

ENSEMBLE

LETTRE À NOS
ACTIONNAIRES

MARS 2022

RÉSULTATS P. 3

— Résultats annuels 2021

ACTUALITÉS P. 4

— Groupe Canal+ confirme son statut
de partenaire privilégié du cinéma

LE CARNET P. 8

— Récompenses gagnées



vivendi



Photos/DR

Vivendi : la culture et le divertissement, valeurs refuges

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

Madame, Monsieur, cher(e) actionnaire,

La stratégie de Vivendi, consistant à bâtir un leader de la culture européenne au rayonnement international dans les secteurs des contenus, des médias et de la communication, a été validée par les très bons résultats de 2021. L'ensemble de ses activités a en effet connu de très bonnes performances annuelles.

Trois mots-clés illustrent cette stratégie. Transformation tout d'abord : le groupe entend être aux avant-postes de la transformation et de la réinvention de ses secteurs.

Ces derniers, confrontés à une situation sanitaire complexe ont prouvé que la culture et le divertissement sont des valeurs refuges et ont poursuivi leurs efforts. Groupe Canal+ a accru sa digitalisation via myCanal, Havas Group a créé des offres innovantes sur des segments porteurs, Gameloft s'est développé dans les consoles et Vivendi Village a lancé de nouvelles expériences dans le spectacle vivant.

Internationalisation ensuite : l'offre de Vivendi est complémentaire de celle des grands groupes de médias américains et asiatiques. Il existe de la place pour un grand acteur européen, ayant un important prisme pour le sud du continent. Vivendi est le seul groupe capable de jouer ce rôle. C'est à ce titre qu'il faut d'ailleurs comprendre notre intérêt pour le groupe Lagardère.

Enfin intégration : Vivendi fait travailler ensemble toutes ses entités au sein d'une culture d'entreprise intégrée. Il multiplie les projets transversaux qui permettent de créer davantage de valeur.

Pour revenir à Lagardère, grâce à ce rapprochement, Vivendi va accélérer sa stratégie. Les deux groupes ont des entités largement complémentaires. Une complémentarité industrielle : plusieurs activités de Lagardère peuvent venir compléter ou renforcer celles de Vivendi. Une complémentarité géographique : dans l'édition, Editis est quasi exclusivement présent en France alors que Hachette-Lagardère Publishing est largement implanté hors de France, en particulier aux États-Unis et au Royaume-Uni. Le 21 février 2022, Vivendi a déposé un projet d'offre publique d'achat sur le capital de la société Lagardère. Les demandes d'autorisation de sa prise de contrôle auprès de la Commission européenne et des autres autorités compétentes seront déposées en 2022. En cas de succès de cette opération, l'intégrité de la société Lagardère sera préservée et M. Arnaud Lagardère conservera ses fonctions de Président-Directeur général.

Ces dernières semaines, le groupe a été particulièrement attentif à la guerre en Ukraine. Il a tout mis en œuvre pour apporter une aide significative aux équipes de Gameloft et Havas Group présentes dans le pays. Même si son exposition financière est très faible en Ukraine et en Russie, Vivendi demeure extrêmement vigilant par rapport aux impacts directs ou indirects que le conflit peut avoir sur ses activités et se prépare à toute éventualité.

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

RÉSULTATS

RÉSULTATS ANNUELS 2021

Vivendi a enregistré de très bons résultats en 2021, portés par l'ensemble de ses activités et l'intégration de Prisma Media. Le résultat opérationnel ajusté a été multiplié par 2,3 par rapport à 2020, pour un chiffre d'affaires en hausse de 10,4%.

Le chiffre d'affaires de Vivendi s'est élevé à 9572 millions d'euros, en augmentation de 10,4 % par rapport à 2020, grâce principalement à Groupe Canal+, Havas Group et Editis. Il comprend également l'activité de Prisma Media depuis le 1^{er} juin 2021. À taux de change et périmètre constants ⁽¹⁾, le chiffre d'affaires a progressé de 8,6 % par rapport à 2020.

Le résultat opérationnel ajusté (EBITA) a été multiplié par 2,3 à 690 millions d'euros (2,4 fois à taux de change et périmètre constants) par rapport à 2020. Cette augmentation résulte de toutes les entités du groupe et comprend notamment la contribution de Prisma Media, ainsi que la quote-part dans le résultat net d'Universal Music Group (UMG) à compter du 23 septembre 2021, et de Lagardère à compter du 1^{er} juillet 2021.

Le résultat net, part du groupe s'est établi à 24692 millions d'euros, contre 1440 millions d'euros en 2020. Il intègre notamment la plus-value de déconsolidation de 70 % (60 % distribués

et 10 % conservés mis en équivalence) d'UMG (24840 millions d'euros après impôt).

Le résultat net ajusté a été multiplié par 2,2 à 649 millions d'euros, grâce à la progression de l'EBITA et à des produits d'investissements financiers.

Au 31 décembre 2021, **la position de trésorerie nette** s'est établie à 348 millions d'euros, contre un endettement financier net de 4953 millions d'euros au 31 décembre 2020. Vivendi dispose, par ailleurs, **de lignes de crédit confirmées disponibles** de 2,8 milliards d'euros. **Les fonds propres consolidés** du groupe s'élèvent à 19,194 milliards d'euros au 31 décembre 2021.

(1) Le périmètre constant permet notamment de retraiter les impacts de l'acquisition de Prisma Media le 31 mai 2021 ainsi que la mise en équivalence de Lagardère à compter du 1^{er} juillet 2021 et d'Universal Music Group à compter du 23 septembre 2021.

Vivendi a déposé son projet d'OPA sur Lagardère

Le 21 février 2022, détenant 45,13 % du capital de Lagardère à la suite de l'acquisition le 16 décembre 2021 de 17,5 % du capital à Amber Capital, Vivendi a déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) un projet d'offre publique d'achat (OPA) visant les actions de la société Lagardère. Il est proposé aux actionnaires de Lagardère :

• **soit, à titre principal**, du 14 avril au 20 mai 2022, de vendre leurs actions au prix unitaire de 25,50 euros (droits à distribution du dividende attachés) ;

• **soit, à titre subsidiaire**, de bénéficier, pour chaque action Lagardère présentée à cette branche subsidiaire et conservée jusqu'à la date de clôture de l'offre, le cas échéant réouverte et sous réserve de réduction proportionnelle, d'un droit de la céder au prix unitaire de 24,10 euros jusqu'au 15 décembre 2023.

Dans le cas où le nombre d'actions apportées à l'offre principale lors de la première période d'offre serait insuffisant pour permettre d'atteindre le seuil de caducité, Vivendi acquerra en numéraire au prix de l'offre principale la quotité

d'actions présentées à l'offre subsidiaire nécessaire pour atteindre 51 % du capital de Lagardère à la date de clôture de la première période d'offre.

En cas de succès de son offre et d'obtention des autorisations réglementaires requises, Vivendi souhaite que M. Arnaud Lagardère conserve ses fonctions de Président-Directeur général et entend continuer à s'appuyer sur les compétences de ses équipes dirigeantes.

Vivendi n'a pas l'intention de demander à l'AMF la mise en œuvre d'un retrait obligatoire visant les actions de Lagardère ni de demander leur radiation d'Euronext Paris.

Groupe Canal+ confirme son statut de partenaire privilégié du cinéma

En décembre 2021, Groupe Canal+ a signé un nouvel accord avec les organisations du cinéma français puis, en janvier 2022, la nouvelle chronologie des médias, permettant à Canal+ de diffuser désormais en France des films dès six mois après leur sortie en salles, contre douze mois en 2018.



DR - 2020/Chi-Fou-Mi Productions - Studiocanal - France Cinema

Le 2 décembre 2021, Groupe Canal+ et les organisations du cinéma français (représentées par le Blic, le Bloc et l'ARP) ont signé un nouvel accord qui s'est substitué à celui de 2018, prolongeant jusqu'à la fin 2024 au moins leur partenariat. Cet accord, dont l'entrée en vigueur était conditionnée à l'adoption d'une nouvelle chronologie des médias et à un aménagement de la réglementation par les pouvoirs publics (dont les nouveaux décrets TNT et Cabsat), prévoit notamment :

- un investissement garanti de plus de 600 millions d'euros pour les trois prochaines années dans le cinéma français et européen pour Canal+ et Ciné+ ;
- un avancement de la fenêtre de Canal+ dans la chronologie des médias six mois après la sortie en salles, conforme à son statut renouvelé de premier contributeur du cinéma français et européen ;
- une fenêtre de droits exclusifs pour Canal+ de neuf mois minimum, pouvant aller jusqu'à seize mois avec la seconde fenêtre ;
- une meilleure capacité d'exposition et de circulation des œuvres sur les antennes cinéma de Groupe Canal+ et sur myCanal.

Le 24 janvier 2022, Groupe Canal+ a ensuite signé la nouvelle chronologie des médias.

Cet accord, qui s'inscrit dans la lignée de celui du 2 décembre 2021, permet un avancement de

la première fenêtre de Canal+ dans la chronologie des médias six mois après la sortie en salles (contre huit mois précédemment). Il prévoit également un avancement de deux mois ainsi qu'un rallongement de deux mois de la durée de la seconde fenêtre de télévision payante. Les abonnés aux offres cinéma de Groupe Canal+ pourront ainsi avoir accès aux films français, européens et internationaux durant seize mois.

Par ailleurs, Canal+ et l'Académie des César ont renouvelé en décembre 2021 les droits de retransmission de la Cérémonie des César pour une durée de trois ans (2023, 2024 et 2025) sur Canal+.

Canal+ a lancé une troisième chaîne cinéma le 8 février 2022 : Canal+ Grand Ecran. Cette chaîne propose des films iconiques et s'adresse au plus grand nombre.

En outre, Studiocanal est le studio leader en Europe dans la production et la distribution de longs métrages et de séries TV. Malgré une année marquée par la pandémie de Covid-19, Studiocanal a réalisé en 2021 ses meilleures performances depuis 2014. Il s'est distingué par des succès exceptionnels dans les salles françaises et internationales avec *Bac Nord* en France, *Wrath of Man* en Australie, en Nouvelle-Zélande et en Allemagne, ou encore *Drunk* au Royaume-Uni.

Havas Group poursuit sa politique d'acquisitions ciblées

En ce début d'année 2022, Havas Group a pris une participation majoritaire dans Tinkle et a acquis Inviqa, renforçant ses savoir-faire dans les relations publiques et l'expérience client digitale.

Au cours des derniers mois, Havas Group a poursuivi sa politique d'acquisitions ciblées. En 2021, il a réalisé quatre prises de participation majoritaires dans BLJK (agence créative à Singapour), Agence Verte (communication RSE en France), Nohup (*customer experience* en Italie) et Raison de santé (agence de communication santé en France).

Cette politique s'est confirmée en 2022.

Le 19 janvier, Havas Group a pris une participation majoritaire dans Tinkle, une agence de communication et de relations publiques de premier plan présente en Espagne et au Portugal. Fondée en 1999, Tinkle conçoit aujourd'hui des solutions de communication innovantes depuis ses implantations de Barcelone, Madrid et Lisbonne. Le 22 février 2022, Havas Group a également acquis Inviqa, l'une des agences indépendantes spécialisées en expériences digitales les plus performantes du Royaume-Uni et d'Europe centrale. L'entreprise, qui compte plus de 150 collaborateurs répartis sur 8 sites, intégrera Havas CX, le réseau de Havas Creative dédié à l'expérience client. Alors que le monde commence à sortir de la pandémie, l'expérience client représente l'une des plus grandes opportunités de croissance de Havas Group, comme en témoigne le succès du réseau Havas CX, dont le chiffre d'affaires a augmenté de deux tiers depuis son lancement, en 2020. Le 15 mars 2022, Havas Group a aussi acquis une participation majoritaire dans Frontier Australia, l'agence de marketing à la performance leader du marché australien. Frontier Australia a été fondée en 1998. L'agence s'est forgé une solide réputation grâce à sa capacité à apporter à ses clients des résultats business concrets, mesurables et à grande échelle. En s'appuyant sur les médias *online* et *offline* et grâce à ses solutions créatives, l'agence a accompagné avec brio des clients locaux tels que Finder.com.au, Temple & Webster, Global Shop Direct ou BlueBet, et internationaux comme Norton/Lifelock ou Noom.

L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE ANNUELLE DES ACTIONNAIRES DU 25 AVRIL 2022 SE PRONONCERA SUR LA PROPOSITION D'UN DIVIDENDE ORDINAIRE DE 0,25 EURO PAR ACTION AU TITRE DE 2021.

Au total, les actionnaires de Vivendi, qui ont reçu des actions Universal Music Group (UMG) en septembre 2021, auront perçu un dividende en numéraire cumulé de 0,65 euro par action au titre de 2021 (contre 0,60 euro par action Vivendi au titre de 2020) composé d'un dividende ordinaire de 0,25 euro par action payé par Vivendi et d'un dividende combiné de 0,40 euro payé par UMG, composé d'un acompte sur dividende de 0,20 euro par action payé en octobre 2021 et d'un dividende de 0,20 euro par action payé à compter de mai 2022 (pour les actionnaires détenant leurs actions UMG aux dates d'arrêtés des positions).

Editis développe des services innovants pour ses auteurs

Au service des auteurs de ses maisons d'édition, Editis leur offre désormais sept prestations leur permettant notamment d'accroître leurs revenus et de développer de nouvelles collaborations.

Au cours des derniers mois, Editis a multiplié les initiatives pour ses auteurs. Au nombre de sept, ces différents services sont :

- ▶ Du livre à l'écran, un rendez-vous mensuel facilitant les échanges entre auteurs et producteurs grâce à des sessions de pitch en ligne des principales nouveautés ;
- ▶ Derrière l'écran, une série de *master classes live* diffusées sur Dailymotion donnant la parole à des professionnels de l'audiovisuel et permettant aux auteurs d'échanger avec eux. La première session avait pour invité Eric Benzekri, la deuxième Dominique Farrugia et la troisième Cathy Verney ;
- ▶ le Bureau des auteurs, un service innovant permettant aux auteurs de devenir intervenants/conférenciers auprès des entreprises ou des collectivités ;
- ▶ un site de droits audiovisuels en accès gratuit destiné aux professionnels de l'audiovisuel recensant l'ensemble des droits audiovisuels disponibles en vue de potentielles adaptations en film ou série ;
- ▶ l'Atelier des auteurs, une offre grand public d'apprentissage en ligne basée sur le partage du savoir-faire des auteurs et éditeurs ;
- ▶ le Portail auteurs, une plateforme en ligne avec un espace personnel destiné aux auteurs qui centralise leurs documents essentiels, comme les données relatives aux ventes de livres physiques et leurs contrats et relevés de droits, et
- ▶ le Studio des auteurs, un service qui aide les auteurs à concrétiser leurs projets audiovisuels, en cofinçant avec des producteurs (Studiocanal, le label Adictiv de Newen France, Cinéfrance Studios...) leur développement.

B
BUREAU DES AUTEURS

BIENVENUE SUR NOTRE SITE DE CESSIONS DE DROITS AUDIOVISUELS !

Retrouvez ici l'ensemble des titres disponibles à l'adaptation de nos 50 maisons présentes dans les domaines de la littérature, du polar, de la science-fiction, de la jeunesse, de l'histoire... Et accédez à notre large portefeuille d'auteurs de renommée internationale, ainsi qu'à nos dernières nouveautés.

DU LIVRE A L'ÉCRAN

NOS MAISONS

Logos: Nil, Plon, Solar, etc.

DR Editis

Prisma Media se renforce dans la presse TV

Prisma Media a racheté, en septembre 2021, EPM 2000, la société détenant *TéléZ*, le deuxième magazine de son segment en termes d'exemplaires vendus.



DR Prisma Media

Prisma Media pousse ses pions dans la presse TV. Le numéro 1 français des groupes bimédia, de la presse magazine, de la vidéo en ligne et de l'audience digitale quotidienne, qui possédait déjà dans ce secteur *Télé Loisirs*, *Télé 2 semaines* et *TV Grandes Chaînes*, a racheté, en septembre 2021, la société EPM 2000, détentrice du titre *TéléZ*. Deuxième magazine TV en termes d'exemplaires vendus en France, *TéléZ* compte une diffusion de 788 000 exemplaires (DFP ou diffusion France payée en 2020) et 2,9 millions de lecteurs, ce qui en fait le troisième titre TV en audience print. Le site de *TéléZ* sera conservé pour promouvoir l'offre de contenus du magazine print. Pour Prisma Media, ajouter *TéléZ* à son portefeuille de marques a constitué une forte opportunité sur le segment TV hebdomadaire, en proposant une offre distincte de la sienne en prix et en cible d'âge. Avec *TéléZ*, Prisma Media poursuivra sa stratégie de qualité de contenus par l'enrichissement de ses grilles TV, cœur du contrat de lecture du magazine, et capitalisera sur ses expertises transverses de marketing B2C et B2B et de *social media*.

L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE ANNUELLE DU 25 AVRIL 2022 PROPOSERA LE RENOUELEMENT DE QUATRE MEMBRES INDÉPENDANTS AU CONSEIL DE SURVEILLANCE ET LA NOMINATION DE MME MAUD FONTENY EN TANT QU'INDÉPENDANTE.

Navigatrice aux multiples exploits et premières féminines, en solitaire, à la rame et à la voile, ambassadrice auprès du ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse pour l'éducation à la mer et les classes de mer, Présidente de la *Maud Fontenoy Foundation*, ancienne porte-parole de la commission océanographique de l'Unesco, experte en développement durable, conférencière ainsi qu'auteure de livres engagés et de documentaires, M^{me} Maud Fontenoy se bat pour la sauvegarde de l'environnement et plus spécifiquement des océans et du littoral. Son combat depuis plus de vingt ans : informer et sensibiliser le plus grand nombre à la protection de la planète. Elle conseille actuellement différentes entreprises sur ce thème et prône une écologie réaliste et pragmatique. Depuis 2007, elle est chevalier de l'ordre national du Mérite et chevalier de l'ordre du Mérite maritime.

Gameloft mis à l'honneur par Nintendo

Le nouveau jeu *Disney Speedstorm*, créé par le studio Gameloft à Barcelone, a eu les honneurs de la grand-messe de Nintendo en février.



© Disney, Disney Pixar / 2022 Gameloft. All Right reserved

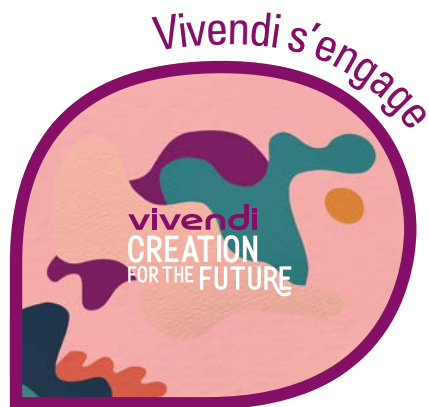
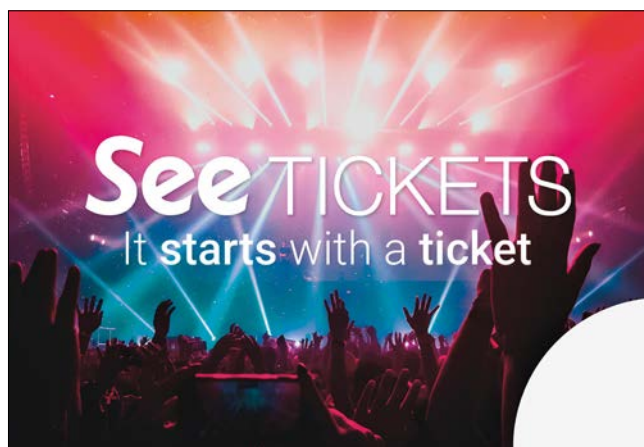
Disney Speedstorm, le nouveau jeu de course et de combat multijoueurs développé par Gameloft, a été dévoilé à l'occasion du Nintendo Direct du 9 février 2022. Une mise en avant exceptionnelle : près de 8 millions de vues sur YouTube ont été enregistrées pour l'événement et plus de 1 000 articles sont parus dans la presse sur le jeu ! Ce dernier, développé par Gameloft Barcelone (créateur également de la série *Asphalt*), sera lancé en *free-to-play* sur PC et consoles cette année. Gameloft s'ouvre ainsi, au-delà du jeu vidéo sur mobile, à toutes les plateformes numériques et développe désormais également des jeux pour consoles et PC. Dans *Disney Speedstorm*, les joueurs s'affrontent sur des circuits époustouffants inspirés des films de Disney et de Pixar, et doivent maîtriser les compétences uniques de chaque pilote pour remporter la victoire. Les héros et les méchants emblématiques des deux géants américains sont réimaginés en guerriers de la route, roulant à toute vitesse sur des circuits inspirés de leurs univers. Une incroyable brochette de pilotes parmi les personnages Disney et Pixar les plus appréciés figure dans le jeu, dont le capitaine Jack Sparrow, Mulan, Mickey Mouse, Sulli ou encore la Bête. Des docks de *Pirates des Caraïbes* à la nature sauvage du *Livre de la Jungle*, en passant par la Grande Muraille de Chine de *Mulan* ou le plancher de la peur de *Monstres et Cie*, les joueurs peuvent découvrir ces mondes sous un angle nouveau et passionnant, spécialement conçu pour la course. De nouveaux pilotes Disney et Pixar seront régulièrement ajoutés, et des circuits uniques sortiront fréquemment, afin d'enrichir le jeu de nouvelles stratégies.

Vivendi Village, ticket gagnant avec la billetterie

Le dynamisme retrouvé des activités de billetterie de See Tickets traduit l'envie du public de retourner au spectacle. C'est également le fruit d'une transformation en profondeur de la société.

Ce sont 27 millions de billets que See Tickets a vendus en 2021 ! C'est une superbe performance pour cette entité de Vivendi Village alors que spectacles et concerts n'ont pu se tenir pendant une bonne partie de l'année partout dans le monde. En France, ce n'est qu'en septembre qu'une salle comme l'Olympia a pu retrouver un niveau proche de son rythme de croisière. Sur les quatre derniers mois de l'année, la salle mythique, qui fait partie de Vivendi Village, a enregistré 95 dates pour des événements publics et privés, et 180 000 billets ont été vendus contre 12 000 seulement en 2020. Le public est au rendez-vous, mais les bonnes performances de See Tickets ne sont pas seulement le résultat de l'appétence du public pour des activités culturelles retrouvées. Elles sont aussi le fruit d'une transformation en profondeur de l'entreprise.

See Tickets est implantée dans neuf pays en Europe et aux États-Unis. Avec 14 bureaux et 400 salariés, elle est proche à la fois de ses clients acheteurs de billets et des producteurs d'événements (quelque 8 000 « promoteurs ») dans les 20 principaux marchés du spectacle vivant. Le premier gros chantier de See Tickets a été de construire une entreprise pleinement intégrée. Constituée à l'origine de deux sociétés acquises par Vivendi en 2010 (Digitick en France) et 2011 (See Tickets, n'exerçant alors ses activités qu'au Royaume-Uni), elle acquiert progressivement des activités de billetterie aux États-Unis, aux Pays-Bas et en Suisse. Aujourd'hui, See Tickets est une marque unique partageant une seule plateforme informatique extrêmement performante et un savoir-faire humain qui fait fi des frontières nationales. La société a également élargi ses services à d'autres secteurs culturels et événementiels comme les musées, les événements sportifs et les expositions. Exemple emblématique, See Tickets a remporté le contrat de vente des billets de Winter Wonderland, l'événement festif qui se tient chaque année autour de Noël à Hyde Park, à Londres. Plus de cinq millions de billets ont été vendus en 2021.



Vivendi récompensé aux European Diversity Awards

En novembre 2021, Vivendi a reçu le prix *Media Diversity Champion* des European Diversity Awards, la cérémonie majeure en Europe de récompenses en matière de diversité.

Lancés en 2010, les European Diversity Awards (prix européens de la diversité) sont aujourd'hui l'événement le plus prestigieux en Europe en matière de diversité. Ces prix récompensent les personnes et les organisations dont les projets ont fait la différence en matière d'égalité, de diversité et d'inclusion. Le groupe souhaite prendre sa part à la construction d'un monde plus durable et plus responsable. À travers les contenus qu'il produit, il a une réelle influence et donc une responsabilité. Ses engagements se traduisent par son programme RSE, *Creation for the Future*, piloté par Caroline Le Masne de Chermont, Directrice de la RSE, de la compliance et juridique du groupe.

Jaleh Bradea, Directrice projets inclusion et égalité des chances de Vivendi, était nominée pour le prix Head of Diversity des European Diversity Awards. Jaleh Bradea présente l'émission hebdomadaire *Envie d'agir* sur C8 tous les dimanches à 9 h 10. Nombreux sont les citoyens qui agissent chaque jour pour que le monde soit meilleur. Des femmes et des hommes qui font bouger les lignes, avec force et engagement, mais qu'on ne voit pas. C8 et Jaleh Bradea leur offrent un moment privilégié pour partager leur envie d'agir pour la planète, pour plus d'égalité des chances ou contre des discriminations. Fabienne Servan-Schreiber et Baptiste Larroudé-Taseï, pour l'association Fraternité générale, Thierry Marx, pour Cuisines mode d'emploi(s), ou encore Isabelle Giordano, pour Cinéma pour tous, sont notamment intervenus dans l'émission.

Récompenses gagnées

En 2021, les trois principales entités de Vivendi ont été largement récompensées.

Groupe Canal+ a reçu en 2021 de nombreuses marques de reconnaissance : c'est la première et seule marque française dans le classement Brand Finance 2021 des marques médias mondiales les plus valorisées. Il a aussi été récompensé pour sa communication de marque, remportant le prix Effie d'Or dans la catégorie « Culture et loisirs » pour sa campagne *C'est quoi les codes ?* et un Lion de bronze aux Cannes Lions 2021 dans la catégorie « Films » pour *Biiip*. Groupe Canal+ s'est distingué à cinq reprises au Grand Prix Stratégies de l'innovation média 2021. Il a aussi été élu employeur numéro 1 du classement Universum pour les médias auprès des étudiants en écoles de commerce et ingénieurs IT et, pour la 3^e année consécutive, entreprise préférée des étudiants et jeunes diplômés dans la catégorie « Médias » du classement Epoka et Harris Interactive. Par ailleurs, en 2022, l'intégralité des longs-métrages récompensés lors de la 47^e Cérémonie des César a été soutenue par Groupe Canal+. Ces 11 longs-métrages, qui ont cumulé 21 des 24 César remis, ont été préachetés, achetés et distribués par le groupe.

L'exercice 2021 fut également une année record pour **Havas Group**, avec plus de 1 300 prix et distinctions reçus. Au festival international des Cannes Lions, en juin 2021, les agences du groupe ont remporté 38 Lions dont un Grand Prix pour la campagne *Crocodile Inside* de BETC Paris pour Lacoste dans la catégorie « Film ». Au One Show, elles sont réparties avec 20 récompenses dont le prestigieux Green Pencil, premier prix dans la catégorie « Sustainable », décerné à *Water Index* de Havas Turkey pour la marque Finish de Reckitt. Lors de la prestigieuse cérémonie des D&AD 21, les agences se sont vu remettre 16 récompenses dont un Or pour *Just a Wall* de Rosa Paris pour Innocence en Danger. Aux LIA Awards, elles ont remporté 53 récompenses dont le Grand Prix dans la catégorie « Film » pour *Crocodile Inside* de BETC pour Lacoste, 3 Or et 5 Bronze pour *Black Plaque Project* de Havas London pour Nubian Jak Community Trust. De son côté, Havas Lynx s'est vu décerner le titre « *Pharma Agency of the Year Europe* ». Enfin, Havas Creative et Havas Media ont occupé la 1^{re} place de leur catégorie au classement Europe établi par R3, qui distingue les performances *new business* des acteurs de l'industrie.

Enfin, la campagne *Undercover Avatar* réalisée par Havas Sport & Entertainment pour l'association L'Enfant Bleu a été la campagne la plus primée au monde en 2021, selon le WARC.

Editis n'a pas non plus démerité en 2021. De nombreuses maisons d'édition du groupe et des maisons partenaires ont été récompensées. On notera, notamment, le Fauve d'or, prix du meilleur album du Festival d'Angoulême, décerné en janvier à *L'Accident de chasse*, par Landis Blair et David L. Carlson (Sonatine Éditions). En avril, Jean-Claude Mourlevat, auteur Fleuve, PKJ, 12-21 et Lizzie, a reçu le prix Astrid-Lindgren. En juin, le Grand prix des lectrices d'*Elle* a aussi récompensé *L'Accident de chasse*, de David L. Carlson et Landis Blair, dans la catégorie « Document » et *Apeiron*, de Colum McCann (Belfond), dans la catégorie « Roman ». La rentrée a salué *Le Voyant d'Étampes*, d'Abel Quentin (maison partenaire : L'Observatoire), qui a obtenu le prix de Flore. En novembre, le Goncourt a été décerné à *La Plus Secrète Mémoire des hommes*, de Mohamed Mbougar Sarr (maison partenaire : Philippe Rey). Le même mois, les Presses de la Cité ont reçu le prix Renaudot de l'essai avec *Dans ma rue y'avait trois boutiques*, d'Anthony Palou, et une des maisons partenaires, Iconoclaste, le prix Interallié avec *Ne t'arrête pas de courir*, de Mathieu Palain. La fin d'année est également la période des prix Unicef de littérature jeunesse. Dans la catégorie 6-8 ans, *La maîtresse me stresse, et alors on fait quoi ?*, d'Élisabeth Brami et Christophe Besse (Pocket Jeunesse), a été primé et, dans la catégorie 9-12 ans, c'est *Je suis Camille*, de Jean-Loup Felicioli (Syros). Le début de l'année 2022 a également bien commencé avec *Châteaux de sable*, de Louis-Henri de La Rochefoucauld (Robert Laffont), récompensé du prix des Deux Magots.

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).

AGENDA FINANCIER 2022

25 avril : publication du chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre

25 avril : à 10h, Assemblée générale mixte annuelle des actionnaires, à l'Olympia

Flashez-moi



N'hésitez pas à flasher ce QR code pour tout savoir sur Vivendi. Un film vous permettra de connaître les missions, les ambitions et les engagements du groupe ainsi que les activités de ses différents métiers (Groupe Canal+, Havas Group, Editis, Prisma Media, Vivendi Village et Dailymotion).

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.

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.

