

**OFFRE PUBLIQUE DE RETRAIT SUIVIE D'UN RETRAIT OBLIGATOIRE
VISANT LES ACTIONS DE LA SOCIÉTÉ**



INITIÉE PAR



**INFORMATIONS RELATIVES AUX CARACTÉRISTIQUES, NOTAMMENT
JURIDIQUES, FINANCIÈRES ET COMPTABLES D'HAVAS**



AUTORITÉ
DES MARCHÉS FINANCIERS

Le présent document relatif aux autres informations d'Havas a été déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (l'« **AMF** ») le 28 novembre 2017, conformément aux dispositions de l'article 231-28 de son règlement général et de l'article 6 de son instruction n° 2006-07 relative aux offres publiques d'acquisition. Ce document a été établi sous la responsabilité de la société Havas.

Le présent document complète la note d'information conjointe établie par Havas et Vivendi relative à l'offre publique de retrait suivie d'un retrait obligatoire initiée par Vivendi visant les actions d'Havas et visée par l'AMF le 28 novembre 2017 sous le numéro 17-612, en application d'une décision de conformité en date du même jour (la « **Note d'Information Conjointe** »).

Des exemplaires du présent document ainsi que de la Note d'Information Conjointe sont disponibles sur les sites Internet d'Havas (www.havasgroup.fr) et de l'AMF (www.amf-france.org), et peuvent être obtenus sans frais au siège social d'Havas, 29/30 quai de Dion Bouton, 92817 Puteaux Cedex.

Un communiqué sera diffusé conformément aux dispositions des articles 231-28 et 221-3 du règlement général de l'AMF, au plus tard la veille de l'ouverture de l'Offre (tel que ce terme est défini ci-après), afin d'informer le public des modalités de mise à disposition du présent document.

SOMMAIRE

	Page
PRÉAMBULE.....	3
1. INFORMATIONS RELATIVES AUX CARACTÉRISTIQUES NOTAMMENT JURIDIQUES, FINANCIÈRES ET COMPTABLES D'HAVAS.....	3
2. EVÈNEMENTS RÉCENTS SURVENUS DEPUIS LA PUBLICATION DU RAPPORT SEMESTRIEL.....	4
2.1 Communiqué de presse du 16 novembre 2017 relatif aux résultats du troisième trimestre 2017	4
2.2 Communiqué de presse du 13 novembre 2017 relatif à l'investissement de 9 millions d'euros en Série A dans Octoly marketplace, leader en marketing d'influence	10
2.3 Communiqué de presse du 8 novembre 2017 relatif à l'acquisition de Immerse agence digitale Malaisienne	11
2.4 Communiqué de presse du 16 octobre 2017 relatif à l'acquisition de Ganfood et HVS ..	12
2.5 Communiqué de presse du 9 octobre 2017 relatif à la mise en œuvre d'un contrat de liquidité avec Natixis.....	13
2.6 Communiqué de presse du 29 septembre 2017 relatif au consentement des assemblées générales des obligataires relatives aux obligations	13
2.7 Communiqué de presse du 18 septembre 2017 relatif à l'acquisition de l'agence digitale The 88 par Havas New York.....	13
2.8 Communiqué de presse du 13 septembre 2017 relatif à la demande de consentement des obligataires	14
2.9 Communiqué de presse du 11 septembre 2017 relatif à l'accueil par Havas Group de ses premières startups à Station F.....	15
2.10 Communiqué de presse du 1 ^{er} septembre 2017 relatif à l'avis motivé rendu par le conseil d'administration d'Havas sur l'offre publique d'achat simplifiée initiée par Vivendi ...	16
3. COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA SOCIÉTÉ	17
4. CAPITAL SOCIAL	18
4.1 Structure et répartition du capital de la Société	18
4.2 Instruments donnant accès au capital de la Société	18
5. FACTEURS DE RISQUE	19
6. LITIGES	19
7. PERSONNE ASSUMANT LA RESPONSABILITÉ DU PRÉSENT DOCUMENT.....	19
7.1 Personne assumant la responsabilité du présent document	19
7.2 Attestation de la personne assumant la responsabilité du présent document	19

PRÉAMBULE

Il est rappelé qu'en application du Titre III du Livre II, et plus particulièrement des articles 236-3 et 237-1 du règlement général de l'AMF, Vivendi, société anonyme au capital de 7.119.287.400,50 euros, dont le siège social est situé 42, avenue de Friedland, 75008 Paris, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris sous le numéro 343 134 763 et dont les actions sont admises aux négociations sur le marché réglementé d'Euronext à Paris (« **Euronext Paris** ») sous le code ISIN FR0000127771 (« **Vivendi** » ou l'« **Initiateur** »), a offert de manière irrévocable aux actionnaires de la société Havas, société anonyme au capital de 169.222.321,20 euros, dont le siège social est situé 29-30 Quai de Dion- Bouton, 92817 Puteaux Cedex, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Nanterre sous le numéro 335 480 265 et dont les actions sont admises aux négociations sur Euronext Paris sous le code ISIN FR0000121881 (« **Havas** » ou la « **Société** »), d'acquérir la totalité de leurs actions Havas dans le cadre d'une offre publique de retrait (l'« **Offre Publique de Retrait** ») qui sera immédiatement suivie d'une procédure de retrait obligatoire (le « **Retrait Obligatoire** » et, avec l'Offre Publique de Retrait, l'« **Offre** »), au prix unitaire de 9,25 euros (le « **Prix de l'Offre** »).

Conformément aux dispositions de l'article 231-13 I du règlement général de l'AMF, BNP Paribas et Natixis, agissant en qualité de banques présentatrices de l'Offre pour le compte de l'Initiateur, ont déposé le projet d'Offre et le projet de note d'information conjointe auprès de l'AMF le 13 novembre 2017. BNP Paribas et Natixis garantissent la teneur et le caractère irrévocable des engagements pris par l'Initiateur dans le cadre de l'Offre.

L'Offre a fait l'objet d'une décision de conformité de l'AMF emportant visa de la Note d'Information Conjointe le 28 novembre 2017.

L'Offre porte sur la totalité des actions de la Société non détenues directement par l'Initiateur à la date du dépôt du projet d'Offre, soit, à la connaissance de l'Initiateur, 16.281.206 actions¹, représentant 3,85% du capital social et 3,86% des droits de vote de la Société sur la base d'un nombre total d'actions existantes de la Société s'élevant à 423.055.803, et d'un nombre total de droits de vote théoriques de 423.119.896 au 31 octobre 2017.

Dans le cadre du Retrait Obligatoire, les actions Havas non détenues par Vivendi seront transférées à Vivendi moyennant une indemnisation au Prix de l'Offre, soit 9,25 euros par action, cette indemnité étant nette de tous frais.

Le contexte et les modalités de l'Offre sont décrits en détails dans la Note d'Information Conjointe.

1. **INFORMATIONS RELATIVES AUX CARACTÉRISTIQUES NOTAMMENT JURIDIQUES, FINANCIÈRES ET COMPTABLES D'HAVAS**

Les informations relatives aux caractéristiques, notamment juridiques, financières et comptables, de la Société figurent dans le document de référence de la Société déposé auprès de l'AMF le 29 mars 2017 sous le numéro D.17-0249 (le « **Document de Référence** ») ainsi que dans le rapport semestriel publié par la Société le 25 août 2017 (le « **Rapport Semestriel** »), sous réserve des mises à jour indiquées dans le présent document.

Les informations contenues dans le Document de Référence ont fait l'objet d'une attestation de la part du Président-Directeur Général de la Société, Yannick Bolloré (voir page 8 du Document de Référence), et ont donné lieu à l'établissement d'une lettre de fin de travaux des commissaires

¹ En ce compris les 10 actions d'auto-contrôle (privées du droit de vote) détenues indirectement par Vivendi par le biais des sociétés Financière de Longchamp (5 actions) et Longchamp Participations (5 actions), filiales de Havas, étant précisé que les présidents de ces deux sociétés ont décidé de ne pas apporter leurs actions à l'Offre Publique de Retrait. Ces actions seront transférées à l'Initiateur dans le cadre du Retrait Obligatoire.

aux comptes de la Société. Les informations contenues dans le Rapport Semestriel ont également fait l'objet d'une attestation de la part du Président-Directeur Général de la Société.

Le Document de Référence et le Rapport Semestriel sont disponibles sur les sites Internet d'Havas (www.havasgroup.fr) et de l'AMF (www.amf-france.org). Ils peuvent également être obtenu sans frais au siège social d'Havas, 29/30 quai de Dion Bouton, 92817 Puteaux Cedex.

Le présent document incorpore par référence le Document de Référence et le Rapport Semestriel.

2. EVÈNEMENTS RÉCENTS SURVENUS DEPUIS LA PUBLICATION DU RAPPORT SEMESTRIEL

La Société publie ses communiqués de presse en ligne sur son site Internet (www.havasgroup.fr) et a notamment publié les communiqués de presse mentionnés ci-dessous depuis le dépôt du Rapport Semestriel.

2.1 Communiqué de presse du 16 novembre 2017 relatif aux résultats du troisième trimestre 2017

**Revenu T3 2017 : 525 M€
Croissance organique +0,1%
Nette progression des agences américaines**

Yannick Bolloré, CEO Havas Group, déclare : « Havas réalise une performance en légère amélioration sur le troisième trimestre par rapport au second trimestre 2017, avec une croissance organique de +0,1%. Nous sommes tout d'abord satisfaits du rebond en Amérique du Nord qui récolte les fruits de notre nouvelle organisation et de l'implication constante des équipes. Les zones Asie Pacifique et Afrique affichent des performances opérationnelles très encourageantes dans un contexte macro-économique moins favorable que dans le passé récent. Enfin, l'Europe reste en croissance négative ce trimestre. Les facteurs explicatifs sont multiples ; citons notamment la baisse d'investissements de la plupart de nos clients et les performances médiocres dans certains pays qui ont conduit à des changements de management, notamment dans notre agence média au UK.

Néanmoins, malgré un environnement sectoriel toujours plus exigeant, nous restons optimistes à moyen terme car nous croyons aux effets positifs de notre stratégie et de notre organisation centrée autour de nos clients. Nous poursuivons ainsi notre stratégie en fluidifiant davantage nos structures et l'organisation de nos Villages.

Nous sommes également très heureux de rejoindre le groupe Vivendi et de créer ensemble un leader mondial du contenu, de la communication et de la distribution. »

1. CHIFFRES CLES

Revenu (en M€)	T1 2017	T2 2017	T3 2017	9 mois 2017
EUROPE	250	298	256	804
<i>dont</i>				
France	101	125	99	325
Royaume-Uni	60	58	57	175
Autres pays européens	89	115	100	304
AMERIQUE DU NORD	197	201	185	583
APAC & AFRIQUE	39	51	48	138
AMERIQUE LATINE	33	39	36	108
TOTAL	519	589	525	1 633

Croissance Organique	T1 2017	T2 2017	T3 2017	9 mois 2017
EUROPE	0,0%	-0,7%	-4,7%	-1,8%
<i>dont</i>				
France	1,4%	8,9%	2,6%	4,6%
Royaume-Uni	0,5%	-7,1%	-10,9%	-6,0%
Autres pays européens	-2,0%	-6,3%	-7,6%	-5,6%
AMERIQUE DU NORD	0,9%	-1,7%	2,9%	0,6%
APAC & AFRIQUE	-5,1%	3,2%	8,4%	2,3%
AMERIQUE LATINE	3,2%	-4,0%	13,4%	3,6%
TOTAL	0,1%	-0,9%	0,1%	-0,3%

2. COMMENTAIRE GENERAL

→ Le **Revenu** consolidé du Groupe s'élève à 525 M€ pour le troisième trimestre 2017 contre 537 M€ au T3 2016. Sur les neuf premiers mois le Groupe enregistre un revenu de 1633 M€ contre 1624 M€ pour la même période en 2016.

→ La **Croissance organique** du Groupe (hors variations de change et périmètre) ressort à +0,1% pour le T3 2017 et à -0,3% sur les neuf premiers mois 2017.

L'impact de change est négatif de 7,1 M€ sur les 9 premiers mois 2017, dû principalement à la baisse de la livre sterling et du peso argentin et du peso mexicain. La croissance cumulée neuf mois à taux de change constants ressort à +1,0%.

L'effet périmètre à fin septembre est de +21 M€ ; les principales acquisitions contribuant à cet effet périmètre sont : Target Media (UK), RiverOrchid (Asie), Lemz (Pays Bas) et Agence 79 (France).

Par zone géographique, nous pouvons souligner :

Europe :

Les agences françaises restent très dynamiques que ce soit en création ou en activité média et affichent une croissance organique de +2,6% au T3 et de +4,6% sur les neuf premiers mois de l'année.

Au Royaume Uni les investissements des grands clients, tels que Unilever ou Pernod Ricard, continuent de baisser avec un fort impact notamment sur l'activité média. La croissance organique est donc de -10,9% sur le T3 et de -6,0% à fin septembre 2017. A noter que la base de comparaison était très élevée (+8,6% au T3 2016).

La croissance organique est aussi négative dans les autres pays européens, notamment en Espagne, en Allemagne, en Belgique et au Portugal qui sont les pays les plus impactés par la baisse des activités média.

Amérique du Nord :

Cette zone affiche une belle progression sur le trimestre avec une croissance organique de +2,9% grâce notamment au redressement d'Arnold et à la performance de Havas New York, en particulier de son business santé. Les agences américaines bénéficient des effets des récents gains et des augmentations des investissements de certains clients. Cette performance est le résultat du travail de la réorganisation mise en place en début d'année.

Asie Pacifique et Afrique :

La performance en Asie confirme sa dynamique avec un nouveau trimestre en forte hausse à +8,4% de croissance organique, tirée par l'activité création. L'Australie, la Chine et Honk Kong sont les principaux contributeurs à la croissance. La zone bénéficie de la montée en puissance de budgets clients tels que Glaxosmithkline, Swarovski ou LG. Sur les neuf premiers mois, la croissance organique cumulée est de +2,3%.

Amérique Latine :

Après un deuxième trimestre négatif, la zone affiche un net rebond au T3 2017, tous pays confondus (Brésil, Mexico, Argentine, et Chili ...) grâce notamment à l'activité média. La croissance organique atteint +13,4% sur le trimestre (à noter un effet de base favorable -6,3% au Q3 2016) et +3,6% sur les neuf premiers mois. La zone bénéficie de clients toujours en progression tels que Hyundai Kia.

FAITS MARQUANTS 3^{ème} trimestre 2017

a) NEW BUSINESS NET¹

A fin septembre, le New business net¹ s'élève à 1 702 M€ (en termes de billings - qui est la référence retenue par le marché).

Parmi les gains les plus significatifs du 3^{ème} trimestre 2017 nous pouvons citer :

Au niveau global :

LOT Polish Airlines (Havas Media Poland and HMI Frankfurt), **Bord Bia** (Havas Dublin & Havas Shanghai), **Lacoste** (BETC Digital), **Naver** (BETC Design) ;

En Asie Pacifique : **BMW** (Havas Media South Korea), **Sino Group** (Havas Media Hong Kong) ;

En Amérique Latine : **Nacion Servicios** (Havas Media Argentina), **TIM** (Havas Media Brazil) **GPA** (BETC / Havas Sao Paulo) ;

Aux Etats-Unis : **Sanofi** (Havas Media USA) ; **BioMarin**, **PKU Franchise** (Havas San Francisco) ;

En Europe : **Office Outlet** (Havas Media UK), **Soubry** (Havas Media Belgium), **M7** (Havas Dusseldorf) **CDiscount** (Rosapark), **Rabobank** (Havas Lemz), **LG** (Havas Denmark).

Pour plus de détails sur les nouveaux gains voir l'annexe 1.

b) ACQUISITIONS

Le Groupe a annoncé mi-septembre l'acquisition de l'agence **The 88** basée à New York. Cette agence digitale et sociale intervient dans le conseil en stratégie, en création, en influence, en couverture d'évènements et en gestion de médias sociaux dans l'univers de la mode, du lifestyle et pour les marques grand public.

Pour mémoire le groupe avait réalisé cet été les acquisitions de **So What Global**, agence de communication basée au Royaume-Uni spécialisée dans la santé, le bien-être et le lifestyle et **Blink**, première agence de médias sociaux en Israël.

4. RESPONSABILITE SOCIALE DE L'ENTREPRISE

Grâce aux initiatives innovantes des agences du Groupe en matière de RSE, l'impact d'Havas sur les communautés locales continue de croître partout dans le monde.

Aux Pays-Bas, Havas Lemz a conclu un partenariat avec Justdiggitt pour replanter des zones arides au Kenya, au Maroc et en Tanzanie. En captant les eaux de pluie et en introduisant l'agriculture raisonnée en vue d'établir des écosystèmes sains, cette collaboration a pour but de favoriser la croissance d'économies plus saines sur le continent africain.

Joon Kwon, directeur créatif d'Havas Seoul, déterminé à trouver une alternative économique, sûre, durable, et respectueuse de l'environnement pour les femmes n'ayant pas accès aux produits d'hygiène féminine a conçu le Dream Ring. Ce produit hygiénique ne coûte qu'un trentième du prix d'une serviette hygiénique classique. Le Dream Ring fut l'un des grands gagnants du concours mondial de design IDEA 2017, pour son ingéniosité et l'espoir qu'il puisse résoudre le problème des inégalités de genre dans les pays en développement.

Havas Canada s'est associé à Habitat for Humanity pour tenter de trouver une solution à la crise du logement à Toronto. En modernisant et en repensant leur présence digitale dans l'optique de sensibiliser davantage le public et en simplifiant les dons de temps, d'argent, de biens, Havas Canada espère accroître l'engagement de la population auprès d'Habitat for Humanity.

Le Groupe Havas attend beaucoup de l'intégration de la vision RSE de Vivendi dans ses pratiques corporates : promotion de la diversité culturelle dans la production et la diffusion de contenus, partage de connaissances, ou vigilance dans la conduite des affaires entre autres initiatives RSE pratiquées au sein de Vivendi.

Pour en savoir plus sur la politique RSE du Groupe :

<https://www.havasgroup.fr/rse/developpement-durable/>

5. RECOMPENSES

Au cours du troisième trimestre, le Groupe a remporté 143 prix dans les différentes compétitions. Au niveau global, lors des Clio Awards, les agences du Groupe ont remporté 21 récompenses.

Dans la zone APAC, Campaign Brief Asia a publié son classement des Agences de l'Année par pays : Havas Shanghai est 3ème, et Taiwan et Singapour se classent dans le Top 10. Lors des Spikes Asia, les agences du Groupe se sont vues remettre 16 prix dont un Grand Prix dans la catégorie « Musique » pour la campagne Air New Zealand « *Summer Wonderland* » par Host Sydney/Universal Music.

Aux USA, Camp + King s'est vu décerner l'Or aux Small Agency Awards organisés par Advertising Age.

Havas Lemz figure parmi les 10 agences les plus créatives d'Amsterdam du classement établi par The Drum.

L'agence Fuel Lisbon s'est distinguée aux Premios M&P Criatividade avec 11 récompenses dont celle « d'Agence de l'année », un Grand Prix et 2 Or pour la campagne « *Sequeira in it's rightful place* » pour son client MNAA/Publico. Au Royaume-Uni lors des Creative Floor Healthcare Awards, Havas Lynx s'est imposée dans 5 catégories pour ses campagnes « *B !rth* »

pour The Royal Exchange Theater, « *It's About Time* » pour Teva Neuroscience et « *Sun Safety on Site* » pour Cancer Research UK / HSS Hire.

Parmi les leaders du Groupe récompensés au troisième trimestre, Imogen Hewitt, Head of Strategy d'Havas Media Australia a été primée deux fois : élue Femme de l'année et a remporté le prix « Strategy » aux B&T's Women in Media Awards. Donna Murphy, CEO Havas Health & You s'est classée dans le « 4's Top 100 Shaping the Future of the Industry » et Anita Nayyar, CEO India & South Asia Havas Media, s'est vue remettre le premier prix dans la catégorie « Women Leadership Award for Excellence in Advertising & Media Sector » des « Women Leadership Excellence Awards 2017 ».

ANNEXE 1

Havas Media Group :

Bajaj Finserv : Havas Media India
Basic-Fit : Havas Media Belgium & Havas Media France
BMW : Havas Media South Korea
Carré Couture : Havas Media UK
Citibank Berhad : Havas Media Malaysia
Housing.com : Havas Media India
Hutchison Global Communications : Havas Media Hong Kong
Juver : Havas Media Spain
LOT Polish Airlines : Havas Media Poland & HMI Frankfurt (budget global)
Nacion Servicios : Havas Media Argentina
Naver : Havas Media Vietnam
Office Outlet : Havas Media UK
Sanofi : Havas Media USA
Sharekhan : Havas Media India
Sino Group : Havas Media Hong Kong
Soubry : Havas Media Belgium
TIM : Havas Media Brazil
Trident Hotels : Havas Media India
Village House : Havas Media Japan
XXL Sports : Havas Media Austria

Havas Creative Group :

BioMarin, PKU Franchise : Havas San Francisco (agence de référence)
Bolletje : Havas Lemz (communication intégrée)
Bord Bia : Havas Dublin & Havas Shanghai (activités digitales au niveau global)
Boulanger : W&Cie (positionnement et gestion de marque)
BVG : Havas beebop (communication intégrée)
CDiscount : Rosapark (communication intégrée)
Chivas : Havas Lemz (projet intégré)
Citroën : Havas Traction (activités créatives intégrées)
E. Leclerc : Les Gaulois (médias sociaux)
EHL Lausanne Hospitality school : Havas Geneva (agence de référence en communication intégrée)
Fonds Verhelst : Boondoggle (plateforme digitale)
GPA : BETC/Havas Sao Paulo (communication intégrée)
GRDF : Rosapark (communication intégrée)
Huawei : Havas Fuel (communication intégrée)
ING Direct : Rosapark (communication intégrée)

Klesia : Havas Paris (communication de crise)
La Poste : W&Cie (retail / architecture)
Lacoste : BETC Digital (CRM au niveau global)
LG: Havas Denmark (campagnes créatives)
L'Oréal: Havas Paris (consulting et évènementiel)
M7 : Havas Dusseldorf (communication intégrée)
Mairie de Paris: Les Gaulois (campagne OOH)
Marvel (Disney): Boondoggle (agence de référence en gestion de marque)
Naver : BETC Design (design au niveau global)
Pernod Ricard: Havas Paris (communication d'influence et d'e-influence)
Printemps : Les Gaulois (campagne d'activation)
Rabobank: Havas Lenz (positionnement global et communication intégrée)
Rogers Bank: Plastic Mobile (développement d'une application)
Sutter Health: Havas San Francisco (activités digitales et médias sociaux)
Sanofi Consumer Digestive Brands: Havas San Francisco (communication intégrée)
Tissaia: Les Gaulois (médias sociaux)
Villa Beau Soleil (Steva Group): W&Cie (gestion de marque et communication)
Visit Fyn: Havas Denmark (communication intégrée)

ANNEXE 2

Revenu (en M€)	T1 2017	T2 2017	T3 2017	Croissance Organique	T1 2017	T2 2017	T3 2017
EUROPE	250	298	256	EUROPE	0,0%	-0,7%	-4,7%
<i>dont</i>				<i>dont</i>			
France	101	125	99	France	1,4%	8,9%	2,6%
Royaume-Uni	60	58	57	Royaume-Uni	0,5%	-7,1%	-10,9%
Autres pays européens	89	115	100	Autres pays européens	-2,0%	-6,3%	-7,6%
AMERIQUE DU NORD	197	201	185	AMERIQUE DU NORD	0,9%	-1,7%	2,9%
APAC & AFRIQUE	39	51	48	APAC & AFRIQUE	-5,1%	3,2%	8,4%
AMERIQUE LATINE	33	39	36	AMERIQUE LATINE	3,2%	-4,0%	13,4%
TOTAL	519	589	525	TOTAL	0,1%	-0,9%	0,1%

(1) : Le New Business Net correspond au budget publicitaire (ou revenu, selon les cas) annuel estimé des gains de budgets (ce qui inclut à la fois les nouveaux clients, les clients conservés après remise en compétition du budget, et les nouveaux produits ou marques gagnés auprès des clients actuels) moins le budget publicitaire (ou revenu, selon les cas) annuel estimé des pertes de budgets. La Direction de Havas utilise le new business net comme un indice de l'efficacité du développement de sa clientèle et de ses efforts pour conserver ses clients. Le new business net n'est pas un indicateur précis des revenus futurs, car la qualification de gain ou de perte nécessite parfois une interprétation subjective, les sommes associées aux gains ou pertes individuelles du business dépendent du budget (ou revenu, selon les cas) estimé des clients, les clients peuvent ne pas dépenser leur budget, l'échelonnement des dépenses est incertain, et la part des revenus de Havas par rapport aux dépenses budgétées des clients dépend de la nature des dépenses et des structures de rémunérations. En outre, les méthodes d'Havas pour déterminer les pertes et gains peuvent différer de celles employées par d'autres sociétés.

Autres définitions :

La croissance organique est calculée en comparant le revenu de l'année en cours à un revenu retraité comme suit pour l'exercice précédent :

– le revenu de l'exercice précédent est recalculé en utilisant les taux de change de l'exercice

courant ;

– le revenu ainsi obtenu est complété par le revenu des sociétés acquises entre le 1^{er} janvier de l'exercice précédent et la date d'acquisition pour la période au cours de laquelle ces sociétés ne sont pas encore consolidées ;

– le revenu de l'exercice précédent est également corrigé du revenu consolidé des sociétés cédées ou fermées entre le 1^{er} janvier de l'exercice précédent et la date de la cession ou de la fermeture.

La croissance organique ainsi calculée est donc corrigée des variations des taux des devises par rapport à l'euro, ainsi que des variations du périmètre des sociétés consolidées.

2.2 Communiqué de presse du 13 novembre 2017 relatif à l'investissement de 9 millions d'euros en Série A dans Octoly marketplace, leader en marketing d'influence

« Le groupe Havas, Otium Venture, Twins Partners et l'Instrument PME de l'UE (H2020) ont annoncé avoir investi 9M€ en Série A dans Octoly, marketplace leader en marketing d'influence qui permet aux marques d'entrer en contact avec une communauté unique d'influenceuses comptant plus d'un milliard d'abonnés.

Lancée en France il y a seulement deux ans, Octoly s'appuie déjà sur une équipe de 60 collaborateurs répartis entre ses bureaux de Paris et de New York. Octoly est une marketplace connectant une communauté en pleine expansion de plus de 10 000 microinfluenceuses spécialisées dans la beauté à plus de 200 marques telles que Dior, Sephora, Clinique, OPI, Clarins ou encore Urban Decay. Dernièrement, l'entreprise, initialement focalisée sur le secteur beauté, a élargi son périmètre aux marques mode et lifestyle. Grâce à Octoly, les influenceuses ont accès via leur téléphone à un magasin gratuit où elles sélectionnent les produits qu'elles veulent recevoir des marques pour publier des photos ou vidéos sur leurs comptes Instagram et YouTube, sans contrepartie financière. Ces 10 000 influenceuses comptent un milliard d'abonnés dans cinq pays : Etats-Unis, France, Espagne, Italie et Allemagne. Plus de 200 000 produits ont déjà été envoyés aux influenceuses à travers le monde.

Yannick Bolloré, CEO Havas Group a déclaré : « Notre choix de soutenir Octoly est une réponse à la place grandissante du earned media dans le marketing mix de nos clients. Nous sommes convaincus que la valeur d'Octoly réside dans sa capacité à offrir aux clients des retours utilisateurs objectifs. L'authenticité est la pierre angulaire du marketing d'influence, une industrie qui pèse désormais un milliard de dollars. La vision d'Octoly est unique en ce qu'elle incite à la passion et construit un écosystème sans égal entre les marques, les influenceuses et leurs fans, c'est la raison qui a motivé notre investissement, tout comme le talent de Thomas Owadenko et la qualité de sa formidable équipe. »

Thomas Owadenko, fondateur et CEO d'Octoly a déclaré : « Nous sommes fiers avec notre équipe d'être devenus, en seulement deux ans et depuis Paris, le leader mondial de l'influencer marketing. Nous sommes la société qui intermédions le plus la mise en relation entre les marques et influenceuses sur les réseaux sociaux. Nous sommes sur une tendance exponentielle de 200 000 revues de produits par an sur Instagram et YouTube, ce qui ne s'est jamais fait auparavant. Notre positionnement est unique, car les marques donnent des produits gratuitement sans contrepartie afin que les influenceuses puissent s'exprimer librement. Les autres acteurs de l'influencer marketing payent les influenceuses pour faire du placement produit, ce qui décrédibilise le message auprès des fans. Nous avons des ambitions globales avec ce concept inventé en France et nous sommes déjà leader en seulement un an aux Etats-Unis. »

Lancement d'OctoPrime.co

La plateforme a décidé de développer davantage les communautés de fans et de pouvoir les activer comme un nouveau circuit de distribution en lançant octoprime.co, un nouveau site internet où chaque influenceuse aura sa propre boutique en ligne et pourra ainsi partager

directement avec ses abonnés les produits présentés sur sa chaîne YouTube et son compte Instagram. A la différence du Programme Influenceurs d'Amazon (accessible uniquement à une poignée d'influenceurs stars), OctoPrime ouvre 10 000 boutiques en ligne dès aujourd'hui, une pour chaque influenceuse.

Le fondateur ajoute « Après avoir réduit la distance entre marques et influenceuses, il était logique de faire de même entre les influenceuses et leurs fans en lançant OctoPrime. En créant automatiquement une boutique pour chaque membre de la communauté, nous lançons le premier site de e-commerce au monde fait par les influenceuses pour leur audience. »

OctoPrime permettra à Octoly de rester fidèle à sa vision : donner les moyens à une communauté d'influenceuses de devenir des entrepreneurs à succès et de vivre de leur passion.

Bruno Raillard, Partner chez Otium Venture, a commenté : « Chez Otium, nous percevons l'entrepreneuriat et la créativité comme deux axes majeurs du futur du travail. En lançant OctoPrime, Octoly tient sa promesse d'aider les influenceuses à libérer leur créativité et à vivre de leur passion. Nous sommes ravis de participer à cette nouvelle étape et de voir Octoly intensifier ses efforts pour permettre à sa communauté de s'épanouir à travers la création de contenus authentiques » ».

2.3 **Communiqué de presse du 8 novembre 2017 relatif à l'acquisition de Immerse agence digitale Malaisienne**

« Havas Group se renforce sur un marché en pleine croissance, la Malaisie, avec l'acquisition de l'agence digitale Immerse. Cette agence, souvent récompensée, sera intégrée aux activités créatives du Groupe et renommée Havas Immerse.

Havas Immerse fera partie intégrante du Havas Village Malaysia et contribuera, par son expertise digitale et son portefeuille client, à étoffer l'offre média et créative du Groupe, déjà solide sur ce marché.

Immerse a été fondée en 2004 en tant qu'agence digitale essentiellement spécialisée dans le conseil en stratégie créative et en marketing digital. L'agence et ses 50 collaborateurs travaillent pour des clients prestigieux basés en Malaisie et à Singapour tels que Volvo, Mitsubishi Motors, F&N, Wrigley ainsi qu'un panel conséquent de marques du groupe Unilever dont Dove ou Magnum.

Yannick Bolloré, Chairman & CEO d'Havas Group déclare : « Nous souhaitons la bienvenue à Immerse au sein de la famille Havas. Le savoir-faire des collaborateurs d'Immerse renforcera encore notre expertise en Malaisie, marché particulièrement important pour le Groupe. Cette acquisition reflète notre engagement dans cette région d'Asie du Sud Est qui connaît un véritable essor. »

Suite à cette acquisition, les fondateurs d'Immerse, Jeffrey Tang et Kerry Khoo dirigeront Havas Immerse en collaboration avec Andrew Lee, Managing Director d'Havas Malaysia et rapporteront à Vishnu Mohan, Chairman & CEO Havas Group Southeast Asia. Kerry Khoo occupera également le poste de Chief Creative Officer au sein d'Havas Immerse.

Jeffrey Tang et Kerry Khoo ont commenté : « Nous entretenons d'excellentes relations avec les équipes dirigeantes d'Havas à l'échelle locale comme régionale et nous avons été séduits par leur esprit entrepreneurial et la cohésion qui règne au sein du Havas Village. Le concept des Havas Villages, qui rassemble les meilleurs talents et compétences sous un même toit, est très attractif puisqu'il permettra de booster notre croissance et de proposer l'ensemble des prestations marketing sous une même enseigne. »

Vishnu Mohan ajoute: « Immerse partage l'esprit collaboratif et entrepreneurial d'Havas et notre partenariat avec leur équipe ces dernières années a été une expérience très positive. Nos

valeurs communes combinées à leur expertise digitale sont gage de réussite au sein du Havas Village. » »

2.4 **Communiqué de presse du 16 octobre 2017 relatif à l'acquisition de Ganfood et HVS**

« Le Groupe Havas a annoncé aujourd'hui l'acquisition de 49% des parts de deux sociétés basées en Algérie : GANFOOD, agence de conseil et création, et HVS, agence média.

GANFOOD a été créée en 2003 par de jeunes algériens passionnés de design, de graphisme et de création au sens le plus large. D'une agence de création graphique, Ganfood est devenue une agence de communication globale à 360°. Elle dispose d'un portefeuille de clients prestigieux, entre enseignes internationales et clients locaux, tels que Heineken, Peugeot, Sanofi, Lafarge, Société Générale et Toudja, etc.

HVS a été fondée en 2009 et est devenue un des acteurs majeurs dans le domaine des médias en Algérie. L'agence intervient à la fois dans le conseil média et dans l'achat d'espace et utilise des outils innovants sur le marché local pour mesurer le ROI et arbitrer les choix d'investissements média. Elle dispose également d'un portefeuille impressionnant de clients internationaux et locaux incluant des marques comme Lactalis, Emirates, Hygienix, LG, Mango, IFRI, JDE, etc.

GANFOOD devient Havas Creative Alger et HVS, Havas Media Alger. Cherif Medjaoui (Managing Partner de GANFOOD) est nommé Directeur Général en charge de la Création de Havas Creative Alger et Isma Tifous (Managing Partner de HVS) Directeur Général de Havas Media Alger. Les deux agences présidées par Pascal Allard, également CEO Havas North Africa, constitueront le Havas Village Alger qui intégrera directement le Top 5 du marché en Algérie.

Yannick Bolloré, CEO Havas Group a déclaré : « En intégrant GANFOOD et HVS au Havas Village Alger nous marquons une étape importante du développement du Groupe Havas en Afrique. L'alliance entre un groupe leader de communication d'origine française et deux agences algériennes comme GANFOOD et HVS ne peut que donner naissance à une collaboration créative et fructueuse. Bienvenue aux nouvelles équipes chez Havas ! »

Pascal Allard, CEO Havas North Africa et Président de Havas Village Alger : « Ces acquisitions sont l'aboutissement d'un long processus mené en commun avec nos partenaires algériens et la volonté de lui donner réellement du sens dans l'esprit du « to better together » qui est le nôtre chez Havas. C'est aussi l'histoire d'une rencontre avec des passionnés de nos métiers qui souhaitent insuffler sur le marché algérien une nouvelle dynamique au regard des formidables opportunités qu'offre ce magnifique pays qu'est l'Algérie. »

« Bien que l'ambition initiale de GANFOOD n'était pas d'être plus qu'un studio de création performant, les potentialités et l'ampleur du marché à saisir en Algérie nous ont fait réaliser les grandes opportunités de transformer cette passion en un métier plus global, en un business plus vaste. En nous alliant avec le Groupe Havas, un nouveau monde s'ouvre à nous ! À nous de propulser cette union vers des stratégies innovantes, des créations brillantes et des exécutions maîtrisées ! » a ajouté **Chérif Medjaoui**, Directeur général en charge de la Création.

Isma Tifous, Directeur Général de Havas Media Alger a dit : « Le changement est essentiel dans la réalisation de grands projets et la flexibilité est primordiale dans la gestion du changement. Rejoindre Havas est une excellente opportunité pour nous, c'est une nouvelle aventure très prometteuse. Mon équipe et moi sommes enthousiastes à l'idée d'opérer ce changement avec passion et dévouement pour créer le meilleur, ensemble. ».

2.5 **Communiqué de presse du 9 octobre 2017 relatif à la mise en œuvre d'un contrat de liquidité avec Natixis**

« HAVAS annonce avoir confié à NATIXIS, à compter du 10 octobre 2017, la mise en œuvre d'un contrat de liquidité portant sur les titres HAVAS (Paris – Code ISIN FR0000121881) admis aux négociations sur Euronext Paris, conforme à la Charte de déontologie de l'Association française des marchés financiers (AMAFI) du 8 mars 2011, approuvée par l'Autorité des Marchés Financiers par décision du 21 mars 2011.

Pour la mise en œuvre de ce contrat, les moyens initiaux suivants ont été affectés au contrat de liquidité :

- Une somme de 2.000.000,00 € (deux millions d'euros) ».

2.6 **Communiqué de presse du 29 septembre 2017 relatif au consentement des assemblées générales des obligataires relatives aux obligations**

« A la suite du communiqué de presse en date du 13 septembre 2017 relatif à la demande de consentement des obligataires, Havas annonce que les résolutions soumises au vote des porteurs des Obligations 2018 et des Obligations 2020 ont été adoptées par chacune des assemblées générales des obligataires réunies le 29 septembre 2017. Les procès-verbaux des assemblées générales des obligataires, contenant le texte des résolutions, sont mis à disposition au siège social d'Havas et seront publiés conformément aux modalités des obligations ».

2.7 **Communiqué de presse du 18 septembre 2017 relatif à l'acquisition de l'agence digitale The 88 par Havas New York**

« Le Groupe Havas a annoncé aujourd'hui l'acquisition de l'agence The 88 basée à New York. Cette agence digitale et sociale intervient dans le conseil en stratégie, en création, en influence, en couverture d'événements et en gestion de médias sociaux dans l'univers de la mode, du lifestyle et pour les marques grand public.

Fondée en 2010 par Harry Bernstein, The 88 dispose de 2 bureaux à New York et d'une équipe composée de « culture hackers », de créatifs et d'innovateurs à l'origine de projets audacieux sur Internet entre autres. L'agence deviendra une extension de The Annex, le réseau culturel d'Havas dédié aux consommateurs émergents, et sera renommée The Annex88. Harry Bernstein est nommé Chief Creative Officer d'Havas New York.

The 88 est une agence unique dans sa catégorie, elle met à disposition de ses clients son expertise digitale approfondie notamment sur Instagram, Snapchat, la 3D ou la réalité virtuelle attirant des marques mondialement reconnues telles que adidas Originals, L'Oréal, Tailored Brands, MARS, Bacardi ou Bloomingdale's. Exploitant les médias sociaux et l'innovation comme moteur principal des marques, l'agence est particulièrement habile à identifier et influencer des tendances, s'associant avec des personnalités mondialement connues dans les milieux des influenceurs, artistes et musiciens.

Yannick Bolloré, CEO Havas Group a déclaré : « Cette acquisition permet d'ajouter aux compétences déjà solides d'Havas New York le savoir-faire pointu de The 88 en matière de stratégie, de créativité, de production, de développement, d'influence et d'activation événementielle. En associant le talent des équipes The 88 avec la vision de Paul Marobella, Jason Peterson et Laura Maness, Havas Creative aux Etats-Unis pourra offrir à nos clients une gamme de services unique et apporter de la valeur à chaque étape de l'expérience client. Bienvenue à Harry et à ses équipes au sein du Groupe. »

« Nous avons pour ambition d'être LE partenaire incontournable du CMO moderne. Penser social-first, bâtir des communautés autour des marques et de la culture sont des enjeux critiques pour atteindre ce but. Nous sommes ravis d'accueillir The 88, ensemble nous pourrons

continuer à disrupter la vision traditionnelle d'une agence créative » a ajouté **Paul Marobella**, Chairman et CEO, Havas Creative US.

Pour **Harry Bernstein**, fondateur et directeur de la création The 88 : « Il y a 7 ans lors du lancement de The 88, je n'avais pas pour projet de fonder une agence de médias sociaux. Je souhaitais changer la publicité. J'ai vu émerger les bloggeurs (que l'on appelle désormais influenceurs) et les médias sociaux comme l'avenir de l'engagement entre les marques et les consommateurs. On était en plein « Far West créatif » à l'époque, et nous étions les cowboys. Nous voulions simplement rompre avec la manière d'alors de faire les choses. J'ai appris énormément au cours de cette période – rompre et repartir de zéro, parfois avec succès et parfois non. Plus important encore, j'ai appris qu'une grande idée ne s'articule pas nécessairement autour d'un spot TV, parce qu'avec les consommateurs d'aujourd'hui, une grande idée peut naître n'importe où. Nous devons donc penser à tout. A l'ensemble des ' touchpoints'. A toutes les formes d'engagement. Travailler avec Havas New York m'offre l'opportunité de le faire ».

2.8 **Communiqué de presse du 13 septembre 2017 relatif à la demande de consentement des obligataires**

« Suite au communiqué de presse d'Havas (la « **Société** ») en date du 1er septembre 2017 relatif à l'offre publique d'achat simplifiée initiée par Vivendi le 29 août 2017, et suite au Conseil d'administration de la Société du 1er septembre 2017 qui a décidé la convocation des obligataires en assemblée générale, les porteurs (i) des obligations émises par la Société le 11 juillet 2013 pour un montant en principal de 100.000.000 d'euros portant intérêt au taux de 3,125 % et venant à échéance le 11 juillet 2018 (ISIN : FR0011533751) (les « **Obligations 2018** »), et (ii) des obligations émises par la Société le 8 décembre 2015 pour un montant en principal de 400.000.000 d'euros portant intérêt au taux de 1,875 % et venant à échéance le 8 décembre 2020 (ISIN : FR0013066669) (les « **Obligations 2020** »), seront convoqués en assemblée générale le 29 septembre 2017 sur première convocation et, si le quorum n'est pas atteint, le 16 octobre 2017 sur seconde convocation.

Les obligataires sont convoqués en assemblée générale conformément aux termes d'avis de convocation publiés par la Société en date de ce jour (les « **Avis de Convocation** ») aux fins de se prononcer sur des résolutions proposées (les « **Résolutions Proposées** ») dans chacun des Avis de Convocation.

Les Avis de Convocation, y compris le texte des Résolutions Proposées, peuvent être obtenus (i) sur le site internet de la Société (www.havasgroup.fr), (ii) au siège social de la Société, (iii) en ce qui concerne les Obligations 2018, auprès de CACEIS Corporate Trust en sa qualité d'agent financier, d'agent payeur et d'agent centralisateur pour les Obligations 2018, et (iv) en ce qui concerne les Obligations 2020, auprès du Crédit Industriel et Commercial S.A. en sa qualité d'agent financier, d'agent payeur et d'agent centralisateur pour les Obligations 2020.

Pour toute question sur cette demande de consentement des obligataires porteurs d'Obligations 2018, les obligataires peuvent contacter l'agent centralisateur suivant :

CACEIS CORPORATE TRUST
Assemblées Générales
14, rue Rouget de Lisle
92862 Issy les Moulineaux Cedex 9 – France
Tél : 01 57 78 32 32
Email : ct-assemblees@caceis.com

Pour toute question sur cette demande de consentement des obligataires porteurs d'Obligations 2020, les obligataires peuvent contacter l'agent centralisateur suivant :

CREDIT INDUSTRIEL ET COMMERCIAL S.A.

6, avenue de Provence

75452 Paris cedex 09

France

Contacts : Service Assemblées Générales

Tel : +33 1 53 48 81 07

Email : serviceproxy@cmic.fr »

2.9 **Communiqué de presse du 11 septembre 2017 relatif à l'accueil par Havas Group de ses premières startups à Station F**

« Havas Group accueille en septembre les équipes des startups YOGOWO et Fanzhome au sein de son accélérateur Adtech à Station F, le plus grand campus de startups au monde. Ces premières startups proposent de connecter les consommateurs de manière unique grâce à des solutions innovantes qui permettront aux marques de toujours mieux interagir dans le futur avec leurs audiences.

Yannick Bolloré, CEO Havas Group, explique :

« En partant des comportements réels des consommateurs, YOGOWO et Fanzhome ont développé leurs audiences autour de centres d'intérêts communs (entraînement sportif et contenus d'entertainment). Ces deux startups ont développé des technologies et savoir-faire uniques qui exploitent la data pour générer des interactions, et nous travaillons avec elles afin de déterminer comment ces idées peuvent impacter notre industrie, créer toujours plus de liens entre marques et consommateurs, et aboutir à des solutions innovantes pour nos clients ».

YOGOWO : Coaching sportif via une app

YOGOWO est une application mobile qui offre une solution spontanée et ludique de faire du sport. En trois clics, les utilisateurs peuvent trouver une offre pour s'entraîner quand ils le souhaitent, où ils le souhaitent, avec le coach de leur choix. La startup unique en son genre s'appuie sur une large base de données qui permet aux coachs sportifs et aux utilisateurs d'entrer en contact pour un entraînement individuel ou collectif. L'équipe du projet est constituée d'athlètes et de coachs professionnels.

Ugo Legrand, champion et médaillé olympique de judo, fondateur et CEO de YOGOWO, déclare : « Nous comprenons déjà le sport, mais nous avons besoin de développer nos compétences en technologie, marketing et communication. Le programme d'Havas Group à Station F nous permet de continuer à apprendre, à grandir et nous donne l'opportunité de préciser notre stratégie, de développer notre marque et notre offre, et de nous ouvrir à de nouveaux marchés. Nous sommes fiers de participer à ce projet. »

Fanzhome : Une plateforme qui réunit des fans devant le même écran

Fanzhome est une plateforme sociale qui donne la possibilité aux utilisateurs de partager l'accès à leur contenu de télévision payante afin de réduire les coûts de souscription et de bénéficier d'une expérience de visionnage collective et conviviale. L'idée innovante s'inspire des nouveaux usages issus de l'économie collaborative à l'instar d'AirBnB et Bla Bla Car, et les applique à l'entertainment. La géolocalisation permet aux fans qui veulent partager des expériences autour de ces contenus d'entrer en contact avec d'autres utilisateurs pour organiser ou participer à des soirées télé.

Zineb Boust, fondatrice de Fanzhome, estime que : « Nous avons la chance de collaborer avec des experts Havas sur plusieurs domaines de compétences qui nous aident à construire les étapes clés de notre entreprise : conception, développement, communication... et c'est une expérience tellement enrichissante de faire partie de Station F et de pouvoir échanger avec toutes les startups présentes sur le campus. »

Appel aux candidatures – Des places sont encore disponibles

Havas Group sponsorise 40 places à Station F dans une zone entièrement dédiée à l'Adtech. Avec un manager présent sur place et une équipe relai au siège du groupe, les startups auront un accès privilégié aux dirigeants et spécialistes d'Havas. De plus, Havas Group organise un ensemble de conférences et de workshops sur place pour donner aux startups les outils qui leur permettront d'optimiser leur communication sur le principe du growth hacking.

Les startups souhaitant rejoindre l'accélérateur d'Havas Group à Station F peuvent envoyer leur candidature en ligne : <http://stationf.havasgroup.com>

Havas Group, partenaire de la communication de l'ensemble des startups de Station F

En plus de l'accélérateur Adtech, Havas Group lance une offre spéciale de communication à destination des startups du campus. Basé sur un modèle de fast consulting, Havas proposera un check-up pour cerner leurs besoins en communication et marketing. Durant des rencontres en face-à-face, les experts d'Havas travailleront avec les équipes des startups pour identifier les problèmes et trouver les solutions ensemble (identification des cibles potentielles, stratégie de marque, de visibilité et de réputation, acquisition d'utilisateurs, UX, UI, PR/e-PR, etc).

Les startups de Station F qui cherchent à renforcer leur communication peuvent contacter : stationf@havas.com

Havas Group x Station F – Une organisation “startup” unique au sein d'Havas

En juillet 2016, Havas Media Group France a réuni 30 de ses plus jeunes et brillants talents pour créer un « shadow comex » et collaborer étroitement avec le comité exécutif pour apporter de nouvelles idées, conseils et recommandations sur les nouveaux projets, l'organisation des activités et le business development, mais également pour réinventer le business model même des agences. Romain Reveillere, Lea Cuenin et Lolita Collet, membres d'une de ces équipes de digital natives, avaient alors pour ambition de renforcer les relations entre Havas et l'importante communauté des startups. Après avoir entendu parler du projet Station F, ils ont préparé une proposition et ont négocié le partenariat avec le CEO d'Havas Group Yannick Bolloré. Le partenariat Havas Group à Station F cherche à développer un véritable esprit startup au sein d'Havas. »

2.10 Communiqué de presse du 1^{er} septembre 2017 relatif à l'avis motivé rendu par le conseil d'administration d'Havas sur l'offre publique d'achat simplifiée initiée par Vivendi

« Le conseil d'administration s'est réuni ce jour afin de rendre son avis sur l'offre publique d'achat simplifiée initiée par Vivendi le 29 août 2017.

Le conseil a ainsi pris connaissance du projet de note d'information de l'initiateur déposé auprès de l'AMF le 29 août 2017 portant sur les actions Havas non encore détenues par Vivendi.

Le prix proposé de 9,25 euros fait ressortir une prime de 11,2% par rapport au cours moyen des actions de Havas le 10 mai 2017, (veille de l'annonce de l'Offre) et une prime de respectivement 12,8% et 15,1 % par rapport au cours des trois et six mois précédant l'annonce de l'offre.

Le conseil a pris acte de la volonté de Vivendi de permettre à Havas de poursuivre ses développements et de mettre en œuvre des projets créateurs de valeur afin de proposer des offres de communication innovantes et personnalisées.

Le conseil a ensuite pris connaissance des conclusions de l'expert indépendant (Cabinet Didier Kling & Associés), qu'il avait désigné dans sa séance du 8 juin 2017. Celui-ci a conclu au

caractère équitable de l'offre car « le prix d'Offre est équivalent au prix payé pour l'acquisition du Bloc majoritaire »... et « fait apparaître une prime par rapport à l'ensemble des valeurs obtenues à partir des méthodes que nous avons mises en œuvre et des références que nous avons utilisées. »

Deux administrateurs indépendants s'étaient réunis au préalable le 31 août 2017 avec l'expert indépendant afin de prendre connaissance de ses premières conclusions et d'échanger avec lui. Un compte-rendu de cette réunion a été présenté au conseil de ce jour, aux termes duquel ces administrateurs indépendants ont recommandé l'apport à l'offre.

Eu égard notamment au caractère équitable de l'offre attesté par l'expert, le conseil a considéré que l'offre était réalisée dans l'intérêt de Havas, de ses salariés et de ses actionnaires.

Le conseil d'administration recommande aux actionnaires qui souhaitent bénéficier d'une liquidité immédiate d'apporter leurs titres à l'offre.

Monsieur Yannick Bolloré, Président Directeur Général de Havas, la société Bolloré, représentée par Madame Juliette Laquerrière et la société Financière de Sainte-Marine, représentée par Monsieur Gilles Alix n'ont pas pris part au vote. »

3. COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA SOCIÉTÉ

À la date du présent document, le Conseil d'administration (16 membres) se compose de la façon suivante :

Nom	Nationalité	Age	Fonction	Date de fin de mandat (date d'Assemblée Générale)
M. Yannick Bolloré	Française	37	Président du Conseil d'administration et Directeur Général	2019
Mme Delphine Arnault	Française	41	Administrateur indépendant	2019
Mme Marguerite Bérard-Andrieu	Française	40	Administrateur indépendant	2019
Bolloré SA, représentée par Mme Juliette Laquerrière	Française	47	Administrateur	2020
M. Yves Cannac	Française	82	Administrateur indépendant	2020
Mme Sidonie Dumas	Française	50	Administrateur indépendant	2019
Financière de Longchamp représentée par Mme Ghislaine Brégé	Française	62	Administrateur	2020
Financière de Sainte-Marine représentée par M. Gilles Alix	Française	58	Administrateur	2020
Mme Myriam Guillotin	Française	54	Administrateur représentant les salariés	2017*
Mme Catherine Habib-Deloncle	Française	38	Administrateur représentant les salariés	2017*
M. Stéphane Israël	Française	46	Administrateur indépendant	2020
Longchamp Participations	Française	70	Administrateur	2020

Nom	Nationalité	Age	Fonction	Date de fin de mandat (date d'Assemblée Générale)
représentée par M. Jean de Yturbe				
Mme Christine Ockrent	Française	72	Administrateur indépendant	2020
M. Alfonso Rodés Vilà	Espagnole	55	Administrateur	2019
M. Jacques Séguéla	Française	83	Administrateur	2020
M. Patrick Soulard	Française	65	Administrateur indépendant	2019

* Les mandats des administrateurs représentants les salariés arrivent à échéance le 28 novembre 2017 et leur renouvellement sera étudié par le comité de groupe.

4. CAPITAL SOCIAL

4.1 Structure et répartition du capital de la Société

A la date du présent document, le capital de la Société s'élève à 169.222.321,20 euros, divisé en 423.055.803 actions d'une valeur nominale de 0,40 euro chacune, entièrement libérées et toutes de même catégorie.

Ainsi, à la date du présent document et à la connaissance de la Société, la répartition du capital social et des droits de vote de la Société est la suivante :

Actionnaire	Nombre d'actions	% du capital social	Nombre de droits de vote théoriques ²	% des droits de vote exerçables
Vivendi	406.774.597	96,15%	406.774.597	96,14%
Autocontrôle Société ³	10	Ns	10	-
Public	16.281.196	3,85%	16.345.289	3,86%
TOTAL	423.055.803	100 %	423.119.896	100 %

4.2 Instruments donnant accès au capital de la Société

A la date du présent document, il n'existe aucun autre titre de capital, ni aucun autre instrument financier ou droit pouvant donner accès, immédiatement ou à terme, au capital social ou aux droits de vote de la Société.

La Société a toutefois mis en place plusieurs programmes d'actions gratuites et de performance au bénéfice de certains salariés et mandataires sociaux qui représente, au 30 septembre 2017, un nombre potentiel maximal de 8.116.960 actions Havas à émettre (soit un montant maximal de 1,92 % du capital). Il n'existe en revanche aucun plan d'options de souscription ou d'achat d'actions de la Société en cours au sein de la Société.

² Conformément aux dispositions de l'article 223-11, I al. 2 du règlement général de l'AMF, le nombre total de droits de vote a été calculé sur la base de l'ensemble des actions auxquelles sont attachés des droits de vote, y compris les actions privées de droit de vote.

³ Sociétés Financière de Longchamp (5 actions) et Longchamp Participations (5 actions), sociétés contrôlées par la Société.

5. FACTEURS DE RISQUE

Les facteurs de risque relatifs à la Société sont décrits dans le Document de Référence.

La Société n'a pas connaissance, à la date du présent document, d'autres risques opérationnels ou financiers significatifs concernant la Société. Toutefois, l'attention des investisseurs est attirée sur le fait que la liste des facteurs de risques mentionnés dans le Document de Référence ne saurait être exhaustive et qu'il pourrait y avoir, le cas échéant, d'autres risques, totalement ou partiellement inconnus ou dont la survenance ne saurait être envisagée à la date du présent document, de nature à avoir un effet défavorable significatif éventuel sur la Société, sa situation financière ou ses résultats.

6. LITIGES

À la connaissance de la Société, il n'existe pas de procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage, en cours ou dont la Société pourrait être menacée, susceptible d'avoir, ou ayant eu, au cours des douze derniers mois, une incidence défavorable significative sur la situation financière ou la rentabilité de la Société ou du Groupe.

7. PERSONNE ASSUMANT LA RESPONSABILITÉ DU PRÉSENT DOCUMENT

7.1 Personne assumant la responsabilité du présent document

Monsieur Yannick Bolloré, Président-Directeur Général de la Société.

7.2 Attestation de la personne assumant la responsabilité du présent document

« J'atteste que le présent document, qui a été déposé le 28 novembre 2017 auprès de l'Autorité des marchés financiers, et qui sera diffusé au plus tard la veille du jour d'ouverture de l'Offre, comporte l'ensemble des informations requises par l'article 231-28 du règlement général de l'Autorité des marchés financiers et par l'article 6 de l'instruction n° 2006-07 de l'Autorité des marchés financiers, dans le cadre de l'Offre initiée par Vivendi et visant les actions d'Havas.

Ces informations sont, à ma connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée. »

Le 28 novembre 2017

Yannick Bolloré,

Président-Directeur Général