)	(124)	
Résultat net des activités poursuivies	237	528	
Résultat net des activités cédées	(33)	(6)	
Résultat net	204	522	- 60,9%
Intérêts minoritaires	(30)	(31)	
RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE	174	491	- 64,6%
<i>dont résultat net des activités poursuivies, part du groupe</i>	<i>207</i>	<i>497</i>	
<i>résultat net des activités cédées ou en cours de cession, part du groupe</i>	<i>(33)</i>	<i>(6)</i>	
Résultat net, part du groupe par action (en euros)	0,17	0,47	
Résultat net, part du groupe dilué par action (en euros)	0,17	0,47	
Résultat net ajusté*	324	58	x 5,6
Résultat net ajusté par action (en euros)*	0,32	0,06	
Résultat net ajusté dilué par action (en euros)*	0,32	0,06	

Données en millions d'euros, sauf données par action.

na: non applicable.

*Mesures à caractère non strictement comptable.

Pour rappel, compte tenu du projet de cession d'Editis et en application de la norme IFRS 5 - *Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées*, Editis est présenté dans le compte de résultat consolidé de Vivendi comme une activité en cours de cession. En pratique, les produits et charges d'Editis ont été traités de la manière suivante :

- leur contribution, le cas échéant, à chaque ligne du compte de résultat consolidé de Vivendi (avant intérêts minoritaires) est regroupée sur la ligne « Résultat net des activités cédées ou en cours de cession » ;
- conformément à la norme IFRS 5, ces retraitements sont appliqués à l'ensemble des périodes présentées afin de rendre l'information homogène ;
- la quote-part de résultat net est exclue du résultat net ajusté de Vivendi.

Les retraitements des données telles que publiées au titre du premier semestre clos le 30 juin 2022 sont présentés dans la note 23 de l'annexe aux états financiers condensés du premier semestre clos le 30 juin 2023 au sein du Rapport financier semestriel 2023.

Le résultat opérationnel ajusté (EBITA – *adjusted earnings before interest and income taxes*) et le résultat net ajusté, mesures à caractère strictement comptable, doivent être considérés comme des informations complémentaires, qui ne peuvent se substituer à toute mesure des performances opérationnelles et financières du groupe à caractère strictement comptable et Vivendi considère qu'ils sont des indicateurs pertinents des performances opérationnelles et financières du groupe. La Direction de Vivendi utilise le résultat opérationnel ajusté (EBITA) et le résultat net ajusté dans un but informatif, de gestion et de planification car ils permettent d'exclure la plupart des éléments non opérationnels et non récurrents de la mesure de la performance des métiers.

Pour toute information complémentaire, se référer au document « Rapport financier semestriel 2023 » qui sera mis en ligne ultérieurement sur le site internet de Vivendi (www.vivendi.com).

ANNEXE I (suite)
VIVENDI
COMPTE DE RÉSULTAT CONDENSÉ
(IFRS, non audité)

Réconciliation du résultat net, part du groupe au résultat net ajusté

(en millions d'euros)	Semestres clos le 30 juin	
	2023	2022
Résultat net, part du groupe (a)	174	491
<i>Ajustements</i>		
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises (a)	40	39
Amortissement des actifs incorporels liés aux sociétés mises en équivalence non opérationnelles	9	30
Autres charges et produits financiers (a)	56	(488)
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession (a)	33	6
Impôt sur les ajustements	14	(19)
Intérêts minoritaires sur les ajustements	(2)	(1)
Résultat net ajusté	324	58

a. Tels que présentés au compte de résultat condensé.

Compte de résultat ajusté

(en millions d'euros)	Semestres clos le 30 juin		% de variation
	2023	2022	
Chiffre d'affaires	4 698	4 529	+ 3,7%
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)	444	412	+ 7,7%
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence non opérationnelles	(51)	(205)	
Coût du financement	15	(14)	
Produits perçus des investissements financiers	67	40	
Résultat des activités avant impôt ajusté	475	233	x 2,0
Impôt sur les résultats	(119)	(143)	
Résultat net ajusté avant intérêts minoritaires	356	90	
Intérêts minoritaires	(32)	(32)	
Résultat net ajusté	324	58	x 5,6

ANNEXE II
VIVENDI
CHIFFRE D'AFFAIRES ET RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ PAR MÉTIER
(IFRS, non audité)

(en millions d'euros)	Semestres clos le 30 juin		% de variation	% de variation à taux de change constants	% de variation à taux de change et périmètre constants
	2023	2022			
Chiffre d'affaires					
Groupe Canal+	2 959	2 873	+3,0%	+3,1%	+2,3%
Havas	1 318	1 257	+4,9%	+5,0%	+4,2%
Prisma Media	153	164	-6,8%	-6,8%	-6,8%
Gameloft	139	120	+15,8%	+15,5%	+15,5%
Vivendi Village	81	76	+6,5%	+7,0%	+10,2%
Nouvelles Initiatives	66	54	+22,9%	+22,9%	+22,9%
Générosité et solidarité	1	1			
Eliminations des opérations intersegment	(19)	(16)			
Total Vivendi	4 698	4 529	+3,7%	+3,9%	+3,2%
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)					
Groupe Canal+	337	337	-	-	-1,5%
Havas	118	112	+5,9%	+5,6%	+6,3%
Prisma Media	17	21	-18,2%	-18,2%	-18,2%
Gameloft	(12)	(16)			
Vivendi Village	7	(3)			
Nouvelles Initiatives	(22)	(22)			
Générosité et solidarité	(5)	(7)			
Corporate	(61)	(56)			
Sous-total EBITA des métiers	379	366	+3,5%	+3,0%	+2,5%
Quote-part de résultat d'Universal Music Group	39	66	-41,2%	-41,2%	-41,2%
Quote-part de résultat de Lagardère	26	(20)	na	na	na
Total Vivendi	444	412	+7,7%	+7,3%	+8,3%

na : non applicable.

ANNEXE II (suite)

VIVENDI

CHIFFRE D'AFFAIRES TRIMESTRIEL PAR MÉTIER (IFRS, non audité)

(en millions d'euros)	2023			
	1er trimestre clos le	2e trimestre clos le		
	31 mars	30 juin		
Chiffre d'affaires				
Groupe Canal+	1 478	1 481		
Havas	611	707		
Prisma Media	73	80		
Gameloft	71	68		
Vivendi Village	33	48		
Nouvelles Initiatives	31	35		
Générosité et Solidarité	1	-		
Eliminations des opérations intersegment	(8)	(11)		
Total Vivendi	2 290	2 408		

(en millions d'euros)	2022			
	1er trimestre clos le	2e trimestre clos le	3e trimestre clos le	4e trimestre clos le
	31 mars	30 juin	30 septembre	31 décembre
Chiffre d'affaires				
Groupe Canal+	1 446	1 427	1 419	1 578
Havas	591	666	665	843
Prisma Media	73	91	74	82
Gameloft	61	59	95	106
Vivendi Village	27	49	93	69
Nouvelles Initiatives	25	29	29	39
Générosité et Solidarité	1	-	1	1
Eliminations des opérations intersegment	(7)	(9)	(10)	(18)
Total Vivendi	2 217	2 312	2 366	2 700

ANNEXE III
VIVENDI
BILAN CONDENSÉ
(IFRS, non audité)

(en millions d'euros)	30 juin 2023 (non audité)	31 décembre 2022
ACTIF		
Ecarts d'acquisition	8 831	8 819
Actifs de contenus non courants	468	409
Autres immobilisations incorporelles	777	791
Immobilisations corporelles	981	975
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	556	605
Participations mises en équivalence	7 280	7 132
Actifs financiers non courants	2 626	2 315
Impôts différés	244	294
Actifs non courants	21 763	21 340
Stocks	215	240
Impôts courants	88	118
Actifs de contenus courants	676	973
Créances d'exploitation et autres	4 984	4 886
Actifs financiers courants	275	646
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 649	1 908
	7 887	8 771
Actifs des métiers cédés ou en cours de cession	628	1 169
Actifs courants	8 515	9 940
TOTAL ACTIF	30 278	31 280
CAPITAUX PROPRES ET PASSIF		
Capital	5 730	6 097
Primes d'émission	865	865
Actions d'autocontrôle	(242)	(1 101)
Réserves et autres	11 153	11 507
Capitaux propres attribuables aux actionnaires de Vivendi SE	17 506	17 368
Intérêts minoritaires	252	236
Capitaux propres	17 758	17 604
Provisions non courantes	649	642
Emprunts et autres passifs financiers à long terme	2 880	2 953
Impôts différés	445	463
Dettes locatives à long terme	560	622
Autres passifs non courants	18	37
Passifs non courants	4 552	4 717
Provisions courantes	269	343
Emprunts et autres passifs financiers à court terme	814	736
Dettes d'exploitation et autres	6 662	7 148
Dettes locatives à court terme	130	117
Impôts courants	93	51
	7 968	8 395
Passifs associés aux actifs des métiers cédés ou en cours de cession	-	564
Passifs courants	7 968	8 959
Total passif	12 520	13 676
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF	30 278	31 280

ANNEXE IV
VIVENDI
HAVAS : GAINS ET PRIX SIGNIFICATIFS

1. Principaux gains

Havas Media :

PNC Bank (USA), Santander (Brésil), The Home Depot (Mexique), Lidl (Autriche), CCU (Argentine), Orange Digital (Espagne), Sun Life (Hong Kong), Glovo (Afrique du Sud), LG (Moyen-Orient), Nakheel (Moyen-Orient).

Havas Creative :

Danone (BETC et Havas Creative Network), Wayfair (Havas Chicago), NTT Data (Havas CX), Enterprise Holdings (Havas New York), Aéroports de Paris (Havas France), Alibaba (Havas Shanghai), Hilton (Havas Chicago), Banco Santander (BETC Sao Paulo), PNC Bank (Arnold Boston), Nespresso (Havas Switzerland), Toyota (Havas Events), Société Du Grand Paris (Havas Paris).

Havas Health & You :

Abbott, Amgen, AstraZeneca, CSL Vifor, HRA Pharma, Janssen, Novartis, Pfizer/Myovant, Renegade Therapeutics, Sarepta Therapeutics.

2. Principaux prix remportés par Havas

Havas a remporté 121 prix (contre 104 en 2022) dont 2 Grand Prix aux 4 des plus grands festivals de créativité :

Clio Awards :

53 prix : 9 Gold, 28 Silver et 16 Bronze.

D&AD Awards :

20 prix : 5 Gold, 4 Silver et 11 Bronze.

The One Show :

29 prix : 1 Grand Prix, 11 Gold, 6 Silver et 11 Bronze.

Cannes Lions :

19 prix : 1 Grand Prix, 7 Gold, 3 Silver et 8 Bronze.