

COMMUNIQUE DE PRESSE**Résultats 1^{er} semestre 2009**

- ▶ **Le bénéfice net est stable à 40 millions d'euros (hors plus-value exceptionnelle), malgré une croissance organique de -9,2%, grâce à une faible baisse du résultat opérationnel courant compensée par une amélioration du résultat financier.**
- ▶ **La structure financière continue encore à s'améliorer de plus de 150 millions d'euros et la dette nette ne représente plus que 17% des capitaux propres.**

1. CHIFFRES CLES

En M€	S1 2009	S1 2008	Variation S1 2009 /S12008
Revenu	700	755	-7,4%
Croissance organique			-9,2%
Résultat opérationnel courant	71	82	-13,1%
Marge opérationnelle courante	10,2%	10,9%	-70bp
Résultat net, Part du Groupe	40	49	-18,7%
Capitaux propres consolidés	1042	961	+8,4%
Dette financière nette	179	340	-47,3%

2. COMMENTAIRE GENERAL

Le Conseil d'Administration, qui s'est réuni le lundi 31 août, a arrêté les comptes du 1^{er} semestre 2009.

→ Le **Revenu** du Groupe de 700 millions € au 1^{er} semestre 2009 est en baisse de 7,4% en données brutes par rapport au 1^{er} semestre 2008, avec un impact de change positif grâce à la remontée du Dollar US compensant la baisse de la Livre Sterling et des autres devises par rapport à l'Euro.

→ La **Croissance organique** du Groupe (hors variations de change et périmètre) au 1^{er} semestre 2009 est de -9,2%. Elle est pénalisée par un très fort effet de base par rapport au 1^{er} semestre 2008 qui affichait une croissance de +8,0%, supérieure à celle de la majorité de nos concurrents.

Revenu (en M€)	T2	T2	Cx	S1	S1	Cx
	2009	2008	Organique	2009	2008	Organique
EUROPE	220	250	-9,2%	401	448	-8,5%
dont						
France	90	90	0,3%	160	165	-2,6%
Grande-Bretagne	41	55	-15,0%	81	97	-8,9%
Reste de l'Europe	89	105	-14,6%	160	186	-13,4%
AMERIQUE DU NORD	117	120	-11,8%	231	234	-10,5%
RESTE DU MONDE	38	40	-5,3%	67	73	-8,9%
dont						
Asie Pacifique	16	19	-19,3%	30	36	-21,8%
Amérique Latine	22	21	6,0%	37	37	2,3%
TOTAL	375	410	-9,8%	700	755	-9,2%

Par zone géographique, on peut souligner :

- **Europe** : La France enregistre une croissance organique positive au 2nd trimestre grâce à la bonne performance des activités media, publicité et numérique ; le reste de l'Europe subit encore un ralentissement marqué de sa croissance essentiellement dû à l'Europe du Sud et au Royaume-Uni.
- **Amérique du Nord** : Les activités digitales continuent leur croissance mais la performance du Groupe est affectée par l'exposition à certains secteurs, notamment financier.
- **Amérique Latine** : La zone enregistre une forte performance au 2nd trimestre dans la plupart des métiers, tirée en particulier par le Mexique, l'Argentine, le Brésil et le Pérou.
- **Asie Pacifique** : La perte du client DELL finit d'impacter la zone à la fin du 2nd trimestre 2009 (hors DELL le recul ne serait plus que de -6,7% sur le 1^{er} semestre).

Par ailleurs, sur l'ensemble du 1^{er} semestre 2009, les **activités digitales** confirment une croissance organique notable avec + 5%. Elles représentent 16,4% du revenu global du Groupe.

→ Le **Résultat opérationnel courant** qui s'élève à 71 millions € au 1^{er} semestre 2009 marque une baisse de 13,2% par rapport au 1^{er} semestre 2008. Malgré une croissance organique de -9,2% au 1^{er} semestre 2009, la baisse de la **marge opérationnelle courante** reste maîtrisée en passant de 10,9% au 1^{er} semestre 2008 à **10,2%** au 1^{er} semestre 2009, grâce à une réduction de l'ensemble des coûts et en particulier des principaux coûts variables.

→ Favorisé par le remboursement de l'OCEANE au 2 janvier 2009 et la bonne situation de trésorerie du groupe, le **Résultat financier** atteint -7,5 millions € au 1^{er} semestre 2009 en **forte amélioration de 60%** par rapport au 1^{er} semestre 2008.

→ Le **Résultat net part du groupe** de 40 millions € au 1^{er} semestre 2009, est stable par rapport au 1^{er} semestre 2008 hors plus-value de cession de McKinney. Le **bénéfice net par action** est de 9 centimes (€) au 1^{er} semestre 2009.

→ La structure financière du groupe a continué à s'améliorer au 1^{er} semestre 2009 par rapport au 1^{er} semestre 2008. En effet, la **Dette financière nette au 30 juin 2009** est de 179 millions € à comparer à 340 millions € au 30 juin 2008, soit **une baisse de 47,3%**. Il est également à noter que la **Dette nette moyenne**² du 1^{er} semestre 2009 s'élève à 162 millions € et enregistre ainsi une **diminution de 52%** par rapport au 1^{er} semestre 2008.

3. NEW BUSINESS NET¹

Le dynamisme commercial du Groupe se poursuit avec un New business net¹ qui s'élève à 813 millions € au 1^{er} semestre 2009 et dépasse la moyenne semestrielle 2008, sans compter les gains tout récents tels que Heineken aux Etats-Unis, AXA au Royaume Uni et Coty en France.

Parmi les gains les plus significatifs on peut citer :

Havas Media : Clarks Shoes au niveau mondial, LVMH aux Etats-Unis, Blizzard en France, UK, Allemagne, Pays Bas, Norvège et Suède, Admiral Group en UK ou encore Eroski en Espagne. Tourism of India en Chine, Japon et Corée. En Amérique Latine Havas Media a remporté deux gains majeurs : Cervecería Modelo au Mexique ainsi que Claro, premier opérateur télécom au Pérou.

Havas Worldwide : Jacobs Creek au niveau mondial, China Telecom en Chine, BBVA en Amérique Latine, ainsi que la communication intégrée d'Orange en Asie Pacifique, Cerruti gagné au niveau mondial et piloté par la France ou encore Schering Plough au Brésil. Parmi les gains les plus importants en digital on peut citer l'ensemble des activités numériques d'EDF en France, Lacoste, Sanofi Aventis et Sprint aux USA.

(Voir l'Annexe 2 pour la liste plus détaillée des principaux gains).

4. CALENDRIER

Le revenu du troisième trimestre 2009 sera publié d'ici le 15 novembre 2009.

ANNEXE 1 : INFORMATIONS FINANCIERES

En M€	S1 2009	S1 2008	Variation S1 2009 / S1 2008
Revenu	700	755	-7,4%
Croissance organique			-9,2%
Résultat opérationnel courant	71	82	-13,1%
	10,2%	10,9%	
Résultat opérationnel	63	91	-30,6%
	9,0%	12,0%	
Résultat net de l'ensemble consolidé	41	52	-21,2%
	5,9%	6,9%	
Résultat net, Part du Groupe	40	49	-18,7%
	5,6%	6,5%	

En M€	au 30 juin 2009	au 30 juin 2008	Variation 30/06/2009 - 30/06/2008
Capitaux propres consolidés	1042	961	+8,4%
Dette financière nette	179	340	-47,3%
Dette financière nette / Capitaux propres consolidés	0,17	0,35	

ANNEXE 2 : NEW BUSINESS DU 1^{ER} SEMESTRE 2009

Havas Worldwide



Havas Media



ANNEXE 3 : RECOMPENSES AU 1^{ER} SEMESTRE 2009

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

Lors du 56^{ème} **Festival International de la Publicité** à Cannes, le Groupe Havas a remporté onze Lions : deux Lions d'Argent – un pour **Arena BLM UK** dans la catégorie Media pour Westfield Shopping Centre et un pour **H** dans la catégorie Film pour Citroën. Neuf Lions de Bronze ont été gagnés par; **Euro RSCG New York** (en Intégré pour Heineken / Dos Equis), **Euro RSCG Singapore** (en Affichage pour Nikon), **Euro RSCG Zürich** (en Affichage pour Zurich Chamber Orchestra), **Havas Sports & Entertainment Buenos Aires** (en Media pour Coca-Cola), **MPG Italie/Arnold Italie** (en Media pour BWIN), **MPG Boston/Media Contactcs USA** (en Media pour Sears), **Archibal Ingall Stratton** (en Cyber pour O2), **Euro RSCG Prague** (en Film pour National Museum), **W&Cie** (en Design pour Aéroports de Paris).

Le groupe a gagné un total de six récompenses aux **Clio Awards**. **BETC Euro RSCG** a gagné deux Golds en Film pour Canal+ et **Euro RSCG Düsseldorf** un Gold en Design pour Quirin Bank. **Euro RSCG Spain** et **Euro RSCG Sao Paulo** ont gagné un Silver en Print pour Reckitt Benckiser et CERCA respectivement et **Euro RSCG Singapore** a gagné un Bronze en Print pour Nikon.

Au **One Show**, **Euro RSCG New York** a reçu un Silver pour Time Magazine et un Bronze en Film pour Heineken / Dos XX et **Arnold Boston** un Bronze en Radio pour ESPN. **Arnold Boston** a aussi été récompensé au **NY ADC** par un Silver en Intégré pour American Legacy.

Aux NY Festivals, **BETC Euro RSCG** a gagné un Gold dans la catégorie Media pour eBay aux **Innovative Advertising Awards** et dans la compétition **All Media** le groupe a gagné 23 récompenses. **Euro RSCG New York** a reçu un Gold (pour Heineken / Dos Equis) et un Bronze (pour Kraft) aux **US Effies**.

Au **FIAP** (Festival Ibero America de Publicidad), **Euro RSCG Spain** a été l'agence espagnole la plus primée avec quatre Golds, deux Silvers et six Bronzes. **Euro RSCG Buenos Aires** s'est vu attribuer le Grand Prix Radio plus deux Golds et un Silver en Radio. **Euro RSCG Chile** et **Arena Argentina** ont aussi été récompensés.

Au **ADC*E** (Art Directors' Club Europe) **Euro RSCG Spain** a gagné un Gold en Print pour Reckitt Benckiser et **Euro RSCG Düsseldorf** un Gold en Design pour Quirin Bank.

Arena BLM UK a gagné Best Use of Outdoor pour une campagne multimedia (Westfield Shopping Centre) aux **Clear Channel Outdoor Awards** ainsi que le Grand Prix Media au **Planning Awards/IPC & Media Week**. **BLM Quantum UK** a gagné Best Use of Search aux **Revolution Awards** pour Domino's Pizza. **Media Contacts Spain** a reçu le titre de meilleure agence pour la sixième année consécutive aux **Interactiva Awards**.

Le **Grand Prix Stratégies Médias** a été attribué à **BETC Euro RSCG** pour McDonald's et **Havas Media Paris** a gagné un prix pour Lacoste. Au **Grand Prix Stratégies de la Publicité & Internet**, **BETC Euro RSCG** a remporté six prix et **Leg** un prix pour Eurostar.

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.

(2) : La Dette nette moyenne (trimestrielle, semestrielle et annuelle) est calculée pour les quatre principaux pays (France, USA, UK et Espagne) comme la différence entre la dette brute structurée (océanes, lignes de crédit tirées, etc...) et la trésorerie en banque mesurée quotidiennement; pour les autres pays, la dette nette moyenne retenue est la dette comptable à la fin de chaque trimestre. La position de clôture est une position de dette nette comptable.

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