

COMMUNIQUE DE PRESSE**REVENU DU PREMIER TRIMESTRE 2009**

- ▶ **Revenu : 325 millions d'euros, soit une baisse de 6,0%, croissance organique de -8,4%**
- ▶ **Bonne résistance de la Grande-Bretagne et de la France**
- ▶ **Stabilité du New Business net¹ : 507 millions d'euros**

1. COMMENTAIRE GENERAL

Le revenu du premier trimestre 2009 s'établit à 325 millions d'euros par rapport à 345 millions d'euros au premier trimestre 2008, soit une baisse de 6,0%.

La croissance organique est de -8,4% pénalisée par un fort effet de base par rapport au 1^{er} trimestre 2008 qui affichait une croissance de +7,4% supérieure à celle de la majorité des concurrents.

Ces chiffres s'expliquent par des événements sectoriels et régionaux :

- La baisse des investissements de nos clients dans le secteur financier (près de 20%) et de la santé (11%), particulièrement aux Etats-Unis ;
- L'impact de la perte du client DELL (juin 2008) en Asie Pacifique qui continuera à faire sentir ses effets jusqu'à la fin du 2^e trimestre 2009 ;
- La forte position de Havas dans les marchés d'Europe du Sud, où les investissements publicitaires chutent, qui pénalise notre croissance organique bien que notre Groupe continue à gagner des parts de marché dans ces pays.

Au 1^{er} trimestre 2009, les activités digitales enregistrent une croissance organique notable de +7,0%, représentant dorénavant plus de 16% du revenu global du Groupe.

Les gains importants enregistrés au cours du premier trimestre 2009 (CBS Films, Telefonica, GSK, Norvartis, DBS Bank, Sprint, Pepe Jeans...) permettent de compenser les deux pertes importantes en publicité : Carrefour et Radio Shack. Le New Business net¹ reste à un niveau élevé, 507 millions d'euros pour les trois premiers mois 2009, par rapport à 510 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2008, ce qui souligne le dynamisme commercial du Groupe. Ces gains commenceront à impacter positivement notre activité dès la deuxième moitié de l'année.

2. REVENU ET CROISSANCE ORGANIQUE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE :

Revenu (en M€)	T1 2009	T1 2008	Croissance Organique (%)	T1 2009	T1 2008
EUROPE	181	198	EUROPE	-7,6%	7,9%
AMERIQUE DU NORD	115	114	AMERIQUE DU NORD	-9,2%	6,0%
RESTE DU MONDE	29	33	RESTE DU MONDE	-12,6%	11,2%
<i>Dont</i>			<i>dont</i>		
Asie Pacifique	14	17	Asie Pacifique	-24,7%	22,8%
Amérique Latine	15	16	Amérique Latine	-2,5%	4,5%
TOTAL	325	345	TOTAL	-8,4%	7,4%

EUROPE

A noter la bonne résistance du Royaume-Uni (-1,6%) qui affiche la meilleure performance du Groupe sur un marché réputé difficile, grâce aux agences Havas Media (MPG, BLM, Havas Sports) et Euro RSCG KLP, Euro RSCG Life ainsi que EHS Brann qui enregistrent toutes des croissances positives. Euro RSCG est entré dans le TOP 5 des agences créatives publié en février 2009 par le magazine *Campaign* et MPG UK a été classée dans le classement média comme l'agence ayant la croissance la plus rapide de ce marché.

La performance de la France est relativement meilleure que celle des concurrents.

Le reste de l'Europe subit un ralentissement marqué de sa croissance essentiellement dû à l'Europe du Sud et particulièrement l'Espagne et le Portugal affectés par la chute des investissements publicitaires.

Les pays d'Europe centrale (République Tchèque, Autriche, Suisse et Pologne) sont toujours en croissance.

AMERIQUE DU NORD

Nos grandes agences américaines intégrées et médias telles que Euro RSCG New York, Euro RSCG Chicago et Havas Media US performant mieux que le marché. En revanche, d'autres subissent encore le ralentissement des secteurs financier et santé.

RESTE DU MONDE

- **Amérique latine**
L'activité média reste en croissance dans cette zone (tirée par le Mexique) alors que l'activité publicitaire ralentit.
- **Asie Pacifique**
Cette zone souffre encore de la perte de DELL (hors DELL le recul serait de 8,0%).

3. NEW BUSINESS NET¹

Parmi les gains les plus significatifs : **CBS Films** par MPG US, **Schering Plough** au Brésil par Euro RSCG, **China Telecom** par Euro RSCG en Chine, **Via Rail** pour Palm+Havas au Canada, **Magners Pear Cider** et **City Jet** (Air France) par Euro RSCG London, **Aena** par Arena en Espagne, **G+J Emotion** en Allemagne par MPG ou encore **CIE** au Mexique par MPG (Voir l'Annexe 1 pour la liste des principaux gains).

Le niveau de New Business du premier trimestre 2009, qui s'élève à 507 millions d'euros, est en ligne avec le niveau des années précédentes comme le montre le tableau suivant :

ANNEE	T1	T2	T3	T4
2008	510	623	313	104
2007	545	697	256	29

4. CALENDRIER

Prochaine Assemblée Générale des Actionnaires de Havas SA le 3 juin 2009 à 9h00 au siège Havas.

ANNEXE 1 : NEW BUSINESS DU 1^{ER} TRIMESTRE 2009

Havas Worldwide



Havas Media



ANNEXE 2 : RECOMPENSES

Lors du premier trimestre 2009, plusieurs festivals publicitaires internationaux et régionaux ont récompensé de nombreuses agences du Groupe. Les principaux prix sont :

Big Won Report (janvier 20 09) a classé "The Ad Auction" de **BETC Euro RSCG** pour Ebay la 4^è campagne la plus primée dans le monde en 2008 dans la catégorie Innovative & Alternatie Media.

Lors du Festival Mobius, **Euro RSCG 4D Amsterdam** a gagné Best of Show online pour Kraft/Carte Noire *A Declaration Named Desire* et 7 autres prix ont été décernés à **BETC Euro RSCG**, **Euro RSCG Düsseldorf** et **Arnold Boston**.

Aux Internet Advertising Awards, **Euro RSCG Singapore** a gagné 1 prix, **Euro RSCG 4D Amsterdam** 3 prix et **Euro RSCG Düsseldorf** 2 prix.

Au festival régional Asie Pacifique Adfest, **Euro RSCG Flagship** a gagné 1 Silver et **Euro RSCG Singapore** 5 Silver, tous pour Nikon. **The Furnace** a remporté 2 Silver pour Skins et **Euro RSCG Sydney** 1 Silver pour Sony.

A l'occasion des John Caples 31st Awards, **AIS** a gagné 1 Gold et 1 Silver, **Euro RSCG Sydney** a gagné 2 Bronzes.

Au Dubai Lynx Awards, **Euro RSCG Dubai** a gagné 1 Bronze pour son site pour Clearasil (Reckitt Benckiser).

Selon le dernier rapport RECMA, **MPG** est classé comme 3^è réseau le plus compétitif au monde, 4^è en Amérique du Nord et en Europe et leader en Amérique latine. En Asie, RECMA classe MPG comme la 10^è agence ayant la plus forte croissance dans la région.

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 Business Units (ce terme « Business Unit » remplace dorénavant le terme de « Division »), Havas Worldwide et Havas Media, afin de favoriser les synergies et renforcer davantage le positionnement de Havas en tant que groupe le plus intégré du secteur. Havas Worldwide comprend le réseau Euro RSCG Worldwide ainsi que des agences à forte identité locale : Arnold aux Etats-Unis, en Grande Bretagne et en Italie, H et W&Cie en France, Palm+Havas au Canada... Havas Media comprend les réseaux MPG, Arena, Havas Sports & Entertainment et Havas Digital. 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 média, 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 14 700 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 171 947 729,20 € - 335 480 265 RCS Nanterre - APE 7311Z