

# LETTRE

vivendi

SEPTEMBRE  
2016

# À NOS ACTIONNAIRES

PHOTOS DR



**VINCENT BOLLORÉ**  
PRÉSIDENT  
DU CONSEIL  
DE SURVEILLANCE

**ARNAUD  
DE PUYFONTAINE**  
PRÉSIDENT  
DU DIRECTOIRE

- HAUSSE DES ACTIVITÉS D'UNIVERSAL MUSIC GROUP
- BONNE MARCHÉ DES ACTIVITÉS INTERNATIONALES DE GROUPE CANAL+ ; AVANCÉE DU PLAN DE TRANSFORMATION À CANAL+ EN FRANCE
- INTÉGRATION DE GAMELOFT DANS DE BONNES CONDITIONS

Les six premiers mois de l'année de Vivendi ont été marqués par la croissance des activités d'abonnements et de streaming pour Universal Music Group et par la bonne tenue des revenus à l'international de Groupe Canal+. Pour la première fois, le nombre d'abonnés de Groupe Canal+, notamment porté par la dynamique africaine, est plus élevé hors de France qu'en France métropolitaine.

## Intégration de Gameloft dans de bonnes conditions

Dans l'hexagone, le Groupe a décidé de s'appuyer sur la notoriété de la marque Canal et de former une nouvelle galaxie de chaînes unique et cohérente s'articulant autour du même nom.

L'objectif est de multiplier les synergies, de renforcer l'offre et d'établir des passerelles pour les talents. Parallèlement, un plan d'optimisation des coûts de 300 millions d'euros a été mis en place. L'ensemble de ces initiatives permet d'être confiant dans l'atteinte de l'objectif d'équilibre du résultat opérationnel de Canal+ en France en 2018.

Vivendi a conforté sa position de leader des médias et des contenus au premier semestre 2016. Cet été, il a notamment acquis 100 % de Gameloft et a porté sa participation à 22,8 % dans le capital d'Ubisoft, deux acteurs mondiaux des jeux vidéo. Ce marché est en pleine croissance et déterminant dans le secteur des contenus et des loisirs. L'acquisition de Gameloft correspond par ailleurs au souhait de Vivendi de se renforcer dans les contenus en mobilité dont la consommation explose.

Des réunions de travail avec les salariés de Gameloft ont eu lieu dès le mois de juillet afin d'assurer leur bonne intégration dans le Groupe et mettre rapidement en place un plan de développement combinant la force créative de Gameloft aux perspectives de Vivendi.

Dans le segment des contenus en mobilité, Vivendi va également lancer, dans les prochaines semaines, Studio+, la première offre globale de séries premium pour smartphones et tablettes. En partenariat avec des opérateurs télécoms, Studio+ proposera dès son lancement 25 séries exclusives disponibles dans tous les genres (action, romance, thriller, ...).



**Hervé Philippe**  
Directeur financier de Vivendi  
Membre du Directoire

**Les résultats du premier semestre de Vivendi ont été soutenus par la progression des activités d'abonnements et de streaming d'Universal Music Group, et de Groupe Canal+ à l'international.**

**Plan  
d'optimisation des  
coûts à Canal+  
en France**

# DES RÉSULTATS SEMESTRIELS 2016 EN LIGNE AVEC LES ATTENTES

**A**u premier semestre 2016, le chiffre d'affaires de Vivendi s'est établi à 5 044 millions d'euros, quasiment stable par rapport au premier semestre 2015. A taux de change et périmètre constants, le résultat opérationnel courant a reculé de 7,6 % à 440 millions d'euros, notamment impacté par l'aggravation des pertes des chaînes Canal+ en France. Le résultat net des activités poursuivies, part du groupe, s'est élevé à 913 millions d'euros, en progression de 28,3 %.

## CROISSANCE DES ACTIVITÉS D'ABONNEMENTS ET DE STREAMING D'UNIVERSAL MUSIC GROUP

Le chiffre d'affaires d'Universal Music Group s'est établi à 2 315 millions d'euros, en hausse de 1,6 % à taux de change constant par rapport au premier semestre 2015. Dans la musique enregistrée, les revenus liés aux abonnements et au streaming

ont augmenté de 62,4 % à taux de change constant. Le résultat opérationnel courant s'est élevé à 217 millions d'euros, en hausse de 24,6 % à taux de change constant.

Parmi les meilleures ventes figurent les titres de Drake, Rihanna, Ariana Grande, Justin Bieber et The Weeknd.

## GRUPE CANAL+ SOUTENU PAR L'INTERNATIONAL

Le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'est établi à 2 639 millions d'euros, en baisse de 3,0 % à taux de change et périmètre constants par rapport au premier semestre 2015. Pour la première fois, à fin juin 2016, les abonnés individuels de Groupe Canal+ étaient plus nombreux à l'international (5,727 millions) qu'en France métropolitaine (5,455 millions). À l'international, la dynamique est notamment portée par l'enrichissement d'offres comme l'UEFA Euro 2016 (Afrique et Vietnam) et la Premier League anglaise 2016/2017 à 2018/2019 (Vietnam). En France, un plan

d'optimisation des coûts de 300 millions d'euros a été mis en place à Canal+, confronté à une décroissance de ses revenus en dépit du succès des offres couplées avec BeIN Sports. Le résultat opérationnel courant s'est établi à 297 millions d'euros, contre 368 millions d'euros.

## DE NOUVELLES ACTIVITÉS À VIVENDI VILLAGE

Le chiffre d'affaires de Vivendi Village s'est élevé à 54 millions d'euros, en hausse de 8,3 % à taux de change constant par rapport au premier semestre 2015. Plusieurs nouvelles entités ont rejoint la structure, notamment le théâtre de L'Œuvre à Paris, les salles CanalOlympia en Afrique et Olympia Production. Vivendi Village a enregistré une perte opérationnelle courante de 8 millions d'euros, la structure ayant vocation à être un terrain d'expérimentations grâce à la souplesse de ses entités.

## NOUVELLES INITIATIVES (DAILYMOTION, VIVENDI CONTENT)

Le chiffre d'affaires de "Nouvelles Initiatives" (qui regroupe Dailymotion depuis le 30 juin 2015 et Vivendi Content, entité qui développe de nouveaux formats de contenus) s'est élevé à 58 millions d'euros, contre 1 million d'euros au premier semestre 2015. La perte opérationnelle courante s'est établie à 17 millions d'euros. Après une intégration au Groupe, l'année 2016 a marqué un nouveau départ pour Dailymotion. Différents chantiers stratégiques ont été mis en place qui donneront lieu à des premiers lancements en 2017. Le management a également été renforcé. ■

### CHIFFRES CLÉS DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2016\*

		Variation par rapport à la même période de 2015	Variation à périmètre et change constants par rapport à la même période de 2015
Chiffre d'affaires	<b>5 044 M€</b>	-1,0 %	-0,9 %
Résultat opérationnel courant (ROC)	<b>440 M€</b>	-12,0 %	-7,6 %
Résultat net ajusté	<b>286 M€</b>	-13,1 %	
Résultat net des activités poursuivies, part du groupe	<b>913 M€</b>	+28,3 %	
Flux nets de trésorerie opérationnels (CFFO)	<b>290 M€</b>	+23,5 %	

\*Les chiffres-clés présentés ci-dessus tiennent compte des mouvements de périmètre intervenus ou annoncés en 2015 et 2016 dont les incidences comptables, en particulier l'application de la norme IFRS 5, sont décrites dans le Rapport financier du premier semestre 2016 disponible sur le site Internet [www.vivendi.com](http://www.vivendi.com) ou sur demande au Service actionnaires de Vivendi.

**CANAL+**

GROUPE



© DR

**Maxime Saada**  
Directeur général  
de Groupe Canal+

**Groupe Canal+ a réorganisé et renommé ses chaînes en France. Ces quatre chaînes sont Canal+, C8 (ex-D8), CStar (ex-D17) et CNews (ex-iTélé). Centrée sur la formidable marque Canal, cette galaxie présente des modèles complémentaires.**

## LA NOUVELLE GALAXIE CANAL

**A** lors que le secteur de la télévision payante est devenu très concurrentiel en France, Vivendi, qui a l'ambition de créer un champion européen des médias, a décidé de s'appuyer sur la force de la marque Canal et de créer la galaxie Canal, un ensemble de 4 chaînes nationales de référence avec des modèles complémentaires, payants et gratuits, et un dénominateur commun, la formidable marque Canal. Canal+ est une des marques les plus connues en France avec 100 % de notoriété. Les chaînes vont désormais évoluer dans un univers de marque unique et cohérent, symbole de leur appartenance à une même famille et synonyme de synergies.

### CANAL+ AU CENTRE DE LA GALAXIE

Ces 4 chaînes sont Canal+, Canal8 ou C8 (ex-D8), CanalStar ou CStar (ex-D17) et CanalNews ou CNews (ex-iTélé). Au centre



© CANAL+

LES CRÉATIONS ORIGINALES COMME "JOUR POLAIRE" PERMETTENT DE VALORISER L'ABONNEMENT À CANAL+

de cette galaxie, la chaîne payante Canal+ concentrera le meilleur des programmes. Canal+ va se recentrer sur le premium avec des programmes exclusifs capables de susciter l'abonnement. A l'image des plus grandes chaînes premium dans le monde (HBO, Showtime, Sky, etc.), Canal+ a décidé de remettre de la valeur dans l'abonnement et d'investir dans les grands piliers éditoriaux de

Canal+, avec plus de sport, plus de cinéma, plus de créations originales, plus de divertissement, plus d'humour et plus de talents. L'ambition de la nouvelle galaxie Canal répond à des choix éditoriaux cohérents avec une vision globale et complémentaire de l'ensemble des chaînes. C'est un mix entre rupture sur les formats des chaînes et continuité sur les thématiques propres à Canal et sur les talents. ■

**Un univers de marques unique et cohérent**

## DE NOUVEAUX NOMS POUR LES CHAÎNES DU GROUPE

Compte tenu de la forte notoriété de Canal+, le Groupe a décidé de s'appuyer sur cette formidable marque et de la décliner sur l'ensemble des noms de ses chaînes. Depuis le 5 septembre, D8 s'appelle Canal8 ou C8 et D17 se dénomme CanalStar ou CStar. Le 24 octobre, iTélé deviendra CanalNews ou CNews.

Au centre de cette galaxie, la chaîne payante Canal+ concentre le meilleur des programmes.

En quelques années, C8 est la 4<sup>e</sup> chaîne nationale sur la cible prioritaire 25-49 ans. C8 sera désormais le clair de Canal.

CStar est la première chaîne générationnelle de musique en France alors que Vivendi est le leader mondial du secteur grâce à sa filiale Universal Music Group.

Enfin, CNews est la chaîne d'informations de Groupe Canal+. Sa mission reste inchangée : rendre compte de l'actualité en temps réel, tout en profitant des atouts de Groupe Canal+, notamment dans les domaines du sport et de la culture, pour faire valoir sa différence face à une concurrence plus nombreuse.



© BERNARD SIDLER



**Frédéric Crépin**  
Secrétaire général  
de Vivendi et  
de Groupe Canal+

# GAMELOFT, NOUVEAU PILIER DE CROISSANCE DE VIVENDI



© BERNARD SIDLER

**Stéphane Roussel**  
Directeur général en charge des Opérations de Vivendi

**L'intégration de Gameloft, dont Vivendi détient 100 % depuis l'été, a été réalisée dans de bonnes conditions sous la direction de Stéphane Roussel, son nouveau Président-Directeur général. Des réunions de travail entre les équipes du Groupe et celles de l'éditeur de jeux vidéo sur mobile ont eu lieu dès juillet.**

Depuis cet été, Vivendi détient 100 % du capital et des droits de vote de Gameloft, un des leaders mondiaux des jeux vidéo sur mobile. Fort de son savoir-faire mondialement reconnu, Gameloft offre à Vivendi l'opportunité unique de prendre position sur un marché à fort potentiel et complémentaire au sien.

À l'inverse, Vivendi, l'un des seuls groupes de médias européens à rayonnement international dans la musique (Universal Music Group), l'audiovisuel (Groupe Canal+), le numérique (Dailymotion), et leurs métiers associés (Vivendi Village), apportera à Gameloft de puissants leviers industriels et financiers pour franchir de nouvelles étapes de croissance.

## STÉPHANE ROUSSEL, PDG DE GAMELOFT

Stéphane Roussel, Directeur général en charge des opérations de Vivendi, est Président-Directeur général de Gameloft, les cinq autres membres du Conseil d'administration étant Sébastien Bolloré, Président d'Omnium Bolloré et de Blue Solutions

© 2016 GAMELOFT. ALL RIGHTS RESERVED. DESCARIBE ME AND RELATED CHARACTERS TM & © UNIVERSAL STUDIOS. LICENSED BY UNIVERSAL STUDIOS LLC. ALL RIGHTS RESERVED.



28 MILLIONS DE NOUVEAUX JEUX TÉLÉCHARGÉS CHAQUE JOUR

USA ; Frédéric Crépin, membre du Directoire de Vivendi, Secrétaire général de Vivendi et de Groupe Canal+ ; Francine Mayer, Présidente de Canal+ Régie et Maxime Saada, Directeur général de Groupe Canal+ et Président-Directeur général de Dailymotion. Après avoir siégé pendant trois ans au Conseil d'administration

d'Activision Blizzard et tissé lorsqu'il était à la tête de SFR des liens privilégiés avec les éditeurs de jeux mobiles, Stéphane Roussel a retrouvé l'industrie des jeux avec grand enthousiasme.

Une nouvelle direction

La Direction de Vivendi a rencontré dès début juillet les principaux dirigeants de Gameloft afin de travailler sur les grandes orientations stratégiques de l'entreprise. ■

## STUDIO+. UNE OFFRE INNOVANTE DE SÉRIES PREMIUM POUR MOBILE

Vivendi va lancer dans les prochaines semaines Studio+, la première offre globale de séries premium pour écrans mobiles (smartphones et tablettes). Studio+ entend répondre à l'explosion de la consommation des formats courts en mobilité et à la rareté des contenus scriptés de qualité proposés dans ce format. Le lancement sera réalisé en partenariat avec des acteurs majeurs des télécommunications, dont Telefonica (le géant espagnol destine l'offre à ses abonnés d'Amérique latine).

Les séries, au nombre de 25 lors du lancement (60 sont en développement), seront composées d'épisodes courts de 10 minutes. Elles ont été tournées en six langues dans 18 pays différents afin de créer des séries à l'identité locale affirmée capables de séduire un public mondial.

Parmi les séries disponibles au lancement, seront proposées

la série dramatique *Amnesia* avec Caroline Proust ; les séries d'action *Brutal*, avec David Belle, *Tank* avec Alban Lenoir et Zita Hanrot, *Blanca* avec Carlos Bardem et *Urban Jungle* ; les thrillers *Madame Hollywood* avec Dre Davis, et *Kill Skills*. Tous les genres, de l'action à la science-fiction, en passant par la romance, seront couverts.

Développée spécifiquement par les experts de Canal+ et de Watchever, l'appli Studio+ permettra de naviguer de manière fluide et intuitive parmi l'ensemble des saisons et épisodes disponibles, pour une consommation à la carte qui séduira tout autant les amateurs du « binge » que du « slow-watching ».

Studio+ bénéficiera du savoir-faire éditorial et technique des filiales de Vivendi, en particulier de Canal+, Studiocanal, Universal Music Group et Watchever.





UNIVERSAL MUSIC GROUP



PHOTO DR

**Lucian Grainge**  
Président-Directeur  
général d'UMG

**Cet été, Vivendi a été le partenaire de plusieurs festivals en France et à l'international. Le Groupe a mis à la disposition de ces événements de nombreux services (captation, diffusion, campagne publicitaire,...).**

## VIVENDI, PARTENAIRE DES FESTIVALS DE L'ÉTÉ

**A**u plus proche des musiciens et des auteurs-compositeurs via sa filiale Universal Music Group, leader mondial de la musique, Vivendi est chaque année partenaire de nombreux festivals. En

2016, il a accompagné des événements de toutes sensibilités musicales parmi lesquels le Brive Festival, les Eurockéennes, le Hamac Festival, Hellfest, Musilac, Marciac Jazz Festival et les Vieilles Charrues en France. Via les structures live Ulive et GTS (Global Talent Services), le Groupe a également soutenu des festivals en Europe et aux Etats-Unis tels que l'Universal Music Festival à Madrid, le



LE BRIVE FESTIVAL

©PAUSEOURLIFE

**Sundown,  
Vieilles Charrues,  
Jazz in Marciac,...**

L Festival à Los Angeles, et le Sundown Festival à Norwich, au Royaume-Uni.

Vivendi, qui a placé les talents au cœur de sa stratégie, est fier de participer à ces initiatives françaises et internationales qui font écho à ses racines européennes et qui s'inscrivent dans son projet de croissance à l'échelle mondiale.

Plus qu'un simple partenaire, Vivendi met à la disposition de

ces festivals des services de captation, de diffusion, de vente de billets, de campagnes publicitaires... Des artistes ayant signé chez UMG ont également assuré certains des concerts, et les abonnés Premier Rang de Canal+ ont pu assister à des moments clés de ces festivals.

Ces initiatives illustrent la promotion de la diversité culturelle sur le plan musical, un des enjeux majeurs de responsabilité sociale d'entreprise du Groupe. ■



©BERNARD SIDLER

**Simon Gillham**  
Président de  
Vivendi Village  
Directeur  
de la Communication  
de Vivendi

**La première salle CanalOlympia a été inaugurée cet été au Cameroun. Ces salles de cinéma, de spectacles et de concerts dotées d'équipements modernes seront déployées en Afrique centrale et de l'ouest au cours des prochains mois.**

## CRÉATION DES SALLES CANALOLYMPIA EN AFRIQUE

**V**ivendi vient de lancer son programme d'ouverture de salles CanalOlympia en Afrique. Le 14 juin, le Groupe a inauguré la première salle CanalOlympia à Yaoundé, au Cameroun. Ces salles sont des lieux de cinéma, spectacles et concerts.

Elles seront déployées en Afrique centrale et de l'Ouest. Dans les prochains mois, des ouvertures sont prévues au Bénin, en Guinée, au Sénégal et au Togo.

### LA PREMIÈRE SALLE À YAOUNDÉ

Les salles CanalOlympia s'appuient sur une conception architecturale originale leur permettant d'accueillir 300 personnes en configuration intérieure et plusieurs milliers en configuration extérieure. Elles sont dotées d'équipements de projection et de sonorisation numériques, modernes et éco-responsables.



LA PREMIÈRE SALLE CANALOLYMPIA À YAOUNDÉ

A Yaoundé par exemple, l'alimentation électrique de l'ensemble du bâtiment est assurée par 720 m<sup>2</sup> de panneaux solaires.

La marque CanalOlympia fait référence à deux marques-phares du Groupe Vivendi. Ces salles bénéficieront de la richesse des contenus de Canal+, de sa présence bien établie

en Afrique et de l'expertise de la mythique salle parisienne L'Olympia.

Grâce à ces



© DR

salles (logées au sein de Vivendi Village), Vivendi entend participer à la création de nouveaux lieux de vie dédiés au divertissement et à la culture en Afrique. Véritable tremplin et incubateur de talents, CanalOlympia a pour ambition de révéler des artistes africains en les produisant, en leur permettant de rencontrer leur public et en les faisant rayonner dans toute l'Afrique. ■

**Des équipements  
numériques,  
modernes et  
éco-responsables**

# 3 QUESTIONS À...



© VALERIO VINCENZO

**Romain Bilharz**  
Directeur général  
Universal Africa/  
Vivendi Africa

## Quel est votre parcours ?

J'ai baigné dans la musique pendant toute ma jeunesse, que j'ai notamment passée en Afrique, et j'ai été moi-même musicien. Chez UMG, j'ai commencé par être Directeur artistique de Feist, Ayo, Juliette Greco, Olivia Ruiz... puis j'ai gravi les échelons en tant que directeur de label. J'ai dirigé Island France qui a notamment signé C2C, Kavinsky, Stromae. Island est un label mythique créé en 1962 en Jamaïque avec des artistes comme Bob Marley, Jimmy Cliff, U2...

## Quelles sont les spécificités du marché de la musique en Afrique ?

L'Afrique est vaste, c'est un continent multiple avec une diversité culturelle, des artistes et des stars incroyables ! Le concert, que nous avons organisé à Conakry en septembre 2015, en est un parfait exemple. Près de 80 000 personnes se sont réunies pour écouter 12 stars africaines, dont Wiz Kid. Ce dernier commence à peine à être connu en Occident mais peut remplir des stades en Afrique. Beaucoup d'opportunités s'offrent à nous sur les marchés africains peu structurés. Il faut s'adapter aux spécificités de ces marchés qui sont particulièrement riches de talents, et tenter d'inventer de nouveaux modèles économiques. L'Afrique est passée directement à l'ère du digital via le smartphone, ce qui nous pousse à privilégier entre autres des partenariats avec les opérateurs télécoms.

## Quels sont vos objectifs ?

Nous souhaitons accompagner plus encore les talents africains. A titre d'exemple, l'émission Island Africa Talents que nous avons diffusée sur A+ nous a permis de découvrir la superbe chanteuse malgache Denise.

Pour nous déployer, nous ouvrons des bureaux à Abidjan et à Lagos, où nous créons un véritable studio d'enregistrement. C'est un signe fort pour marquer notre volonté de nous implanter en Afrique et d'offrir aux Africains la possibilité de travailler, créer, et se développer sur leur propre continent et, pour certains, hors Afrique.

# LE CARNET DE L'ACTIONNAIRE

## ■ AGENDA DES PROCHAINS MOIS

Vous pouvez retrouver l'agenda des événements du Club des actionnaires sur notre site internet [www.vivendi.com](http://www.vivendi.com), en allant dans les pages « Actionnaires individuels » puis « Club des actionnaires ». Désormais, Vivendi met également chaque semestre à votre disposition cet agenda sous format papier.

## ■ NOUS CONTACTER

Pour toute information sur Vivendi, vous pouvez contacter le service Informations Actionnaires Individuels (IAI) par courrier : Vivendi, Service Informations Actionnaires Individuels, 42 avenue de Friedland, 75008 Paris  
par e-mail : [actionnaires@vivendi.com](mailto:actionnaires@vivendi.com)

et par téléphone : **0805 050 050** ou +33 (0)1 71 71 34 99 si vous êtes à l'étranger.

Le Service vous répondra du lundi au vendredi de 9h00 à 18h00 (horaire étendu en cas d'actualité importante).



Si vous possédez une action Vivendi, vous pouvez adhérer au **Club des actionnaires de Vivendi**.

Renvoyez-nous votre bulletin d'adhésion téléchargeable sur Internet ou envoyé sur demande au numéro vert :

**0805 050 050**  
NUMERO VERT  
Appel gratuit depuis un poste fixe

Vous recevez la « lettre à nos actionnaires », conformément à la loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978, vous pouvez exercer vos droits d'accès, de rectification et d'opposition en nous adressant un e-mail à [actionnaires@vivendi.com](mailto:actionnaires@vivendi.com), ou en nous écrivant à Vivendi – Service Informations Actionnaires Individuels – 42 avenue de Friedland – 75008 Paris. Si vous souhaitez vous désinscrire et ne plus recevoir nos lettres, merci de le faire savoir aux mêmes adresses.

**Avertissement Important Déclarations prospectives.** La présente Lettre 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 et de distributions tout comme de rachats d'action. Même si Vivendi estime que ces déclarations prospectives reposent sur des hypothèses raisonnables, elles ne constituent pas des garanties quant à la performance future de la société. Les résultats effectifs peuvent être très différents des déclarations prospectives en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes, dont la plupart sont hors de notre contrôle, notamment les risques liés à l'obtention de l'accord d'autorités de la concurrence et d'autres autorités réglementaires ainsi que toutes les autres autorisations qui pourraient être requises dans le cadre de certaines opérations et les risques décrits dans les documents déposés par Vivendi auprès de l'Autorité des Marchés Financiers, également disponibles en langue anglaise sur notre site ([www.vivendi.com](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. La présente Lettre 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.

