

# LETTRE

vivendi

MARS  
2016

# À NOS ACTIONNAIRES



- Accélération de l'expansion internationale
- Développement de la production propre de contenus
- Nécessité d'arrêter les pertes des chaînes Canal+ en France

**G**roupe industriel intégré dans les médias et les contenus, Vivendi a accéléré, en 2015, ses développements dans la production en propre de contenus et à l'international.

Groupe Canal+ compte 5,5 millions d'abonnés individuels à l'international dont plus de 2 millions en Afrique. Présent dans plus de 60 pays, Universal Music Group est le leader mondial de la musique avec une part de marché

globale de plus de 30 %. L'acquisition de Dailymotion a également permis d'accélérer l'expansion internationale.

Le développement de la production en propre de contenus, qui réduit la dépendance vis-à-vis de tiers, est également un

**Confirmation  
des retours prévus  
aux actionnaires entre  
2015 et 2017**

des grands objectifs du groupe. Il passe par des investissements permanents dans les artistes et dans les productions en propre des différentes sociétés de Groupe Canal+ et d'Universal Music Group. Vivendi a également pris des participations dans Mars Films et Banijay Group. C'est également dans ce cadre que le groupe a franchi le seuil légal des 15 % et détient 15,66 % du capital d'Ubisoft au 29 février. Il a également décidé de lancer une offre publique d'achat sur Gameloft. Les jeux vidéo

sont aujourd'hui une composante porteuse et primordiale du secteur des contenus.

L'année 2015 a également été marquée par les bonnes performances opérationnelles de tous les métiers hormis les chaînes Canal+<sup>(1)</sup> en France. Confrontées à un environnement morose et à une concurrence vive, elles voient leur base d'abonnés se réduire et leurs pertes s'accumuler depuis 2012. Le groupe ne peut plus les soutenir. C'est pourquoi des discussions ont été entreprises avec beIN Sports dans la perspective d'un accord de distribution exclusive de ses chaînes.

Pour Universal Music Group, Vivendi continue d'anticiper une dynamique positive du secteur conduisant à une croissance modérée des résultats cette année et à une amélioration des résultats à partir de 2017 et des années suivantes.

Pour Groupe Canal+, Vivendi entend arrêter les pertes des chaînes Canal+<sup>(1)</sup> en France, qui pourraient conduire à une baisse significative des résultats opérationnels en 2016, en mettant en œuvre un plan de transformation avec pour objectif, pour les chaînes Canal+<sup>(1)</sup> en France, l'équilibre en 2018 et un niveau de rentabilité comparable à celui des meilleurs acteurs européens du secteur à moyen terme.

Par ailleurs, Vivendi confirme les retours prévus aux actionnaires entre 2015 et 2017. ■

(1) Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Séries, Canal+ Family et Canal+ Décadé.



**Hervé Philippe**  
Directeur financier  
Membre du Directoire

**En 2015, Vivendi a enregistré des résultats conformes aux attentes. Le groupe confirme le retour aux actionnaires prévu en 2016 et s'engage à distribuer un montant supplémentaire de 1,3 milliard d'euros au plus tard d'ici à la mi-2017.**

## RÉSULTATS ANNUELS 2015\*

# DES RÉSULTATS 2015 CONFORMES AUX ATTENTES

**M**algré un environnement difficile, les résultats 2015 du groupe ont été conformes aux attentes. Hormis les chaînes Canal+<sup>(1)</sup> en France, l'année a été marquée par les bonnes performances opérationnelles de tous les métiers : le résultat net ajusté a augmenté de 11,3 %.

Plus spécifiquement, le chiffre d'affaires d'Universal Music Group s'est établi à 5 108 millions d'euros, en hausse de 12,1 % par rapport à 2014, porté plus particulièrement par les revenus du streaming et des abonnements (+43,2 % à périmètre et à taux de change constants). Son résultat opérationnel courant s'est élevé à 626 millions d'euros, en progression de 3,2 % par rapport à 2014.

Le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'est élevé à 5 513 millions d'euros, en augmentation de 1,1 % par rapport à 2014. Son résultat opérationnel courant s'est établi à 542 millions d'euros, contre 618 millions d'euros en 2014, en raison d'un renforce-

ment des investissements dans les programmes et d'éléments non récurrents. Les chaînes Canal+<sup>(1)</sup> en France ont accusé une perte opérationnelle ajustée de 264 millions d'euros, en aggravation de 76 millions d'euros par rapport à 2014. Le chiffre d'affaires de Vivendi Village s'est élevé à 100 millions d'euros, en hausse de 3,5 % par rapport à 2014. Le résultat opérationnel courant est positif de 10 millions d'euros, en grande partie grâce au plan de transformation de Watchever en Allemagne.

### DYNAMIQUE POSITIVE D'UMG

Pour Universal Music Group, Vivendi continue d'anticiper une dynamique positive du secteur, grâce à la poursuite de la croissance du streaming et de l'abonnement, atténuée par le déclin du téléchargement et

des ventes physiques, conduisant à une croissance modérée des résultats cette année et à une amélioration des résultats à partir de 2017.

Pour Groupe Canal+, Vivendi entend arrêter les pertes des chaînes Canal+<sup>(1)</sup> en France, qui pourraient conduire à une baisse significative des résultats opération-

nels en 2016, en mettant en œuvre un plan de transformation avec pour objectif, pour les chaînes Canal+<sup>(1)</sup> en France, l'équilibre en 2018 et un niveau de rentabilité comparable à celui des meilleurs acteurs européens du secteur à moyen terme.

Il sera proposé à l'assemblée générale du 21 avril le versement au titre de 2015 d'un dividende ordinaire de 3 euros par action. Deux acomptes de 1 euro chacun ont été distribués les 29 juin 2015 et 3 février 2016. Le solde sera mis en paiement le 28 avril 2016 (détachement le 26 avril 2016). Outre ces distributions, le groupe a procédé à des rachats d'actions à hauteur de 1 386 millions d'euros au 17 février 2016.

Vivendi s'est également engagé à restituer aux actionnaires un montant supplémentaire de 1,3 milliard d'euros au plus tard à la mi-2017. Celui-ci devrait prendre la forme d'un dividende ordinaire de 1 euro par action ou d'un rachat d'actions en fonction du contexte économique général. ■

**Une hausse du résultat net ajusté de 11,3 % en 2015**

	2015	Variation par rapport à 2014	Variation à périmètre et change constants
Chiffre d'affaires	<b>10 762 M€</b>	+ 6,7 %	+ 1,4 %
Résultat opérationnel courant (ROC)	<b>1 061 M€</b>	- 4,3 %	- 5,9 %
Résultat net ajusté	<b>697 M€</b>	<b>+ 11,3 %</b>	
Trésorerie nette	<b>+ 6,4 Mds€ contre + 4,6 Mds€ au 31 décembre 2014</b>		

\*Les chiffres-clés présentés ci-dessus tiennent compte des mouvements de périmètre intervenus ou annoncés en 2014 et 2015 dont les incidences comptables, en particulier l'application de la norme IFRS 5, sont décrites dans le Rapport financier et États financiers consolidés 2015 disponible sur le site Internet [www.vivendi.com](http://www.vivendi.com) ou sur demande au Service actionnaires de Vivendi.

(1) Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Séries, Canal+ Family et Canal+ Décalé.

## MONTÉE EN PUISSANCE DANS TELECOM ITALIA

**Actionnaire de Telecom Italia à hauteur de 23,80 % des actions ordinaires (au 29 février 2016), Vivendi dispose de trois membres au Conseil de l'opérateur télécom italien et a proposé avec succès un membre indépendant.**

Le 24 juin 2015, Vivendi avait reçu 1,11 milliard d'actions ordinaires (soit 8,24 %) de Telecom Italia, premier opérateur fixe et mobile en Italie, en échange de 4,5 % du capital de Telefonica Brasil. Cette possibilité lui avait été donnée lors de la cession de GVT à Telefonica. Le groupe a ensuite acheté des titres sur le marché pour détenir 23,80 % des actions ordinaires (au 29 février 2016).

### ACTIONNAIRE DE LONG TERME

L'entrée au capital de l'opérateur télécom italien s'inscrit pleinement dans la stratégie



Arnaud de Puyfontaine



Stéphane Roussel



Hervé Philippe



Félicité Herzog

© DR / BERNARD SIDLER / JEAN CHISCANO

### Apporter l'expertise de Vivendi

la distribution de ses contenus. Actionnaire de long terme, Vivendi a proposé avec succès la présence de quatre membres (dont un indépendant) au Conseil d'administration de l'opérateur télécom italien : Arnaud de Puyfontaine, Président du Directoire de Vivendi, Hervé Philippe, membre du Directoire et Directeur financier de Vivendi, Stéphane Roussel, membre du Directoire et Directeur général en charge des Opérations de Vivendi et Félicité Herzog, banquière conseil d'Ondra Partners. Cette dernière a le statut de membre indépendant au Conseil de Telecom Italia. ■

conduite par Vivendi. Cet investissement a pour objectif de soutenir le développement de

Telecom Italia en apportant l'expertise de Vivendi qui aura, de son côté, l'opportunité d'étendre

## PROJET D'OFFRE PUBLIQUE D'ACHAT SUR GAMELOFT\*

Les jeux vidéo occupent aujourd'hui une place fondamentale et porteuse dans le secteur des contenus et des médias. Leur marché s'élève à 83 milliards de dollars (2014) devant la musique et il est quasiment aussi important que le cinéma.

Le segment pour mobiles devrait connaître la croissance la plus forte de l'industrie. Il représente déjà un tiers du marché global et devrait atteindre 40 % d'ici à 2018. Mondial

(le jeu vidéo est le contenu qui «voyage le mieux»), le marché des jeux s'inscrit naturellement dans la stratégie de Vivendi.

### INVESTISSEMENTS DANS UBISOFT ET GAMELOFT

C'est pourquoi, après la vente d'Activision Blizzard rendue nécessaire pour réduire l'important endettement de Vivendi en 2013, le groupe a décidé en octobre 2015 d'investir dans Ubisoft, éditeur de jeux vidéo sur PC et consoles, et dans Gameloft, éditeur de jeux sur mobiles. Le 18 février 2016, le Conseil de surveillance a autorisé le Directoire à

déposer un projet d'offre publique d'achat (OPA) sur Gameloft. Un tel projet a été déposé auprès de l'AMF le même jour au prix de 6 euros par action. Cette offre a été relevée à 7,20 euros le 29 février. Ces investissements participent d'une vision stratégique de convergence opérationnelle entre les contenus et les plateformes de Vivendi et les productions des deux sociétés. S'il est mené à bien, le projet d'OPA constituera une nouvelle étape dans la construction d'un groupe industriel mondial, champion français des médias et des contenus. ■

Un marché de 83 milliards de dollars



Frédéric Crépin  
Secrétaire général de Vivendi et de Groupe Canal+

Les jeux pour mobiles devraient connaître la croissance la plus forte du marché des jeux vidéo, des contenus à part entière qui complètent l'offre de Vivendi.

\*Cet article ne constitue pas une offre et ne saurait être considéré comme constituant une quelconque forme de démarchage aux fins d'achat ou de vente de titres financiers aux Etats-Unis ou dans tout autre pays. L'offre mentionnée ci-dessus et l'acceptation de l'offre peuvent faire l'objet dans certains pays d'une réglementation spécifique et les lecteurs de cette lettre sont tenus de se conformer à ces réglementations.

**CANAL+**

GROUPE



© DR

**Jean-Christophe Thiery**  
Président du Directoire  
de Groupe Canal+

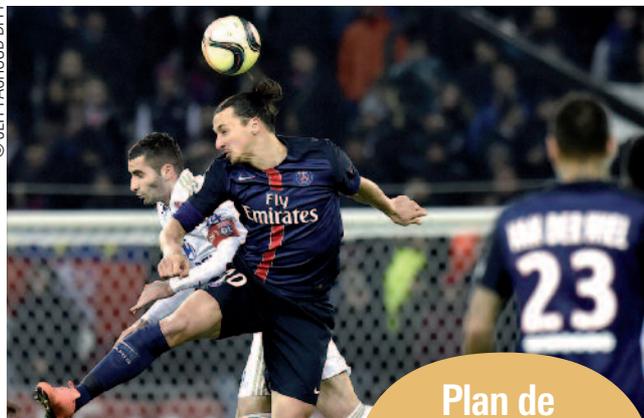
**Les pertes des chaînes Canal+<sup>(1)</sup> en France se sont alourdies. Pour sortir de cette impasse, Groupe Canal+ et beIN Sports ont entamé des discussions afin de nouer un accord de distribution exclusive de beIN Sports.**

## DISCUSSIONS ENTRE GROUPE CANAL+ ET BEIN SPORTS

Les six chaînes Canal+<sup>(1)</sup> perdent de l'argent en France depuis 4 ans. En 2015, elles ont enregistré une perte opérationnelle ajustée de 264 millions d'euros (perte supplémentaire de 76 millions d'euros par rapport à 2014) en raison de l'érosion croissante de leur base d'abonnés depuis 2012. De nouveaux acteurs nationaux et internationaux dans le sport et la fiction ont tout à la fois fait s'envoler les prix des droits de diffusion des contenus et ont multiplié les offres concurrentes.

### RETOUR À L'ÉQUILIBRE EN 2018

Cette situation menace l'ensemble du Groupe Canal+ qui emploie 8 200 personnes et est un acteur majeur du financement et du développement du cinéma français (accords avec le cinéma



© JEFF PACHOUD-DPPI

LA CONCURRENCE A FAIT S'ÉVOUER LES PRIX DES DROITS DE DIFFUSION

Plan de transformation de Canal+ en France

français renouvelés au printemps 2015). Groupe Canal+ investit au total près de 800 millions d'euros par an dans le cinéma français et international.

La priorité de la nouvelle équipe managériale de Groupe Canal+ est la mise en œuvre d'un plan de transformation majeur per-

mettant de revenir à l'équilibre en 2018. Ce plan doit restaurer la perception de la valeur de l'offre pour l'abonné en augmentant les investissements dans les productions originales et les contenus premium, et en améliorant de manière significative l'expérience utilisateur. Ce plan doit en outre être développé dans le cadre d'une gestion rigoureuse des coûts.

Vivendi n'a pas les moyens de supporter indéfiniment les pertes des chaînes de Canal+<sup>(1)</sup> en France. Au cours des deux derniers exercices, il y a déjà investi 1,5 milliard d'euros et les investissements à moyenne échéance restent conséquents.

C'est dans ce contexte que Groupe Canal+ et beIN Sports ont entamé des discussions. Cet accord, qui devrait prendre la forme d'une distribution exclusive de beIN Sports, permettrait à BeIN Sports de bénéficier de la force de la distribution de Canal+ et à l'ensemble des clients des deux groupes de disposer d'une offre complète. ■

(1) Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Séries, Canal+ Family et Canal+ Décalé.

## ACQUISITION DE RADIONOMY

La radio a désormais sa place dans Vivendi. Le 17 décembre 2015, le groupe a annoncé l'acquisition de 64,4 % du capital de Radionomy Group, un acteur majeur de la radio digitale dans le monde.

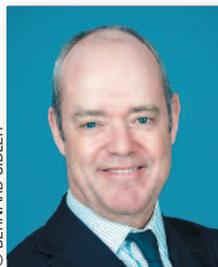
Radionomy est une plateforme audio gratuite qui permet aux passionnés de radio du monde entier de créer leur propre radio sur Internet et aux radios FM de bénéficier de nouvelles fonctionnalités pour développer leur activité digitale. À ce jour, plus de 57 000 d'entre elles ont recours à la plateforme.

Radionomy Group regroupe la plateforme Radionomy et aussi la technologie de streaming SHOUTcast, la régie publicitaire TargetSpot, la radio numérique Hotmixradio et le player audio Winamp. L'ensemble de ces sociétés est implanté à l'international avec une présence plus spécifique aux États-Unis, en France, en Espagne et en Allemagne.

Vivendi assurera à Radionomy Group une nouvelle phase de développement commercial, porté par les perspectives prometteuses du marché publicitaire de l'audio numérique. Les outils techniques et les partenariats qu'a noués Radionomy Group lui permettent en effet d'être très bien positionné pour bénéficier de la montée en puissance de la publicité ciblée sur le marché audio numérique.

Cette prise de participation élargit la chaîne de valeurs du groupe qui va de la découverte de talents à la production et à la distribution de contenus. De nombreuses passerelles entre Radionomy Group et les différentes entités de Vivendi ainsi que des offres innovantes seront mises en place. Radionomy Group complète également le dispositif d'accompagnement des talents qui constitue le socle du développement pérenne de Vivendi.

© BERNARD SIDLER



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

**CANAL+**

GROUPE



© DR

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

**L'Afrique constitue un formidable territoire de croissance pour Vivendi et notamment pour Groupe Canal+ qui y compte plus de 2 millions d'abonnés. Des salles CanalOlympia vont y voir le jour dans les prochains mois.**

## L'AFRIQUE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DE GROUPE CANAL+

**N**ouveau pas en avant pour la chaîne A+. Depuis le 9 février 2016, la chaîne africaine est disponible en France. Créée fin 2014, A+ faisait jusque-là seulement partie du bouquet de 150 chaînes (65 africaines) proposées par Canal+ dans 30 pays francophones en Afrique. Faite par des africains pour des africains, A+ propose, à titre d'exemple, la série ghanéenne « African City », l'émission culinaire « Star Chef », l'émission « Koiffure Kitoko », le magazine économique « Réussite » ou encore le show « Africa Dance ».

Le bouquet compte désormais plus de 2 millions d'abonnés individuels. En plus du bouquet, Canal+ s'apprête à lancer dans une vingtaine de villes Easy TV, une nouvelle offre « plus populaire » en TNT payante d'une trentaine de chaînes pour environ 7,50 euros par mois. L'Afrique, dont le groupe a fait l'une de ses priorités et où il est présent depuis 20 ans, enregistre



© DR

DÉJÀ PLUS DE 2 MILLIONS D'ABONNÉS INDIVIDUELS À CANAL+ EN AFRIQUE

un taux de croissance de 33,6 % de ses abonnés individuels sur 2015. Compte tenu des perspectives de développement

économique et de la pyramide des âges du continent, le potentiel reste encore très important.

Par ailleurs, en septembre 2015, les fondations du premier CanalOlympia ont été posées à Conakry en Guinée. Les premières salles seront également implantées à Cotonou au Bénin, à Brazzaville en République du

Congo, à Dakar au Sénégal et à Yaoundé au Cameroun.

Ces espaces polyvalents (cinéma, concerts, spectacles) ont vocation à faciliter l'accès à la culture et au divertissement, et à agir comme catalyseurs du développement des talents. Le choix de la marque CanalOlympia s'est logiquement imposé. Canal+ jouit d'une forte notoriété en Afrique et est gage de qualité, d'impertinence et de créativité. L'Olympia est une salle mythique parisienne. Elle jouera un rôle de conseil et d'accompagnement dans la mise en place des CanalOlympia. ■

**Développement de salles CanalOlympia**



UNIVERSAL MUSIC GROUP



PHOTO DR

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

**Déjà partenaire de nombreux sites de musique en streaming, UMG complète ses partenariats de distribution en signant un accord avec SoundCloud.**

## UNIVERSAL MUSIC GROUP SIGNE UN PARTENARIAT AVEC SOUNDCLOUD

**N**ouvelle avancée pour Universal Music Group (UMG) dans le streaming et les services innovants qui portent actuellement le secteur musical. UMG et le jeune site SoundCloud (création en 2007), qui forme la plus grande communauté au monde d'artistes audio et de musiciens et compte 175 millions d'auditeurs mensuels, ont conclu un accord en janvier 2016. Ce partenariat gagnant-gagnant crée de nombreuses nouvelles opportunités créatives, commer-

ciales et promotionnelles pour les deux sociétés.

Le partenariat permet en effet à SoundCloud d'avoir accès aux musiques des artistes confirmés et des jeunes talents d'UMG ainsi que des auteurs-compositeurs qui ont signé avec Universal Music Publishing alors qu'il met en place de la publicité et introduit des services d'abonnement sur plusieurs marchés.

Parallèlement, les labels d'UMG et Universal Music Publishing

**Montée en puissance de l'écoute en streaming**

auront accès aux outils de promotion, d'analyse et de données de SoundCloud pour fournir à leurs artistes et à leurs auteurs-compositeurs des occasions de renforcer leurs liens avec leurs fans, de développer leur engagement sur la plateforme et de générer des revenus. ■



**Christelle Graillot**  
Directrice Talent Management de Vivendi

## Quelle est la politique de Vivendi en matière de talents ?

Vivendi souhaite mettre au cœur de sa stratégie les talents et plus particulièrement la découverte de nouveaux talents. Nous devons les dénicher puis les accompagner dans leur carrière, leur donner les moyens de créer et de rayonner ainsi que d'accroître leur visibilité auprès de tous les publics. Vivendi a déjà une grande expérience en matière de découverte et d'accompagnement des talents mais nous souhaitons encore accélérer le rythme car les talents sont le point de départ de toutes nos productions de contenus originaux.

## Quelle feuille de route vous a donnée le Directoire de Vivendi ?

L'équipe a la chance d'avoir la confiance de la Direction. C'est extrêmement précieux et je les en remercie. Car dénicher les talents, les accompagner et les voir grandir n'est pas cartésien et repose sur des sensibilités de part et d'autre. C'est un métier fondé sur la confiance, les rencontres et les histoires de vie particulières. Chez Canal+, la découverte d'artistes comme Guillaume Gallienne, Charlotte Le Bon, Alex Lutz ou encore Stéphane De Groodt m'a permis de mieux appréhender les différents univers artistiques et de savoir conjuguer création et exigence opérationnelle.

## Comment se déroulent vos journées ?

Nos journées et nos soirées ne se ressemblent jamais et c'est ce qui fait toute leur richesse. Nous jonglons entre des rendez-vous avec des comédiens, des humoristes et des artistes venant de tous les univers ou encore avec des journalistes et des chroniqueurs. Notre équipe est également appelée à travailler avec les différentes émissions des chaînes du groupe qui sont aussi à la recherche de nouveaux talents. Pour être au plus près d'eux et les accompagner, nous nous rendons sur le terrain voir leurs spectacles et les rencontrer afin de construire une relation dans la durée. C'est la base de ce métier : il faut rester artisan !

# 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.

