

ENSEMBLE

LETTRE À NOS
ACTIONNAIRES

SEPTEMBRE 2020

RÉSULTATS P.3

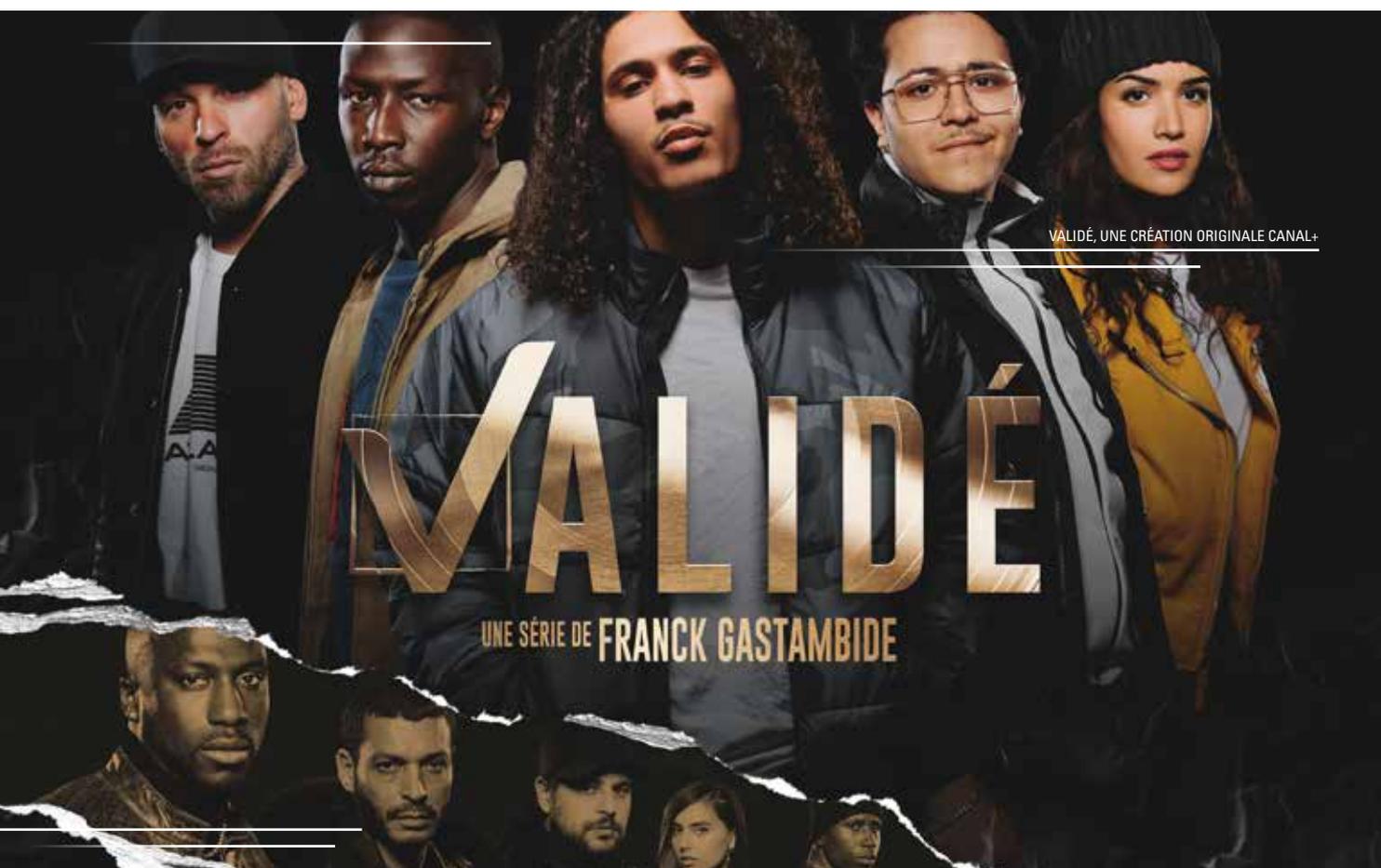
— Résultats du premier semestre 2020

ACTUALITÉS P.4

— Universal Music Group étend son empreinte internationale

LE CARNET P.8

— Le carnet de l'actionnaire Vivendi et vous



© Fifou / Mandarin Télévision / Canal+

vivendi



Photos/DR

DE BONS RÉSULTATS SEMESTRIELS

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

Cher(e)s actionnaires,

Vivendi a su faire preuve de résistance au cours de la période inédite des derniers mois, en conservant le cap stratégique fixé depuis 2014 : construire un leader mondial de la culture, au croisement des industries du divertissement, des médias et de la communication. Le modèle économique de notre groupe est à la fois cohérent et diversifié, ce qui constitue un atout de taille. Vivendi évolue en effet dans différents métiers et dans de nombreux pays, et peut ainsi compenser les difficultés rencontrées dans un marché par les bonnes performances réalisées dans un autre. En outre, le groupe a pleinement développé ses activités digitales, ce qui a été bénéfique lors des périodes de confinement. Enfin, le chiffre d'affaires de ses deux principales activités, la musique et l'audiovisuel, est directement ou indirectement lié à de l'abonnement, modèle d'affaires synonyme de revenus récurrents.

Dans un environnement très difficile, Vivendi a donc réalisé, au premier semestre 2020, un résultat net ajusté de 583 millions d'euros, en progression de 5,4 %. Pour le second semestre, nous analysons avec attention les conséquences de la crise. Il est difficile aujourd'hui de déterminer comment elle impactera les résultats annuels. Vivendi reste confiant quant à la capacité de résilience de ses principaux métiers, la musique et l'audiovisuel, ceux liés à la publicité et au spectacle vivant risquant d'être affectés plus durablement que les autres. D'une manière générale, la crise a mis en lumière le rôle essentiel du divertissement dans notre société, comme l'ont montré, par exemple, la progression de la consommation de jeux vidéo au cours des derniers mois et le fort rebond de l'édition postconfinement.

Au premier semestre, nous avons également finalisé avec succès la cession de 10 % du capital d'Universal Music Group (UMG) à un consortium mené par Tencent. Vivendi poursuit son projet de cession de participations minoritaires supplémentaires dans UMG, et une introduction en Bourse du géant de la musique est prévue au plus tard pour le début de l'année 2023.

Le bilan de Vivendi est solide. Au cours du premier semestre 2020, son endettement financier net s'est réduit de plus de 1 milliard d'euros, tombant à près de 3,1 milliards d'euros au 30 juin pour un *gearing* à 17,5 %. Le groupe dispose de capacités de financement importantes : à la fin du premier semestre, ses lignes de crédit disponibles s'établissaient à 3,7 milliards d'euros. Cette solidité financière permet à Vivendi d'envisager l'avenir avec confiance.

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

RÉSULTATS

PREMIER SEMESTRE 2020

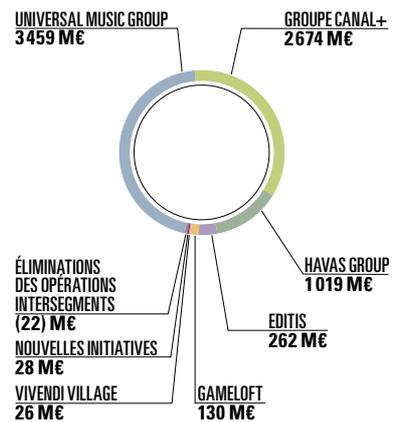
Vivendi a fait preuve de résistance au cours du premier semestre 2020, marqué par les contraintes sanitaires dues à la pandémie de Covid-19. Les deux principaux métiers, Universal Music Group et Groupe Canal+, dont les activités sont principalement liées à des abonnements, ont porté les performances du groupe.

Le résultat net ajusté (RNA) consolidé de Vivendi s'est élevé à 583 millions d'euros, en augmentation de 5,4 % par rapport au premier semestre 2019, pour un chiffre d'affaires de 7 576 millions d'euros, en hausse de 3,0 % (-2,0 % à données constantes). Le RNA n'intègre pas la plus-value de 2,4 milliards d'euros réalisée lors de la cession de 10 % du capital d'UMG qui a été consolidée dans les capitaux propres. Le bilan du groupe est particulièrement sain. Au 30 juin 2020, le *gearing* s'établissait à 17,5 %.

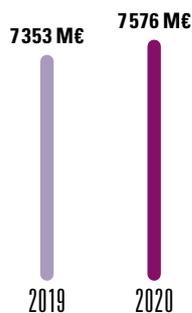
Vivendi analyse avec attention les conséquences actuelles et potentielles de la crise. Il est difficile de déterminer comment celle-ci impactera ses résultats annuels. Les métiers liés à la publicité et au spectacle vivant risquent d'être affectés plus durablement que les autres. Le groupe reste néanmoins 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.

Une revue de la valeur des actifs à durée de vie indéfinie a été effectuée. Au regard de la performance de ses métiers au premier semestre, Vivendi n'a pas identifié d'éléments indiquant une baisse de la valeur recouvrable par rapport au 31 décembre 2019.

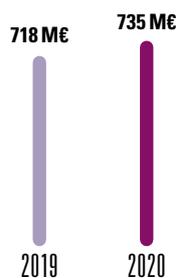
CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITÉ



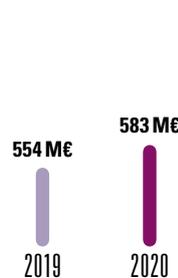
CHIFFRE D'AFFAIRES (1)



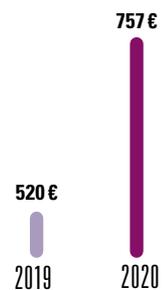
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ (EBITA) (1)



RÉSULTAT NET AJUSTÉ CONSOLIDÉ (1)



RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE (1)



Au 30 juin 2020, dans le contexte de la pandémie de Covid-19, Vivendi n'a pas modifié la définition de ces indicateurs qui sont donc comparables avec ceux de l'exercice 2019.

(1) Résultats au 30 juin.

UMG étend son empreinte internationale

Ces derniers mois, Universal Music Group (UMG) a multiplié les initiatives en Afrique, en Asie, et en Europe. Ces partenariats vont lui permettre de découvrir et développer de nouveaux talents locaux, et les aider à atteindre des audiences mondiales.

En mai dernier, UMG a lancé le label Def Jam Africa. Basé en Afrique du Sud et au Nigeria, le label identifiera et signera des artistes venant de tout le continent. Deux mois plus tard, Def Jam Africa a annoncé un développement dans trois nouveaux marchés africains de langue française : Côte d'Ivoire, Sénégal et Cameroun. En mai, Universal Music France a annoncé aussi un partenariat stratégique mondial avec le groupe Aristokrat, une importante société de divertissement africaine, forte de plus d'une décennie d'expérience dans le développement de jeunes talents. En juin, en Europe, UMG a signé un partenariat mondial avec le leader de la musique italienne, Sugar Music. Cet accord prolonge une relation de vingt-cinq ans entre les deux sociétés, qui ont créé de nombreux projets révolutionnaires, comme le concert événement d'Andrea Bocelli de Milan à Pâques. Le même mois, UMG a aussi étendu significativement ses opérations au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, avec le lancement de nouvelles divisions au Maroc et en Israël, renforçant son implantation dans plus de 60 pays. En Asie, Universal Music Greater China (UMGC) a signé en juin la pop star Sunnee, ancienne membre de Rocket Girls 101, girls band le plus

populaire de Chine. Sunnee compte plus de 18 millions de followers sur le réseau social Weibo. UMG s'est toujours attaché à trouver des artistes locaux talentueux, en vue de les aider à toucher un public mondial. En juillet, Universal Music India (UMI) a annoncé un accord exclusif de distribution mondiale pluriannuelle avec la principale société de musique indienne, Desi Melodies - à l'initiative du succès mondial de la musique Punjabi - et Universal Music Philippines (UMP) a lancé Island Records Philippines, la première entité en Asie du label fondé il y a 60 ans en Jamaïque.



UMG / DR

Vivendi, premier actionnaire de Lagardère

À la suite de la vente de 10 % du capital d'Universal Music Group, Vivendi a décidé d'utiliser une partie des liquidités de cette cession pour l'achat d'actions Lagardère SCA (Lagardère). Au 11 août 2020, Vivendi détenait 23,5 % du capital de Lagardère. Cette opération témoigne de la confiance de Vivendi dans les perspectives des principaux métiers de Lagardère. Lagardère Publishing est le troisième éditeur privé mondial de livres grand public et d'éducation, via Hachette

Livre. Lagardère Travel Retail, présent dans 39 pays et territoires, est l'un des leaders mondiaux du commerce en zone de transport. Le groupe détient également Lagardère News (*Paris Match*, Europe 1, Le Journal du dimanche...) et Lagardère Live Entertainment. Le 11 août 2020, à la suite des très mauvais résultats annoncés par Lagardère et malgré leurs divergences, Vivendi et Amber Capital, premier et deuxième actionnaires de Lagardère, ont annoncé la signature d'un pacte. Les deux groupes souhaitent avoir une représentation minoritaire, au Conseil de surveillance de Lagardère, de trois membres pour Amber Capital et d'un membre pour Vivendi. Ils se sont également consentis pour cinq ans un droit de première offre et un droit de préemption réciproques. Le Conseil de surveillance et la gérance de Lagardère ayant refusé les propositions respectives d'Amber Capital et de Vivendi, ces derniers ont saisi le Tribunal de commerce de Paris d'une demande de convocation d'Assemblée générale.

Groupe Canal+ enregistre des records d'audience

Groupe Canal+ a enregistré de belles performances d'audience en mars, avril et mai 2020 et a poursuivi ses investissements dans la création de contenus originaux.

Les mois de confinement du premier semestre 2020 ont fait redécouvrir la télévision aux Français. Les chaînes Canal+ et C8 ont connu de beaux succès d'audience tandis que CNews a enregistré successivement en mars, avril, mai puis juin des records historiques. MyCanal a été plébiscité, atteignant en avril un niveau d'audience record avec plus de 200 millions de visionnages en France métropolitaine. Portées par *Validé*, la première série sur l'univers du rap français ayant franchi les 30 millions de visionnages, et par la cinquième saison du *Bureau des légendes*, les visionnages sur Canal+ Séries ont été multipliés par 10 pendant le confinement par rapport à la même période de 2019. En Afrique, Canal+ a poursuivi son engagement pour la création de contenus et a lancé en juin sa nouvelle création originale, *Cacao*. MyCanal a été placé au centre de la stratégie de Groupe Canal+, qui investit massivement dans son déploiement. Après la Pologne en mai, la plateforme sera déployée dans les prochains mois en Afrique. Bien qu'impacté par la crise sanitaire, Groupe Canal+ a fait preuve d'une grande adaptabilité. En mars, Canal+ est passé en clair pour l'ensemble des Français. Le groupe a également participé à plusieurs opérations de solidarité pour combattre le Covid-19. En avril, il a diffusé le concert caritatif *One World: Together at Home* dans 30 pays et, en juin, l'événement musical et solidaire *Ensemble à l'Olympia* (lire page 7).



Mathieu Nimat/ Canalplus

LE RACHAT D'ENDEMOLSHINE GROUP PAR BANIJAY A ÉTÉ FINALISÉ LE 3 JUILLET 2020

Cette opération a créé le leader mondial de la production et de la distribution de contenus audiovisuels. Présent dans 22 pays, le nouvel ensemble dispose d'un portefeuille de programmes audiovisuels mondialement connus, aussi bien d'émissions de flux (*Big Brother, MasterChef, The Wall, ...*) que de séries (*Black Mirror, Humans, Tin Star ...*). Il enregistre un chiffre d'affaires annuel d'environ 2,7 milliards d'euros (proforma 2019). Vivendi détient 32,9% du nouvel ensemble.

Havas Health & You lance Havas Mango

Havas Health & You a créé un nouveau collectif qui vise à réinventer le bien-être.



Havas / DR

L'épidémie de Covid-19, qui s'est propagée dans le monde depuis le début de l'année, a accéléré le recours au numérique dans tous les gestes du quotidien tout en mettant le bien-être en tête des priorités. En 2019, la notion de bien-être connaissait déjà un boom auprès des consommateurs du monde entier, se classant parmi les priorités enregistrant la plus forte croissance. Cette tendance devrait se poursuivre. Pour preuve, ces derniers mois ont vu une hausse considérable de la consommation de produits et de services de santé et bien-être, traditionnels et moins traditionnels, comme les applications et les plateformes d'entraînement et de relaxation, tant physiques que psychiques. Toutes les industries se sont engagées dans l'une des migrations numériques les plus importantes de notre histoire, engendrant un très fort besoin de partenaires maîtrisant les moyens techniques les plus innovants, modernes et pertinents pour connaître et échanger avec les consommateurs. En réponse à ces bouleversements, Havas Health & You, la division d'Havas Group spécialisée en communication santé et bien-être, a lancé Havas Mango. Ce collectif s'est donné pour mission de réinventer le bien-être en concevant des expériences permettant à chacun de mieux vivre. Basé à Miami, poumon vibrant de la côte est des États-Unis à la croissance rapide, il s'appuie sur une équipe dynamique d'experts. Grâce aux connaissances de ces derniers dans la conception d'expériences numériques et technologiques ainsi que dans la production de contenus, Havas Mango accompagne les laboratoires pharmaceutiques et les acteurs du bien-être dans leur communication, partout dans le monde.



Editis / DR

Editis retrouve le sourire

Après plusieurs mois délicats liés à la période de confinement, Editis enregistre de belles performances.

Au premier semestre 2020, le chiffre d'affaires du groupe d'édition a été impacté par le confinement décidé à la mi-mars en France, qui a causé la fermeture d'une grande partie des points de vente du secteur. Toutefois, à la fin des restrictions sanitaires, la reprise du marché a été forte, l'appétence pour le livre étant importante tant pour les lecteurs réguliers en manque d'ouvrages que pour les lecteurs occasionnels ayant redécouvert la lecture.

Editis a particulièrement bien tiré son épiingle du jeu, et son chiffre d'affaires a progressé de 38,0% en juin. Neuf de ses titres se sont hissés dans les 25 meilleures ventes au premier semestre 2020, dont *Au soleil redouté* de Michel Bussi, *La Vallée* de Bernard Minier, *Nos résiliences* d'Agnès Martin-Lugand et *Fait maison* de Cyril Lignac. De même, en juin et juillet, plusieurs auteurs d'Editis ont reçu des récompenses comme le Grand Prix du polar des lectrices *Elle*, décerné à Tess Sharpe pour *Mon Territoire*, le Prix France Télévisions #MonLivreDeLété, remis à François Durpaire pour *Histoire mondiale du bonheur*, et le prix du livre de l'été, catégorie « Roman adulte », attribué à Fabienne Péryneau pour *Je ne veux pas être jolie*.

Surfant sur cette reprise du marché de l'édition, Editis a lancé l'opération #Lisezenvacances du 29 juillet au 13 août, créant une librairie itinérante sillonnant la France.

Par ailleurs, comme annoncé en août 2019, Philéas, une nouvelle maison dédiée à la bande dessinée et aux romans graphiques de genre, est née en juin à la suite de l'association entre Edi8 (groupe Editis) et Jungle. Editis n'a vraiment pas manqué d'initiatives au cours des derniers mois !

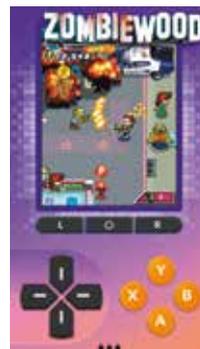
LE 26 AOÛT 2020, HAVAS GROUP A ACQUIS L'AGENCE MÉDIAS HYLAND, LEADER DU MARCHÉ AUSTRALIEN

Cette opération s'inscrit dans la stratégie de développement du groupe dans la région ANZ (Australie-Nouvelle-Zélande) qui vise à proposer une offre complète et agile à tous les clients. Fondée en 2005, Hyland a connu une croissance régulière et a forgé sa réputation grâce à sa capacité à concevoir des expériences riches et intégrées pour des marques de luxe, de cosmétiques, de tourisme ou de lifestyle.

Gameloft fête ses 20 ans

Pour ses 20 ans, l'éditeur de jeux vidéo offre à ses joueurs une application gratuite sur Android permettant de leur faire découvrir 30 titres emblématiques du jeu mobile.

Le créateur et éditeur de jeux vidéo Gameloft a fêté, le 15 avril 2020, ses 20 ans. La société a été créée en avril 2000 à Paris pour développer des jeux vidéo sur téléphones mobiles. Deux décennies plus tard, elle est l'un des leaders du secteur et un éditeur multiplateforme pour mobiles, PC et consoles. En vingt ans, Gameloft a créé plus de 800 jeux et demeure un acteur incontournable de l'industrie. Pour fêter l'événement avec ses fans, la société leur a offert Gameloft Classics, une application gratuite disponible sur Android. Gameloft Classics célèbre vingt ans de jeux sur mobile et propose 30 jeux rétro emblématiques comme le jeu de réflexion *Bubble Bash 2*, le jeu de zombies *Zombie Infection*, le jeu de simulation de relations amoureuses *Date or Ditch 2*, le jeu de tir original *NOVA* ou le jeu d'arcade *Block Breaker Deluxe 2 & 3*. Diverses et vastes, la collection permet à tous de trouver son bonheur !



Gameloft / DR

Vivendi Village réinvente ses activités de spectacle vivant



L'Olympia / DR

Les mesures de confinement imposées en Europe et en Afrique au premier semestre 2020 ont fortement impacté les activités de spectacle vivant de Vivendi Village. Plusieurs initiatives innovantes ont été imaginées pour maintenir le lien entre les artistes et leurs fans. Elles ont également permis d'aider des associations luttant contre les conséquences sociales du Covid-19. En juin, à Paris, l'Olympia a enregistré l'émission *Ensemble à l'Olympia*, diffusée sur C8 et CStar, au profit d'Emmaüs France. La mobilisation de Canal+, de l'Olympia, d'Olympia Production et de Flab Prod, couplée à la générosité des artistes et du Crédit Mutuel, partenaire de l'Olympia, ont permis la tenue d'une soirée exceptionnelle. Le festival de musique électronique britannique Junction 2 a organisé J2v, une édition entièrement virtuelle et immersive, les 11 et 12 juillet. Les bénéfices ont été reversés à cinq associations, dont Black Lives Matter. Le Kite Festival, qui devait se tenir pour la première fois en juin à Oxford avec un concept original alliant musique et débats, a été reporté, mais ses organisateurs n'ont, eux non plus, pas baissé les bras. En un temps record, une série de débats virtuels a été programmée avec de nombreuses personnalités. En Afrique, les salles de cinéma CanalOlympia ont testé de nouvelles idées, notamment le cinéma en plein air en voiture. Au Cameroun, les klaxons et les phares ont ainsi remplacé les applaudissements, pour le plus grand bonheur des cinéphiles.

Photo / DR



Nomination de Caroline Le Masne de Chermont

Actuelle Directrice juridique du groupe, poste dont elle garde la responsabilité, Caroline Le Masne de Chermont, a été nommée Directrice de la RSE et de la Compliance. Elle rapporte à Frédéric Crépin, le Secrétaire général de Vivendi, pour l'ensemble de ses fonctions. En tant que leader mondial de la culture, au croisement des industries du divertissement, des médias et de la communication, le groupe a une responsabilité majeure. Cette nomination s'inscrit dans son souhait de défendre plus encore ses trois principaux engagements RSE : répondre à l'urgence climatique, révéler les talents dans leur diversité et soutenir une création plurielle et ambitieuse.

Vivendi a multiplié les initiatives sociales

Toutes les entités du groupe se sont mobilisées au cours des derniers mois contre la pandémie de Covid-19.

En France, Canal+ a offert aux utilisateurs d'une box Internet six de ses chaînes du 16 au 31 mars 2020. Groupe Canal+ a également retransmis en France et à l'international le grand concert virtuel *One World : Together at Home* du 18 avril, le concert *Africa at Home, ensemble contre le corona* du 16 mai et la soirée *Ensemble à l'Olympia* du 9 juin. Dans de nombreux pays, des artistes d'Universal Music ont organisé gratuitement des miniconcerts depuis chez eux. Les agences d'Havas Group se sont mobilisées pour aider de nombreuses associations dans leur pays. En France, BETC a aidé le collectif Protège ton soignant. Editis a notamment soutenu ses partenaires, les librairies, en leur accordant des facilités, et il a édité le recueil *Des mots par la fenêtre* dont les recettes ont été reversées à une fondation. Gameloft a organisé l'opération « Stay Home, Stay Connected, Stay Safe » offrant des cadeaux dans 35 jeux. Il a également dédié une partie de ses écrans publicitaires aux gestes barrières contre le Covid-19. Pour limiter la saturation des réseaux, Dailymotion a réduit la bande passante de ses vidéos. Parallèlement, il a créé une chaîne dédiée au Covid-19 et a diffusé gratuitement des concerts caritatifs. De son côté, Vivendi Village, en partenariat avec l'Unicef via Paddington, a aidé à lever près de 400 000 livres sterling au Royaume-Uni.

LE CARNET DE L'ACTIONNAIRE

VIVENDI
ET VOUS

QUESTION D'ACTIONNAIRE

A la suite de la résolution votée à l'Assemblée générale du 20 avril 2020 sur le programme de rachat d'actions, pouvez-vous nous faire le point sur ce sujet ?

Entre le 1^{er} janvier et le 6 mars 2020, Vivendi SE a acheté 23 millions de ses propres actions, représentant un montant de 559 millions d'euros. Le 20 avril 2020, l'Assemblée générale des actionnaires a autorisé le renouvellement du programme de rachat d'actions dans la limite de 10 % du capital social, au prix unitaire maximum de 26 euros. Dans le cadre de ce nouveau programme, Vivendi SE a acheté 8,25 millions de ses propres actions entre le 29 avril et le 20 mai 2020, représentant un montant de 160 millions d'euros.

Au 2nd semestre 2020, les rachats d'actions se poursuivent dans le cadre de ce nouveau programme, dans la limite de 35 millions d'actions supplémentaires d'ici au 20 octobre 2020.

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 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 ».

RÉUNIONS D'INFORMATIONS FINANCIÈRES

Le Service informations actionnaires individuels propose des réunions financières en province, en binôme avec un autre groupe du CAC 40, organisées par la F2iC ou un hebdomadaire financier. 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.

