

ENSEMBLE

LETTRE À NOS
ACTIONNAIRES

MARS 2020

RÉSULTATS P. 3

— Résultats annuels 2019

ACTUALITÉS P. 4

— Vivendi signe un accord relatif à UMG avec le chinois Tencent

LE CARNET P. 8

— Le carnet de l'actionnaire Vivendi et vous



Tencent 腾讯

vivendi



Photos DR

Forte progression des résultats 2019

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

Chers actionnaires,

Vivendi a réalisé une très bonne année 2019. La croissance organique du chiffre d'affaires s'est élevée à 5,6 %, et le résultat opérationnel ajusté s'est établi à 1,526 milliard d'euros, ce qui n'avait jamais été réalisé depuis 2015. Notre stratégie de construction d'un leader mondial de la culture, au croisement de *l'entertainment*, des médias et de la communication, porte ses fruits.

Ces résultats exceptionnels ont été couplés à d'importantes avancées stratégiques.

Vivendi a signé un accord avec un consortium mené par Tencent, permettant à ce dernier d'acquérir 10 % du capital d'Universal Music Group (UMG), sur la base d'une valeur d'entreprise de 30 milliards d'euros. Cette valorisation reflète le leadership d'UMG dans son secteur et ses importantes perspectives de croissance. Le partenariat avec Tencent lui offrira des opportunités pour davantage se développer en Asie, et notamment en Chine où le marché de la musique croît fortement. En 2019, nous avons également mené à bien l'intégration d'Editis, le numéro deux de l'édition en France, et ainsi complété notre offre de contenus en entrant sur un nouveau segment. L'édition est le premier marché de biens culturels dans l'Hexagone. Pour Editis, nous avons de grandes ambitions de développement et de projets communs avec les autres filiales du groupe. De son côté, Groupe Canal+ s'est renforcé à l'international grâce à l'acquisition de M7, un opérateur présent au Benelux et en Europe centrale, qui lui a permis de franchir le cap des 20 millions d'abonnés au global. Groupe Canal+ a par ailleurs signé des accords de distribution majeurs avec les plus grands acteurs mondiaux, comme Netflix et Disney.

Havas Group a prouvé la solidité de son modèle économique face aux profonds bouleversements du marché de la communication. Fort d'une nouvelle organisation et d'un nouveau positionnement autour d'une communication porteuse de sens et d'engagement, le groupe a gagné la confiance de nouveaux grands clients. Il a également réalisé des acquisitions stratégiques lui permettant d'enrichir son expertise et d'étendre encore sa présence à l'international.

L'année 2019 a été marquée par le renforcement de nos engagements environnementaux, sociaux et sociétaux. En tant que leader, Vivendi porte une responsabilité majeure, que nous défendons ardemment à travers nos investissements dans la diversité culturelle, notre feuille de route environnementale, et notre programme de solidarité Vivendi Create Joy. Ce dernier œuvre depuis douze ans en faveur des jeunes en difficulté, grâce à des projets d'éducation culturelle et de formation professionnelle.

Aucune de ces avancées n'aurait été possible sans votre soutien. Nous avons eu à cœur de vous associer à notre succès : le retour aux actionnaires s'est élevé à plus de 3,8 milliards d'euros (rachats d'actions et dividende) entre fin avril 2019 et mi-mars 2020, contre 568 millions d'euros (dividendes) en 2018. La prochaine Assemblée générale se prononcera sur la proposition d'un dividende de 0,60 euro par action au titre de 2019.

Merci pour votre confiance.

RÉSULTATS

ANNUELS 2019

Vivendi a enregistré une très forte progression de ses résultats en 2019. Son chiffre d'affaires et son résultat opérationnel ajusté (EBITA) ont enregistré une croissance organique respective de 5,6 % et 10,8 %, performances jamais réalisées depuis 2015.

Le chiffre d'affaires consolidé s'est élevé à 15 898 millions d'euros, en hausse de 14,1 % par rapport à 2018, principalement grâce aux progressions d'UMG et de Groupe Canal+ ainsi qu'à la consolidation d'Editis depuis le 1^{er} février 2019. À taux de change et périmètre constants, le chiffre d'affaires a augmenté de 5,6 % par rapport à 2018.

Le résultat opérationnel ajusté (EBITA) s'est établi à 1 526 millions d'euros, en progression de 18,5 % par rapport à 2018. À taux de change et périmètre constants, il a augmenté de 10,8 %, essentiellement grâce à la hausse d'UMG (+ 205 millions d'euros),

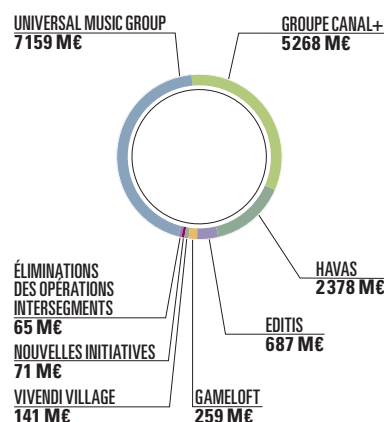
partiellement compensée par le recul de Groupe Canal+ (- 82 millions d'euros) pénalisés par des charges de restructuration (92 millions d'euros).

Le résultat net ajusté s'est établi à 1 741 millions d'euros, en hausse de 50,5 % par rapport à 2018. Cette évolution reflète principalement la progression de l'EBITA et un remboursement d'impôt courant de 473 millions d'euros.

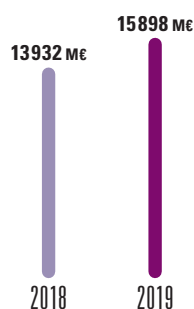
En 2019, le retour aux actionnaires a totalisé 3,3 milliards d'euros (rachats d'actions de 2,66 milliards d'euros, et dividende versé en avril 2019 de 636 millions d'euros).

L'Assemblée générale du 20 avril 2020 se prononcera sur la proposition d'un dividende de 0,60 euro par action au titre de l'exercice 2019 (en hausse de 20 % par rapport au dividende distribué au titre de l'exercice 2018).

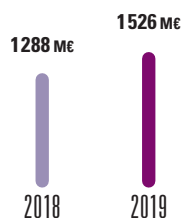
CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITÉ



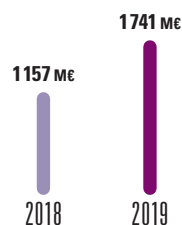
CHIFFRE D'AFFAIRES



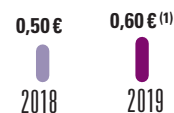
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ (EBITA)



RÉSULTAT NET AJUSTÉ



DIVIDENDE PROPOSÉ AU TITRE DE L'EXERCICE



(1) Soumis à l'approbation de l'Assemblée générale du 20 avril 2020.

Vous pouvez retrouver les résultats 2019 du groupe en images : www.vivendi.com/actionnaires-individuels



BTS, official artist photo / DR



Girls Generation – The Boys / DR

Vivendi signe un accord relatif à UMG avec Tencent

Un consortium mené par le chinois Tencent devrait prendre une participation dans le capital d'UMG.

Vivendi a fini l'année 2019 en beauté ! Le 31 décembre, le groupe a signé un accord avec un consortium mené par Tencent pour un projet d'entrée dans le capital d'UMG.

Tencent est un groupe chinois qui entend « utiliser la technologie pour enrichir la vie des internautes ». Il a été fondé en 1998 à Shenzhen et est coté depuis 2004 à Hong Kong. Notamment propriétaires de plateformes, Tencent investit massivement dans les talents et l'innovation technologique, promouvant activement le développement d'Internet.

L'accord signé entre Vivendi et un consortium mené par Tencent, comprenant sa filiale Tencent Music Entertainment et des investisseurs financiers internationaux, prévoit l'acquisition de 10 % du capital d'UMG par le consortium, sur la base d'une valeur d'entreprise totale de 30 milliards d'euros. Sur cette même base, le consortium a l'option d'acquérir jusqu'à 10 % supplémentaires du capital d'UMG jusqu'au 15 janvier 2021.

Un deuxième accord, permettant à Tencent Music Entertainment d'acquérir une participation minoritaire dans la filiale chinoise d'UMG, est également prévu.

La réalisation de cette opération est attendue d'ici à la fin du premier semestre 2020.

Vivendi se réjouit de l'arrivée de Tencent et de ses co-investisseurs dans le capital d'UMG, qui permettra à ce dernier un plus grand développement sur le marché asiatique. Ensemble, les groupes travailleront à l'accroissement des opportunités offertes aux artistes et à l'enrichissement des expériences des fans de musique.

Par ailleurs, le Conseil de surveillance de Vivendi a été informé de la poursuite des négociations relatives à l'éventuelle cession de participations minoritaires supplémentaires, sur la base minimale d'une valorisation de 30 milliards d'euros. Huit banques ont été mandatées par Vivendi pour l'accompagner à cette fin. Une introduction en Bourse est prévue au plus tard pour le début 2023.

La trésorerie issue de ces différentes opérations de cession pourrait être utilisée pour un programme de rachat d'actions significatif ainsi que des acquisitions.

De nombreux partenariats pour Canal+

Au cours des derniers mois, Canal+ a signé plusieurs partenariats stratégiques lui permettant de renforcer son statut d'acteur leader dans la distribution de contenus audiovisuels en France.

Sur son métier d'éditeur, Canal+ s'est vu attribuer en novembre 2019 par l'UEFA les deux lots premium de la Ligue des champions en exclusivité pour trois saisons à partir de 2021 ainsi que la plus belle affiche de chaque journée d'Europa League. En janvier 2020, il a prolongé son accord avec Formula One Management pour conserver l'intégralité des saisons 2021 et 2022 de Formule 1. Ces droits majeurs viennent s'ajouter à une offre sportive déjà riche.

Dans la création et la production de contenus, Canal+ a pu s'appuyer sur un savoir-faire unique en France porté par le label Création Originale (*Le Bureau des Légendes, The New Pope, Baron Noir*, etc.) et par Studiocanal, acteur de référence dans la production et la distribution de films et de séries TV.

Sur son métier d'agrégateur, Canal+ a consolidé, grâce à trois accords majeurs, sa position d'acteur de référence. Tout d'abord, Netflix a été intégré à ses offres au quatrième trimestre 2019.

Quelques semaines plus tard, le groupe a renforcé son partenariat historique avec The Walt Disney Company via un accord lui permettant de distribuer les chaînes et services du groupe Disney, de disposer de la première fenêtre de diffusion pour les films Disney et de devenir le distributeur exclusif de la plateforme Disney+ en France. Enfin, Canal+ a obtenu le mandat exclusif de commercialisation des chaînes beIN Sports à partir du 1^{er} juin 2020. Cet important accord prévoit également la sous-licence en exclusivité des droits de la Ligue 1 pour les saisons 2020-2024 détenus par son partenaire.

Sur un marché audiovisuel marqué par la fragmentation croissante des offres, les accords de Canal+ conclus ces derniers mois s'intègrent parfaitement dans son objectif d'agréger les meilleurs contenus sur une seule plateforme.

7 JANVIER 2020
Depuis le 7 janvier 2020, Vivendi SE est désormais immatriculée sous sa nouvelle forme de société européenne. Basé en France et présent dans 22 pays européens, le groupe Vivendi génère près de 60% de son chiffre d'affaires en Europe et y emploie près de 55% de ses effectifs. Le passage à ce nouveau statut permettra de mettre en adéquation la forme sociale de Vivendi et son ancrage européen.

25 FÉVRIER 2020
Vivendi a organisé pour ses actionnaires individuels une e-réunion sur les résultats 2019 du groupe avec Hervé Philippe, membre du Directoire et Directeur financier.

20 AVRIL 2020
L'Assemblée générale des actionnaires de Vivendi se tiendra cette année le lundi 20 avril à 15 h 30 à l'Olympia, au 28, boulevard des Capucines, 75009 Paris.

Havas Group renforce sa présence en Inde

En 2019, Havas Group a acquis trois sociétés en Inde, souhaitant profiter plus encore de la croissance de ce pays.



Shobiz Signed / DR

Chose promise, chose due. Comme Yannick Bolloré, le Président-directeur général d'Havas Group, l'avait annoncé début 2019, le groupe de communication a triplé sa présence en Inde l'an dernier. Pour son dynamisme économique et la croissance de son secteur digital, ce pays, sixième puissance mondiale, est prioritaire pour Havas Group. En mai 2019, Havas Group y a ainsi racheté Think Design, une agence de consulting en design digital et expérience utilisateur. Fondée en 2004, elle dispose aujourd'hui de cinq studios en Inde et aux États-Unis et compte 125 spécialistes qui accompagnent les marques dans leur stratégie d'expérience utilisateur.

Havas Group a ensuite acquis en septembre 2019 Langoor, une agence digitale s'appuyant sur la créativité et la technologie. Langoor est implantée en Inde, au Moyen-Orient et en Australie et emploie 170 experts. Elle travaille aussi bien pour des multinationales que pour des entreprises locales et des start-up dans toutes les disciplines de la communication digitale (marketing en ligne, sites Web, analyse de données, automatisation marketing, e-commerce et référencement). Enfin, en décembre 2019, Havas Group a repris l'agence de marketing expérientiel Shobiz. Fondée en 1982, elle compte plus de 300 experts. Spécialisée en planification stratégique, en communication, en création de contenus, en design créatif, graphique et architectural ou encore en acquisition d'audience, elle compte cinq sites en Inde.

Ces acquisitions ont renforcé l'offre intégrée et les expertises d'Havas Group en Inde. Parallèlement à ces dernières, le groupe a mis en place une nouvelle équipe dirigeante dans le pays pour mieux y concrétiser ses ambitions.



Couvertures manuels scolaires / DR

Editis renforce ses positions

L'année 2019 d'Editis a été marquée par le dynamisme de ses activités, portée notamment par la réforme des lycées et par plusieurs opérations de croissance externe.

Editis, deuxième éditeur national, racheté par Vivendi fin janvier 2019, a conforté ses positions au cours des derniers mois. Son activité Éducation et Référence (éditions Nathan, Bordas, Le Robert...) a été particulièrement active, son chiffre d'affaires 2019 sur onze mois (Editis est consolidé par le groupe depuis le 1^{er} février 2019) progressant de 16,8 % à taux de change et périmètre constants par rapport à la même période en 2018. L'année a été soutenue en France par la réforme des lycées. Les éditeurs Nathan, Bordas et Le Robert ont publié près de 120 manuels imprimés, dont 114 sous forme numérique et interactive.

Le chiffre d'affaires de l'activité Littérature a progressé de 2,0 % en pro forma sur onze mois. Editis a confirmé sa position de leader sur ce segment, six de ses auteurs se classant dans le top 10 des écrivains les plus vendus en France en 2019.

De son côté, le chiffre d'affaires de l'activité diffusion-distribution a augmenté de 4,2 % en pro forma sur onze mois par rapport à la même période en 2018, notamment porté par la distribution du prix Goncourt.

Sur le plan de la croissance externe, en juillet 2019, Editis a racheté l'Archipel, un spécialiste de la littérature et des essais (Éditions de l'Archipel, Archipoche, Presses du Châtelet). En août 2019, il a fait son entrée sur le segment porteur du roman graphique et de la bande dessinée en se rapprochant des éditions Jungle (filiale du groupe Steinkis) via un partenariat à trois niveaux : création d'une maison de bandes dessinées au sein d'Editis, prise de participation dans Jungle à hauteur de 30 % et distribution de la quasi-totalité des livres de Steinkis.

11 OCTOBRE 2019
Vivendi s'engage dans le mécénat de compétences. Son programme de solidarité, Vivendi Create Joy, a organisé en France, le 11 octobre 2019, une « journée de l'engagement » au cours de laquelle les salariés ont eu l'occasion de partager leurs compétences avec six associations soutenues par le programme de solidarité. Vivendi a également lancé une plateforme de mise en relation d'associations avec ses collaborateurs français. Il leur offre une journée d'engagement par an.

Début d'année dynamique pour Gameloft

L'éditeur de jeux vidéo a multiplié les sorties de jeux au cours des derniers mois. De grands groupes ont choisi Gameloft pour lui confier leurs franchises de divertissement.



LEGO Legacy Heroes Unboxed Game

Les derniers mois ont été riches pour Gameloft. L'éditeur a sorti *Disney Getaway Blast!* le 30 janvier 2020, suivi d'*Overdrive City* le 13 février. Plus tôt, il avait lancé *Disney Princesses Puzzle Royal*, le 9 octobre 2019. L'éditeur réalise 65 % de son chiffre d'affaires avec ses propres franchises de jeux et 35 % avec celles de grands groupes internationaux qui lui accordent toute leur confiance. Outre Disney ou encore Universal Pictures, Gameloft est également le partenaire de LEGO, pour qui il a créé *LEGO Legacy: Heroes Unboxed*, sorti fin février.

Par ailleurs, souhaitant développer sa présence sur toutes les plateformes de jeu, Gameloft a commercialisé deux jeux sur la console Nintendo Switch™ : *Modern Combat Blackout* en février 2019, et *Asphalt 9: Legends*, en octobre 2019.

Le récent modèle de distribution de jeux par abonnement est aussi une nouvelle voie de croissance pour Gameloft. Celui-ci a ainsi lancé un service de *cloud gaming*, en partenariat avec Blacknut, qui offre aux opérateurs et aux constructeurs un catalogue de jeux multiplateformes diffusés en streaming depuis le *cloud*. Enfin, *last but not least*, il a développé *Ballistic Baseball* pour Apple Arcade, le nouveau service d'abonnement de jeux d'Apple, et travaille actuellement sur d'autres projets pour cette plateforme.

See Tickets renforce son empreinte

See Tickets, la filiale de Vivendi Village spécialisée dans la billetterie, rachète le suisse Starticket et gère désormais près de 30 millions de billets par an.

See Tickets, filiale de Vivendi Village et référence en matière de billetterie, de CRM (gestion de la relation client) et de contrôle d'accès, a confirmé sa stratégie de développement en rachetant le distributeur suisse de billets Starticket. Avec plus de 5 millions de billets vendus chaque année, Starticket est l'un des principaux distributeurs de billets du pays.

Cette acquisition permet à See Tickets de vendre chaque année près de 30 millions de billets, émanant de près de 10 000 organisateurs de spectacles et manifestations. Il bénéficie aussi de l'importante expérience de Starticket sur le marché suisse. De son côté, grâce à See Tickets, Starticket a accès aux dernières technologies en matière de billetterie, dispose d'un réseau de partenaires puissants et renforce, in fine, sa compétitivité.

See Tickets est aujourd'hui présent dans neuf pays en Europe (France, Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni, Suisse) et aux États-Unis. Il compte environ 500 collaborateurs. La mutualisation en son sein des services et des technologies de ses différentes entités offre de multiples avantages. Ainsi, c'est grâce à la robustesse d'une plateforme technique développée en Grande-Bretagne que See Tickets en France a pu absorber, en octobre 2019, plus de 100 000 connexions simultanées lors de la commercialisation du concert de Céline Dion aux Vieilles Charrues (les places se sont vendues en neuf minutes).

Par ailleurs, l'ensemble des activités de billetterie du groupe dont la France, est aujourd'hui unifié autour d'une même marque, See Tickets. La nouvelle identité visuelle a été conçue et développée par l'agence W d'Havas Group.



See Tickets / DR

Vivendi s'engage



Palau Pledge @Sen Izzard form the Pool Collective

Vivendi entend sensibiliser à l'urgence climatique

Pour Vivendi, la lutte contre le dérèglement climatique et la protection de l'environnement sont des enjeux implicites :

il ne peut y avoir de création culturelle pérenne dans un écosystème dégradé, la nature ayant toujours été, en outre, une source d'inspiration pour les artistes. Vivendi entend notamment sensibiliser ses clients à l'urgence climatique. Dans l'audiovisuel, en France, Canal+ a diffusé plusieurs documentaires pour sensibiliser à l'environnement dont *Energy Observer*, *les messagers de la Terre* et *Terrains brûlants*. Dans le magazine *Toussa Toussa*, la rubrique *Keskispasse sur la planète* donne la parole aux jeunes. La minisérie *L'Effondrement* embarque le téléspectateur dans un monde de pénuries, via huit épisodes réalisés de manière écoresponsable. L'épisode *La station-service* a été primé aux Deauville Green Awards. En Pologne, sur la chaîne Kuchnia+, l'émission *Jagna Niedzielska's: Zero waste cooking* promeut la lutte contre le gaspillage alimentaire.

UMG s'est également emparé du sujet : Universal Music UK et les studios d'Abbey Road ont rejoint le mouvement Music Declares Emergency. En outre, plusieurs artistes UMG contribuent, de par leurs morceaux, à la sensibilisation sur l'environnement, dont Gauvain Sers et Tiken Jah Fakoly. La bande originale de la série *Notre planète* (Netflix), est produite par Decca Records (label UMG) et inclut un titre inédit d'Ellie Goulding (artiste UMG). Et pour la première fois, la version CD de l'album utilise un emballage écologique (à base d'algues). De son côté, Havas Group est engagé depuis 2017 dans l'initiative Common Ground et plus particulièrement sur le sujet du changement climatique. Il a ainsi réalisé, en 2019, 13 campagnes qui sensibilisent au dérèglement climatique.

Chez Editis, la maison Tana a mis en place un label écoresponsable s'appliquant à sa ligne éditoriale et à la fabrication de ses ouvrages. Pour sa part, Nathan Maternelle, éduquant les futures générations, défend plus particulièrement le développement durable, avec le jeu *Mission forêt propre*, les puzzles *La nature* et *Écocitoyens* ou encore ses ateliers de tri.

LE CARNET DE L'ACTIONNAIRE

VIVENDI ET VOUS

LE SERVICE INFORMATIONS ACTIONNAIRES INDIVIDUELS DE VIVENDI RÉCOMPENSÉ PAR LE REVENU

Pour la troisième année, Vivendi a été récompensé pour sa communication envers les actionnaires individuels. Le 12 décembre 2019, le groupe a remporté le trophée d'argent de la meilleure communication numérique du CAC 40 décerné par Le Revenu. Chaque année, le magazine remet ses trophées des meilleures relations actionnaires à la mi-décembre.

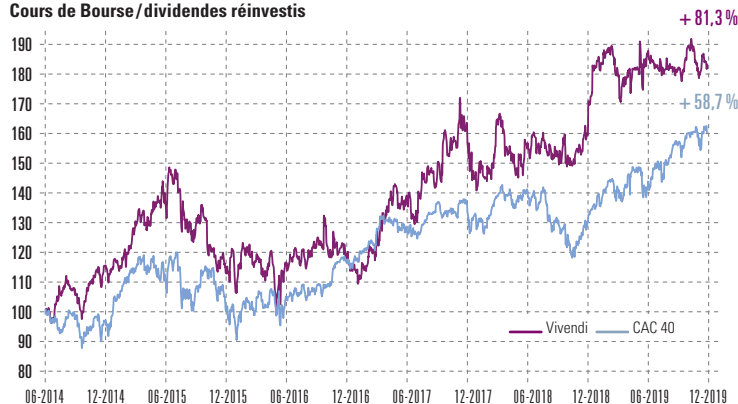
Le dispositif de communication numérique mis en place pour les 200 000 actionnaires individuels de Vivendi comprend plusieurs vecteurs :

- des pages Actionnaires Individuels sur le site Internet corporate du groupe, comprenant 11 rubriques : Comité des actionnaires ; Agenda ; Cours de Bourse, dividende et structure actionnariale ; Assemblée générale ; En images ; Livret de l'actionnaire ; Communiqués de presse ; Club des actionnaires ; Comptes rendus des réunions d'informations financières ; Lettres aux actionnaires ; Nous contacter ;
- deux comptes Twitter permettant de connaître en direct l'actualité du groupe, du Club des actionnaires et des marchés financiers ;
- des e-réunions sur Internet ouvertes à tous les actionnaires quelle que soit leur situation géographique et pouvant être visionnées en direct ou en replay.

La dernière a concerné les résultats 2019 de Vivendi et a été menée par Hervé Philippe, Directeur financier et membre du Directoire du groupe. À ce dispositif, s'ajoutent la lettre aux actionnaires, les réunions à Paris et en province, les événements du Club, les rendez-vous du Comité des actionnaires...

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, 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 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 09 h 00 à 18 h 00 (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 par le Service informations actionnaires individuels.

www.vivendi.com

RÉUNIONS D'INFORMATIONS FINANCIÈRES

Le Service informations actionnaires individuels propose quatre réunions financières par an en province, en binôme avec un autre groupe du CAC 40, organisées par la F2IC ou un hebdomadaire financier. Les prochaines réunions auront lieu **le 11 septembre à Strasbourg et le 21 septembre à Lyon**. Les inscriptions se font sur invitation.

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.

