

ENSEMBLE

LETTRE À NOS
ACTIONNAIRES

SEPTEMBRE 2019

RÉSULTATS P.3

— Résultats du premier semestre 2019

ACTUALITÉS P.4

— Universal Music Group, un catalogue riche et emblématique

LE CARNET P.8

— Le carnet de l'actionnaire Vivendi et vous



LADY GAGA, A STAYAS BORN
© 2019 WARNER BROS. ENTERTAINMENT INC.

EDDY DE PRETTO, 2018 @ MELCHIOR TERSEN

LANG LANG, 2018
© DR. UNIVERSAL MUSIC GROUP

vivendi



Photos DR

UN PREMIER SEMESTRE 2019 SOLIDE

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

Chers actionnaires,

C'est avec enthousiasme que nous avons publié fin juillet les résultats du premier semestre 2019 de votre groupe : de très bons résultats, qui confirment la forte dynamique enregistrée depuis plusieurs mois. Le chiffre d'affaires s'est élevé à plus de 7,3 milliards d'euros, en croissance de +6,7 % par rapport au premier semestre 2018, à taux de change et périmètres constants. Ces performances ont été portées par l'ensemble de nos métiers.

Universal Music Group (UMG) a signé une nouvelle fois d'excellents résultats, et porté ses artistes en tête des classements mondiaux. Le 6 août, Vivendi est par ailleurs entré en négociations avec Tencent pour un investissement stratégique de 10 % dans UMG, à une valeur d'entreprise estimée à 30 milliards d'euros, et une option d'achat d'un an pour une participation supplémentaire de 10 %. Ce partenariat ouvrirait au groupe des opportunités inédites sur le marché chinois. La cession d'une participation minoritaire supplémentaire d'UMG à d'autres partenaires se poursuit.

De son côté, Groupe Canal+ a poursuivi son développement à l'international et a annoncé le rachat de l'opérateur de télévision payante M7, qui lui permettra d'atteindre 20 millions d'abonnés et de s'implanter dans sept nouveaux pays. Il est aussi en négociations pour reprendre certaines entités du nigérian Iroko, acteur majeur de Nollywood. En France, Canal+ a repris la chaîne Mezzo en partenariat avec le groupe Les Echos-Le Parisien, et présenté un plan de transformation pour s'adapter au nouveau paysage concurrentiel.

Havas a continué de générer des résultats solides, confirmant la tendance amorcée au second semestre 2018, et a remporté 300 prix – reflets de la créativité et de l'exigence de ses équipes. En septembre, Havas a par ailleurs annoncé l'acquisition de Buzzman, l'agence créative indépendante la plus primée du marché français.

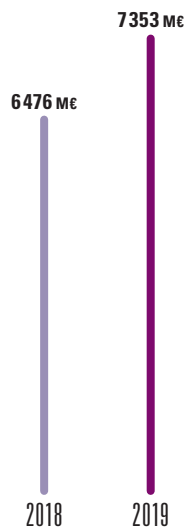
Ce premier semestre a également été marqué par l'intégration réussie d'Editis, qui porte déjà ses fruits. Enfin, les autres entités – Gameloft, Dailymotion, Vivendi Village – ont poursuivi leur développement dans un environnement concurrentiel complexe.

L'ensemble de ces performances nous permet d'avancer avec détermination vers la fin d'année. Encore merci pour votre confiance, grâce à laquelle nous poursuivons notre ambition de faire de Vivendi un grand champion mondial des contenus, des médias et de la communication.

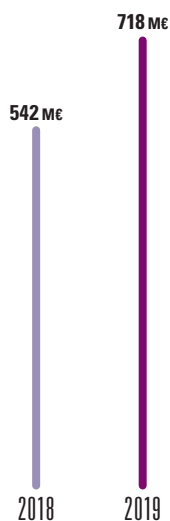
RÉSULTATS

PREMIER SEMESTRE 2019

CHIFFRE D'AFFAIRES (1)



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ (EBITA) (1)



(1) Résultats au 30 juin.

Vivendi a connu une forte progression de sa rentabilité

au premier semestre 2019, porté notamment par le résultat record d'Universal Music Group (UMG).

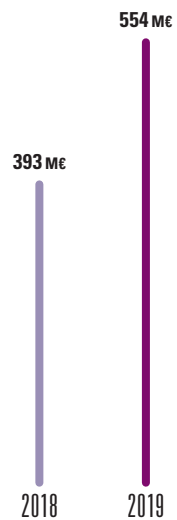
Son chiffre d'affaires, en augmentation de 13,6%

(+6,7 % à taux de change et périmètre constants), s'est élevé à 7 353 millions d'euros par rapport au premier semestre 2018 grâce à la croissance de l'activité d'UMG et à la consolidation d'Editis.

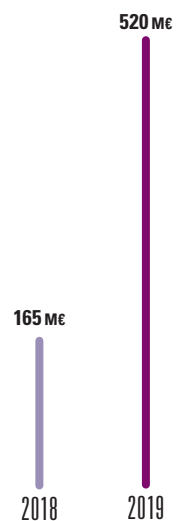
Très bien orienté, le résultat opérationnel ajusté (EBITA) s'est

établi à 718 millions d'euros, en hausse de 32,4 % et de 27,6 % à taux de change et périmètre constants. Dans son sillage, le résultat net ajusté a progressé de 40,8 % à 554 millions d'euros.

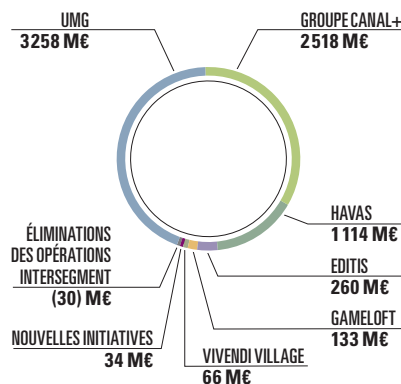
RÉSULTAT NET AJUSTÉ (1)



RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE (1)

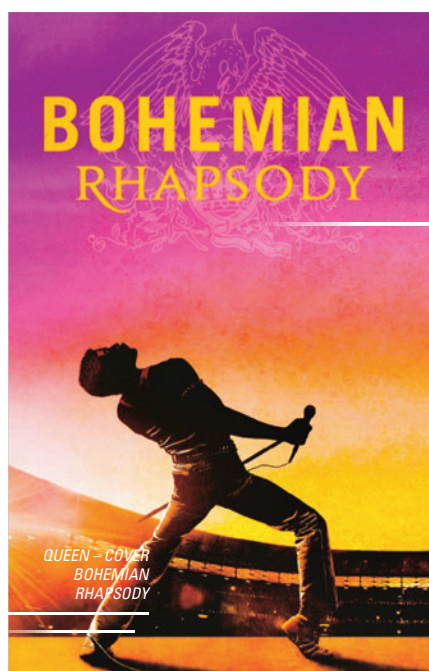


CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITÉ AU 30 JUIN 2019



UNIVERSAL MUSIC GROUP, DES LIENS ÉTROITS ENTRE CINÉMA ET MUSIQUE

UMG a rencontré de beaux succès ces derniers mois grâce à des musiques de film, et notamment à des biopics de ses artistes.



©Motion Picture Artwork

selon le rapport de mi-année de Nielsen Music, la bande originale de *Bohemian Rhapsody* était le titre rock le plus vendu du premier semestre 2019 aux États-Unis, la compilation *Greatest Hits 1* du groupe arrivant en deuxième position. En juillet 2019, Queen a battu un nouveau record, le vidéoclip emblématique de *Bohemian Rhapsody* étant le premier vidéoclip sorti avant les années 1990 à atteindre un milliard de vues sur YouTube. Un titre inédit de Freddie Mercury, chanteur du groupe, a également été édité, plus de vingt-huit ans après sa mort.

Au cours des derniers mois, UMG a exploré avec d'autres de ses artistes les liens forts entre cinéma et musique. Les écoutes des chansons d'Elton John ont été dopées par le biopic *Rocketman* sorti cette année. Le film coïncide avec la poursuite de *Farewell Yellow Brick Road*, l'ultime tournée de trois ans aux États-Unis et en Europe d'Elton John.

Par ailleurs, la sortie de *Pavarotti*, documentaire de Ron Howard produit par Polygram Entertainment, département cinéma et télévision d'UMG, a ravivé l'intérêt pour le légendaire ténor. Elle a coïncidé avec la sortie de chansons inédites et d'un nouvel album best of, reflétant l'ampleur de la carrière du chanteur.

Plus tard cette année, Polygram Entertainment va diffuser *Hitsville: The Making of Motown*, un documentaire sur le légendaire label de Detroit. Il sera présenté en avant-première au 60^e anniversaire de Motown.

Par ailleurs, le succès de la bande originale du film *A Star Is Born* avec Lady Gaga, sorti en 2018, s'est poursuivi en 2019.

Des sorties importantes sont prévues par UMG d'ici à la fin de l'année, dont *La Reine des neiges 2* et *Star Wars – The Rise of Skywalker*.

Entre le cinéma et la musique, les liens sont multiples... pour le plus grand succès d'UMG! À la suite de l'immense succès de *Bohemian Rhapsody*, biopic du groupe Queen, qui a notamment obtenu quatre Oscars en février dernier, le groupe de rock britannique a vendu plus d'albums en Amérique du Nord qu'aucun autre artiste au premier semestre 2019, la musique du film et l'important catalogue du groupe boostant les écoutes en streaming et les téléchargements. De même,

ACTUALITÉS

GROUPE CANAL+ MULTIPLIE LES INITIATIVES

Au cours des derniers mois, Groupe Canal+ a tour à tour annoncé les acquisitions de M7, opérateur de télévision payante en Europe de l'Est, d'Iroko, groupe nigérian de production, et de la chaîne Mezzo.

L'actualité fut chargée pour Groupe Canal+ ces derniers mois. Fin mai 2019, il a tout d'abord annoncé le projet de rachat de M7, un acteur de la télévision payante présent en Europe de l'Est et au Benelux. Cette acquisition finalisée en septembre permettra à Groupe Canal+ de s'implanter dans sept nouveaux pays européens et d'approcher 20 millions d'abonnés sur 40 territoires. Le rachat, payé plus d'un milliard d'euros (valeur d'entreprise), serait positif sur le bénéfice par action de Vivendi. En juillet 2019, Groupe Canal+ a ensuite annoncé l'acquisition des activités de production, de distribution de contenus et d'édition de chaînes du nigérian Iroko (dans les années 1990, le Nigeria a développé Nollywood, une des industries cinématographiques les plus prolifiques au monde). Enfin, dans l'Hexagone, le groupe a rendu public le rachat, en partenariat avec Les Échos-Le Parisien, de Mezzo. Présente dans 80 pays, la chaîne est reçue par 60 millions de foyers dans le monde. Le même mois, la direction de Groupe Canal+ a présenté aux représentants de son personnel en France les détails d'un projet de transformation de ses activités afin de mieux s'adapter aux mutations du marché. Celui-ci pourrait conduire au départ, exclusivement sur la base du volontariat, d'un maximum de 492 personnes.

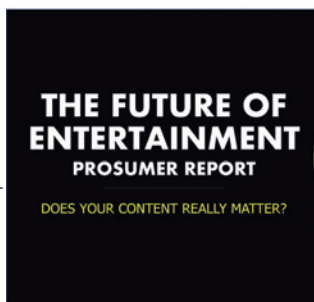


@DR- Groupe Canal+

LE 27 JUILLET 2019, EDITIS A FINALISÉ L'ACQUISITION DU GROUPE L'ARCHIPEL. Créé en 1991, ce groupe comprend l'Archipel, Archipoche et Presses du Châtelet, et également les labels Écriture et Bibliothèque des classiques. La maison reste présidée par son fondateur, Jean-Daniel Belfond, et sera directement rattachée à Pierre Conte, CEO du Groupe Editis.

PAR AILLEURS, LE 28 AOÛT 2019, EDITIS A ANNONCÉ UN RAPPROCHEMENT AVEC LES ÉDITIONS JUNGLE. Il s'agit d'un partenariat inédit et structurant, à plusieurs niveaux, qui démontre la volonté du deuxième groupe d'édition français de se développer dans le secteur en pleine croissance du roman graphique et de la bande dessinée. Editis et Jungle s'associent pour créer ensemble une maison d'édition de bandes dessinées.

@DR-Havas Group



HAVAS EXPLORE LES ÉVOLUTIONS DU DIVERTISSEMENT

Le Groupe Havas, en collaboration avec les Cannes Lions a publié son étude annuelle, *Prosumer Report*, sur la perception et la consommation du divertissement, devenu un besoin fondamental.

Au premier trimestre 2019, l'étude *Prosumer Report* (*The Future of Entertainment*), menée à l'échelle mondiale par Havas, BETC et Vivendi, a exploré les évolutions majeures qui transforment la façon dont les consommateurs appréhendent le divertissement. Cette étude, portant sur plus de 17 400 personnes âgées de 13 ans et plus, dans 37 pays, avec un focus sur les *prosumers* (influenceurs et leaders de tendance), démontre notamment qu'aujourd'hui :

- le divertissement est aussi important que la santé. 83% des personnes interrogées le considèrent comme un besoin vital et non plus superficiel ;
- le divertissement passe notamment avant le sommeil. 56% des *prosumers* sont prêts à sacrifier leur sommeil pour regarder une émission ;
- le divertissement est attendu dans de nombreux secteurs d'activité. Près de six *prosumers* sur dix souhaitent que le système éducatif et le lieu de travail soient plus divertissants, et un tiers d'entre eux souhaite l'étendre aux hôpitaux et aux maisons de retraite ;
- le divertissement doit avoir un impact « durable ». Près de neuf *prosumers* sur dix estiment que le divertissement doit leur apprendre quelque chose, les responsabiliser et les éduquer. Près de la moitié des *prosumers* sont prêts à payer plus pour des contenus qui répondent à cette attente. Cette vaste étude (*The Future of Entertainment*) est disponible dans sa globalité sur le site internet d'Havas.



— **E**
editis

EDITIS, DÉJÀ D'IMPORTANTES SYNERGIES AVEC VIVENDI

Les synergies se multiplient entre Vivendi et Editis, les passerelles étant nombreuses entre l'édition et le cinéma, la télévision ou la musique. Des projets ont été mis en place depuis fin janvier, date de rachat du numéro deux national de l'édition.

Pour la sortie de *J'ai dû rêver trop fort*, dernier livre de Michel Bussi, édité aux Presses de la Cité (maison d'édition d'Editis), Gauvain Sers, artiste de Fontana Records (label d'Universal Music Groupe) a créé un titre inédit, dont Michel Bussi a écrit le texte et qui est une des pièces centrales du roman. De leur côté, Marc Lévy et Bret Easton Ellis (tous deux publiés chez Robert Laffont) ont organisé les soirées de présentation de leur dernier livre à L'Olympia et au théâtre de l'Œuvre, deux salles appartenant à Vivendi.

Les abonnés de Canal+ peuvent désormais bénéficier de Lizzie, maison d'Editis spécialisée dans le livre audio. Par ailleurs, Havas va apporter à Editis son expertise en communication, publicité et analyse des données clients. Enfin, de nombreux films et séries sont issus d'un livre, et inversement. Des projets vont pouvoir être développés par la chaîne Canal+ et par StudioCanal à partir des romans édités par les différentes maisons d'Editis.

LE 4 JUIN 2019, VIVENDI A PROCÉDÉ AVEC SUCCÈS AU PLACEMENT D'UN EMPRUNT OBLIGATAIRE DE 2,1 MILLIARDS D'EUROS

Cette opération, sursouscrite plus de 2,5 fois, avait pour objectif de financer le projet d'acquisition de M7 et de profiter des bonnes conditions de marché.

DU 28 MAI AU 23 JUILLET 2019, VIVENDI A RACHETÉ 65,465 MILLIONS DE SES PROPRES ACTIONS (5% du capital social) et en a annulé 94,679 millions les 17 juin et 25 juillet 2019, représentant 7,23% du capital social.

Vivendi détenait, au 25 juillet 2019, 7,8 millions de ses propres actions, soit 0,6% du capital social.



GAMELOFT LANCE DE NOUVELLES CRÉATIONS



Au cours des derniers mois, Gameloft a annoncé le développement de trois jeux avec deux partenaires prestigieux, LEGO et Disney, et la sortie d'*Asphalt 9: Legends* sur Nintendo Switch™.

Le dernier volet de la franchise de jeux de course sur mobile la plus téléchargée au monde et plusieurs fois récompensée, *Asphalt 9: Legends*, est arrivé sur la Nintendo Switch™ en téléchargement gratuit cet été. C'est le second titre que Gameloft publie sur cette console après *Modern Combat 5: Blackout*.

Gameloft et LEGO Group ont dévoilé le titre de leur prochain jeu *LEGO Legacy: Heroes Unboxed*. Ce RPG (*role playing game* ou « jeu de rôle ») offrira aux fans de LEGO de tous les âges une aventure épique célébrant ses emblématiques collections.

Disney a également confié à Gameloft la création de deux nouveaux jeux : *Disney Princess Majestic Quest* et *Disney Getaway Blast*. *Princess Majestic Quest* se déroulera dans les royaumes des princesses Disney et *Disney Getaway Blast* embarquera les joueurs sur une île paradisiaque où ils pourront collectionner des personnages Disney et Pixar.



CYRILLE BOLLORÉ NOMMÉ AU CONSEIL DE SURVEILLANCE

Cyrille Bolloré apporte particulièrement son expérience de capitaine d'industrie.

P rincipal actionnaire de Vivendi, Vincent Bolloré, actionnaire au travers du Groupe Bolloré (26,28 % du capital et 28,51 % des droits de vote au 31 décembre 2018), a décidé en avril dernier de mettre un terme à son mandat de membre du Conseil de surveillance lors de l'Assemblée générale du 15. Son fils, Cyrille Bolloré, l'a remplacé et a ainsi été nommé membre du Conseil de surveillance pour une durée de quatre ans. Cyrille Bolloré est aujourd'hui Président-directeur général de Groupe Bolloré, groupe présent dans le transport, la logistique, le stockage d'électricité et systèmes et, via Vivendi, dans les contenus, les médias et la communication. Il apporte son expérience de capitaine d'industrie d'un groupe industriel intégré international et connaît déjà parfaitement les métiers des contenus, des médias et de la communication. Sa nomination contribue aussi à renforcer l'expertise du Conseil dans les pays à forte croissance, dont l'Afrique. Une nouvelle génération arrive ainsi au Conseil de surveillance de Vivendi. Cette nomination témoigne de l'engagement à long terme du premier actionnaire de Vivendi, qui, depuis 2014, croit dans le groupe, ses filiales et ses équipes, et construit un leader mondial.

— vivendi village

DE NOUVEAUX FESTIVALS POUR VIVENDI VILLAGE

Vivendi Village, à travers ses structures Olympia Production en France et U Live en Grande-Bretagne, se trouve aujourd'hui au cœur d'une constellation de festivals de musique. Il en possède neuf.

S ur le territoire français, il participe, aux côtés d'acteurs locaux, à l'enrichissement de la diversité de l'offre culturelle en régions et détient Les Déferlantes à Argelès-sur-Mer, Live au Campo à Perpignan, Brive Festival (conjointement avec Centre France) et Garorock à Marmande (acquisition la plus récente).

Grâce à des têtes d'affiche comme Ben Harper, Marshmello, Bigflo & Oli ou encore Clara Luciani, Garorock, l'un des cinq plus grands festivals en France, a battu un record d'affluence cette année, avec plus de 160 000 participants (+ 10 % par rapport à 2018). Les Déferlantes et Live au Campo ont également connu de très belles éditions cet été grâce à des artistes prestigieux et internationaux. Récemment, Olympia Production a constitué une co-entreprise avec

OL Group pour créer un nouveau festival. Baptisé Felyn, la première édition aura lieu les 19 et 20 juin 2020 au Groupama Stadium de Lyon.

Hors de nos frontières, au Maroc, Olympia Production assure la production exécutive et la programmation de Mawazine, l'un des plus grands festivals au monde par son nombre de participants, qui a accueilli cette année 2,8 millions de personnes à Rabat.

En Grande-Bretagne, U Live gère cinq festivals : Sundown, Nocturne, Love Supreme, The Long Road et Crxssing.

À titre d'exemple, le festival de jazz Love Supreme a rassemblé cette année 50 000 personnes, enregistrant une hausse de 8 % par rapport à l'an dernier.

À travers ses filiales Olympia Production et U Live, Vivendi est ainsi pleinement engagé dans une stratégie de développement des festivals et du spectacle vivant.



@Teddy Morelle

LE CARNET DE L'ACTIONNAIRE VIVENDI ET VOUS

QUESTION D'ACTIONNAIRE

Quelle est votre politique de Responsabilité sociétale d'entreprise (RSE), et comment la faites-vous connaître ?

Vivendi est au cœur de toutes les cultures et de toutes les créations. L'ambition du groupe est d'œuvrer pour que ses publics puissent accéder à des contenus variés qui nourrissent la curiosité, incarnent une société ouverte et diverse, et créent des liens forts entre les individus. La feuille de route RSE de Vivendi se décline autour de six engagements : soutenir la création et révéler les cultures, promouvoir la diversité et l'inclusion dans les métiers du groupe, proposer des contenus ambitieux et créateurs de sens, faire des femmes et des hommes la première force de l'entreprise, agir pour l'environnement et participer au développement local. En termes de communication, le département RSE et Compliance publie de nombreux rapports. Dans le document de référence 2018 de Vivendi, près de 50 pages sont consacrées à la RSE. Le site internet du groupe comporte une rubrique « Responsabilité sociétale », et une plateforme dédiée rassemblera bientôt toutes les informations RSE de Vivendi. Les actualités RSE sont également relayées sur Twitter sur les comptes @Vivendi et @JalehBradea. Enfin, Vivendi a plusieurs fois invité les actionnaires individuels (« Jeudi c'est Vivendi ») à des réunions sur sa stratégie RSE.

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. 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

— et 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).

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'INFORMATION FINANCIÈRE

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 5 novembre à La Rochelle et le 19 novembre à Montpellier**. 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.

