

LETTRE

vivendi

SEPTEMBRE
2017

À NOS ACTIONNAIRES



PHOTOS DR

VINCENT BOLLORÉ
PRÉSIDENT
DU CONSEIL
DE SURVEILLANCE

**ARNAUD
DE PUYFONTAINE**
PRÉSIDENT
DU DIRECTOIRE

DES RÉSULTATS DU PREMIER SEMESTRE CONFORMES AUX ATTENTES ET EN LIGNE AVEC NOTRE STRATÉGIE

Comme vous le savez, Vivendi est en train de construire un groupe mondial de contenus, de médias et de communication. C'est une industrie qui compte parmi les plus attractives du 3^e millénaire. Près de deux milliards d'individus entreront dans l'économie du divertissement à horizon 2025. Et pour cela, notre culture européenne est un atout.

Dans les contenus, nous disposons déjà du numéro un mondial de la musique et d'un catalogue important de films. Il nous a fallu compléter en investissant dans les jeux vidéo avec Gameloft et dans le live avec Banijay.

Dans les médias, nous disposons de positions importantes dans la télévision avec Canal. Nous avons besoin d'une plateforme, Dailymotion, et d'une base dans les télécoms, où nous sommes devenus le premier actionnaire de Telecom Italia, l'opérateur historique en Italie. Enfin, la communication était un maillon essentiel : nous avons pu trouver un accord pour

intégrer Havas, le 6^e groupe mondial de la communication, au sein de Vivendi.

Fort de cette stratégie et du travail de ses équipes, Vivendi a enregistré de belles performances au premier semestre 2017, et plus particulièrement au deuxième trimestre. Universal Music Group continue de profiter de la formidable croissance des plateformes de streaming musical. Canal+ France commence à récolter les fruits du plan de transformation mis en place en 2016 et permet à Groupe Canal+ de confirmer sa prévision de progression du résultat opérationnel ajusté en 2017. Dans ce contexte, Vivendi a confirmé ses perspectives annuelles.

Ces belles performances se reflètent dans le cours de bourse. Depuis votre dernière lettre aux actionnaires, soit au cours des six derniers mois, la hausse du titre Vivendi est supérieure à celle de ses indices de référence, progressant de 26,0 %*, alors que le CAC 40 augmentait de 7,2 %* et le Stoxx Europe 600 Media baissait de 2,7 %*.

* dividendes réinvestis au cours de clôture du 19 septembre 2017

POURSUITE DES EXCELLENTS RÉSULTATS D'UMG ET DÉBUT DU REDRESSEMENT DE CANAL+ FRANCE



© BERNARD SIDLER

Hervé Philippe
Directeur financier
Membre du Directoire

Les résultats du premier semestre 2017 de Vivendi reflètent la bonne performance d'Universal Music Group et l'amélioration de celle de Groupe Canal+ au deuxième trimestre. Le Groupe confirme ses perspectives annuelles.

Au premier semestre 2017, le chiffre d'affaires de Vivendi s'est élevé à 5,437 milliards d'euros, en augmentation de 7,8 % (+4,8 % à taux de change et périmètre constants), confirmant la hausse amorcée au premier trimestre 2017.

La progression de l'activité s'explique par Universal Music Group (+14,0 % à taux de change et périmètre constants), soutenu par l'engouement pour l'écoute sur les plateformes de musique numérique. C'est d'ailleurs une chanson d'UMG qui a battu tous les records de streaming cet été. *Despacito* a atteint plus de 5 milliards de streams sur toutes les plateformes de diffusion six mois seulement après sa sortie.

De son côté, le chiffre d'affaires de Groupe Canal+ s'est légèrement amélioré, enregistrant une baisse à taux de change et périmètre constants de 2,4 % au premier semestre 2017 par rapport à la même période en 2016, contre -5,5 % au second semestre 2016.

Fin juin 2017, le nombre d'abonnés individuels de Groupe Canal+ s'établissait à

14,0 millions (+2,8 millions en un an), grâce à l'international et aux partenariats noués avec Orange et Free en France. Canal+ a également signé en août un accord avec Bouygues Telecom.

En août 2017, la chaîne Canal+ a enregistré un doublement de ses recrutements par rapport à la même période de 2016 dans un contexte de reprise du Championnat de Ligue 1.

UN RÉSULTAT NET AJUSTÉ SEMESTRIEL EN PROGRESSION DE 12 %

Au premier semestre 2017, le résultat opérationnel ajusté de Vivendi (EBITA) a reculé de 9,2 % (-11,0 % à taux de change et périmètre constants) à 352 millions d'euros par rapport au premier semestre 2016. Cette tendance s'est inversée au deuxième trimestre 2017 avec un EBITA de 203 millions d'euros, en hausse de 16,0 % (+17,1 % à taux de change et périmètre constants). Cette évolution s'explique pour l'essentiel par la progression

d'UMG et l'amélioration de la situation de Groupe Canal+ grâce aux mesures opérationnelles et commerciales prises depuis plus d'un an.

Le résultat net ajusté de Vivendi a progressé de 12 % à 320 millions d'euros.

Au 30 juin 2017, le Groupe disposait d'une trésorerie nette de 500 millions d'euros. En tenant compte du paiement le 3 juillet 2017 de 2,3 milliards d'euros au Groupe Bolloré pour le rachat de sa participation dans Havas, l'endettement financier net proforma de Vivendi s'élèverait à environ 1,8 milliard d'euros.

Vivendi confirme ses perspectives 2017 : une augmentation de plus de 5 % (hors Havas) du chiffre d'affaires et, grâce aux mesures prises en 2016, un EBITA en progression de l'ordre de 25 % (hors Havas). En particulier, Groupe Canal+ réitère son objectif d'EBITA d'environ 350 millions d'euros pour l'année, contre 240 millions en 2016. ■

Des perspectives annuelles confirmées



© PHILIPPE MAZZONI/CANAL+

Frédéric Crépin
Secrétaire général
de Vivendi et
de Groupe Canal+

Vivendi conclut un accord transactionnel avec les derniers plaignants de la securities class action

Une longue procédure vieille de près de 15 ans s'est achevée au printemps. Vivendi a conclu en avril un accord transactionnel portant sur les dernières demandes de certains plaignants dans une procédure américaine en nom collectif qui avait débuté en juillet 2002 (securities class action). Cette procédure concernait les seules personnes de nationalité française, américaine, britannique et néerlandaise ayant acheté des ADR (American Depositary Receipt) Vivendi (alors dénommé Vivendi Universal) aux Etats-Unis entre octobre 2000 et août 2002.

Aux termes de l'accord, le Groupe a payé 26,4 millions de dollars, représentant environ un tiers du montant total de 78 millions de dollars couvrant l'entièreté du litige, en ce compris les jugements déjà rendus.

A la suite de cet accord, Vivendi a réexaminé le montant de la provision au 31 mars 2017 et l'a fixé à 73 millions d'euros, constatant une reprise de provision de 27 millions d'euros.

Le 9 mai 2017, le tribunal a approuvé formellement les termes de l'accord, mettant un terme définitif à un litige aux multiples étapes.

UMG signe des accords majeurs dans le streaming avec Spotify et Tencent



© DR
Lucian Grainge
 Président-Directeur
 général d'UMG



L'industrie musicale connaît actuellement une transformation majeure liée au rapide développement du streaming (écoute via des plateformes numériques). L'adoption du streaming n'en est qu'à ses débuts même si ses services comptent déjà plus de 110 millions d'abonnés dans le monde à fin 2016.

UMG joue un rôle actif sur le marché du streaming et a signé des accords de licence avec des centaines de plateformes dans le monde entier.

En mai, il a annoncé un accord de licence important avec Tencent Music Entertainment Group qui accroîtra considérablement le marché chinois et y accélérera le développement de ses artistes et répertoires.

En avril, il a été la première major à signer un nouvel accord global de licence avec Spotify, le premier service de streaming au monde.

Un des points cruciaux du streaming est la conversion des utilisateurs de services gratuits à des services payants. Le nouvel accord va permettre à UMG de tra-

vailer avec Spotify pour s'assurer que le streaming réalise ainsi son plein potentiel de transformation. Il développera une large gamme d'expériences musicales, donnera plus de souplesse aux nouveaux titres et créera des campagnes marketing innovantes sur Spotify. L'accord donne également à UMG un accès sans précédent aux données.

Le marché du streaming doit offrir des services à des prix différents pour plaire à tous les consommateurs. UMG a ainsi signé des accords de licence avec des services offrant moins de fonctionnalités.

Il reste également très attentif à soutenir et signer des accords de licences dans les marchés émergents.

La dynamique mondiale du streaming, qui évolue plus rapidement que jamais, exige création et réévaluation continue de la meilleure façon d'apporter la musique aux fans. UMG doit continuer de publier la meilleure musique au monde pour capitaliser sur les développements positifs de son industrie.

HAVAS
 GROUP



© DR
Yannick Bolloré
 Président Directeur
 général Havas Group

Réalisé à 9,25 euros par action (montant global de 2,3 milliards d'euros), le rachat de la participation de Groupe Bolloré dans Havas a un effet relatif sur le résultat net par action de Vivendi.

VIVENDI ACQUIERT LA PARTICIPATION MAJORITAIRE DU GROUPE BOLLORÉ DANS HAVAS*



Le 3 juillet, Vivendi a acquis la participation de 59,2 % détenue par le Groupe Bolloré dans Havas.

Cette opération stratégique intervient au moment où le Groupe, après avoir consolidé ses fondations, entame une nouvelle phase de développement. Elle lui permet d'accélérer la construction d'un leader mondial des contenus, des médias et de la communication, et lui assure un positionnement unique dans un contexte

de convergence entre contenus, distribution et communication. Elle lui donne ainsi une nouvelle dimension pour rivaliser avec des acteurs globaux puissants. Avec cette acquisition, Vivendi renforce effectivement l'ensemble de ses métiers dans un environnement en profonde transformation. La connaissance pointue du consommateur et la maîtrise des données associées constituent aujourd'hui un avantage concurrentiel de tout premier plan. Cette opération donne au Groupe accès aux expertises d'Havas en matière

de science du consommateur, de maîtrise des données et de nouveaux formats créatifs.

Les équipes des deux groupes pourront également développer des projets communs créateurs de valeur tout en conservant leur agilité d'exécution et leur identité propre.

L'acquisition s'est faite à 9,25 euros par action, soit un montant de 2,3 milliards pour la participation de Groupe Bolloré. Réalisée à un prix cohérent avec les multiples du secteur, elle a un effet relatif sur le résultat net par action de Vivendi à compter du 3 juillet 2017.

Le Groupe lance du 21 septembre au 4 octobre inclus une offre publique d'achat simplifiée sur le solde du capital d'Havas, offre ne visant pas à retirer la société de la cote. ■

Une opération relative

**Cet article ne constitue pas une offre et ne saurait être considéré comme constituant une quelconque forme de démarchage aux fins d'achat ou de vente de titres financiers aux Etats-Unis ou dans tout autre pays. L'offre mentionnée ci-dessus et l'acceptation de l'offre peuvent faire l'objet dans certains pays d'une réglementation spécifique et les lecteurs de cette lettre sont tenus de se conformer à ces réglementations.*



© JEAN CHISCANO

Stéphane Roussel

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

L'intégration, il y a un peu plus d'un an de Gameloft dans Vivendi, est un succès. Une acquisition réussie qui donne envie au Groupe de pousser ses pions dans le secteur des jeux vidéo.

GAMELOFT, INTÉGRÉ AVEC SUCCÈS DANS VIVENDI

L'industrie dans laquelle l'opère Vivendi connaît des transformations spectaculaires, dont la progression rapide du mobile comme moyen de consommation de contenus culturels.

Dans ce cadre, le Groupe a décidé l'an dernier d'acquérir Gameloft. C'est le premier éditeur et développeur mondial de jeux mobiles : un milliard de ses jeux ont été téléchargés en 2016 et, chaque jour, 16 millions de personnes jouent à l'un des 178 jeux développés !

Gameloft est intégré dans les comptes de Vivendi depuis le 29 juin 2016. Depuis un an, le Groupe accompagne ses talents. La pratique du « soft launch », qui permet de tester un jeu en conditions réelles afin qu'il soit mieux adapté au marché au moment de son lancement, a été introduite. La deuxième mesure a été de réorganiser Gameloft pour ac-



© GAMELOFT

Lancement d'un vaste appel à projets interne

celérer la croissance des revenus publicitaires.

L'espace publicitaire a été ouvert à l'ensemble des annonceurs. Un programme d'acquisition clients a également été mis en place.

Enfin, la troisième mesure a consisté à lancer un appel à projets interne. 13 studios ont participé ; 90 projets ont été soumis ; les employés ont voté pour les propositions les plus intéressantes.

2,8 MILLIONS DE JEUX GAMELOFT
TÉLÉCHARGÉS CHAQUE JOUR

Ces mesures se traduisent dans les résultats.

Le succès de l'intégration de Gameloft conforte Vivendi dans l'idée d'aller plus loin dans les jeux vidéo. Les options sont multiples. Le Groupe peut accélérer avec Ubisoft, dont il détient déjà près de 27 % du capital, ou avec d'autres éditeurs. Les décisions se feront par rapport à ce qu'il est pertinent de faire, tout en restant vigilant aux ratios financiers. ■



PARIS

Ville candidate
Jeux Olympiques de 2024

ne laissent plus de place aux doutes, même si l'annonce officielle a été rendue le 13 septembre à Lima (Pérou).

Partenaire officiel de la candidature depuis juin 2016, l'ensemble du groupe Vivendi a réalisé de nombreuses opérations pour accompagner le projet parisien. Au premier semestre 2017, notamment :

- Canal+ a réalisé en février un documentaire sur les coulisses de la promotion internationale de Paris 2024 (diffusé sur Infosport+).
- Gameloft a sorti en mai le jeu Paris 2024 Run, permettant de dé-

Paris organisera les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024

C'est bien à Paris que se tiendront les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024. La qualité de la candidature de la capitale française et le choix de Los Angeles de privilégier les JO de 2028 (le

1^{er} août, en accord avec le Comité International Olympique, la ville américaine s'est portée candidate pour organiser les Jeux de 2028, laissant la voie libre à Paris pour 2024)

ne laissent plus de place aux doutes, même si l'annonce officielle a été rendue le 13 septembre à Lima (Pérou).

Partenaire officiel de la candidature depuis juin 2016, l'ensemble du groupe Vivendi a réalisé de nombreuses opérations pour accompagner le projet parisien. Au premier semestre 2017, notamment :

- Canal+ a réalisé en février un documentaire sur les coulisses de la promotion internationale de Paris 2024 (diffusé sur Infosport+).
- Gameloft a sorti en mai le jeu Paris 2024 Run, permettant de dé-

couvrir le projet parisien de manière ludique et interactive. Plus de 800 000 parties ont été jouées en 5 mois.

- Pour les journées olympiques des 23 et 24 juin, **Universal Music France** a sollicité l'artiste Prequell pour réinterpréter le

Boléro de Ravel sur une piste d'athlétisme flottante mise en place entre le Pont Alexandre-III et le Pont des Invalides.

Par ailleurs, une e-réunion a été organisée le 27 juin pour expliquer le partenariat aux actionnaires individuels de Vivendi. La vidéo peut être visionnée dans la rubrique « En images » des pages Actionnaires individuels du site internet du Groupe.

Les JO d'été, qui rassemblent tous les quatre ans près de 4 milliards de téléspectateurs, sont considérés comme « le plus grand spectacle du monde ». Les retombées économiques des Jeux de 2024 sont estimées à 10,7 milliards d'euros pour la France ; près de 250 000 nouveaux emplois devraient être créés à cette occasion.



dailymotion



PHOTO DR

Maxime Saada
Directeur Général
de Groupe Canal+
Président de Dailymotion

Une nouvelle version de Dailymotion a été lancée cet été, avec une priorité aux contenus premium autour de quatre thématiques (actu, sport, musique et divertissement) et une interface plus pertinente.

DAILYMOTION FAIT PEAU NEUVE

Pour suivre l'actualité ou se divertir, la vidéo est aujourd'hui incontournable alors que les usages évoluent continuellement. C'est pourquoi il a été décidé de refondre complètement Dailymotion, principale plateforme européenne d'agrégation et de partage vidéo. Début juillet, la nouvelle application et sa version Desktop (version internet) ont été lancées en France.

Totalement recréé, le nouveau Dailymotion propose désormais les vidéos phares de quatre thématiques : actu, sport, musique et divertissement. Priorité est donnée aux contenus premium, avec un accent particulier

sur les vidéos les plus récentes et le live (concerts, événements sportifs, breaking news, manifestations culturelles, etc.).

SIGNATURE DE NOMBREUX PARTENARIATS

Cette nouvelle offre fondée sur des contenus de qualité est rendue possible grâce aux nombreux partenariats signés au niveau local ou international (Universal Music Group, le leader mondial de la musique, CNN, la chaîne d'info de référence mondiale, VICE, leader dans la production de contenus générationnels, ...). En France, Dailymotion est partenaire de la plupart des groupes de médias et audiovisuels locaux

et nationaux (TV, presse, radio, web).

Pour que ses utilisateurs profitent au mieux de cette nouvelle offre premium, Dailymotion a créé une nouvelle interface plus rapide, plus personnalisée et plus pertinente avec une ergonomie et un design repensés.

Outre un nouveau player vidéo HTML5, un moteur de recherche et des algorithmes plus intelligents, Dailymotion a développé des fonctionnalités innovantes pour rendre la navigation plus intuitive. Les utilisateurs peuvent ainsi, par exemple, naviguer dans le player en déplaçant leur doigt sur la vidéo.

Le lancement du nouveau Dailymotion dans le reste du monde s'est fait progressivement tout au long du mois de juillet. ■

Priorité
aux contenus
premium

vivendi village



© BERNARD SIDLER

Simon Gillham
Président de
Vivendi Village
Directeur
de la Communication
de Vivendi

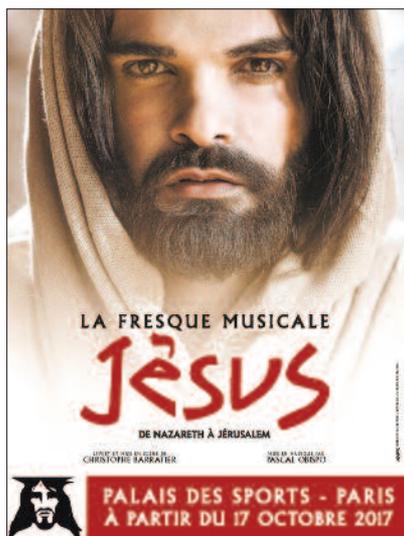
Depuis 2016, Olympia Production a produit ou co-produit plus de 600 spectacles d'une dizaine de chanteurs et humoristes. C'est aussi lui qui a financé la grande fresque musicale "Jésus, de Nazareth à Jérusalem".

OLYMPIA PRODUCTION ACCOMPAGNE LES TALENTS

En 2016, Vivendi Village a souhaité accompagner sur scène les jeunes talents et les artistes confirmés et a ainsi créé Olympia Production, une entité de production de spectacles et de concerts.

Depuis un peu plus d'un an, Olympia Production a produit ou co-produit plus de 600 spectacles d'une dizaine d'artistes dont :

- dans la musique, les tournées de Slimane et de M. Pokora. « On arrive », la tournée de Slimane qui a commencé en janvier 2017 au Mans, compte près de 50 dates et passe par les plus grandes villes françaises. Slimane sera de nouveau sur la route en 2018 ;
- dans l'humour, les spectacles de Marina Rollman, Laura Domenge, Guillermo Guiz et Gérémy Crédeville ;
- dans le théâtre, la pièce



JÉSUS, DE NAZARETH À JÉRUSALEM, LA COMÉDIE MUSICALE PARISIENNE DE L'AUTOMNE 2017

Déjà plus de
600 spectacles
produits ou
co-produits

nécessaires pour écrire et composer ce spectacle retraçant les dernières années de la vie de Jésus. Christophe Barratier, Pascal Obispo, Didier Golemanas et Pierre-Yves Lebert en sont les auteurs. La comédie musicale se jouera du 17 octobre au 19 novembre au Palais des Sports de Paris.

Par ailleurs, Olympia Production et Universal Music France se sont associés dans la détection et le développement de nouveaux talents à travers l'entité Initial. Cette dernière accompagne Clara Luciani, le groupe Colombine, Eddy de Pretto, Lorenzo et Hervé Le Sourd. ■

« Avant de s'envoler » de Florian Zeller, jouée au Théâtre de l'Œuvre ;

• dans les festivals, le Brive Festival ;

• et prochainement la fresque musicale, « Jésus, de Nazareth à Jérusalem ». Trois années ont été



PHOTO DR

Frank Cadoret

Directeur de la distribution et de la DTSI de Groupe Canal+

Comment ont été bâties les nouvelles offres commerciales de Canal+ France lancées en novembre 2016 ?

Avant de répondre, je voudrais vous rappeler le contexte qui prévalait à l'époque. Depuis 2012, le nombre des abonnés Canal+ en France diminuait en raison d'une concurrence accrue avec de nouveaux acteurs très puissants. Cette concurrence s'est traduite par le lancement de nouvelles offres à des prix attractifs, qui ont également engendré une spirale inflationniste sur les droits sportifs, du cinéma et des fictions. Dans ce contexte, il nous est apparu nécessaire de redonner de l'attractivité aux offres Canal. Nous les avons intégralement repensées afin de les rendre plus simples et plus modulaires. Le premium est désormais au centre de l'offre avec la chaîne Canal+ comme point d'entrée de l'ensemble de la gamme. En fonction de leurs affinités, les abonnés peuvent souscrire des options supplémentaires : Ciné-Séries, Sport et/ou Chaînes Canal+. Via l'application myCanal, les programmes sont accessibles en direct ou à la demande. Toutes ces offres sont disponibles avec ou sans engagement, pour des tarifs allant de 19,90 à 99,90 euros par mois.

Ces nouvelles offres sont un véritable succès : 2/3 des nouveaux abonnés achètent au moins un forfait optionnel, le revenu par abonné est plus élevé que celui des précédentes offres et la plupart des nouveaux abonnés choisissent un engagement de 24 mois.

Vous avez également décidé de conclure des partenariats avec Orange, Free et Bouygues Telecom...

Oui, le Groupe a noué des partenariats stratégiques avec Orange, Free et plus récemment Bouygues Telecom, autour de bouquets thématiques inclus dans les offres des opérateurs. Il s'agit d'un important changement dans la stratégie de distribution du Groupe qui lui permet d'élargir considérablement le nombre de ses abonnés tout en donnant aux chaînes distribuées une exposition plus importante. Au premier semestre 2017, Canal+ France a bénéficié de 3 millions de clients supplémentaires par rapport à la même période en 2016 grâce aux offres Orange et Free.

Quelles sont vos ambitions ?

A court terme, les nouvelles offres, les partenariats avec les opérateurs et le plan de réduction des coûts mis en place en 2016 permettent à Groupe Canal+ de confirmer son objectif de résultat opérationnel ajusté annuel d'environ 350 millions d'euros, contre 240 millions d'euros en 2016.

A moyen terme, nous restons confiants et nous entendons passer de 5 à 10 millions d'abonnés en France métropolitaine. Par ailleurs, le Groupe poursuit sa forte croissance à l'international où il compte désormais plus d'abonnés individuels qu'en France.

■ 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, 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. Par ailleurs, les facteurs de risque spécifiques à l'activité d'Havas sont détaillés dans le Document de référence 2016 disponible

sur le site internet (www.havas.com). 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.

