

LETTRE

MARS
2017

vivendi

À NOS ACTIONNAIRES



PHOTOSDR

VINCENT BOLLORÉ
PRÉSIDENT
DU CONSEIL
DE SURVEILLANCE

**ARNAUD
DE PUYFONTAINE**
PRÉSIDENT
DU DIRECTOIRE

UNE STRATÉGIE CLAIRE ET AMBITIEUSE

Les équipes de Vivendi sont en train de construire un groupe mondial de contenus et de médias. C'est une industrie qui compte parmi les plus attractives du 3^e millénaire : les consommateurs de demain seront tout d'abord plus nombreux à pouvoir se divertir. Deux milliards d'individus en Afrique, en Asie et en Amérique du Sud entreront dans l'économie des loisirs à horizon 2025 et ils seront également mieux équipés pour accéder aux contenus de divertissement : dans le monde, le nombre de smartphones – premier écran de consommation media – devrait passer de quatre milliards en 2016 à plus de six milliards en 2020.

Si l'on regarde quels sont les contenus aujourd'hui les plus consommés dans le monde (la musique, les jeux vidéo, les films/séries et les programmes de flux/le live), on voit que Vivendi détenait déjà certains de ces contenus et a dû procéder à d'importantes acquisitions pour posséder l'ensemble des contenus consommés dans le monde avec Universal Music Group (musique), Gameloft

(jeux mobiles) et Groupe Canal+ (TV/cinéma). Les équipes en charge des différents contenus et des médias travaillent désormais comme un groupe industriel : ensemble, créant ainsi plus de valeur.

Vivendi se développe donc aussi sur la distribution en renforçant ses propres capacités à travers Groupe Canal+ et en procédant à des acquisitions de plateformes comme Dailymotion, en établissant des partenariats avec des opérateurs telcos et des plateformes numériques (GAFA) pour offrir à ses contenus une exposition à la fois locale et mondiale.

Vivendi peut poursuivre cette stratégie ambitieuse dans plusieurs régions comme en Afrique, en Asie et en Europe du Sud grâce à une structure financière très solide et à son actionnaire de référence, le Groupe familial Bolloré (29 % des droits de vote en avril 2017), qui lui offre la stabilité nécessaire à long terme.

Ces développements ambitieux, qui vont permettre une forte création de valeur à terme, seront associés à une distribution de dividendes représentant un rendement d'environ 2 % par action. ■



Hervé Philippe
Directeur financier
Membre du Directoire

L'exercice 2016 de Vivendi a été porté par les bonnes performances d'Universal Music Group. Pour Groupe Canal+, les premiers effets du plan de transformation en France se sont faits sentir alors que les activités à l'international sont restées porteuses. Le Groupe est confiant pour 2017.

L'EBITA DEVRAIT PROGRESSER DE L'ORDRE DE 25 % EN 2017

En 2016, Vivendi a dégagé un résultat net ajusté de 755 millions d'euros (+8,4 %), pour un chiffre d'affaires pratiquement stable (+0,5 %) de 10,8 milliards d'euros. Nous sommes confiants pour 2017 : le chiffre d'affaires devrait augmenter de plus de 5 % et, grâce aux mesures prises l'an dernier, le résultat opérationnel ajusté (EBITA) devrait progresser de l'ordre de 25 %.

UMG : forte croissance des abonnements et du streaming

Le chiffre d'affaires d'Universal Music Group s'est élevé à 5 267 millions d'euros, en hausse de 3,1 %, porté par la progression de l'ensemble de ses activités. La croissance des revenus liés aux abonnements et au streaming est toujours particulièrement significative : +57,9 %*. Le résultat opérationnel courant (ROC) s'est établi à 687 millions d'euros, en augmentation de 9,8 %, grâce à la hausse du chiffre d'affaires et des économies de coûts.

* à taux de change constant

Les nouveaux albums de Drake, Rihanna, Ariana Grande et des Rolling Stones, ainsi que les titres de Justin Bieber ont été très bien accueillis.

GRUPE CANAL+ : de nouvelles initiatives commerciales en France

Le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'est établi à 5 253 millions d'euros, en baisse de 4,7 %. En France, il a lancé de nouvelles offres le 15 novembre 2016 et a conclu des accords au quatrième trimestre 2016 avec Free et Orange. A l'international, la progression a continué, notamment en Afrique (+692 000 abonnés à près de 2,8 millions).

Fin décembre 2016, Groupe Canal+ affichait un portefeuille en hausse à environ 11,5 mil-

lions d'abonnés individuels et 2,9 millions de clients Free et Orange (fibre). Le ROC s'est établi à 303 millions d'euros, contre 542 millions d'euros, en raison principalement de la baisse du parc d'abonnés individuels en France métropolitaine (hors partenariats avec des opérateurs télécom) et des investissements dans les programmes.

GAMELOFT : accélération de la croissance

Le chiffre d'affaires de Gameloft s'est établi à 132 millions d'euros au second semestre 2016 (Vivendi consolide Gameloft depuis le 29 juin 2016).

La dynamique de croissance s'est accélérée au second semestre 2016. L'activité a été portée par la très forte progression de sa régie publicitaire, le succès continu de nombreux jeux et le lancement réussi de *Disney Magic Kingdoms*.

Grâce à la solide croissance de son chiffre d'affaires et à la baisse de ses coûts opérationnels, le ROC s'est élevé à 10 millions d'euros au second semestre 2016, correspondant à une marge de 7,6 %, niveau record depuis le second semestre 2013.

VIVENDI VILLAGE : développement de CanalOlympia

Vivendi Village a dégagé un chiffre d'affaires de 111 millions d'euros en 2016, en hausse de 10,9 % et une perte opérationnelle courante de 7 millions d'euros. Les activités de Vivendi Ticketing (billetterie) et MyBest-Pro se sont distinguées, enregistrant une augmentation respective de leur ROC de 11,8 % et de 23,5 %.

Dividende de 0,40 € par action proposé par le Directoire

CHIFFRES CLÉS 2016

		Variation par rapport à 2015	Variation à périmètre et change constants par rapport à 2015
Chiffre d'affaires	10 819 M€	+0,5 %	-0,2 %
Résultat opérationnel ajusté (EBITA)	724 M€	-23,2 %	-21,5 %
Résultat opérationnel (EBIT)	1 194 M€	-2,9 %	
Résultat net, part du groupe	1 256 M€	-35,0 %	
Résultat net des activités poursuivies, part du groupe	1 236 M€	+77,0 %	
Retour aux actionnaires	4,2 Mds€		

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 2016 disponible sur le site Internet www.vivendi.com ou sur demande au Service actionnaires de Vivendi.

Dans un contexte difficile lié aux attentats de Paris, L'Olympia a pratiquement maintenu le niveau de son chiffre d'affaires en 2016. En Afrique, CanalOlympia a ouvert quatre nouvelles salles depuis le début de l'année.

NOUVELLES INITIATIVES : Studio+ déjà dans six pays

Le segment d'activité Nouvelles Initiatives (Dailymotion et Vivendi Content) a enregistré un chiffre d'affaires de 103 millions d'euros (contre 43 millions d'euros en 2015) et une perte opérationnelle courante de 44 millions d'euros (contre -18 millions d'euros en 2015).

Dailymotion travaille à un projet de relance technique et éditoriale pour le 2^e trimestre 2017. Vivendi Content a notamment développé Studio+, offre de séries digitales courtes et premium, lancée dans 6 pays d'Amérique latine et en Europe. ■

CANAL+
GROUPE



©DR

Maxime Saada
Directeur général
de Groupe Canal+

En signant un accord majeur avec Tony Yoka, Canal+ entend accompagner le champion et promouvoir la boxe sur ses antennes. Tony Yoka prépare aussi une émission sur C8.

GROUPE CANAL+ REMET LA BOXE EN HAUT DE L'AFFICHE

Groupe Canal+ a signé un accord pour la retransmission, en exclusivité sur ses antennes pour les quatre prochaines années, des combats en professionnel du boxeur français Tony Yoka, champion olympique des

Une émission
en préparation
sur C8



TONY YOKA, CHAMPION OLYMPIQUE ET CHAMPION DU MONDE AMATEUR DE BOXE

super-lourds à Rio en 2016 et champion du monde amateur en 2015. Diffuseur historique de la boxe, Canal+ entend s'investir encore davantage dans ce sport spectaculaire en filmant des combats en totale immersion et en proposant de grandes soirées événementielles.

Avec l'accord conclu avec Tony Yoka, un des plus grands champions français dont la carrière a éclaté de manière spectaculaire à Rio et qui vise le titre de Champion du monde, Canal+ entend accompagner l'ascension du français et promouvoir la boxe. Cette dernière retrouve ainsi une place de premier plan sur Canal+ aux côtés du football, du rugby et de la Formule 1. Tony Yoka prépare aussi une émission de télévision à l'horizon 2018 sur C8, avec l'animateur Cyril Hanouna. « Émission de suivi », elle aura notamment pour ambition d'« aller à la recherche des nouveaux champions ». La compagne du boxeur, Estelle Mossely, également championne olympique de boxe à Rio, y participera. ■

©PHILIPPE MAZZONI/CANAL+



Frédéric Crépin
Secrétaire général
de Vivendi et
de Groupe Canal+

Nomination de Marie-Annick Darmaillac à la Direction de la RSE de Vivendi

Marie-Annick Darmaillac a été nommée Directrice de la RSE (Responsabilité Sociétale d'Entreprise) de Vivendi le 1^{er} février 2017. Elle rapporte à Frédéric Crépin, membre du Directoire et Secrétaire général de Vivendi et de Groupe Canal+.

La nouvelle directrice RSE de Vivendi entend mettre l'accent sur l'implication de toutes les filiales du Groupe en matière de RSE et sur les salariés qui portent ces enjeux. La RSE relève d'un travail collaboratif interne et de moments de partage. Elle doit concerner et irriguer tout le Groupe.

Marie-Annick Darmaillac était, depuis 2015, Directrice de la promotion et du développement des talents internes de Groupe Canal+.

Auparavant, de 2005 à 2015, Marie-Annick Darmaillac a occupé le poste de Secrétaire générale adjointe du Groupe Bolloré. Elle gérait notamment le développement professionnel des cadres dirigeants et avait en charge les questions d'éthique et de développement durable.

Magistrate de formation, Marie-Annick Darmaillac avait occupé précédemment plusieurs fonctions dont celle de Sous-Directrice de la formation continue à l'École nationale de la magistrature.



© JEAN-CHISCANO

Stéphane Roussel
Directeur général en charge des Opérations de Vivendi
Président-Directeur général de Gameloft

L'éditeur de jeux vidéo sur mobile a connu une très belle année 2016, soutenu par son catalogue de franchises phares comme Asphalt, Modern Combat ou Dungeon Hunter, et par le succès du nouveau jeu Disney Magic Kingdoms.

GAMELOFT SUR LA PREMIÈRE MARCHÉ DES TÉLÉCHARGEMENTS DE JEUX VIDÉO MOBILES

L'année 2016 a été couronnée de succès pour Gameloft. L'éditeur de jeux vidéo sur mobile, racheté par Vivendi à l'été 2016, s'est classé premier éditeur mondial de jeux mobiles en nombre de téléchargements sur App Store et Google Play pour la deuxième année consécutive, selon App Annie. Plus de 1 milliard de ses jeux a ainsi été téléchargé en 2016 sur l'ensemble des plateformes disponibles à travers le monde ! En avril déjà, Gameloft avait été déclaré meilleur éditeur de la décennie 2006-2016 au Pocket Gamer Legends Award.

Ces classements recouvrent les succès rencontrés depuis des années par des jeux comme *Asphalt 8: Airborne*, *Dungeon Hunter 5*, *Dragon Mania Legends*, *March of Empires* ou encore *Modern Combat 5: Blackout*. En 2016, le nouveau jeu *Disney Magic Kingdoms* a également été très bien ac-

cueilli notamment au Japon où, commercialisé en partenariat avec GungHo, il s'est classé numéro un des téléchargements sur iOS et Google Play pendant plusieurs jours (1 million de téléchargements au Japon 20 jours après sa sortie).

La régie publicitaire mobile, Gameloft Advertising Solutions, a également connu une très forte croissance. De même, Gameloft bénéficie d'une meilleure monétisation des services de jeux existants ainsi que d'une politique d'acquisition d'utilisateurs plus ciblée et plus efficace.

Par ailleurs, confortant son indépendance, l'éditeur a réalisé, au



ASPHALT 8: AIRBORNE

© GAMELOFT

1^{er} éditeur de jeux mobiles sur App Store et Google Play

second semestre 2016, 67 % de ses ventes avec ses propres franchises de jeux. Ce pourcentage ne cesse de progresser : il était de 57 % en 2013, 60 % en 2014, 64 % en 2015.

Au second semestre 2016, Gameloft (consolidé par Vivendi par intégration globale depuis le 29 juin 2016) a enregistré un chiffre d'affaires de 132 millions d'euros (après 125 millions d'euros au premier) et une marge opérationnelle courante de 7,6 %. Niveau qui n'avait plus été atteint depuis le second semestre 2013 !



UNIVERSAL MUSIC GROUP



PHOTO DR

Sir Lucian Grainge
Président-Directeur général d'UMG

Face au nombre croissant de services numériques, Universal Music Group (UMG) a créé et a encouragé plusieurs projets innovants.

UNIVERSAL MUSIC GROUP, AUX AVANT-POSTES DE LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE MUSICALE

UMG joue un rôle actif pour encourager le développement de nouveaux services musicaux numériques pour les consommateurs. Au cours des derniers mois, il a notamment signé des accords avec des acteurs du streaming comme Pandora, iHeartMedia et Amazon. Il a également saisi des opportunités dans certains pays émergents, comme la Chine, la Russie, le Brésil et dans des pays d'Afrique. A ce jour, UMG a

contracté des licences avec plus de 400 services numériques dans le monde.

Par ailleurs, UMG a lancé Spinn'up, une plateforme destinée à épauler les jeunes artistes et musiciens sans label, en octobre 2016 en France et en Belgique, après la Suède en 2013. Également disponible sur plusieurs autres marchés clefs, Spinn'up distribue la musique des artistes sur les plateformes de streaming

Plus de 400 accords dans le numérique

leaders, tout en permettant à UMG d'avoir un nouveau canal de découverte de talents dans le monde entier.

Lancée en 2010 au niveau mondial par UMG, Digster est rapidement devenue leader des playlist sur plateformes de streaming. Universal Music France a créé le service dans l'Hexagone en 2014 et y compte plus de 2,5 millions d'utilisateurs, totalisant 23 millions d'écoutes par mois. Digster Afrique commercialise des playlists via les opérateurs télécom depuis 2016.



Simon Gillham

Président de Vivendi Village
Directeur de la Communication de Vivendi

Vivendi soutient et accompagne la candidature de Paris aux futurs Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024. Les soutiens se multiplient dans toutes les activités du Groupe.

VIVENDI PARTENAIRE OFFICIEL DE PARIS 2024

Vivendi est un des 13 partenaires officiels de Paris 2024, la candidature de Paris aux Jeux Olympique (JO) et Paralympiques de 2024. Seul groupe présent dans les secteurs des médias et des contenus, il a mobilisé différents moyens financiers, humains et techniques pour soutenir ce formidable projet. Vivendi met plus particulièrement à la disposition de la candidature son expertise dans la production et la diffusion de contenus. Il lui apporte également une dimension culturelle et créative essentielle. L'ensemble des filiales du Groupe et le siège accompagnent le projet. A titre d'exemple, chez Groupe Canal+, entre fin juin et mi-septembre 2016, six séquences de 30 secondes promouvant les JO et la candidature de Paris 2024 ont été diffusées sur l'ensemble des chaînes payantes et gratuites. De nombreuses émissions soutiennent également Paris 2024 jusqu'au 13 septembre 2017, date de la désignation de la ville hôte (TPMP, le « + » d'Infosport...).

Soutien de l'ensemble des filiales



© DR

PARIS 2024 DANS L'ÉMISSION "RIO, LE MAGAZINE DES JEUX OLYMPIQUES" D'AÔÛT 2016.

En août dernier, Canal+ et l'agence BETC (Groupe Havas) ont co-signé le film de promotion de la candidature #ShareParis. Composé d'images Instagram portant le hashtag « #Paris », le film présente un Paris jeune, dynamique et sportif, rythmé de clins d'œil aux plus beaux monuments de la capitale.

ÉLODIE CLOUVEL BIENTÔT À L'ANTENNE DE CANAL+

Le 20 décembre, c'était au tour de l'Olympia de saluer Paris 2024. Alors que se tenait la finale de

e-championnat de France de Fifa, les 32 joueurs ont posé en faveur de Paris 2024, prouvant leur attachement à la candidature et aux valeurs de l'Olympisme.

Vivendi a toujours été proche du monde sportif et olympique. Il compte dans ses équipes de nombreux athlètes dont Élodie Clouvel, médaillée d'argent de pentathlon moderne aux JO de Rio, et vice-championne du monde 2016. En janvier 2016, la jeune catalane a intégré le service des Sports de Canal+. Elle sera bientôt sur les antennes de Canal+ pour animer des séquences sportives. ■

VIVENDI, PARTENAIRE DE PLACEDESACIONNAIRES.COM

Le 1^{er} février 2017, la Fédération des investisseurs individuels et des clubs d'investissement (F2iC) a lancé « placedesactionnaires.com », le premier réseau social dédié aux actionnaires individuels et aux épargnants, auquel s'est associé Vivendi en tant que partenaire.

Ce réseau vise à être LE lieu d'échanges et d'information pour les actionnaires individuels, les épargnants, les sociétés cotées, les sociétés d'investissements et les organismes de place. Actualités financières et produits, informations fiscales ou encore agendas financiers et des Clubs des actionnaires y sont disponibles.

Le réseau est facile d'accès et d'utilisation, son mode de fonctionnement s'approchant de celui de Twitter. En effet, les posts s'élèvent au maximum à 140 signes et peuvent être agrémentés de photos. Les renvois de posts, écrits par une autre personne, à son réseau sont également possibles tout comme les mentions « j'aime » et les messages privés. Un onglet « cotation boursière » et un onglet « passer un ordre » sont disponibles. Dans ce dernier cas, le réseau renvoie vers les sites de 20 établissements financiers.

Sur un même lieu, un actionnaire peut ainsi avoir des informations sur les marchés financiers et les sociétés cotées ainsi qu'un accès facilité à son établissement teneur de compte. Une initiative dynamique à saluer !

RENOUVELLEMENT DU COMITÉ DES ACTIONNAIRES

Créé en 2009, le Comité des actionnaires de Vivendi constitue une passerelle entre les actionnaires individuels et la Direction de Vivendi. Organe consultatif, il a pour objectif d'enrichir le dialogue, l'écoute et la communication entre Vivendi et les actionnaires individuels. Il permet plus particulièrement :

- d'améliorer la qualité de l'information et des liens que Vivendi met en place à l'intention des actionnaires personnes physiques,
- de recueillir les attentes, les réflexions et les suggestions d'un panel d'actionnaires en matière de communication avec Vivendi.

Le Comité compte 10 membres mandatés pour deux ans reconductibles. 5 des 10 membres ont été renouvelés en fin d'année dernière (le formulaire de candidature est disponible sur le site internet du groupe dans les pages Actionnaires individuels). Vivendi s'est attaché à étudier les dossiers de chaque candidat et à les recevoir. Outre la qualité des candidatures, le choix des membres a été dicté par le respect de l'équilibre entre les sexes, les régions, les âges et les professions. Toutes les typologies d'actionnaires doivent être représentées au Comité.

Françoise German (Yvelines), Julien Delpierre (Val de Marne), Laurent Dupuy (Côte d'Azur), Jean-Pierre Riou (Pays-de-la-Loire) et Agnès Bongo (Ile-de-France) ont ainsi rejoint Roland Dumas (Alsace), Françoise Guelle (Rhône), Bruno Lacoste (Gironde), Anne-Lise Lanet (Meurthe-et-Moselle) et Nathalie Ollier (PACA), membres du comité depuis 2014. Deux de ces membres représentent les actionnaires salariés qui détiennent 3,27 % du capital de Vivendi (au 31 décembre 2016).

Le Comité se réunit 3 fois par an et les comptes-rendus des rencontres sont disponibles sur le site du Groupe : <http://www.vivendi.com/actionnaires-individuels/comite-des-actionnaires/>. Lors de ces rendez-vous, après un échange avec un membre du Directoire et un point sur l'actualité, le Comité travaille sur une des activités du Groupe ou sur un des moyens de communication ou événements créés pour les actionnaires individuels (Assemblée générale, lettre aux actionnaires, Club des actionnaires, réseaux sociaux, ...).

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, 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

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
NUMÉRO 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, 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). 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) 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.

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.

