

# vivendi

31 août,  
2017

# RÉSULTATS PREMIER SEMESTRE 2017

**IMPORTANT:**

Comptes non audités, établis selon les normes IFRS

Les investisseurs sont instamment priés de prendre connaissance de l'avertissement juridique à la fin de la présentation

**vivendi**

**ARNAUD DE PUYFONTAINE**

Président du Directoire

**POINT STRATÉGIQUE**

# PRINCIPALES RÉALISATIONS

## Performances financières solides

- **UMG** : transition en bonne voie grâce notamment à la forte croissance du streaming et des abonnements
- **Canal+** : le plan de transformation en France produit des résultats concrets

## Finalisation de l'acquisition d'une participation de 59,2% dans Havas

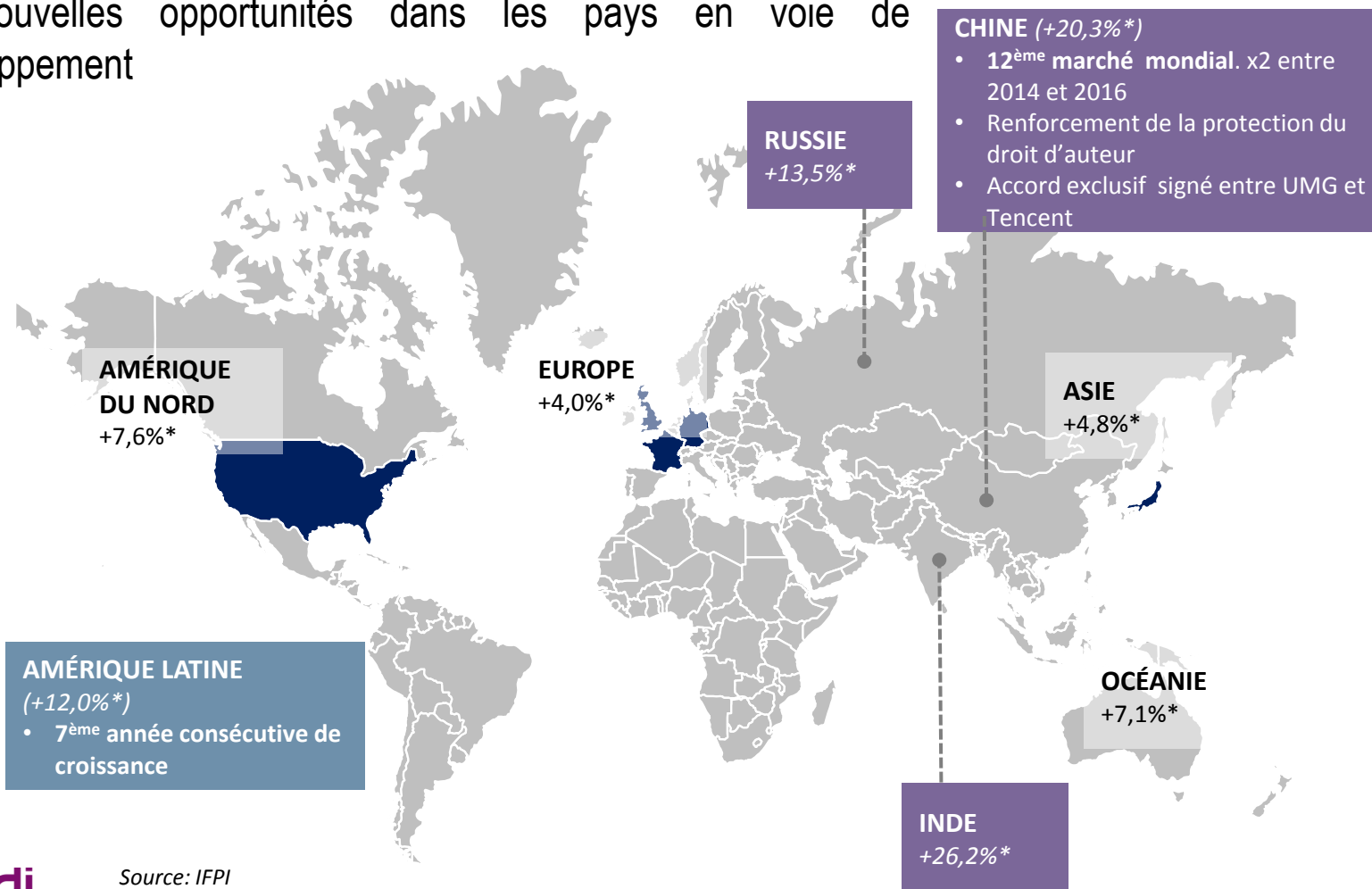
- Création d'une proposition de valeur unique

## Plan de transformation de Telecom Italia renforçant ses activités

- Des performances opérationnelles solides, créant les bases pour une relance du groupe

# UMG : LE MARCHÉ DE LA MUSIQUE EN TRANSITION

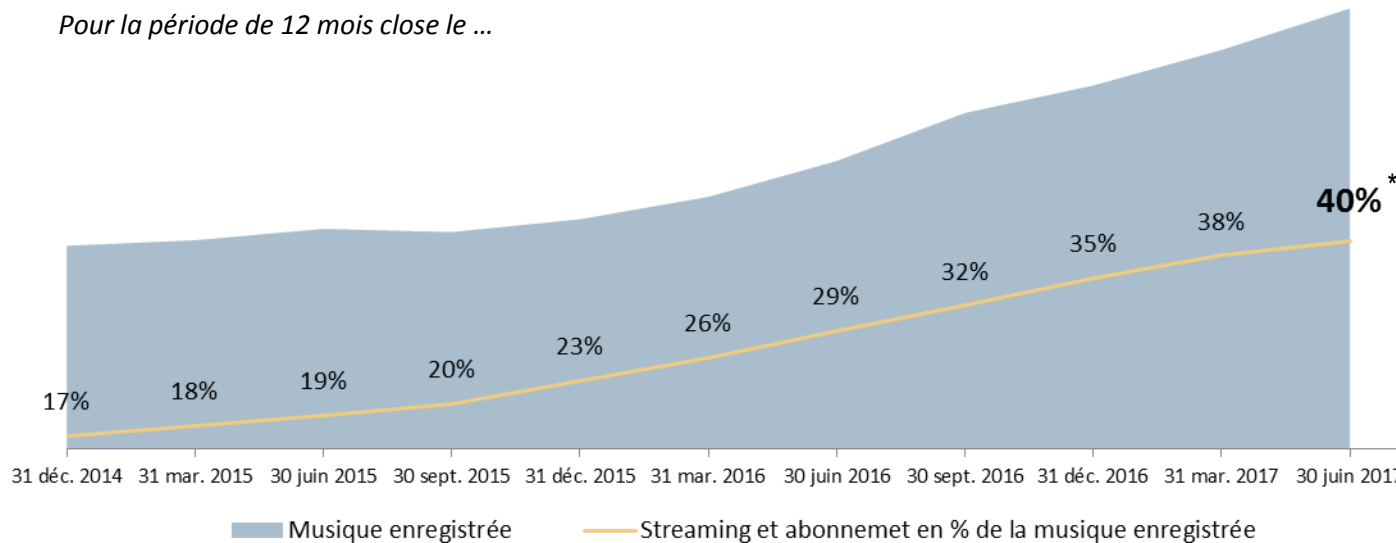
- De nombreux marchés majeurs de nouveau en croissance
- De nouvelles opportunités dans les pays en voie de développement



# UMG MÈNE LA TRANSITION

- Le chiffre d'affaires d'UMG croît rapidement grâce aux revenus des abonnements et du streaming, qui ont doublé depuis la fin 2015.

Pour la période de 12 mois close le ...



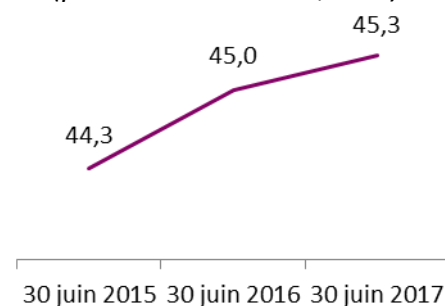
- A travers UMG et Vivendi Village, Vivendi investit également dans:
  - 17 festivals à travers le monde
  - Talents live
  - 2 salles de spectacle à Paris et les CanalOlympia en Afrique
  - Activités de billetterie

# CANAL+ : PLAN DE TRANSFORMATION CENTRÉ SUR LA CRÉATION DE VALEUR

## OFFRES DE DETAIL : centré sur la valeur

- Recrutements :
  - *2/3 des nouveaux abonnés prennent au moins un pack optionnel*
  - *L'ARPU pour les nouveaux abonnés aux nouvelles offres est supérieur à celui des offres précédentes*
  - *La plupart des nouveaux abonnés prennent un engagement de 24 mois*
- Base d'abonnés existante : Plus forte création de valeur via un meilleur équilibre entre ARPU et volume

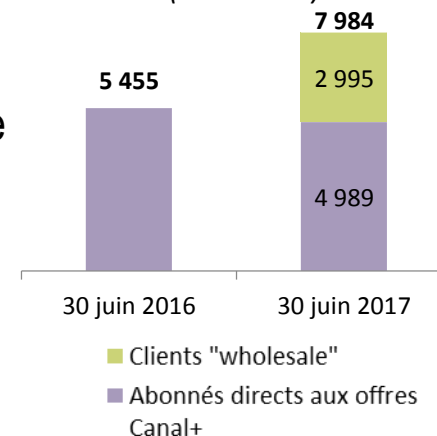
Évolution de l'ARPU\*  
(périodes de 12 mois, en €)



## OFFRES "WHOLESALE" : une audience plus large

- Pénétration plus importante de la marque Canal : 8M de clients\*\* ont accès à une offre Canal

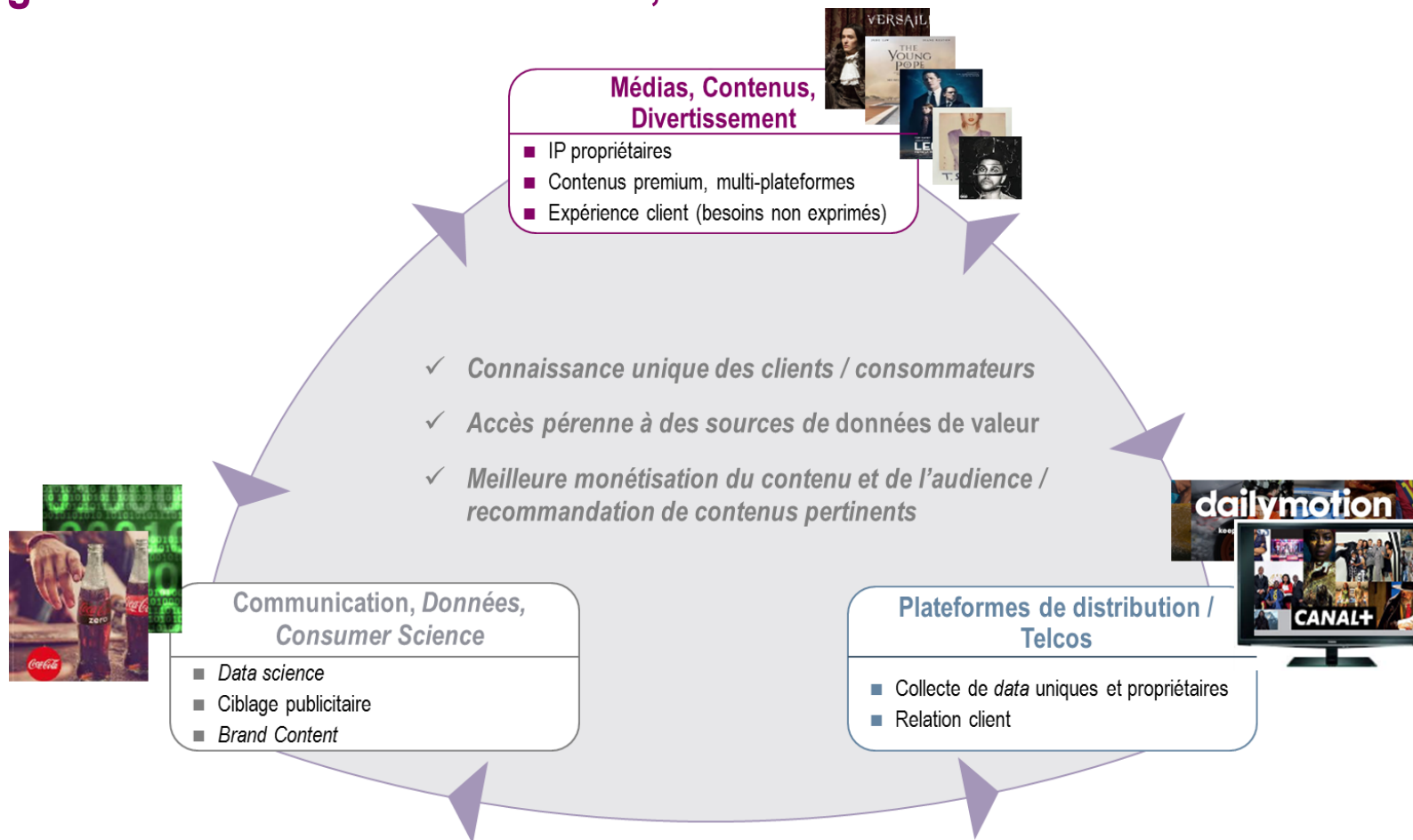
Clients Canal+\*\*  
(en milliers)



## Le plan d'optimisation des coûts est sur la bonne voie

# HAVAS : INTÉGRATION DEPUIS LE 3 JUILLET\*

## Convergence croissante entre contenu, distribution et communication



# VIVENDI / HAVAS : UN GROUPE INTÉGRÉ AVEC UNE PROPOSITION DE VALEUR UNIQUE

## Havas, catalyseur de création de valeur

- Meilleure monétisation des actifs de Vivendi via de nouvelles sources de revenus, de nouveaux usages et d'expériences inégalées autour des contenus, des plateformes de distribution, ainsi qu'autour des artistes et de leurs fans.

### Gestion des données

Meilleure compréhension des besoins et comportements des consommateurs

- Meilleure rétention
- Réduction des coûts d'acquisition
- Développement d'offres ciblées

Plateformes de gestion de données chez Canal+, Gameloft, Dailymotion

### « Brand content »

Maximiser la valeur des contenus et des artistes

Opportunités pour les marques de toucher des audiences diverses

- *UMG for brands*
- Soutien des talents
- Utilisation des catalogues pour les marques

### Publicité

Renforcer les collaborations et développer des solutions de publicité innovantes

- Programmatique
- Meilleure monétisation des inventaires publicitaires

Croissance géographique et commerciale



# TELECOM ITALIA

## Gouvernance

- Nomination le 1<sup>er</sup> juin d'Arnaud de Puyfontaine en tant que Président Exécutif du Conseil d'administration
- Nomination le 28 juillet d'Amos Genish en tant que Directeur Opérationnel (*Direttore Operativo*)

## Bons résultats opérationnels au 2<sup>ème</sup> trimestre 2017

- **En Italie**
  - *Croissance du chiffre d'affaires des services fixes pour la 1<sup>re</sup> fois depuis 10 ans*
  - *Croissance du chiffre d'affaires des services mobiles soutenue par de bonnes performances commerciales*
- **Au Brésil, confirmation de la tendance positive**
  - *Croissance du chiffre d'affaires de 3,2% en Q2 2017*
  - *Marge EBITDA en croissance de 3,7pts en Q2 2017 par rapport à Q2 2016*

**Proposition de joint venture avec Canal+ pour l'acquisition de droits de pay-TV, pour la co-production de séries et de films et d'autres activités.**

# PERSPECTIVES

## PERSPECTIVES POUR L'ANNÉE 2017 CONFIRMÉES

- **Le chiffre d'affaires devrait augmenter de plus de 5%\*. Grâce aux mesures prises en 2016, le résultat opérationnel ajusté (EBITA) devrait progresser de l'ordre de 25%\*. Le résultat opérationnel ajusté (EBITA) de Groupe Canal+ devrait atteindre environ 350M€ contre 240M€ sur l'exercice 2016.**

**vivendi**

**HERVE PHILIPPE**

Membre du Directoire et Directeur Financier

**RÉSULTATS FINANCIERS**

# PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION ET PRINCIPALES DEVISES

Le périmètre constant reflète les impacts de Thema America, Gameloft et Paddington.

Pour rappel, Thema America, Gameloft et Paddington sont consolidés respectivement depuis le 7 avril 2016, le 29 juin 2016 et le 30 juin 2016.

De plus, depuis 2017, les résultats de Flab Prod/Flab Presse ainsi que de Canal Factory sont présentés dans Canal+ Group / télévision gratuite ; en 2016, ils étaient présentés au sein des Nouvelles initiatives.

Banijay Group est comptabilisé selon la méthode de la mise en équivalence depuis le 23 février 2016,

		Moyenne S1 2017	Moyenne S1 2016	% Variation
EUR vs.	USD :	1,078	1,110	+ 2,9%
	GBP :	0,856	0,768	- 11,5%
	JPY :	122	127	+ 4,0%

# CHIFFRES CLÉS A FIN JUIN 2017

	S1 2017	% Variation	% Variation organique*
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>5 437 M€</b>	<b>+ 7,8 %</b>	<b>+ 4,8 %</b>
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)	352 M€	- 9,2 %	- 11,0 %
EBIT	362 M€	- 31,5 %	
<b>Résultat net ajusté</b>	<b>320 M€</b>	<b>+ 12,0 %</b>	
Trésorerie nette	500 M€	vs. 1 068 M€ fin 2016	

# CHIFFRES CLÉS DU T1 ET DU T2

	T1 2017	% Variation	% Variation organique*	T2 2017	% Variation	% Variation organique*
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 663 M€</b>	<b>+ 6,9 %</b>	<b>+ 3,4 %</b>	<b>2 774 M€</b>	<b>+ 8,7 %</b>	<b>+ 6,2 %</b>
<i>UMG</i>	<i>1 284 M€</i>	<i>+ 14,8 %</i>	<i>+ 12,7 %</i>	<i>1 382 M€</i>	<i>+ 15,5 %</i>	<i>+ 15,2 %</i>
<i>Groupe Canal+</i>	<i>1 278 M€</i>	<i>- 3,8 %</i>	<i>- 3,5 %</i>	<i>1 290 M€</i>	<i>- 1,6 %</i>	<i>- 1,3 %</i>
<b>Résultat opérationnel ajusté (EBITA)</b>	<b>149 M€</b>	<b>- 29,9 %</b>	<b>- 34,0 %</b>	<b>203 M€</b>	<b>+ 16,0 %</b>	<b>+ 17,1 %</b>
<i>UMG</i>	<i>134 M€</i>	<i>+ 71,3 %</i>	<i>+ 65,7 %</i>	<i>152 M€</i>	<i>+ 53,8 %</i>	<i>+ 52,5 %</i>
<i>Groupe Canal+</i>	<i>57 M€</i>	<i>- 66,3 %</i>	<i>- 67,5 %</i>	<i>114 M€</i>	<i>- 3,8 %</i>	<i>- 5,5 %</i>

# UNIVERSAL MUSIC GROUP



En millions d'euros - IFRS	S1 2016	S1 2017	Variation	Périmètre et change constants *
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 315</b>	<b>2 666</b>	<b>+ 15,2%</b>	<b>+ 14,0%</b>
Musique enregistrée	1 832	2 141	+ 16,8%	+ 15,6%
Édition musicale	361	400	+ 10,9%	+ 9,2%
Merchandising et autres	134	135	+ 1,1%	+ 2,2%
Élimination des opérations intersegment	(12)	(10)		
<b>Résultat Opérationnel Courant (ROC)</b>	<b>217</b>	<b>311</b>	<b>+ 43,3%</b>	<b>+ 40,8%</b>
Marge ROC	9,4%	11,7%	+2,3 pts	
Charges relatives aux rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres dénoués par émission d'actions	(1)	(7)		
Autres éléments d'ajustements exclus du Résultat opérationnel courant (ROC) (dont coûts de restructuration)	(39)	(18)		
<b>EBITA</b>	<b>177</b>	<b>286</b>	<b>+ 61,6%</b>	<b>+ 58,4%</b>

## FAITS MARQUANTS

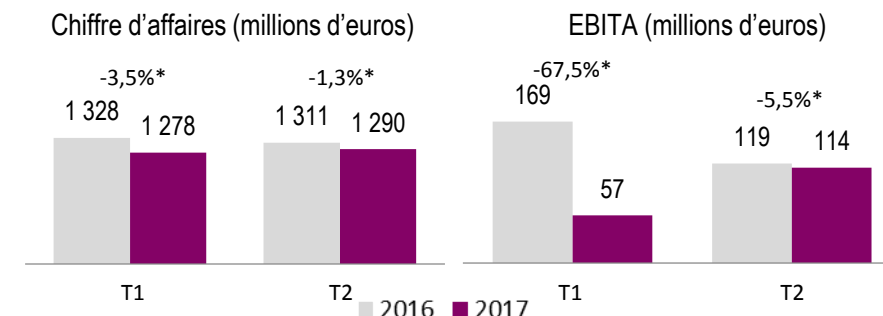
- Excellentes performances au S1 2017 avec une croissance de 14%\* du chiffre d'affaires.
- Revenus de la musique enregistrée en hausse de 15,6%\*, grâce à l'augmentation continue des abonnements et du streaming et au calendrier de sorties.
  - Bonne performance au S1 2017 des nouvelles sorties de Drake, Kendrick Lamar, The Beatles (Édition du 50e anniversaire de 'Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band') et Helene Fischer.
  - Le T2 2017 a bénéficié d'un revenu provenant d'un règlement de redevances digitales.
- Abonnements et streaming en hausse d'environ 45%\*, au S1 2017 comparé au S1 2016, alors que les revenus de téléchargements sont en baisse d'environ 18%\*. Les ventes physiques du S1 2017 ont bénéficié d'un calendrier de sorties favorable.
- Les revenus d'édition musicale ont progressé de 9,2%\* grâce à la croissance du digital, de la synchronisation et des revenus liés aux concerts.
- Merchandising et autres revenus en hausse de 2,2%\* en raison de fortes ventes retail.
- ROC en hausse de 40,8%\* principalement en raison de la croissance du chiffre d'affaires.
- Charges de restructuration de 15 M€ au S1 2017 comparé à 34 M€ au S1 2016.

# GROUPE CANAL+



En millions d'euros - IFRS	S1 2016	S1 2017	Variation	Périmètre et change constants*
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 639</b>	<b>2 568</b>	<b>- 2,7%</b>	<b>- 2,4%</b>
TV payante France métropolitaine	1 627	1 542	- 5,3%	- 5,3%
TV payante International	709	753	+ 6,2%	+ 6,6%
<i>dont Afrique</i>	215	252	+ 17,6%	+ 22,1%
TV gratuite France métropolitaine	114	100	- 12,3%	- 12,3%
Studiocanal	189	173	- 8,1%	- 6,3%
<b>Résultat Opérationnel Courant (ROC)</b>	<b>297</b>	<b>186</b>	<b>- 37,3%</b>	<b>- 38,6%</b>
<i>Marge ROC</i>	11,3%	7,2%	-4,1 pts	
Charges relatives aux rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres dénoués par émission d'actions	(2)	(3)		
Autres éléments d'ajustements exclus du Résultat opérationnel courant (ROC) (dont coûts de restructuration)	(7)	(12)		
<b>EBITA</b>	<b>288</b>	<b>171</b>	<b>- 40,5%</b>	<b>- 41,9%</b>

## FAITS MARQUANTS



- Amélioration séquentielle, en ligne avec la cible de 350 M€ d'EBITA pour l'année 2017
- Chiffre d'affaires en baisse de 2,4%\*:
  - Baisse de la TV payante en France métropolitaine liée à la diminution du nombre moyen d'abonnés individuels et au recul des revenus publicitaires suite à la réduction de la fenêtre en clair. Le S1 2017 a bénéficié des revenus générés par les accords « wholesale ».
  - Poursuite des bonnes performances des activités internationales, principalement en Afrique avec +22,1%\* de croissance.
  - TV gratuite en baisse de 12,3% par rapport au S1 2016, en raison de la restructuration de CNews ainsi qu'aux sanctions imposées par le régulateur à C8.
- Au S1 2017, le ROC a diminué de -111 M€ vs S1 2016. Au T2 2017, le ROC est resté stable.
- Charges de restructuration : 21 M€ en S1 2017 contre 14 M€ en S1 2016.



# GAMELOFT



En millions d'euros - IFRS	S1 2016	S1 2017	Variation	Périmètre et change constants*
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>125</b>	<b>130</b>	<b>+ 4%</b>	<b>+ 3%</b>
<i>dont revenus publicitaires</i>	7	17	+ 128%	
<b>Résultats opérationnel courant (ROC)</b>	<b>(2)</b>	<b>2</b>		
Charges relatives aux rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres dénoués par émission d'actions		(1)		
Autres éléments d'ajustements exclus du Résultat opérationnel courant (ROC) (dont coûts de restructuration)		(2)		
<b>EBITA</b>		<b>(1)</b>		

## FAITS MARQUANTS

- Gameloft est consolidé depuis le 29 juin 2016. S1 2016 est présenté uniquement à titre de comparaison.
- Au S1 2017, Gameloft a sorti 6 nouveaux jeux dont : Gangstar New Orleans, N.O.V.A. Legacy, City Mania et Asphalt Street Storm Racing.
- Le chiffre d'affaires en hausse de 3%\* au S1 2017 grâce à :
  - La bonne performance du catalogue;
  - La forte croissance des revenus publicitaires qui ont atteint 17 M€ (+128% vs S1 2016). Au S1 2017, les revenus publicitaires représentent 13% des revenus de Gameloft.

# TICKETING - LIVE - DAILYMOTION - STUDIO+...

- Vivendi Village et Nouvelles initiatives investissent dans de nouveaux projets pour le bénéfice de l'ensemble du Groupe.

## VIVENDI VILLAGE

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	S1 2016	S1 2017	Variation	Périmètre et change constants *
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>54</b>	<b>56</b>	<b>+ 3,9%</b>	<b>+ 3,3%</b>
dont Vivendi Ticketing	25	27	+ 8,5%	+ 16,5%
MyBestPro	12	13	+ 7,3%	+ 7,3%
<b>Résultat Opérationnel Courant (ROC)</b>	<b>(8)</b>	<b>(7)</b>	<b>+ 9,2%</b>	<b>+ 32,9%</b>
<b>EBITA</b>	<b>(4)</b>	<b>(9)</b>		

## NOUVELLES INITIATIVES

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	S1 2016	S1 2017	Variation	Périmètre et change constants *
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>58</b>	<b>23</b>	<b>- 60,3%</b>	<b>- 38,6%</b>
dont Dailymotion	37	22	- 40,7%	- 40,7%
<b>Résultat Opérationnel Courant (ROC)</b>	<b>(17)</b>	<b>(38)</b>		
<b>EBITA</b>	<b>(24)</b>	<b>(38)</b>	<b>- 59,4%</b>	<b>- 59,4%</b>

- Bonnes performances du Ticketing et de MyBestPro.
- Développement de nouvelles activités dans le live et les festivals.
- Accélération du déploiement des salles CanalOlympia.
- Le T1 2016 bénéficiait d'un élément positif non récurrent.

- Investissements dans le repositionnement de Dailymotion ainsi que dans les contenus chez Studio+.
- Le nouveau modèle de Dailymotion a été lancé en juillet.

# CORPORATE

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	S1 2016	S1 2017	Variation	Périmètre et change constants *
<b>Résultat Opérationnel Courant (ROC)</b>	(49)	(53)		
<b>EBITA</b>	(50)	(57)		

## FAITS MARQUANTS

- Frais juridiques plus élevés relatifs au règlement de litiges passé (Class action et litige fiscal).
- Coûts associés au déploiement du Groupe en Italie.

# COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	S1 2016	S1 2017	%
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>5 044</b>	<b>5 437</b>	<b>+ 7,8%</b>
<b>Résultat Opérationnel Courant - ROC</b>	<b>440</b>	<b>401</b>	<b>- 9,0%</b>
<b>Résultat opérationnel ajusté - EBITA</b>	<b>387</b>	<b>352</b>	<b>- 9,2%</b>
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(110)	(65)	
Reprise de provision au titre des litiges securities class action et Liberty Media aux États-Unis	240	27	
Quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence	12	48	
<b>Résultat opérationnel (EBIT)</b>	<b>529</b>	<b>362</b>	<b>- 31,5%</b>
Coût du financement	(17)	(25)	
Produits perçus des investissements financiers	22	15	
Autres produits et charges financiers	535	(35)	
Impôt sur les résultats	(135)	(124)	
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>934</b>	<b>193</b>	
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	(2)	-	
Intérêts minoritaires	(21)	(17)	
<b>Résultat net, part du groupe</b>	<b>911</b>	<b>176</b>	<b>- 80,7%</b>
<b>Résultat net ajusté**</b>	<b>286</b>	<b>320</b>	<b>+ 12,0%</b>

# BILAN CONSOLIDÉ

En millions d'euros

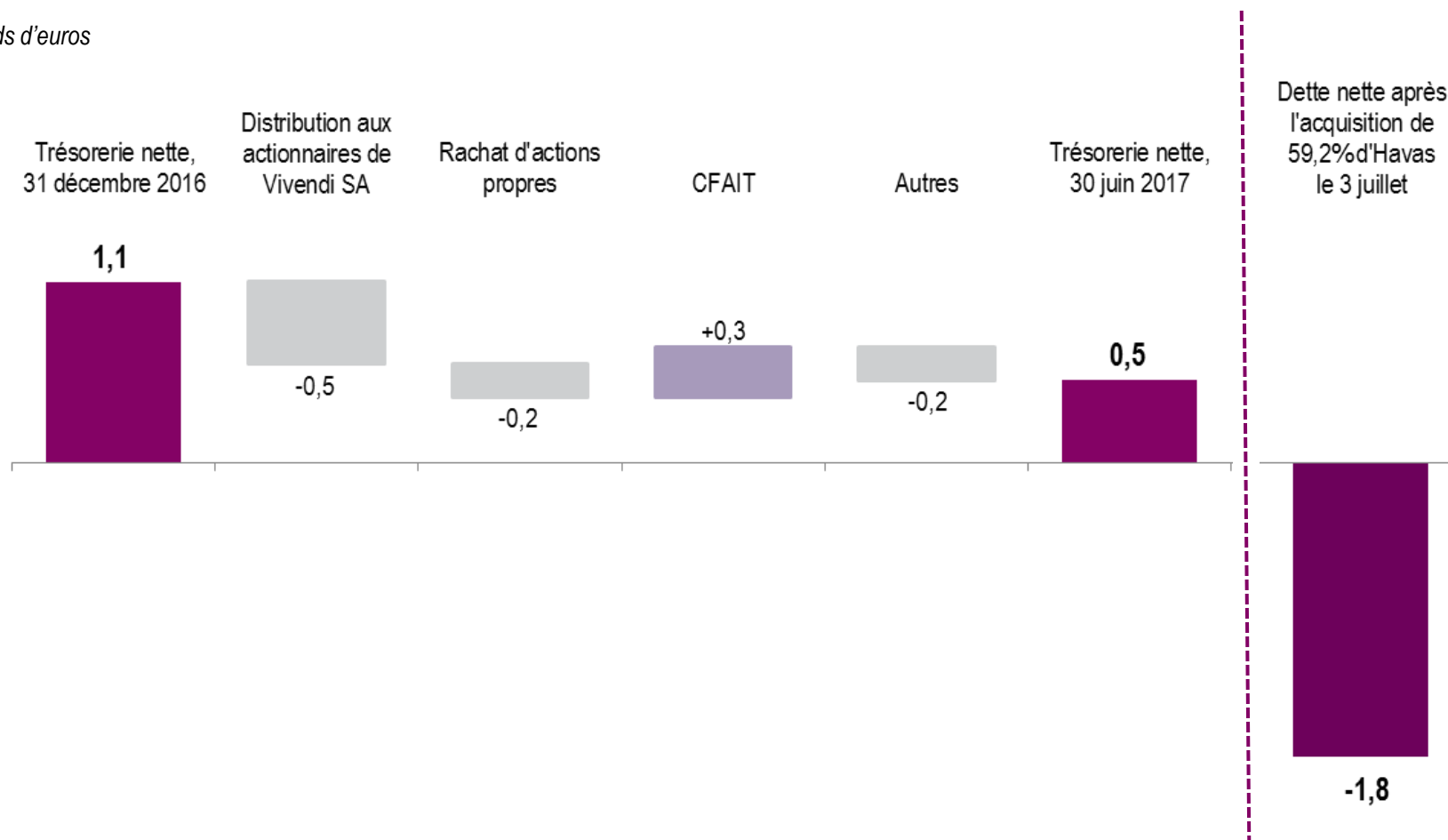
Actifs	31 décembre 2016	30 juin 2017	Passif et capitaux propres	31 décembre 2016	30 juin 2017
Goodwill	10 987	10 469	Capitaux propres consolidés (*)	19 612	18 856
Immobilisations corporelles et incorporelles	4 204	3 955	Provisions	2 141	2 216
Actifs financiers	8 341	8 731	Besoin en fonds de roulement et autres	2 873	2 555
Actifs d'impôts différés, net	26	-	Passifs d'impôts différés, net	-	28
Position nette de trésorerie	1 068	500			
<b>Total</b>	<b>24 626</b>	<b>23 655</b>	<b>Total</b>	<b>24 626</b>	<b>23 655</b>

# CASH FLOW DES OPÉRATIONS (CFFO)

CFFO avant capex, net			En millions d'euros	CFFO		
S1 2016	S1 2017	Variation		S1 2016	S1 2017	Variation
116	83	- 28,6%	Universal Music Group	93	58	- 37,4%
381	142	- 62,6%	Groupe Canal+	303	69	- 77,2%
-	13	na	Gameloft	-	10	na
2	(14)		Vivendi Village	(2)	(21)	
(26)	(27)		Nouvelles Initiatives	(31)	(32)	
(73)	(74)		Corporate	(73)	(74)	
<b>400</b>	<b>123</b>	<b>- 69,2%</b>	<b>Total Vivendi</b>	<b>290</b>	<b>10</b>	<b>- 96,5%</b>

# TRÉSORERIE NETTE À FIN JUIN 2017

En milliards d'euros



## ANNEXES

Détails des métiers :	pages 25-28
Détails des Résultats Financiers de Vivendi :	pages 30-35
Glossaire & Avertissements juridiques :	pages 37-38



# UNIVERSAL MUSIC GROUP



En millions d'euros - IFRS	S1 2017	Périmètre et change constants*
Musique enregistrée	2 141	+ 15,6%
Ventes physiques	484	- 1,8%
Ventes numériques	1 315	+ 25,4%
<i>dont Streaming et abonnement</i>	962	+ 45,1%
Redevances et autres	342	+ 10,4%
Edition musicale	400	+ 9,2%
Merchandising et autres	135	+ 2,2%
Elimination des opérations intersegment	(10)	
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 666</b>	<b>+ 14,0%</b>

CA de la musique enregistrée	S1 2016	S1 2017
Amérique du Nord	802	1 023
Europe	659	674
Asie	229	278
Amérique latine	62	75
Reste du monde	80	91
<b>Musique enregistrée</b>	<b>1 832</b>	<b>2 141</b>

Musique enregistrée : Meilleures ventes**	
S1 2016	S1 2017
Drake	Drake
Justin Bieber	Kendrick Lamar
Rihanna	The Beatles
Ariana Grande	The Weeknd
The Weeknd	Moana OST

SORTIES ATTENDUES EN 2017 ***	
Beck	Madonna (live +dvd)
Carla Bruni - France	Niall Horan
Dreams Come True - Japon	Nolwenn Leroy - France
Florent Pagny - France	Pearl Jam (live)
Jack Johnson	Shania Twain
Liam Payne	Taylor Swift
Masaharu Fukuyama - Japon	

\* Voir détails page 12.

\*\* Basés sur les revenus.

\*\*\* Liste non exhaustive du programme de sortie, susceptible d'être modifiée.

# GROUPE CANAL+



En milliers	30 juin 2016	30 juin 2017	Variation
<b>Abonnés individuels</b>	<b>11 182</b>	<b>14 020</b>	<b>+ 2 838</b>
<b>France métropolitaine</b>	<b>5 455</b>	<b>7 984</b>	<b>+ 2 529</b>
Abonnés directs aux offres Canal+	5 455	4 989	- 466
Via les partenariats avec les opérateurs télécoms	na	2 995	+ 2 995
<b>International</b>	<b>5 727</b>	<b>6 036</b>	<b>+ 309</b>
Pologne	2 101	2 102	+ 1
Outre-mer	502	510	+ 8
Afrique	2 222	2 713	+ 491
Vietnam	902	711	- 191

France Métropolitaine	S1 2016	S1 2017	Variation
Taux de résiliation (%)**	15,4%	17,6%	+ 2,2pt
ARPU par abonné (€) ***	45,0 €	45,3 €	+ 0,3 €

TV gratuite - part d'audience ****	S1 2016	S1 2017	Variation
C8	4,9%	4,7%	- 0,2pt
Cstar	1,5%	1,5%	-
Cnews	0,9%	0,6%	- 0,3pt
<b>TOTAL</b>	<b>7,3%</b>	<b>6,8%</b>	<b>- 0,5pt</b>

Chiffre d'affaires En milliers d'euros - IFRS	S1 2016	S1 2017	Périmètre et change constants*
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 639</b>	<b>2 568</b>	<b>- 2,4%</b>
TV payante France métropolitaine	1 627	1 542	- 5,3%
TV payante International	709	753	+ 6,6%
dont Pologne	246	251	+ 0,5%
Outre-mer	205	204	- 0,4%
Afrique	215	252	+ 22,1%
Vietnam	24	23	- 6,5%
Autres	19	23	+ 4,5%
TV gratuite France métropolitaine	114	100	- 12,3%
Studiocanal	189	173	- 6,3%

\* Voir détails page 12.

\*\* Churn par abonné individuel avec engagement sur une période de 12 mois, excluant les clients via les partenariats avec les opérateurs télécoms.

\*\*\* ARPU net par abonné individuel avec engagement, excluant les clients via les partenariats avec les opérateurs télécoms.

\*\*\*\* Source: Médiamétrie - Population 25-49 ans.

# GAMELOFT



## Chiffre d'affaires par zone géographique

S1 2016    S1 2017

Europe, Moyen Orient, Afrique	34%	33%
Asie Pacifique	31%	28%
Amérique du Nord	22%	27%
Amérique Latine	13%	12%

## Nombre de joueurs moyen sur smartphones (en million)

S1 2016    S1 2017

Mensuel (MAU)	148	134
Quotidien (DAU)	18	16

## PROCHAINS LANCEMENTS\*



**Modern Combat Versus®**  
Genre : Tir à la 1<sup>re</sup> personne  
Sortie : T3 2017



**War Planet Online**  
Genre : MMO RTS  
Sortie : T3 2017



**Dead Rivals™**  
Genre : MMORPG  
Sortie : T4 2017



**Paddington™**  
Genre : Casual  
Sortie : T4 2017

# VIVENDI : RÉSULTATS S1 2017 - PRO-FORMA

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	Vivendi publié	Havas publié retraité (a)	Ajustements (b)	Élimination des opérations	Vivendi Pro forma
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>5 437</b>	<b>1 108</b>	-	<b>(29)</b>	<b>6 516</b>
<b>Résultat Opérationnel Courant - ROC</b>	<b>401</b>	<b>108</b>	-	-	<b>509</b>
<b>Résultat opérationnel ajusté - EBITA</b>	<b>352</b>	<b>99</b>	-	-	<b>451</b>
<b>% du chiffre d'affaires</b>	<b>6,5%</b>	<b>8,9%</b>			<b>6,9%</b>
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(65)	(1)	-	-	(66)
Reprise de provision au titre du litige securities class action aux Etats-Unis	27	-	-	-	27
Quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence	48	-	-	-	48
<b>Résultat opérationnel (EBIT)</b>	<b>362</b>	<b>98</b>	-	-	<b>460</b>
Coût du financement	(25)	(8)	(5)	-	(38)
Produits perçus des investissements financiers	15	-	-	-	15
Autres produits et charges financiers	(35)	(12)	na	-	(47)
Impôt sur les résultats	(124)	(21)	1	-	(144)
Intérêts minoritaires	(17)	(3)	-	-	(20)
<b>Résultat net, part du groupe</b>	<b>176</b>	<b>54</b>	<b>(4)</b>	-	<b>226</b>
<b>Résultat net ajusté</b>	<b>320</b>	<b>67</b>	<b>(4)</b>	-	<b>383</b>

- a. Afin d'harmoniser la présentation du compte de résultat avec Vivendi, les données comptables publiées par Havas le 25 août 2017 (résultats du premier semestre clos le 30 juin 2017) ont été retraitées.
- b. Les retraitements sont liés pour l'essentiel aux moindres produits de placements, aux frais liés à l'acquisition et aux impôts sur ces retraitements.
- c. Correspond principalement à l'élimination des opérations intersegment entre Havas et les autres secteurs opérationnels du groupe Vivendi sur la période, essentiellement les entités de Groupe Canal+.

# DÉTAILS DES RÉSULTATS FINANCIERS

# CHIFFRE D'AFFAIRES / EBITDA / EBITA

T2 2016	T2 2017	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *	Chiffre d'affaires En millions d'euros - IFRS	S1 2016	S1 2017	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *
1 196	1 382	+ 15,5%	+ 15,2%	+ 15,2%	Universal Music Group	2 315	2 666	+ 15,2%	+ 14,0%	+ 14,0%
1 311	1 290	- 1,6%	- 1,3%	- 1,3%	Groupe Canal+	2 639	2 568	- 2,7%	- 2,3%	- 2,4%
-	62	na	na	na	Gameloft	-	130	na	na	na
29	30	+ 4,1%	+ 9,3%	+ 3,1%	Vivendi Village	54	56	+ 3,9%	+ 7,9%	+ 3,3%
28	13				Nouvelles Initiatives	58	23			
(11)	(3)				Elimination des opérations intersegment	(22)	(6)			
<b>2 553</b>	<b>2 774</b>	<b>+ 8,7%</b>	<b>+ 8,7%</b>	<b>+ 6,2%</b>	<b>Total Vivendi</b>	<b>5 044</b>	<b>5 437</b>	<b>+ 7,8%</b>	<b>+ 7,5%</b>	<b>+ 4,8%</b>
T2 2016	T2 2017	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *	EBITDA En millions d'euros	S1 2016	S1 2017	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *
128	177	+ 38,0%	+ 37,9%	+ 37,9%	Universal Music Group	241	329	+ 36,5%	+ 34,8%	+ 34,8%
191	188	- 1,5%	- 2,6%	- 2,6%	Groupe Canal+	416	300	- 28,0%	- 29,0%	- 28,9%
-	(2)	na	na	na	Gameloft	-	4	na	na	na
(2)	(1)				Vivendi Village	(5)	(3)			
(11)	(17)				Nouvelles Initiatives	(19)	(32)			
(25)	(32)				Corporate	(51)	(56)			
<b>281</b>	<b>313</b>	<b>+ 11,6%</b>	<b>+ 12,4%</b>	<b>+ 11,7%</b>	<b>Total Vivendi</b>	<b>582</b>	<b>542</b>	<b>- 6,8%</b>	<b>- 7,7%</b>	<b>- 8,7%</b>
T2 2016	T2 2017	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *	EBITA En millions d'euros	S1 2016	S1 2017	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *
98	152	+ 53,8%	+ 52,5%	+ 52,5%	Universal Music Group	177	286	+ 61,6%	+ 58,4%	+ 58,4%
119	114	- 3,8%	- 5,5%	- 5,5%	Groupe Canal+	288	171	- 40,5%	- 42,0%	- 41,9%
-	(4)	na	na	na	Gameloft	-	(1)	na	na	na
(4)	(5)				Vivendi Village	(4)	(9)			
(14)	(22)				Nouvelles Initiatives	(24)	(38)			
(25)	(32)				Corporate	(50)	(57)			
<b>174</b>	<b>203</b>	<b>+ 16,0%</b>	<b>+ 16,4%</b>	<b>+ 17,1%</b>	<b>Total Vivendi</b>	<b>387</b>	<b>352</b>	<b>- 9,2%</b>	<b>- 11,0%</b>	<b>- 11,0%</b>

# CHIFFRE D'AFFAIRES / ROC/ EBITA

T2 2016	T2 2017	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *	Chiffre d'affaires En millions d'euros - IFRS	S1 2016	S1 2017	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *
1 196	1 382	+ 15,5%	+ 15,2%	+ 15,2%	Universal Music Group	2 315	2 666	+ 15,2%	+ 14,0%	+ 14,0%
1 311	1 290	- 1,6%	- 1,3%	- 1,3%	Groupe Canal+	2 639	2 568	- 2,7%	- 2,3%	- 2,4%
-	62	na	na	na	Gameloft	-	130	na	na	na
29	30	+ 4,1%	+ 9,3%	+ 3,1%	Vivendi Village	54	56	+ 3,9%	+ 7,9%	+ 3,3%
28	13				Nouvelles Initiatives	58	23			
(11)	(3)				Elimination des opérations intersegment	(22)	(6)			
<b>2 553</b>	<b>2 774</b>	<b>+ 8,7%</b>	<b>+ 8,7%</b>	<b>+ 6,2%</b>	<b>Total Vivendi</b>	<b>5 044</b>	<b>5 437</b>	<b>+ 7,8%</b>	<b>+ 7,5%</b>	<b>+ 4,8%</b>

T2 2016	T2 2017	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *	Résultat Opérationnel Courant En millions d'euros	S1 2016	S1 2017	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *
115	170	+ 48,4%	+ 47,6%	+ 47,6%	Universal Music Group	217	311	+ 43,3%	+ 40,8%	+ 40,8%
133	135	+ 1,9%	+ 0,4%	+ 0,4%	Groupe Canal+	297	186	- 37,3%	- 38,8%	- 38,6%
-	(2)	na	na	na	Gameloft	-	2	na	na	na
(4)	(3)				Vivendi Village	(8)	(7)			
(8)	(22)				Nouvelles Initiatives	(17)	(38)			
(24)	(30)				Corporate	(49)	(53)			
<b>212</b>	<b>248</b>	<b>+ 16,5%</b>	<b>+ 17,1%</b>	<b>+ 16,9%</b>	<b>Total Vivendi</b>	<b>440</b>	<b>401</b>	<b>- 9,0%</b>	<b>- 10,6%</b>	<b>- 11,1%</b>

T2 2016	T2 2017	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *	EBITA En millions d'euros	S1 2016	S1 2017	Variation	Change constant	Périmètre et change constants *
98	152	+ 53,8%	+ 52,5%	+ 52,5%	Universal Music Group	177	286	+ 61,6%	+ 58,4%	+ 58,4%
119	114	- 3,8%	- 5,5%	- 5,5%	Groupe Canal+	288	171	- 40,5%	- 42,0%	- 41,9%
-	(4)	na	na	na	Gameloft	-	(1)	na	na	na
(4)	(5)				Vivendi Village	(4)	(9)			
(14)	(22)				Nouvelles Initiatives	(24)	(38)			
(25)	(32)				Corporate	(50)	(57)			
<b>174</b>	<b>203</b>	<b>+ 16,0%</b>	<b>+ 16,4%</b>	<b>+ 17,1%</b>	<b>Total Vivendi</b>	<b>387</b>	<b>352</b>	<b>- 9,2%</b>	<b>- 11,0%</b>	<b>- 11,0%</b>

# TELECOM ITALIA

## Informations financières de Telecom Italia

<i>En millions d'euros</i>	T4 2015	T4 2016	T1 2016	T1 2017	T2 2016	T2 2017
<b>Chiffre d'affaires</b>	4 841	5 086	4 440	4 819	4 656	4 953
<i>Variation organique</i>		+0,6%		+2,6%		+3,7%
<b>EBITDA</b>	1 384	2 124	1 712	1 990	2 014	2 124
<i>Variation organique</i>		+5,1%		+8,1%		+6,1%
<b>Résultat net, part du groupe</b>	(437)	313	433	200	585	396

## Quote-part de résultat de Telecom Italia\*

<i>En millions d'euros</i>	T1 2016	T1 2017	T2 2016	T2 2017	S1 2016	S1 2017
<b>Quote-part de résultat net</b>	(11)	54	68	34	57	88
<b>Impact des dividendes payés aux porteurs d'actions sans droit de vote (<i>saving shares</i>)</b>	-	(7)	(8)	(7)	(8)	(14)
<b>Impact sur le résultat net ajusté de Vivendi</b>	(11)	47	60	27	49	74
<b>Amortissement des actifs incorporels liés à l'allocation du prix d'acquisition</b>	-	(15)	(26)	(15)	(26)	(30)
<b>Impact sur le résultat net de Vivendi</b>	(11)	32	34	12	23	44
		→ +43		→ -22		→ +21



# COÛT DU FINANCEMENT & IMPÔTS

<i>En millions d'euros (sauf mention contraire) – IFRS</i>	S1 2016	S1 2017
<b>Coût du financement</b>	<b>(17)</b>	<b>(25)</b>
Charges d'intérêt sur les emprunts	(28)	(35)
<i>Coût moyen de la dette financière brute (%)</i>	2,32%	1,92%
<i>Dette financière brute moyenne (en milliards d'euros)</i>	2,5	3,6
Produits d'intérêt des placements de la trésorerie	11	10
<i>Rémunération moyenne des placements (%)</i>	0,33%	0,44%
<i>Encours moyen des placements (en milliards d'euros)</i>	7,1	4,5

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	S1 2016		S1 2017	
	Résultat Net Ajusté	Résultat Net	Résultat Net Ajusté	Résultat Net
Incidence des régimes de l'intégration fiscale de Vivendi SA et du bénéfice mondial consolidé	6	3	19	(6)
Charge d'impôt	(124)	(138)	(98)	(118)
<b>Impôt sur les résultats</b>	<b>(118)</b>	<b>(135)</b>	<b>(79)</b>	<b>(124)</b>
<i>Taux effectif d'impôt</i>	<b>30,2%</b>		<b>23,0%</b>	
<b>Impôts (payés) / reçus</b>	<b>(219)</b>		<b>375</b>	

# RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE AU RÉSULTAT NET AJUSTÉ

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	S1 2016	S1 2017
<b>Résultat net, part du groupe (*)</b>	<b>911</b>	<b>176</b>
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	110	65
Reprises de provision au titre des litiges securities class action et Liberty Media aux États-Unis	(240)	(27)
Amortissement des actifs incorporels liés aux sociétés mises en équivalence	26	30
Autres produits et charges financiers	(535)	35
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession (*)	2	-
Impôts sur les ajustements	17	45
Intérêts minoritaires sur les ajustements	(5)	(4)
<b>Résultat net ajusté</b>	<b>286</b>	<b>320</b>

# RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

<i>En millions d'euros - IFRS</i>	S1 2016	S1 2017
<b>Résultat opérationnel (EBIT)</b>	<b>529</b>	<b>362</b>
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	110	65
Reprise de provision au titre de la "Class Action" et du litige Liberty Media aux États-Unis	(240)	(27)
Quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence	(12)	(48)
<b>EBITA</b>	<b>387</b>	<b>352</b>
Charges relatives aux rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres dénoués par émission d'actions	5	15
Autres éléments d'ajustements exclus du Résultat opérationnel courant (ROC) (dont coûts de restructuration)	48	34
<b>Résultat Opérationnel Courant - ROC</b>	<b>440</b>	<b>401</b>

## GLOSSAIRE ET AVERTISSEMENTS JURIDIQUES

# GLOSSAIRE

Les mesures à caractère non strictement comptable définies ci-dessous doivent être considérées comme une information complémentaire qui ne peut se substituer à toute mesure des performances opérationnelles et financières à caractère strictement comptable et Vivendi considère qu'ils sont des indicateurs pertinents des performances opérationnelles et financières du groupe. De plus, il convient de souligner que d'autres sociétés peuvent définir et calculer ces indicateurs de manière différente. Il se peut donc que les indicateurs utilisés par Vivendi ne puissent être directement comparés à ceux d'autres sociétés.

**Résultat opérationnel ajusté (EBITA) :** selon la définition de Vivendi, l'EBITA de Vivendi correspond au résultat opérationnel (défini comme la différence entre les charges et les produits, à l'exception de ceux résultant des activités financières, des activités cédées ou en cours de cession et de l'impôt) avant les amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises, les dépréciations des écarts d'acquisition et autres actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises, la quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence et aux opérations avec les actionnaires (sauf lorsqu'elles sont directement comptabilisées en capitaux propres).

**Résultat opérationnel courant (ROC) :** Selon la définition de Vivendi, le résultat opérationnel courant (ROC) correspond au résultat opérationnel ajusté (EBITA), avant l'incidence des rémunérations fondées sur des instruments de capitaux propres dénoués par émissions d'actions et certains éléments non récurrents en raison de leur caractère inhabituel et particulièrement significatif.

**Résultat net ajusté** comprend les éléments suivants : le Résultat opérationnel ajusté (EBITA), la quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence, le coût du financement, les produits perçus des investissements financiers, ainsi que les impôts et les intérêts minoritaires relatifs à ces éléments. Il n'intègre pas les éléments suivants : les amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises et aux sociétés mises en équivalence, les dépréciations des écarts d'acquisition et autres actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises, les autres produits et charges liés aux opérations d'investissements financiers et aux opérations avec les actionnaires (sauf lorsqu'elles sont directement comptabilisées en capitaux propres), les autres charges et produits financiers, le résultat net des activités cédées ou en cours de cession, l'impôt sur les résultats et les intérêts minoritaires relatifs à ces éléments, ainsi que certains éléments d'impôt non récurrents (en particulier, la variation des actifs d'impôt différé liés aux régimes de l'intégration fiscale de Vivendi SA et du bénéfice mondial consolidé, et le retournement des passifs d'impôt afférents à des risques éteints sur la période).

**Cash flow opérationnel (CFFO) :** flux nets de trésorerie provenant des activités opérationnelles, après les investissements industriels nets et les dividendes reçus des sociétés mises en équivalence et des participations non consolidées mais avant les impôts payés.

**Cash flow opérationnel après intérêts et impôts (CFAIT) :** flux nets de trésorerie provenant des activités opérationnelles, après les investissements industriels nets et les dividendes reçus des sociétés mises en équivalence, des participations non consolidées, et après intérêts et impôts payés.

**Investissements industriels, nets (Capex, net) :** sorties nettes de trésorerie liées aux acquisitions et aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles.

**Position nette de trésorerie :** La position nette de trésorerie est calculé comme la somme des emprunts et autres passifs financiers, à court et à long termes, minorés de la trésorerie et des équivalents de trésorerie ainsi que des instruments financiers dérivés à l'actif et des dépôts en numéraire adossés à des emprunts.

Les pourcentages d'évolution indiqués dans ce document sont calculés par rapport à la même période de l'exercice précédent, sauf mention particulière.

# AVERTISSEMENTS JURIDIQUES IMPORTANTS / CONTACTS

## Déclarations prospectives

Cette présentation contient des déclarations prospectives relatives à la situation financière, aux résultats des opérations, aux métiers, à la stratégie et aux perspectives de Vivendi ainsi qu'aux impacts de certaines opérations et le paiement des dividendes et des distributions ainsi que les 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.amf-france.org](http://www.amf-france.org)) ou directement auprès de Vivendi. De plus, les risques spécifiques à Havas sont décrits dans leur Rapport Annuel 2016 disponible sur le site d'Havas ([www.havas.com](http://www.havas.com)). 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.

## Équipe Relations Investisseurs

Laurent Mairot	+33.1.71.71.35.13	<a href="mailto:laurent.mairot@vivendi.com">laurent.mairot@vivendi.com</a>
Julien Dellys	+33.1.71.71.13.30	<a href="mailto:julien.dellys@vivendi.com">julien.dellys@vivendi.com</a>

Pour toute information financière ou commerciale, veuillez consulter notre site Relations Investisseurs à l'adresse : <http://www.vivendi.com>