

ENSEMBLE

LETTRE À NOS
ACTIONNAIRES

MARS 2021

RÉSULTATS P. 3

— Résultats
annuels 2020

ACTUALITÉS P. 4

— Universal Music Group
s'ouvre à de nouveaux
actionnaires

LE CARNET P. 8

— Le carnet de l'actionnaire
Vivendi et vous



© P.Aventurier/Abacq/Icon Sport

vivendi



Photos/DR

VIVENDI, un dynamisme intact

Yannick Bolloré, Président du Conseil de surveillance,
et **Arnaud de Puyfontaine**, Président du Directoire

Cher(e)s actionnaires,

L'année 2020 a été riche en initiatives pour Vivendi. Le groupe a ouvert avec succès le capital d'Universal Music Group (UMG). Un consortium mené par Tencent a acquis 10 % en mars 2020, puis 10 % supplémentaires en janvier 2021, du capital de la major sur la base d'une valeur d'entreprise de 30 milliards d'euros (pour 100 % du capital). Nous tenons à remercier les équipes de Vivendi qui ont mené à bien ces opérations dans un contexte de crise sanitaire, ainsi que celles de Tencent pour leur confiance et ce partenariat.

Fort de cette réussite, le Directoire travaille actuellement sur un projet de distribution de 60 % du capital d'UMG aux actionnaires de Vivendi. Une cotation à la Bourse d'Amsterdam d'ici à la fin de l'année est étudiée. Cette opération devrait permettre de réduire la décote dont souffre l'action Vivendi depuis de nombreuses années.

Vivendi pourra également accélérer son ambition de construire un leader mondial des contenus, des médias et de la communication. Les derniers mois ont ainsi été l'occasion de prendre des initiatives dans le secteur des médias en France et en Espagne. En décembre 2020, Vivendi a signé une promesse d'achat pour 100 % de Prisma Media à Gruner + Jahr – Bertelsmann. Fort de 20 marques phares incontournables, Prisma Media est le numéro un français de la presse magazine, imprimée et digitale. Un mois plus tard, en janvier 2021, Vivendi a acquis 9,9 % de Prisa, le leader des médias et de l'éducation du monde hispanophone.

Parallèlement à ces opérations majeures, le groupe s'est donné le temps de la réflexion, exprimant sa raison d'être et redéfinissant sa politique en matière de responsabilité sociétale des entreprises. Sa raison d'être, *Creation Unlimited*, traduit son souhait de libérer la création en révélant tous les talents, en valorisant toutes les idées et toutes les cultures, ainsi qu'en les partageant avec le plus grand nombre.

Directement lié à cette raison d'être, le nouveau programme RSE de Vivendi, *Creation for the Future*, met en perspective les impacts sociaux, sociétaux et environnementaux du groupe et se fixe un premier cap à l'horizon 2025, notamment en termes de neutralité carbone.

Nous vous souhaitons une bonne lecture de cette lettre et vous remercions pour votre fidélité.

RÉSULTATS

ANNUELS 2020

En 2020, face à la crise sanitaire, Vivendi a fait preuve de résilience et d'agilité. Presque stable par rapport à 2019 (-0,6 % à taux de change et périmètre constants **(1)**), son chiffre d'affaires s'est établi à 16,09 milliards d'euros. Après une belle progression au premier trimestre (+4,4 % à taux de change et périmètre constants **(1)**) et un fléchissement au deuxième (-7,9 %), il s'est redressé au troisième (+0,7 %) et quatrième (+0,7 %) trimestres.

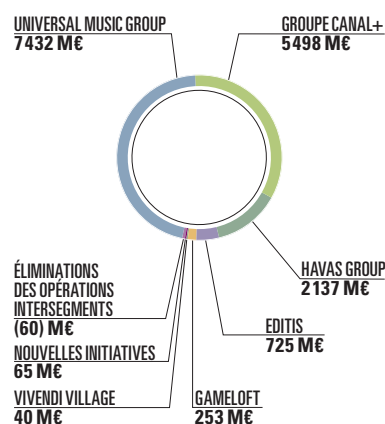
Le résultat opérationnel ajusté (EBITA) s'est élevé à 1,63 milliard d'euros, en augmentation de 6,6 % par rapport à 2019, grâce à la progression d'Universal Music Group et de Groupe Canal+, modérée par les ralentissements qui ont essentiellement impacté Havas Group et Vivendi Village.

Le résultat des activités avant impôt et intérêts minoritaires a augmenté de 47,7 % par rapport à 2019 à 2,18 milliards d'euros. C'est le résultat le plus comparable à la performance enregistrée en 2019.

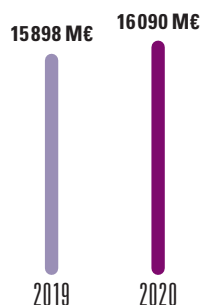
Le résultat net, part du groupe s'est établi à 1,44 milliard d'euros, contre 1,58 milliard d'euros en 2019. Sans le produit d'impôt courant de 473 millions d'euros relatif à l'utilisation des créances d'impôt étranger en sortie de régime du bénéfice mondial consolidé enregistré en 2019, le résultat net, part du groupe aurait progressé de 29,7 %. Pour 2021, Vivendi analyse en permanence les conséquences actuelles et potentielles de la crise. Il est difficile à ce jour de déterminer comment elle impactera ses résultats cette année. Les métiers liés à la publicité et au spectacle vivant risquent d'être plus impactés que les autres. Le groupe reste néanmoins confiant quant à la capacité de résilience de ses principaux métiers. Il continue de mettre tout en œuvre pour assurer la continuité de ses activités, ainsi que pour servir et divertir au mieux ses clients et ses publics, tout en respectant les consignes des autorités de chaque pays où il est implanté.

(1) Le périmètre constant permet notamment de retracer les impacts de l'acquisition de M7 par Groupe Canal+ (12 septembre 2019), de l'acquisition du solde de participation dans Ingrooves Music Group consolidé par Universal Music Group (15 mars 2019) et de l'acquisition d'Editis (31 janvier 2019).

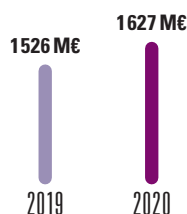
CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITÉ



CHIFFRE D'AFFAIRES



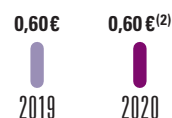
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ (EBITA)



RÉSULTAT DES ACTIVITÉS AVANT IMPÔT ET INTÉRÊTS MINORITAIRES



DIVIDENDE PROPOSÉ AU TITRE DE L'EXERCICE



(2) Soumis à l'approbation de l'Assemblée générale du 22 juin 2021.

UMG s'ouvre à de nouveaux actionnaires

Vivendi ouvre le capital d'Universal Music Group (UMG), le leader mondial de la musique enregistrée. Après la vente de 20 % d'UMG, Vivendi envisage de distribuer 60 % du capital de la major à ses actionnaires.

L'ouverture du capital d'UMG, annoncée depuis plusieurs mois, se fait en plusieurs étapes. Tout d'abord, un consortium mené par Tencent a acheté 10% (opération finalisée le 31 mars 2020), puis 10% supplémentaires (opération finalisée en janvier 2021) du capital de la major. Ces acquisitions ont été réalisées pour une valeur d'entreprise de 30 milliards d'euros pour 100% du capital d'UMG.

La présence de Tencent et de ses co-investisseurs au capital de la major va lui permettre d'accélérer son développement en Asie. De son côté, Vivendi a annoncé utiliser le cash issu de ces deux opérations pour racheter ses propres actions, réduire sa dette financière et financer des acquisitions.

Vivendi envisage aujourd'hui de distribuer 60% du capital d'UMG à ses actionnaires. Les actionnaires institutionnels du groupe réclament depuis plusieurs années la scission ou la distribution d'UMG pour diminuer sa décote. Avant de répondre favorablement à cette demande, le Directoire de Vivendi souhaitait valoriser UMG à sa juste valeur afin de mieux servir ses actionnaires et accélérer l'objectif de création

d'un leader des contenus, des médias et de la communication. La vente de 20% du capital à un consortium mené par Tencent a permis de cristalliser la valeur souhaitée sachant que d'autres investisseurs ont montré leur intérêt à des prix potentiellement supérieurs. Une Assemblée générale extraordinaire a été convoquée le 29 mars 2021 pour modifier les statuts de Vivendi SE et permettre cette distribution.

En cas de vote positif, une autre assemblée générale sera appelée d'ici à la fin de l'année pour décider de cette distribution. Cette dernière, exclusivement en nature, interviendrait à titre de distribution exceptionnelle (*special dividend*). La parité de distribution d'UMG pour chaque action Vivendi est en cours d'étude.

La cotation des actions devrait être demandée sur le marché d'Euronext NV à Amsterdam, où était implanté un des sièges historiques d'UMG.



The Weekend - Blinding Light / DRUMG

Vivendi investit dans les médias

Depuis 2014, Vivendi entend construire un leader d'envergure mondiale dans les contenus, les médias et la communication. Étant jusque-là essentiellement présent dans la télévision, le groupe a choisi d'investir en fin d'année dernière dans la presse magazine.

En décembre 2020, il a ainsi signé une promesse à Gruner + Jahr – Bertelsmann pour l'achat de 100% de Prisma Media. Ce dernier est le groupe de presse français numéro 1 du secteur, fort de 20 marques phares (*Femme actuelle, GEO, Capital, Gala, Télé-Loisirs...*).

Plus de 42 millions de Français sont en contact chaque mois avec une marque de Prisma Media.

Cette acquisition, qui s'inscrit parfaitement dans la stratégie de Vivendi, offrira également d'intéressantes opportunités de collaboration avec les entités du groupe aux magazines Prisma Media. Le projet d'acquisition est soumis à l'information-consultation des instances représentatives du personnel concernées, à l'obtention des autorisations des autorités de la concurrence et à la finalisation de la documentation juridique.

Outre Prisma Media, Vivendi a acquis, en janvier 2021, 9,9% de Prisa, le leader des médias et de l'éducation du monde hispanophone, qui possède *El País*, Santillana, Cadena SER, Radio Caracol, AS ou encore Los 40 Principales.

La prise de participation dans Prisa permettra à Vivendi de se renforcer en tant que groupe mondial de médias et d'élargir son accès aux marchés de langue espagnole en Europe, en Amérique latine et aux États-Unis. Vivendi est déjà très présent sur ces zones. En Espagne, il possède notamment la société de production télévisuelle Bambú Producciones, un grand studio de création de jeux vidéo ainsi que des activités de publicité et communication.

Canal+ propose l'intégralité de la Ligue 1 Uber Eats 2020-2021

Les rencontres de la ligue 1 Uber Eats s'ajoutent aux grandes compétitions sportives que Canal+ propose déjà à ses abonnés.

Pour la plus grande joie de ses abonnés fans de football, Groupe Canal+ et la Ligue de football professionnelle française ont annoncé, le 4 février 2021, un accord global relatif aux droits audiovisuels de la Ligue 1 Uber Eats et de la Ligue 2 BKT pour la saison 2020-2021.

A compter de la 25^e journée de compétition, le Groupe Canal+ dispose pour chaque journée des droits audiovisuels exclusifs, en direct et en intégralité, de l'ensemble des matchs de la Ligue 1 Uber Eats et de huit des dix matchs de Ligue 2 BKT, ainsi que de l'intégralité des droits magazines. Toujours dans le football, Canal+ diffuse l'intégralité de la Premier League, les deux lots premium de la Champions League à partir de la saison 2021-2022 ou encore la D1 Arkema féminine.

Concernant les autres sports, Canal+ détient les droits du Top 14, de la Pro D2, de la Formule 1, du Moto GP, du WRC et des plus grandes compétitions de golf, sans oublier ses partenariats avec RMC Sport et beIN Sports. Cette offre sport est complétée par le meilleur du cinéma français et international et les meilleures séries, grâce notamment au savoir-faire unique de la Création Originale (*Le Bureau des Légendes, Engrenages, Validé...*).

Les différents accords signés ces derniers mois permettent à Groupe Canal+ de rassembler sous un même abonnement toute la richesse des contenus Canal+ ainsi que les meilleures chaînes et applications du monde, issus de partenaires comme Netflix, Disney+ ou, tout récemment, Starzplay.



A. Dibon / Icon Sport

HAVAS GROUP S'ENGAGE

Au troisième trimestre 2020, Havas Group a lancé Havas Impact+, une marque ombrelle qui rassemble l'ensemble des initiatives et actions RSE du groupe à travers le monde.

Cette opération vise à maximiser et valoriser l'impact de sa démarche développement durable.

Elle s'organise autour de trois piliers : l'environnement, les talents et la communication responsable.

Ce même trimestre, Havas Group a également déployé aux États-Unis l'initiative *Commit to Change*, avec la mise en place d'un plan d'action en faveur de davantage de diversité au sein de ses agences.

Pour piloter cette initiative, Havas a créé un comité DE&I (Diversité, Équité et Inclusion), dont les membres représentent les communautés afro-américaine, hispanique, asiatique et LGBTQ+. L'initiative *Commit to Change* est progressivement déployée dans les autres marchés.

Havas Group poursuit sa stratégie d'acquisitions ciblées

Au cours des derniers mois, Havas Group s'est renforcé aux États-Unis, en Israël et à Singapour, consolidant sa présence sur des marchés porteurs.



© Camp + King 2021

Havas Group a poursuivi ses acquisitions au second semestre 2020 et en ce début 2021.

Après l'acquisition de l'agence médias Hyland en Australie fin août 2020, Havas Group a acquis aux États-Unis, en septembre, une participation majoritaire dans Camp + King, une agence créative indépendante élue quatre fois « Small Agency of the Year » par *Advertising Age*. Camp + King a la particularité de mêler *storytelling*, maîtrise du digital et des réseaux sociaux ainsi que création de contenus pour rendre les marques plus engageantes. Cette opération renforce la puissance créative d'Havas Group en Amérique du Nord grâce à des expertises pointues et une audace reconnue. Elle permet également d'étoffer sa présence dans la région aux côtés de ses Havas Villages et des agences telles que Battery ou Arnold.

En février 2021, Havas Group a également annoncé l'acquisition de l'agence israélienne Inbar Merhav G. C'est une agence de publicité spécialisée en stratégie marketing, en conseil et en création (offline et digital) ainsi qu'en services médias. Le rachat d'Inbar Merhav G fait suite à celui, en 2017, de Blink, agence israélienne de social media. Champion de l'innovation et de l'entrepreneuriat, Israël compte de nombreuses start-up, ce qui en fait un pays à fort potentiel.

Enfin, tout récemment, Havas Group a annoncé sa prise de participation majoritaire dans l'agence créative singapourienne BLKJ. Fondée fin 2016, BLKJ s'est rapidement imposée comme l'agence indépendante connaissant la plus forte croissance à Singapour. Elle affiche des performances solides grâce à des créations renversant les codes de l'industrie.

Avec plus de 650 millions d'habitants et une forte croissance économique, l'Asie du Sud-Est est un marché hautement stratégique pour l'ensemble d'Havas Group.



Editis / DR

Editis, leader des meilleures ventes en 2020

Quelle que soit la catégorie d'édition choisie, Editis peut être fier de son palmarès 2020. Il compte 9 titres dans le classement des 20 meilleures ventes.

Editis a très bien résisté aux lourdes contraintes sanitaires en 2020, son chiffre d'affaires enregistrant une évolution (-1,3% à taux de change et périmètre constants par rapport à 2019) supérieure à celle du marché (-2,7% par rapport à 2019, selon GfK 2020).

Editis est le groupe d'édition le mieux représenté dans le top 20 des meilleures ventes de nouveautés 2020 en France, avec neuf titres dans le classement. Parmi ces derniers, figurent, pour la littérature grand format, *Le Crépuscule et l'Aube*, de Ken Follett (Robert Laffont), et *C'est arrivé la nuit*, de Marc Lévy (Robert Laffont/Versilio); pour la cuisine, *Fait maison*, tomes 1, 2 et 3, de Cyril Lignac; pour la littérature non-fiction, *Toujours plus*, de l'influenceuse Léna Situations (Robert Laffont); pour la bande dessinée, *L'Arabe du futur*, volume 5, de Riad Sattouf (Allary) et, pour la jeunesse, *L'Agenda scolaire*, de Roxane (Solar).

L'année 2021 se présente également très bien : en février, Michel Bussi (Presses de la Cité) a sorti *Rien ne t'efface*, son treizième roman à suspense, et, en janvier, Raphaëlle Giordano, autre romancière star, a publié son quatrième roman, *Le Bazar du zèbre à pois* (Plon).

Par ailleurs, plusieurs des parutions de la rentrée d'Editis ont obtenu un prix littéraire : *La Grâce*, de Thibault de Montaigne (Plon), s'est vu attribuer le prix de Flore ; *Apeiron*, de Colum McCann (Belfond), a reçu le prix du Meilleur Livre étranger et le prix Renaudot poche a été attribué à *Charles de Gaulle*, d'Éric Roussel (Perrin).

Les éditeurs partenaires d'Editis n'ont pas été en reste, recevant le prix Interallié pour *Un crime sans importance*, d'Irène Frain (Seuil), le prix Médicis littérature française pour *Le Cœur synthétique*, de Chloé Delaume (Seuil), le prix Médicis littérature étrangère pour *Un promeneur solitaire dans la foule*, d'Antonio Muñoz Molina (Seuil), et le prix Femina romans étrangers pour le diptyque autobiographique de Deborah Levy (Sous-sol).

GAMELOFT SE RENFORCE DANS LE JEU NARRATIF
En septembre 2020, Gameloft a annoncé l'acquisition de The Other Guys, le studio de création du jeu narratif Linda Brown et de la plateforme de séries interactives Journeys. Créé en 2013, The Other Guys est un expert de la production de séries interactives captivantes. C'est un hybride unique de développeur d'application mobile et de studio de production audiovisuelle, rassemblant plus de 30 scénaristes de talent capables de créer plus d'un épisode interactif par jour. Le studio propose aujourd'hui plus de 2 300 épisodes à travers 119 saisons, et compte plus de 37 millions de téléchargements cumulés. Avec cette acquisition, Gameloft complète son expertise dans le jeu narratif et enrichit son catalogue d'un nouveau genre de divertissement audiovisuel.

Gameloft multiplie les collaborations au sein du groupe

Au cours des derniers mois, Gameloft a joué à fond la carte groupe, développant plusieurs projets avec d'autres filiales.

Pour ses 20 ans, Gameloft a édité un bel ouvrage publié aux éditions Le Cherche midi (maison d'édition d'Editis). Il a également collaboré avec Vivendi Village.

Après un partenariat en juillet dernier pour la première édition virtuelle du festival Junction 2, U-Live (Vivendi Village) et Gameloft for Brands, l'entité de Gameloft spécialisée dans la création d'expériences vidéoludiques pour les marques, ont poussé plus loin l'expérience en diffusant la seconde édition, Junction 2: Connections, dans les jeux *Asphalt 8: Airborne* et *Asphalt 9: Legends* en janvier 2021. Cette activation a généré 546 000 participants uniques et 1,8 million de clics vers la plateforme du festival.

Pour ce festival, Gameloft for Brands a également développé un partenariat avec Pioneer DJ, qui a vu des panneaux de sa marque déployés dans les jeux *Asphalt 8: Airborne* et *Asphalt 9: Legends*. Par ailleurs, UMG et Gameloft ont lancé, en mars 2021, le premier jeu vidéo mobile officiel du groupe de rock Queen, *Queen: Rock Tour*, qui permet à tous les fans du groupe mythique de jouer avec leurs tubes emblématiques ou de revivre leurs concerts dans le monde entier.

Gameloft / DR



Vivendi Village monétise ses concerts virtuels

Les différentes équipes de Vivendi Village ont fait preuve d'imagination et d'innovation pour proposer des concerts et des événements virtuels.

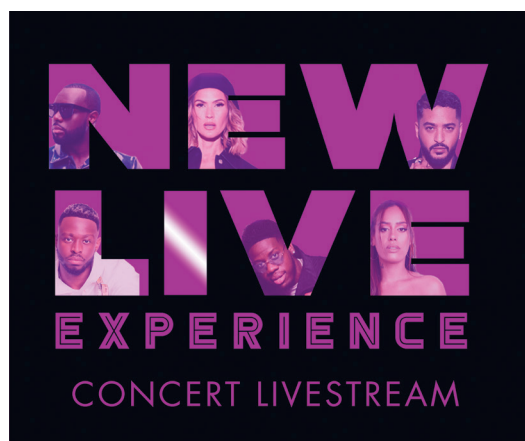
Olympia Production a coproduit les concerts de M Pokora et Jenifer, en décembre 2020, et l'événement New Live Experience, avec Vitaa et Slimane, Gims, Dadju, Amel Bent et Franglish, en février 2021.

Ces retransmissions en *live stream* étaient bien plus qu'un simple concert sans public. À titre d'exemple, en direct de l'Olympia, les fans de Jenifer ont pu bénéficier de quatre angles de caméra différents (et choisir celui qu'ils préféraient), vivre le concert de la chanteuse et de ses musiciennes dans ses moindres détails, partager des messages sur un tchat, voter pour leur chanson préférée (rejouée à la fin du concert) et visiter les coulisses de la salle.

Autres événements exceptionnels, les festivals totalement virtuels de musique techno, J2v et Junction 2: Connections, organisés par U-Live, autre entité de Vivendi Village, respectivement en juillet 2020 et en janvier 2021. Junction 2: Connections, par exemple, a diffusé six heures de DJ sets en direct de Londres, Berlin et Détroit sur trois scènes numériques 3D.

Quelque 3 millions de personnes se sont connectées en *live* au festival. Gameloft a participé à ces deux concerts Junction 2 (lire page 6). Gameloft for Brands, spécialiste de la création d'expériences vidéoludiques pour les marques, a amplifié la communication et l'audience de l'événement en intégrant des titres et de la publicité à ses jeux *Asphalt 8: Airborne* et *Asphalt 9: Legends*.

Ces différentes initiatives se révèlent être un complément naturel aux activités de spectacle vivant de Vivendi Village et pourraient bien générer des revenus complémentaires et pérennes à l'avenir.



Olympia Production/DR



Vivendi définit sa raison d'être, *Creation Unlimited*

Vivendi offre un environnement privilégié à tous les talents des industries créatives et a souhaité que sa raison d'être en soit le reflet. Par la signature *Creation Unlimited*, il a défini sa raison d'être, entendant libérer la création en révélant tous les talents, en valorisant toutes les idées, toutes les cultures et en les partageant avec le plus grand nombre. La raison d'être revêt trois dimensions :

- mettre en œuvre tous les moyens pour favoriser une création plurielle, intégrative et originale ;
- guider les nouveaux talents et accompagner les talents confirmés dans leur démarche artistique et professionnelle ;
- faire rayonner le plus largement possible les plus beaux contenus et talents.

En 2020, Vivendi a également redéfini son programme RSE, en se fixant un premier cap à l'horizon 2025. Intitulé « *Creation for the Future* », le nouveau programme, directement lié à la raison d'être du Groupe, se décline en trois piliers :

- *Creation for the Planet*, « Innover pour préserver la planète », structure l'engagement du groupe à répondre à l'urgence climatique et protéger l'environnement. Vivendi a défini sa stratégie climat 2020-2035, en cohérence notamment avec l'accord de Paris de 2015 et l'initiative Science-Based Targets. Le groupe ambitionne d'aller plus loin en atteignant la neutralité carbone (net zero) à compter de 2025, sachant que certaines entités sont d'ores et déjà neutres ;
- *Creation for Society*, « Imaginer la société de demain », traduit la responsabilité sociétale qui incombe au groupe à travers les contenus qu'il produit ou diffuse. Vivendi s'engage notamment à œuvrer à des sociétés ouvertes en rendant la culture et l'éducation plus accessibles ;
- *Creation with All*, « Construire ensemble un monde responsable », formalise l'ambition de Vivendi d'associer ses parties prenantes internes et externes dans la construction d'un monde plus inclusif et responsable.

L'année 2020 a enfin été marquée par l'accélération de l'intégration des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) à la communication financière de Vivendi. Une dynamique impulsée par le Président du Conseil de surveillance, Yannick Bolloré, lors de l'Assemblée générale du 20 avril 2020.

LE CARNET DE L'ACTIONNAIRE

VIVENDI ET VOUS

QUESTION D'ACTIONNAIRE

Je suis un peu perdu. Compte tenu de votre projet de distribution de 60% d'Universal Music Group (UMG), combien d'Assemblées générales des actionnaires tiendrez-vous cette année ? Quel est le dividende proposé au titre de 2020 ?

Pour réaliser ce projet de distribution de 60% du capital d'UMG aux actionnaires, il faut modifier les statuts de Vivendi SE. Une Assemblée générale extraordinaire des actionnaires de Vivendi SE a été convoquée le 29 mars 2021 à 15 heures (Balo du 19 février et du 10 mars 2021) afin de modifier les statuts et permettre cette distribution en nature sous forme d'actions UMG. Compte tenu des conditions sanitaires, cette Assemblée se tiendra à huis clos et sera retransmise en direct et en différé sur le site www.vivendi.com et www.dailymotion.com.

Ensuite, en cas de vote positif des actionnaires le 29 mars 2021, Vivendi poursuivra le projet, et devra tenir une Assemblée générale décidant de la distribution. Cette dernière pourrait aboutir avant fin 2021.

Par ailleurs, l'Assemblée générale mixte (ordinaire et extraordinaire), qui statuera notamment sur les comptes 2020 de Vivendi, se tiendra le 22 juin 2021. Le Directoire proposera un dividende ordinaire de 0,60 euro par action au titre de 2020.

Ce dividende représente un rendement de plus de 2% au 11 mars 2021. Le détachement du coupon interviendrait le 23 juin 2021 pour une mise en paiement le 25 juin 2021.

COURS DE L'ACTION VIVENDI

Cours de Bourse / dividendes réinvestis



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 du 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 (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 toute 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.

NOUS CONTACTER

Pour toute information sur Vivendi, vous pouvez contacter le Service informations actionnaires individuels.

— **Par courrier :**

Vivendi, Service informations actionnaires individuels, 42, avenue de Friedland, 75008 Paris

— **Par e-mail :** actionnaires@vivendi.com

— **Par téléphone :** 0 805 050 050

(numéro vert – appel gratuit depuis un poste fixe) ou +33 (0)1 71 71 34 99 si vous êtes à l'étranger.

Le service vous répond du lundi au vendredi de 09h 00 à 18h 00 (horaire étendu en cas d'actualité importante).

LE CLUB DES ACTIONNAIRES

Si vous possédez une action Vivendi, vous pouvez adhérer au Club des actionnaires de Vivendi. Il permet à tous les actionnaires du groupe d'assister à des réunions et de participer à des événements.

Le bulletin d'inscription au Club et l'agenda de ses événements sont sur le site

www.vivendi.com, dans les pages « Actionnaires individuels » à la rubrique « Club des actionnaires ».

AGENDA FINANCIER 2021

29 mars à 15 heures :

Assemblée générale extraordinaire (huis clos)

22 avril après bourse :

Publication du chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre

22 juin :

Assemblée générale mixte des actionnaires

28 juillet :

Publication des comptes du 1^{er} semestre

Vous recevez la Lettre à nos actionnaires.

Conformément à la loi « Informatique et libertés »

du 6 janvier 1978 modifiée, vous pouvez

exercer vos droits d'accès, de rectification

et d'opposition en adressant un e-mail

à actionnaires@vivendi.com ou en écrivant

à Vivendi – Service informations actionnaires

individuels – 42, avenue de Friedland – 75008 Paris.

Si vous souhaitez vous désinscrire et ne plus

recevoir ces lettres, merci de le faire savoir

aux mêmes adresses.