

COMMUNIQUE DE PRESSE

Havas : Croissance organique de +5,8% sur les 9 premiers mois 2008

- **Revenu des 9 premiers mois 2008 : 1 118 millions €**
- **Poursuite d'un bon New business net¹ : 1 446 millions € sur les 9 premiers mois 2008**
- **Pour l'ensemble de l'année 2008, maintien de l'objectif de marge opérationnelle entre 11% et 12%**

1. Commentaire général

Le niveau de revenu sur les 9 premiers mois 2008 reste soutenu avec une croissance organique de +5,8%.

Le revenu pour les 9 premiers mois 2008, à taux de change courants, s'établit à 1 118 millions €, en progression de +1,8% par rapport aux 9 premiers mois 2007.

L'appréciation de l'Euro a pénalisé le Groupe de 65 millions €, sur les 9 premiers mois 2008 en comparaison avec les 9 premiers mois 2007. A taux de change constants, l'augmentation du revenu s'élève à +8,2%.

La croissance organique au 3^{ème} trimestre s'explique par les facteurs suivants :

- Une base de comparaison particulièrement élevée (croissance organique T3 2007 : +9.3%)
- La perte du client DELL en Asie qui pèse pour 0,6 points sur la croissance du groupe au 3^{ème} trimestre
- Une baisse des investissements en Amérique du Nord spécialement sur les secteurs du tourisme, de la finance et de la santé.

Le Groupe maintient son objectif de marge opérationnelle pour l'année 2008 compris entre 11% et 12%.

¹ Gains nets de budgets, exprimés en billings annuels estimés. Cf. définition page 5 de ce communiqué

2. Commentaires détaillés par région

Revenu (en M€)	T3 2008	T3 2007	9M 2008	9M 2007*
EUROPE	209	200	657	612
AMERIQUE DU NORD	112	128	346	379
RESTE DU MONDE	41	40	114	106
dont				
Asie Pacifique	15	19	51	49
Amérique Latine	26	21	63	57
TOTAL	362	368	1 118	1 097

Croissance Organique (%)	T3 2008	T3 2007	9M 2008	9M 2007*
EUROPE	2,7%	8,7%	6,3%	6,0%
AMERIQUE DU NORD	-1,5%	9,1%	3,7%	4,0%
RESTE DU MONDE	4,3%	14,0%	9,4%	13,7%
dont				
Asie Pacifique	-14,1%	18,9%	6,2%	13,1%
Amérique Latine	19,4%	10,0%	12,1%	14,2%
TOTAL	1,5%	9,3%	5,8%	6,0%

* à taux de change et périmètre 2008

► 9 MOIS 2008

Avec 5,8% de croissance organique sur 9 mois notre performance demeure parmi les meilleures du marché.

Toutes les régions sont en croissance. A noter la belle performance de l'Europe qui reste élevée sur l'ensemble des principaux pays européens ainsi que l'Amérique Latine qui présente une croissance à deux chiffres.

► 3^{ème} TRIMESTRE 2008

EUROPE

Malgré un contexte général qui se dégrade en Europe, la performance de nos agences principales reste satisfaisante sur les principaux marchés et notamment en France et en Espagne.

AMERIQUE DU NORD

La croissance du 3^{ème} trimestre aux Etats-Unis est pénalisée par une base de comparaison très élevée et par une réduction très sensible des investissements sur certains secteurs comme les secteurs bancaire et touristique qui expliquent, à eux seuls, une diminution de 4 points de notre croissance organique dans cette zone.

RESTE DU MONDE

Comme annoncé, l'Asie Pacifique est impactée par la perte du client DELL. La croissance reste très soutenue en Amérique Latine, tirée par le Mexique et le Brésil qui font un excellent 3^{ème} trimestre.

3. New Business Net

Le new business net est resté très dynamique au 3^{ème} trimestre. Sur les 9 premiers mois de l'année, notre new business net s'élève à 1 446M€ comparable à la même période 2007, une des meilleures performances relatives du secteur.

Ci-dessous les principaux gains par divisions :

Euro RSCG Worldwide



Havas Media





4. Bilan créatif du 3^{ème} trimestre

Grand Prix de l’Affichage : **BETC Euro RSCG** gagne le Grand Prix pour sa campagne pour Aigle et un prix pour Canal+. **Leg** remporté trois prix pour Eurostar et **H** un prix pour Bocage.

Loeries : **Euro RSCG South Africa** gagné un Argent et un Bronze en print pour le client Reckitt Benckiser.

Euro RSCG Digital Buenos Aires a été nommée agence la plus innovante de l’Argentine par Infobrand Magazine.

MPG International a été récompensé par Media & Marketing Europe du prix de la meilleure campagne dans la catégorie secteur des services financiers et conseil pour Barclays Global Investors.

Les **Web Awards** ont récompensé plusieurs agences du Groupe Havas: **Euro RSCG 4D London** pour Peugeot et Central Office of Information ; **Euro RSCG 4D Amsterdam** avec un prix pour Carte Noire et quatre prix pour Volvo ; **Euro RSCG 4D Portland** pour Barclays Global Investors ; **Palm Canada** pour Travel Alberta Canada ; **Arnold Boston** pour ESPN, Ocean Spray, Tony Hawk Proving Ground et American Legacy/Truth ; **Euro RSCG San Francisco** pour Genentech Pulmozyme ; **BETC Euro RSCD** pour Disneyland Paris.

Shark Awards : **BETC Euro RSCG** reçoit un Argent pour NBC Universal/SciFi ainsi qu’un Argent et un Bronze pour 13^e Rue.

Premio Amauta : **Media Contacts Argentina** remporte quatre prix dont deux Silver pour Coca-Cola et Repsol YPF ainsi que deux Bronze.

A propos d'Havas

Havas (Euronext Paris SA : HAV.PA) est un groupe mondial de conseil en communication. Basé à Paris, Havas développe ses activités autour de ses deux réseaux mondiaux Euro RSCG Worldwide et Havas Media, dont les sièges sont respectivement à New York et Barcelone, et autour de quelques agences indépendantes à forte réputation créative comme Arnold à Boston. Groupe multiculturel et décentralisé, Havas est présent dans plus de 75 pays au travers de ses agences et ses accords d'affiliation. Le groupe offre une large gamme de services de conseil en communication, comprenant la publicité traditionnelle, le marketing direct, le média planning et l'achat médias, la communication d'entreprise, la promotion des ventes, la conception, les ressources humaines, le marketing sportif, la communication interactive multimédia et les relations publiques. Havas dispose d'un effectif d'environ 14 400 collaborateurs.

De plus amples informations sur Havas sont disponibles sur le site de la société : www.havas.fr

Avertissement important

Le présent document contient certaines déclarations prospectives ou opinions sur les perspectives qui ne peuvent s'apprécier qu'au jour de sa diffusion. Ces déclarations ou opinions correspondent à des projections, anticipations d'événements ou de tendances, aux plans et stratégies, aux estimations qu'Havas fait d'événements futurs, et sont susceptibles d'être contredites ou infirmées par les faits. Les résultats réellement obtenus pourraient être très différents des résultats hypothétiques résultant de ces opinions et déclarations. Parmi les facteurs qui pourraient entraîner une différence entre les résultats réels et les résultats espérés, se trouvent les changements intervenant dans la conjoncture économique globale, dans l'environnement du secteur économique concerné, ainsi que dans les facteurs de concurrence et de régulation des marchés. Si vous souhaitez davantage d'informations sur les facteurs de risque susceptibles d'affecter Havas, nous vous invitons à consulter les rapports et documents déposés auprès de l'AMF (documents en français) et, jusqu'en octobre 2006, de la SEC américaine (documents en anglais uniquement). Havas précise expressément qu'elle ne s'estime pas tenue d'actualiser ou de corriger les opinions et déclarations contenues dans le présent document pour tenir compte de nouvelles informations, de nouveaux événements ou de tout autre facteur.

(1) : New Business Net

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 d'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 d'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.

Contacts :

Communication:

Lorella Gessa

Directrice de la Communication du Groupe Havas

Tel: +33 (0)1 58 47 90 36

lorella.gessa@havas.com

Relations Investisseurs:

Hervé Philippe

Directeur Financier du Groupe Havas

Tel: +33 (0)1 58 47 91 23

relations.actionnaires@havas.com

Elsa Cardarelli

Directrice des Relations Investisseurs

Tel: +33 (0)1 58 47 90 58

elsa.cardarelli@havas.com

2 allée de Longchamp 92281 Suresnes Cedex, France

Tel +33 (0) 1 58 47 90 00 Fax +33 (0) 1 58 47 99 99 www.havas.fr

SA au capital de 171 940 080,40 € - 335 480 265 RCS Nanterre - APE 7311Z