

Paris, le 28 juillet 2022

## Vivendi : bons résultats opérationnels au premier semestre 2022

- **Chiffre d'affaires** de 4,873 milliards d'euros, en progression de 10,9 % et 5,4 % en organique par rapport au premier semestre 2021 :
  - Progression de Groupe Canal+, notamment porté par l'international
  - Très bonne dynamique d'Havas Group sur l'ensemble du semestre
  - Intégration réussie de Prisma Media<sup>1</sup>
- **EBITA** de 412 millions d'euros, en augmentation de 31,5 % par rapport au premier semestre 2021, grâce notamment à la contribution de Groupe Canal+, à la progression d'Havas Group et à l'intégration de Prisma Media<sup>1</sup>
- **Résultat net part du groupe** de 491 millions d'euros, en hausse de 0,5 % par rapport au premier semestre 2021
- **Pour éviter les problèmes potentiels de concentration avec le groupe Lagardère, Vivendi va étudier un projet de cession de sa filiale Editis dans son intégralité principalement via une distribution-cotation**

**Yannick Bolloré**, Président du Conseil de surveillance de Vivendi, a indiqué : « je tiens à remercier tous nos clients pour leur confiance et l'ensemble des équipes dont le travail nous permet d'afficher aujourd'hui de bons résultats semestriels. Ces chiffres sont la preuve tangible du bien-fondé de la stratégie mise en œuvre par le Groupe.

Celle-ci repose sur un travail de transformation mené par l'ensemble de nos métiers pour adapter leur modèle économique aux évolutions de la consommation, à l'environnement concurrentiel et aux technologies émergentes.

Nous entendons également poursuivre notre développement à l'international. Havas Group y réalise déjà 80 % de son chiffre d'affaires et le Groupe Canal+ 40 %. Le projet de rapprochement avec le groupe Lagardère s'inscrit dans cette perspective. Notre objectif est d'atteindre une taille mondiale critique pour construire un modèle efficace et durable face aux mouvements de consolidation mondiaux et au poids croissant des grandes plateformes.

---

<sup>1</sup> Vivendi consolide Prisma Media par intégration globale depuis le 1er juin 2021.

*Notre troisième pilier stratégique vise à une intégration plus forte de nos activités qui travaillent déjà beaucoup ensemble sur de nombreux projets. Le nouveau Directoire mis en place le 24 juin dernier, et la création d'un Comité exécutif, traduisent cette volonté d'associer étroitement nos métiers et leurs dirigeants opérationnels. L'avenir de Vivendi n'en sera que meilleur. »*

**Arnaud de Puyfontaine**, Président du Directoire de Vivendi, a ajouté : « nos métiers ont continué à faire preuve d'une très forte résilience au premier semestre, comme le reflète tout particulièrement la croissance de 31,5 % de l'EBITA.

*Le Groupe Canal+ a poursuivi son développement à l'international via plusieurs opérations et a renforcé son offre de contenus, en remportant notamment 100 % des compétitions européennes de l'UEFA et en sécurisant d'autres droits sportifs majeurs sur le long terme. La performance remarquable d'Havas Group sur l'ensemble du semestre et pour ses trois divisions doit être saluée.*

*Notre modèle économique et nos marques à forte notoriété apportent de la solidité et de la récurrence à notre chiffre d'affaires et à notre performance opérationnelle, comme l'ont démontré les chiffres du premier semestre.*

*Par ailleurs, le Directoire a proposé d'étudier un projet de cession d'Editis via principalement une distribution aux actionnaires de Vivendi et une cotation à Euronext Paris. Ce projet, s'il se réalisait, permettrait de préserver l'intégrité du deuxième groupe d'édition français et de lui donner tous les moyens nécessaires pour poursuivre son développement.*

*Les forces de notre Groupe, nos talents ainsi que notre actionnariat familial de long terme, qui nous confère stabilité et agilité, sont d'importants atouts qui nous permettront de traverser avec confiance les incertitudes liées à la situation macro-économique et géopolitique. »*

### ➤ **Analyse des résultats**

*Ce communiqué présente des résultats condensés du premier semestre 2022, non audités, établis selon les normes IFRS, arrêtés par le Directoire de Vivendi du 25 juillet 2022, examinés par le Comité d'audit du 26 juillet 2022 et par le Conseil de surveillance du 28 juillet 2022.*

### **Chiffres d'affaires**

**Au premier semestre 2022**, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 4 873 millions d'euros, en augmentation de 10,9 % par rapport au premier semestre 2021, grâce principalement à la très bonne dynamique d'Havas Group (+209 millions d'euros) ainsi qu'à la progression de Groupe Canal+ (+91 millions d'euros) et au rebond de Vivendi Village (+53 millions d'euros). Elle comprend également la contribution de Prisma Media (+135 millions d'euros), consolidé sur six mois au premier semestre 2022, contre un mois au premier semestre 2021<sup>1</sup>.

A taux de change et périmètre constants<sup>2</sup>, le chiffre d'affaires de Vivendi progresse de 5,4 % par rapport au premier semestre 2021. Cette augmentation résulte principalement de la très bonne dynamique d'Havas Group (+11,8 %) ainsi que de la hausse de Groupe Canal+ (+2,2 %) et du rebond de Vivendi Village (x2,9).

---

<sup>2</sup> Le périmètre constant permet notamment de retraiter les impacts de Prisma Media consolidée depuis le 1er juin 2021, ainsi que la mise en équivalence de Lagardère à compter du 1er juillet 2021 et d'Universal Music Group à compter du 23 septembre 2021.

**Au deuxième trimestre 2022**, le chiffre d'affaires de Vivendi s'élève à 2 496 millions d'euros, en augmentation de 8,6 % par rapport au deuxième trimestre 2021 grâce principalement à la très bonne dynamique d'Havas Group (+120 millions d'euros) et au rebond de Vivendi Village (+33 millions d'euros), partiellement compensés par le recul d'Editis (-25 millions d'euros) alors que Groupe Canal+ reste stable. Elle intègre, en outre, la contribution de Prisma Media (+62 millions d'euros), consolidé sur trois mois au deuxième trimestre 2022, contre un mois au deuxième trimestre 2021<sup>1</sup>.

A taux de change et périmètre constants<sup>2</sup>, le chiffre d'affaires de Vivendi progresse de 3,1 % par rapport au deuxième trimestre 2021. Cette augmentation résulte principalement de la très bonne dynamique d'Havas Group (+12,3 %) et de Vivendi Village (x2,6), malgré le ralentissement de Groupe Canal+ (-1,3 %) et d'Editis (-11,9 %) sur le trimestre.

## Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel ajusté (EBITA) s'élève à 412 millions d'euros, en hausse de 31,5 % par rapport au premier semestre 2021, principalement grâce à la progression d'Havas Group (+24 millions d'euros) et à la contribution de Prisma Media<sup>1</sup> (+17 millions d'euros). L'EBITA des métiers (entités contrôlées à 100 %) progresse de 16,9 %.

L'EBITA comprend la quote-part dans le résultat net d'Universal Music Group (UMG) (66 millions d'euros) et de Lagardère (-20 millions d'euros), mises en équivalence à compter respectivement du 23 septembre 2021 et du 1er juillet 2021 (aucune contribution au premier semestre 2021).

À taux de change et périmètre constants<sup>2</sup>, l'EBITA augmente de 27,8 % par rapport au premier semestre 2021, et l'EBITA des métiers de 6,9 % par rapport au premier semestre 2021.

## EBIT

Le résultat opérationnel (EBIT) s'élève à 372 millions d'euros, en augmentation de 29,0 % par rapport au premier semestre 2021. Il comprend les amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises qui s'élèvent à 40 millions d'euros, contre 24 millions d'euros au premier semestre 2021.

## 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 représente une charge de -235 millions d'euros<sup>3</sup> (contre une charge de -38 millions d'euros au premier semestre 2021). Ce montant correspond à la quote-part dans le résultat net en provenance de Telecom Italia calculée sur la base des informations financières publiées par Telecom Italia (correspondant au quatrième trimestre de l'exercice précédent et au premier trimestre de l'exercice en cours compte tenu du décalage d'un trimestre).

## Résultat financier

Le coût du financement s'élève à 15 millions d'euros, contre 11 millions d'euros sur le premier semestre 2021.

**Les produits perçus des investissements financiers** s'élèvent à 40 millions d'euros, contre 116 millions d'euros au premier semestre 2021. **Les autres charges et produits financiers** sont un produit net de 486 millions d'euros, contre une charge nette de 79 millions d'euros au premier semestre 2021. Au premier semestre 2022, ils intègrent la plus-value de cession de 526 millions d'euros réalisée sur l'apport de la participation dans Banijay Group Holding à FL Entertainment préalablement à l'entrée en bourse de cette dernière le 1<sup>er</sup> juillet 2022.

---

<sup>3</sup> Pour une information détaillée, se reporter à la note 12.2 de l'annexe aux états financiers condensés du premier semestre clos le 30 juin 2022 qui sera mis en ligne ultérieurement sur le site internet de Vivendi ([www.vivendi.com](http://www.vivendi.com)).

## **Impôt**

L'impôt dans le résultat net est une charge nette de 126 millions d'euros, contre 132 millions d'euros au premier semestre 2021.

## **Intérêts minoritaires**

La part du résultat net revenant aux intérêts minoritaires s'élève à 31 millions d'euros (contre 109 millions d'euros au premier semestre 2021, dont les intérêts minoritaires d'UMG pour 82 millions d'euros).

## **Résultat net, part du groupe**

Le résultat net, part du groupe est un bénéfice de 491 millions d'euros (0,47 euro par action de base), contre 488 millions d'euros au premier semestre 2021 (0,45 euro par action de base). Au premier semestre 2022, il intègre la progression du résultat opérationnel ajusté (+99 millions d'euros) et la plus-value de cession sur l'apport de la participation dans Banijay Group Holding à FL Entertainment (+526 millions d'euros), partiellement compensées par le fort recul de la quote-part de résultat de Telecom Italia mis en équivalence (-197 millions d'euros). En outre, sur le premier semestre 2021, il comprenait la contribution d'Universal Music Group (370 millions d'euros, après minoritaires) et le dividende exceptionnel de Mediaset (102 millions d'euros).

## **Résultat net ajusté**

Le résultat net ajusté est un bénéfice de 54 millions d'euros (0,05 euro par action de base), contre 271 millions d'euros au premier semestre 2021 (0,25 euro par action de base). La progression du résultat opérationnel ajusté (+99 millions d'euros) est plus que compensée par le fort recul de la quote-part de résultat de Telecom Italia mis en équivalence (-197 millions d'euros). Pour mémoire, au premier semestre 2021, il intégrait le dividende exceptionnel de Mediaset pour 102 millions d'euros.

### **➤ Liquidité**

Au cours du premier semestre 2022, la situation de trésorerie de Vivendi passe d'une position nette de trésorerie de 348 millions d'euros au 31 décembre 2021 à un endettement financier net de -776 millions d'euros au 30 juin 2022, en raison principalement des investissements réalisés au premier semestre 2022, en particulier l'offre publique d'achat (OPA) sur Lagardère.

Vivendi dispose, par ailleurs, de capacités de financement importantes. Au 30 juin 2022, les lignes de crédit confirmées du Groupe étaient disponibles à hauteur de 2,8 milliards d'euros.

### **➤ Lagardère**

A la clôture de l'OPA sur Lagardère, qui s'est déroulée du 14 avril au 20 mai puis du 27 mai au 9 juin 2022, Vivendi détient 80 943 768 actions Lagardère, représentant autant de droits de vote, soit 57,35 % du capital et 48,03 % des droits de vote théoriques<sup>4</sup>. Ce résultat définitif ne confère toutefois à Vivendi que 22,78 % des droits de vote<sup>4</sup> dans l'attente de l'autorisation de la prise de contrôle de Lagardère par les autorités de concurrence. 31 184 281 actions représentant 22,10 % du capital de Lagardère ont été présentées à la branche subsidiaire de l'OPA. Ces actions recevront autant de droits de cession exerçables au prix de 24,10 euros jusqu'au 15 décembre 2023.

Arnaud Lagardère et Vivendi ont exprimé leur volonté de conserver l'intégrité du groupe Lagardère et de lui donner les moyens de se développer.

---

<sup>4</sup> Sur la base du nombre d'actions et de droits de vote théoriques de Lagardère au 30 juin 2022.

### ➤ **Vivendi va étudier la cession d'Editis**

Pour éviter les problèmes potentiels de concentration avec le groupe Lagardère, Vivendi va étudier un projet de cession de sa filiale Editis dans son intégralité.

Vivendi envisage de procéder à cette opération principalement par la distribution d'actions Editis aux actionnaires de Vivendi et leur admission concomitante sur le marché d'Euronext à Paris.

Editis, acquis fin janvier 2019 par Vivendi, est le deuxième acteur français de l'édition, présent sur l'ensemble des segments du marché (littérature, livre de poche, éducation et distribution). Editis a réalisé en 2021 un chiffre d'affaires de 856 millions d'euros et un EBITA de 51 millions d'euros, ses effectifs sont d'environ 2 400 personnes.

Pour pouvoir le cas échéant être mis en œuvre, ce projet devra notamment être accepté par la Commission européenne et faire l'objet des procédures d'information-consultation des instances représentatives du personnel concernées.

Le Groupe Bolloré, actionnaire de référence de Vivendi, devrait céder l'ensemble des actions Editis ainsi reçues de manière à doter Editis d'un noyau actionnarial de référence et stable.

Ce projet, s'il se réalisait, permettrait à Editis de conserver son intégrité et son autonomie tout en bénéficiant de solides opportunités de croissance.

### ➤ **Retour aux actionnaires**

Le 26 avril 2022, le dividende ordinaire en numéraire de 0,25 euro par action versé au titre de l'exercice 2021 a été détaché (mis en paiement à compter du 28 avril 2022), ce qui correspond à un montant total distribué de 261 millions d'euros<sup>5</sup>.

Par ailleurs, au premier semestre 2022, les rachats d'actions ont totalisé 300 millions d'euros.

Vivendi détient à ce jour directement 81 millions de ses propres actions, soit 7,3 % de son capital social.

### ➤ **Nouvelle gouvernance de Vivendi**

Le Conseil de surveillance de Vivendi, qui s'est réuni le 19 mai 2022 sous la présidence de Yannick Bolloré, a ouvert un nouveau chapitre de l'histoire du Groupe, en nommant une nouvelle équipe autour d'Arnaud de Puyfontaine, Président du Directoire.

Le mandat du Directoire étant arrivé à échéance le 23 juin 2022, le nouveau Directoire a pris ses fonctions dès le lendemain pour une durée de quatre ans, jusqu'au 23 juin 2026. Pour l'accompagner dans la mise en œuvre de la stratégie du Groupe, le nouveau Directoire s'appuie désormais sur un Comité exécutif, auquel participent le Président et les membres du Directoire (cf. [communiqué de presse du 19 mai 2022](#)).

### ➤ **Fondation Vivendi**

Vivendi a décidé de la création de la Fondation Vivendi, présidée par Stéphane Roussel. La Fondation réunira les programmes de solidarité du Groupe, à l'image de Vivendi Create Joy et des partenariats associatifs en Europe et en Afrique.

Cette initiative s'inscrit dans l'ambition du Groupe de jouer un rôle positif pour la société dans son ensemble et de contribuer à améliorer le monde dans lequel nous vivons.

---

<sup>5</sup> Soit un dividende total de 22 361 millions d'euros au titre de l'exercice 2021, dont 22 100 millions d'euros à titre d'acompte sur dividende exceptionnel en nature et 261 millions d'euros à titre de dividende ordinaire en numéraire.

## ➤ Commentaires financiers sur les activités de Vivendi

### Groupe Canal+

Au premier semestre 2022, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'élève à 2 873 millions d'euros, en progression de 3,3 % par rapport au premier semestre 2021 (+2,2 % à taux de change et périmètre constants). Le portefeuille global d'abonnés (individuels et collectifs) atteint 23,9 millions, dont 9,6 millions en France métropolitaine, contre 22,4 millions au premier semestre 2021 (pro forma). Le parc d'abonnés en France métropolitaine progresse de nouveau et son chiffre d'affaires augmente de 3,7 % par rapport au premier semestre 2021. Le chiffre d'affaires à l'international progresse de 4,8 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier semestre 2021, grâce à une nouvelle hausse significative du parc d'abonnés.

Le chiffre d'affaires de Studiocanal recule de 23,5 % à taux de change et périmètre constants, malgré de très bonnes performances du catalogue et des sorties de films en salles, le recul provenant des séries TV après un premier semestre 2021 exceptionnel (*La Guerre des Mondes, Un Asunto Privado, Dos Vidas...*). Ce recul du chiffre d'affaires est sans impact sur l'EBITA.

L'EBITA de Groupe Canal+ s'élève à 337 millions d'euros, en hausse de 2,1 % (+0,4 % à taux de change et périmètre constants) par rapport au premier semestre 2021.

Au cours du premier semestre 2022, Groupe Canal+ a renforcé son offre de contenus et a poursuivi son développement à l'international :

- Le 24 janvier 2022, Groupe Canal+ a signé la nouvelle chronologie des médias, et peut désormais diffuser en France des films dès six mois après leur sortie en salles, contre douze mois en 2018.
- Le 15 février 2022, Groupe Canal+ et ViacomCBS ont annoncé un partenariat stratégique de long terme s'articulant autour, d'une part, de la distribution de Paramount+ d'ici à la fin de l'année et de neuf chaînes de ViacomCBS par Groupe Canal+, en France et en Suisse, et, d'autre part, de l'acquisition de contenus premium en exclusivité pour les chaînes et services de Groupe Canal+, couvrant plus de 30 territoires.
- Le 15 mars 2022, Groupe Canal+ a fait son entrée sur le marché autrichien en lançant sa plateforme de streaming en partenariat avec l'opérateur A1 Telekom Austria.
- Le 17 mars 2022, Groupe Canal+ a finalisé l'acquisition de 70 % de SPI International, un groupe de média international exploitant 42 chaînes de télévision et différentes plateformes digitales dans plus de 60 pays.
- Le 29 mars 2022, l'offre enrichie d'Arte.tv a rejoint l'offre Canal+ en France.
- Le 17 juin 2022, Studiocanal a acquis une participation majoritaire dans Dutch Filmworks, leader au Benelux de la distribution indépendante de longs métrages.

Enfin, le premier semestre 2022 a été marqué par la sécurisation de droits sportifs clés à long-terme :

- Le 6 avril 2022, Groupe Canal+ et Formula 1® ont annoncé un nouvel accord portant sur la diffusion en exclusivité sur Canal+ jusqu'en 2029 du Championnat du Monde de Formula 1® ;
- Le 29 juin 2022, Groupe Canal+ a remporté, pour la première fois, l'intégralité des compétitions européennes de football (UEFA Champions League, UEFA Europa League UEFA Europa Conference League), pour les saisons 2024/2025 à 2026/2027 ;
- De plus, après l'acquisition du World Padel Tour en novembre 2021, Groupe Canal+ a acquis le 5 juillet 2022 le circuit Premier Padel jusqu'en 2026, dans plus de 60 pays.

Ces droits viennent compléter une offre de sports riche sur Canal+, avec la Premier League sécurisée jusqu'en 2025, le Top 14 jusqu'en 2027, le MotoGP™ jusqu'en 2029 et le WRC (World Rally Championship) jusqu'en 2030.

## Havas Group

Après un bon premier trimestre 2022 affichant une croissance organique du revenu net<sup>6</sup> de 11,4 %, Havas Group continue d'enregistrer un niveau d'activité soutenu au deuxième trimestre 2022, à 642 millions d'euros de revenu net<sup>5</sup>, en croissance de 21,3 % par rapport au deuxième trimestre 2021, et en croissance organique de 11,5 %, et cela malgré une base de comparaison nettement moins favorable que l'année précédente (15,8 % de croissance organique au deuxième trimestre 2021, comparé à -0,8 % au premier trimestre 2021).

Au premier semestre 2022, le chiffre d'affaires d'Havas Group atteint 1 257 millions d'euros, en hausse de 19,9 % par rapport à la même période de 2021. Le revenu net s'établit à 1 206 millions d'euros, en progression de 19,8 % par rapport au premier semestre 2021. Cette croissance se décompose en : +11,5 % de croissance organique, +5,6 % d'effets de change et +2,7 % de contribution des acquisitions.

Cette excellente performance opérationnelle de mi-année résulte de la très bonne dynamique commerciale enregistrée ces derniers trimestres, pour les trois divisions : création, média et communication santé. Toutes les zones géographiques connaissent au premier semestre 2022 de très fortes performances organiques : l'Europe à +11,7 %, l'Amérique du Nord à +7,6 %, l'Asie-Pacifique à +10,7 % et le fort rebond en Amérique Latine à +47,7 %.

La contribution des acquisitions au premier semestre 2022 est significative en raison de l'accélération des prises de participations majoritaires dans cinq opérations ciblées, qui renforcent les expertises et la présence géographique d'Havas Group : Tinkle (Espagne et Portugal), Inviqa (Royaume-Uni et Allemagne), Search Laboratory (Royaume-Uni et Etats-Unis), Frontier Australia (Australie) et Front Networks (Chine).

A fin juin 2022, l'EBITA atteint 112 millions d'euros, en progression de 27,8 % grâce à une croissance organique solide et à une base de coûts toujours optimisée, et malgré une hausse significative des frais de personnel sur ce semestre.

Pour la liste des principaux gains et prix d'Havas Group du premier semestre 2022, se référer à l'Annexe IV.

## Editions

Au premier semestre 2022, le chiffre d'affaires d'Editions s'établit à 344 millions d'euros, en recul de 7,5 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période de 2021. Cette évolution est à rapprocher avec la baisse du marché de 5 %<sup>7</sup> par rapport à la même période de 2021. Elle est néanmoins à relativiser avec la croissance inédite de l'an dernier, le marché 2022 augmentant de 15 %<sup>7</sup> par rapport à 2019 et le chiffre d'affaires d'Editions progresse de près de 12 % par rapport à la même période de 2019.

Chez Editions, les segments du Tourisme et de la Bande dessinée surperforment le marché à fin juin 2022. A ce titre, Editions a créé deux nouvelles maisons d'édition dans le segment de la bande dessinée : sa 51<sup>ème</sup> maison d'édition sous la direction de Mourad Boudjellal et sa 52<sup>ème</sup>, Black River, dédiée aux comics. En outre, le 11 juillet 2022, Editions a annoncé lancer sa 53<sup>ème</sup> maison d'édition, Kotoon, dédiée aux Webtoons.

---

<sup>6</sup> Le revenu net correspond au chiffre d'affaires d'Havas Group après déduction des coûts refacturables aux clients.



Par ailleurs, en Littérature générale, Editis bénéficie du succès de plusieurs titres figurant parmi les meilleures ventes<sup>7</sup>, dont la nouveauté de Joël Dicker *L'affaire Alaska Sanders*, le lauréat du prix Goncourt 2021 *La plus secrète mémoire des hommes* de Mohamed Mbougar Sarr chez Philippe Rey qui continue de performer aux côtés des nouveautés 2022, ou encore *Lucia* thriller de Bernard Minier chez XO, *9. Noa* de Marc Levy chez Robert Laffont, *Labyrinthes* de Franck Thilliez chez Fleuve Editions ou *Paris-Briançon* de Philippe Besson chez Julliard.

Enfin, en acquérant en mai 2022 la société Educlever, qui compte parmi ses services les plateformes de soutien scolaire Maxicours et Enseigno, Editis conforte son ambition de devenir un acteur de référence en matière de transformation digitale, d'éducation et de formation.

Au premier semestre 2022, l'EBITA d'Editis est à l'équilibre, contre +10 millions d'euros à la même période de 2021 et -5 millions d'euros à la même période de 2019.

### Autres activités

Au premier semestre 2022, le chiffre d'affaires de **Prisma Media** s'élève à 164 millions d'euros, en hausse de 7,4 % par rapport à la même période de 2021 (proforma<sup>1</sup>), porté par la croissance du chiffre d'affaires du digital.

Les marques Prisma Media occupent des places de leader à la fin du premier semestre 2022 en audience digitale : Télé-Loisirs est numéro 1 de l'univers Entertainment avec une moyenne mensuelle de 20 millions de visiteurs uniques (VU) ; Capital numéro 1 de l'univers Economie avec 10 millions de VU, et Femme Actuelle prend la tête de l'univers féminin devant Le Journal des Femmes.

La marque Gala affiche une hausse spectaculaire sur Tiktok (+ de 300 000 abonnés au mois de mai), grâce notamment au succès du festival de Cannes. Gala confirme ainsi sa place de media leader européen sur Tiktok.

Enfin, Prisma Media affiche des résultats notables sur les réseaux sociaux. Au total, les marques comptabilisent près de 31,9 millions d'abonnements à fin juin 2022. Facebook reste le principal media social. Sur un an, les trois marques ayant connu la plus forte croissance de leur communauté sur les réseaux sociaux sont : Néon (+53 %), Ça m'intéresse (+52 %) et Gala (+50 %).

Au premier semestre 2022, le chiffre d'affaires de **Gameloft** s'établit à 120 millions d'euros, stable par rapport à la même période de 2021. La marge brute<sup>8</sup> progresse de près de 4 % et atteint 86 millions d'euros. Cette croissance dans un marché du jeu vidéo sur mobile en repli de 7 %<sup>9</sup> au premier semestre 2022 s'explique par le succès de l'offre Gameloft sur la plateforme d'abonnement Apple Arcade et par les solides performances de Gameloft for brands (plateformes publicitaires) et Gameloft Business Solutions (plateformes opérateurs et fabricants de téléphones,) en croissance respectivement de 27,8 % et de 7,5 %.

Une très forte saisonnalité est attendue sur l'exercice 2022, liée notamment aux sorties au second semestre de *Disney Dreamlight Valley* et *Disney Speedstorm*.

---

<sup>7</sup> Source : GfK – Market Intelligence – Panel livre – Top littérature générale en chiffre d'affaires – Cumul à date au 26 juin 2022.

<sup>8</sup> La marge brute correspond au chiffre d'affaires de Gameloft après déduction des coûts des ventes.

<sup>9</sup> Source : Sensor Tower.



Le chiffre d'affaires de **Vivendi Village**<sup>10</sup> s'élève à 76 millions d'euros au premier semestre 2022, contre 23 millions d'euros au premier semestre 2021 et 65 millions d'euros au premier semestre 2019.

L'activité est essentiellement portée par la billetterie qui représente 57 % du chiffre d'affaires de Vivendi Village sur la période. See Tickets a vendu 15 millions de billets à mi-année dans l'ensemble des territoires où il présente (Europe et Etats-Unis). De son côté, l'Olympia a retrouvé son rythme de croisière avec une moyenne de 23 spectacles par mois.

Au premier semestre 2022, le chiffre d'affaires de **Nouvelles Initiatives**, qui regroupe les entités Dailymotion et GVA, s'établit à 54 millions d'euros, en hausse de 42,6 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier semestre 2021.

Au premier semestre 2022, le chiffre d'affaires de **Dailymotion** augmente de 37,2 % par rapport au premier semestre 2021. Son audience progresse de 42 % par rapport à l'année dernière et atteint un sommet historique dans le monde (près de 1 milliard de vues par mois pour la France).

Cette croissance a été favorisée par la signature de nouveaux partenariats, en particulier avec TIME et Entravision aux Etats-Unis, One en Thaïlande, ACM en Australie, Allo Ciné, Jeuxvideo.com et Elle en France, ainsi que le Tour de Suisse, AS, Kent Online et Der Postillon en Europe. Les ventes programmatiques de publicité vidéo progressent de 63 % par rapport à l'année dernière sur la même période.

**Group Vivendi Africa** (GVA) est un opérateur FTTH (Fiber-To-The-Home ou fibre optique à domicile) spécialisé dans la fourniture d'accès internet à Très Haut Débit et implanté dans huit métropoles d'Afrique Sub-saharienne.

Les réseaux FTTH de GVA couvrent plus d'1,2 million de foyers et entreprises éligibles. Depuis le 1<sup>er</sup> semestre 2022, CanalBox est également disponible dans quatre nouvelles villes : Bobo-Dioulasso (Burkina Faso), Goma (RDC), Rubavu (Rwanda) et Port Gentil (Gabon).

**Pour toute information complémentaire, se référer au document « Rapport financier et états financiers condensés non audités du premier semestre clos le 30 juin 2022 » qui sera mis en ligne ultérieurement sur le site internet de Vivendi ([www.vivendi.com](http://www.vivendi.com)).**

## **A propos de Vivendi**

*Depuis 2014, Vivendi construit un leader mondial dans les médias, les contenus 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 Group), l'édition (Editis), 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). 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 a pour objectif d'atteindre la neutralité carbone dès 2025. 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 XXI<sup>e</sup> siècle. [www.vivendi.com](http://www.vivendi.com)*

---

<sup>10</sup> Le chiffre d'affaires 2022, 2021 et 2019 de Vivendi Village a été retraité : CanalOlympia ne fait désormais plus partie de Vivendi Village mais du segment « Générosité et solidarité ».

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

#### **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

#### **François Laroze**

Membre du Directoire et Directeur Financier

**Date** : 28 juillet 2022

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](http://www.vivendi.com) (audiocast)

### **Numéros d'appel pour la conférence téléphonique :**

- USA : +1 212 999 6659
- France : +33 (0) 1 70 37 71 66
- UK (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
	2022	2021	
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>4 873</b>	<b>4 394</b>	<b>+ 10,9%</b>
Coût des ventes	(2 629)	(2 378)	
Charges administratives et commerciales hors amortissements des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(1 876)	(1 678)	
Charges de restructuration	(5)	(28)	
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence opérationnelles	49	3	
<b>Résultat opérationnel ajusté (EBITA)*</b>	<b>412</b>	<b>313</b>	<b>+ 31,5%</b>
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises	(40)	(24)	
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL (EBIT)</b>	<b>372</b>	<b>289</b>	<b>+ 29,0%</b>
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence non opérationnelles	(235)	(38)	
Coût du financement	(15)	(11)	
Produits perçus des investissements financiers	40	116	
Autres charges et produits financiers	486	(79)	
	<b>511</b>	<b>26</b>	
<b>Résultat des activités avant impôt</b>	<b>648</b>	<b>277</b>	<b>x 2.3</b>
Impôt sur les résultats	(126)	(132)	
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>522</b>	<b>145</b>	<b>x 3.6</b>
Résultat net des activités cédées	na	452	
<b>Résultat net</b>	<b>522</b>	<b>597</b>	<b>- 12,5%</b>
Intérêts minoritaires	(31)	(109)	
<b>RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE</b>	<b>491</b>	<b>488</b>	<b>+ 0,5%</b>
<i>dont résultat net des activités poursuivies, part du groupe</i>	<i>491</i>	<i>117</i>	
<i>résultat net des activités cédées, part du groupe</i>	<i>na</i>	<i>371</i>	
Résultat net, part du groupe par action (en euros)	0,47	0,45	
Résultat net, part du groupe dilué par action (en euros)	0,47	0,45	
<b>Résultat net ajusté*</b>	<b>54</b>	<b>271</b>	<b>- 80,3%</b>
Résultat net ajusté par action (en euros)*	0,05	0,25	
Résultat net ajusté dilué par action (en euros)*	0,05	0,25	

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

na: non applicable.

\*Mesures à caractère non strictement comptable.

Pour mémoire, à compter du 14 septembre 2021, en application de la norme IFRS 5 - Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées, Universal Music Group (UMG) est présenté dans les états financiers consolidés de Vivendi comme une activité cédée. Le 23 septembre 2021, date de mise en paiement de la distribution d'UMG en nature à ses actionnaires, Vivendi a cédé le contrôle d'UMG et a déconsolidé sa participation de 70 % dans UMG. Pour une information détaillée de l'opération, se reporter à la note 3 de l'annexe aux états financiers consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2021, pages 305 et suivantes du Document d'enregistrement universel 2021. Les retraitements des données telles que publiées précédemment, en ce compris les données relatives au premier semestre 2021, sont présentés dans l'annexe au rapport financier de l'exercice clos le 31 décembre 2021. Ces retraitements sont appliqués pour les données issues du compte de résultat et du tableau de flux de trésorerie.

Le résultat opérationnel ajusté (EBITA - *adjusted earnings before interest and income taxes*) et le résultat net ajusté, mesures à caractère non 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 2022 » qui sera mis en ligne ultérieurement sur le site internet de Vivendi ([www.vivendi.com](http://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	
	2022	2021
<b>Résultat net, part du groupe (a)</b>	<b>491</b>	<b>488</b>
<i>Ajustements</i>		
Amortissements et dépréciations des actifs incorporels liés aux regroupements d'entreprises (a)	40	24
Amortissement des actifs incorporels liés aux sociétés mises en équivalence non opérationnelles	30	30
Autres charges et produits financiers (a)	(486)	79
Résultat net des activités cédées (a)	na	(452)
Impôt sur les ajustements	(21)	24
Intérêts minoritaires sur les ajustements	-	78
<b>Résultat net ajusté</b>	<b>54</b>	<b>271</b>

na : non applicable.

a. Tels que présentés au compte de résultat condensé.

**Compte de résultat ajusté**

(en millions d'euros)	Semestres clos le 30 juin		% de variation
	2022	2021	
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>4 873</b>	<b>4 394</b>	<b>+ 10,9%</b>
<b>Résultat opérationnel ajusté (EBITA)</b>	<b>412</b>	<b>313</b>	<b>+ 31,5%</b>
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence non opérationnelles	(205)	(8)	
Coût du financement	(15)	(11)	
Produits perçus des investissements financiers	40	116	
<b>Résultat des activités avant impôt ajusté</b>	<b>232</b>	<b>410</b>	<b>- 43,5%</b>
Impôt sur les résultats	(147)	(108)	
Résultat net ajusté avant intérêts minoritaires	85	302	
Intérêts minoritaires	(31)	(31)	
<b>Résultat net ajusté</b>	<b>54</b>	<b>271</b>	<b>- 80,3%</b>

## 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 (a)
	2022	2021			
<b>Chiffre d'affaires</b>					
Groupe Canal+	2 873	2 782	+3,3%	+3,1%	+2,2%
Havas Group	1 257	1 048	+19,9%	+14,5%	+11,8%
Editis	344	372	-7,5%	-7,5%	-7,5%
Prisma Media	164	29	na	na	+7,4%
Gameloft	120	120	+0,3%	-0,7%	-0,7%
Vivendi Village	76	23	x 3,2	x 3,1	x 2,9
Nouvelles Initiatives	54	38	+42,6%	+42,6%	+42,6%
Générosité et solidarité (b)	1	1			
Eliminations des opérations intersegment	(16)	(19)			
<b>Total Vivendi</b>	<b>4 873</b>	<b>4 394</b>	<b>+10,9%</b>	<b>+9,5%</b>	<b>+5,4%</b>
<b>Résultat opérationnel ajusté (EBITA)</b>					
Groupe Canal+	337	330	+2,1%	+2,4%	+0,4%
Havas Group	112	87	+27,8%	+18,6%	+13,6%
Editis	-	10	na	na	na
Prisma Media	21	4	na	na	+30,6%
Gameloft	(16)	(3)			
Vivendi Village	(3)	(12)			
Nouvelles Initiatives	(22)	(32)			
Générosité et solidarité (b)	(7)	(5)			
Corporate	(56)	(66)			
<b>Sous-total</b>	<b>366</b>	<b>313</b>	<b>+16,9%</b>	<b>+14,5%</b>	<b>+6,9%</b>
Quote-part de résultat d'Universal Music Group (c)	66	na			
Quote-part de résultat de Lagardère (c)	(20)	na			
<b>Total Vivendi</b>	<b>412</b>	<b>313</b>	<b>+31,5%</b>	<b>+28,9%</b>	<b>+27,8%</b>

na : non applicable.

- Le périmètre constant permet notamment de retraiter les impacts de Prisma Media consolidé à partir du 1<sup>er</sup> juin 2021.
- A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2022, ce nouveau segment opérationnel correspond à CanalOlympia, précédemment intégrée dans le segment Vivendi Village (les données 2021 ont été retraitées), ainsi qu'à Vivendi Create Joy, programme de solidarité qui soutient des projets d'initiation et de formation professionnelle aux métiers du groupe Vivendi.
- Sociétés comptabilisées par Vivendi selon la méthode de la mise en équivalence. La quote-part dans le résultat net en provenance de ces sociétés opérationnelles est enregistrée au sein du résultat opérationnel ajusté (EBITA).

## ANNEXE II (suite)

### VIVENDI

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

(en millions d'euros)	2022			
	1er trimestre clos le		2e trimestre clos le	
	31 mars	30 juin		
<b>Chiffre d'affaires</b>				
Groupe Canal+	1 446	1 427		
Havas Group	591	666		
Editis	160	184		
Prisma Media	73	91		
Gameloft	61	59		
Vivendi Village	27	49		
Nouvelles Initiatives	25	29		
Générosité et Solidarité (a)	1	-		
Eliminations des opérations intersegment	(7)	(9)		
<b>Total Vivendi</b>	<b>2 377</b>	<b>2 496</b>		
	2021			
	1er trimestre clos le	2e trimestre clos le	3e trimestre clos le	4e trimestre clos le
	31 mars	30 juin	30 septembre	31 décembre
<b>Chiffre d'affaires</b>				
Groupe Canal+	1 357	1 425	1 467	1 521
Havas Group	502	546	590	703
Editis	163	209	230	254
Prisma Media (b)	-	29	75	90
Gameloft	55	65	64	81
Vivendi Village	7	16	37	42
Nouvelles Initiatives	17	21	22	29
Générosité et Solidarité (a)	1	-	-	1
Eliminations des opérations intersegment	(7)	(12)	(9)	(19)
<b>Total Vivendi</b>	<b>2 095</b>	<b>2 299</b>	<b>2 476</b>	<b>2 702</b>

- A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2022, ce nouveau segment opérationnel correspond à CanalOlympia, précédemment intégrée dans le segment Vivendi Village (les données 2021 ont été retraitées), ainsi qu'à Vivendi Create Joy, programme de solidarité qui soutient des projets d'initiation et de formation professionnelle aux métiers du groupe Vivendi
- Vivendi consolide Prisma Media par intégration globale depuis le 1<sup>er</sup> juin 2021.



**ANNEXE III**  
**VIVENDI**  
**BILAN CONDENSÉ**  
(IFRS, non audité)

(en millions d'euros)	30 juin 2022 (non audité)	31 décembre 2021
<b>ACTIF</b>		
Ecarts d'acquisition	9 610	9 447
Actifs de contenus non courants	402	336
Autres immobilisations incorporelles	856	777
Immobilisations corporelles	993	961
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	727	766
Participations mises en équivalence	9 045	8 398
Actifs financiers non courants	1 811	1 727
Impôts différés	217	234
<b>Actifs non courants</b>	<b>23 661</b>	<b>22 646</b>
Stocks	313	256
Impôts courants	104	101
Actifs de contenus courants	442	861
Créances d'exploitation et autres	5 128	5 039
Actifs financiers courants	1 174	1 136
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 647	3 328
<b>Actifs courants</b>	<b>8 808</b>	<b>10 721</b>
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>32 469</b>	<b>33 367</b>
<b>CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>		
Capital	6 097	6 097
Primes d'émission	865	865
Actions d'autocontrôle	(1 240)	(971)
Réserves et autres	13 306	12 990
<b>Capitaux propres attribuables aux actionnaires de Vivendi SE</b>	<b>19 028</b>	<b>18 981</b>
Intérêts minoritaires	210	213
<b>Capitaux propres</b>	<b>19 238</b>	<b>19 194</b>
Provisions non courantes	591	678
Emprunts et autres passifs financiers à long terme	3 606	3 496
Impôts différés	460	395
Dettes locatives à long terme	747	758
Autres passifs non courants	47	48
<b>Passifs non courants</b>	<b>5 451</b>	<b>5 375</b>
Provisions courantes	393	467
Emprunts et autres passifs financiers à court terme	109	783
Dettes d'exploitation et autres	7 049	7 363
Dettes locatives à court terme	127	125
Impôts courants	102	60
<b>Passifs courants</b>	<b>7 780</b>	<b>8 798</b>
<b>Total passif</b>	<b>13 231</b>	<b>14 173</b>
<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>	<b>32 469</b>	<b>33 367</b>

## ANNEXE IV

### VIVENDI

#### HAVAS GROUP : PRIX ET GAINS SIGNIFICATIFS

- **Principaux gains**

**Havas Creative :**

Back Market (Buzzman), Chewy (Arnold Boston) Department for Education (Havas London), Fiji Tourism (Havas Australia), Lincoln Financial (Havas New York), Journées Particulières LVMH (Havas Paris), SBK (Havas Germany), Shaze Luxury Retail (Havas India), TIM Telecom (Havas Italy), Yili (Havas China).

**Havas Health & You :**

Amgen, Guardant Health, LifeScan, Otsuka, Santhera, Albireo, UCB, Sanofi, Galderma et Takeda.

**Havas Media :**

Boehringer Ingelheim (USA), Klarna (USA), Urovant (USA), Claro (Pérou), CoinSwitch (Inde), Europcar (Allemagne et France), Genesis (Chine), Matalan (UK), Optic 2000 (France), Pedidosya (LATAM).

- **Principaux prix remportés par Havas**

**Les agences du groupe Havas ont remporté plus de 500 prix au cours du premier semestre 2022.**

**Récemment, lors du Festival International de la Créativité qui s'est tenu à Cannes, les agences du Groupe Havas ont brillé en gagnant au total 34 prix** (un Grand Prix, quatre Gold, 16 Silver et 13 Bronze).

**A souligner la très grande qualité des prix remportés**, avec notamment un Grand Prix et un Gold en Outdoor pour Havas Middle East pour 'Liquid Billboard' (adidas). De l'or également pour : 'Staybl', une application créée par Havas Germany et Havas New York qui stabilise l'écran de l'iPad pour les personnes atteintes de la maladie de Parkinson ; 'Undercover Avatar' (association l'Enfant Bleu) par Havas Play, et 'Gender Swap' (Women in Games) par BETC Paris.

**Les autres agences primées cette année étaient :** Havas Chicago, Havas Portugal, Host/Havas, Havas Milan, HOY Buenos Aires, Arnold Boston, Havas Paris, Havas Media France et Havas Turkey.

**Au One Show, les agences du groupe ont remporté 17 prix.** BETC a fait forte impression avec trois campagnes récompensées : 'The 9th Lane' pour Lacoste (trois Gold, un Silver et un Bronze), Outlaw Runners pour Distance (trois Bronze), et Hennessyscreen pour Hennessy (un Bronze). Havas Lisbon est reparti avec un Gold pour 'The Day After Women's Day Newspapers' (Raparigas da Bola) et Havas Paris a également gagné un Gold pour 'KFC Ciné' (KFC). Havas Middle East a reçu trois Silver pour Liquid Billboard (adidas), Arnold Boston un Bronze pour 'Dr Rick Will See You Now' (Progressive Insurance) et Havas Play deux Bronze pour 'Undercover Avatar' (association l'Enfant Bleu).

**Aux D&AD Awards Havas a affiché un palmarès de 16 récompenses** réparties entre BETC Paris, Havas Middle East, Havas Spain, et Host/Havas.