

COMMUNIQUE DE PRESSE

## Activité des neuf premiers mois 2009

- ▶ **Le revenu s'élève à 1 026 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année, en baisse de 8,2%. La croissance organique du 3<sup>ème</sup> trimestre ressort à -9,3% marquant une amélioration par rapport à celle du 2<sup>ème</sup> trimestre 2009 (-9,8%).**
- ▶ **Malgré cette baisse, le bénéfice net\* des neuf premiers mois 2009 reste stable par rapport à la même période 2008 (hors plus-value exceptionnelle).**
- ▶ **La structure financière continue de s'améliorer avec une dette nette moyenne de 159 millions d'euros sur les neuf premiers mois 2009, représentant une amélioration de 49% par rapport à la même période de l'année dernière ; la dette nette moyenne ne représente plus que 15% des capitaux propres au 30 septembre.**

### 1. COMMENTAIRE GENERAL

Le **revenu** du Groupe de 1 026 millions d'euros sur les neuf premiers mois 2009 est en baisse de 8,2% en données brutes par rapport à la même période de l'année dernière. A fin septembre 2009, l'impact de change reste positif de 11 millions d'euros mais la baisse significative du Dollar US par rapport à l'Euro au cours des derniers mois de l'année pourrait inverser cette tendance.

\*résultat net part du groupe, non audité au 30 septembre 2009

La **croissance organique** du Groupe (hors variations de change et de périmètre) sur les neuf premiers mois 2009 est de -9,2%, en ligne avec celle du premier semestre (-9,2%) et marque une légère amélioration par rapport à celle du second trimestre (-9,8%).

Revenu (en M€)	T3	T3	Cx	9M	9M	Cx
	2009	2008	Organique	2009	2008	Organique
EUROPE	184	209	-10,5%	585	657	-9,1%
dont						
France	70	76	-8,4%	230	241	-4,4%
Grande-Bretagne	41	51	-13,7%	122	148	-10,6%
Reste de l'Europe	73	82	-10,7%	233	269	-12,6%
AMERIQUE DU NORD	108	112	-7,8%	340	346	-9,7%
RESTE DU MONDE	34	41	-9,2%	101	114	-9,0%
dont						
Asie Pacifique	13	15	-13,1%	42	51	-19,3%
Amérique Latine	21	26	-8,1%	59	63	-1,8%
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>362</b>	<b>-9,3%</b>	<b>1 026</b>	<b>1 118</b>	<b>-9,2%</b>

Par zone géographique on peut souligner :

#### Europe :

Conformément à nos attentes et malgré la perte du budget Carrefour, la performance de la France sur les neuf premiers mois de l'année (-4,4%) reste supérieure à la moyenne du marché.

Le reste de l'Europe enregistre une amélioration au 3<sup>ème</sup> trimestre, par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre, grâce à l'activité média dans les pays d'Europe du Sud (Espagne, Portugal et Italie) et à toutes nos activités en Allemagne. En revanche, le Royaume-Uni reste un marché très touché par la crise.

#### Amérique du Nord :

La croissance organique du 3<sup>ème</sup> trimestre 2009 en Amérique du Nord est en progression par rapport à celle des trimestres précédents grâce aux bonnes performances du réseau Euro RSCG, notamment en communication santé et financière.

#### Amérique Latine :

L'activité de cette zone au 3<sup>ème</sup> trimestre 2009 est assez contrastée suivant les pays mais les agences médias performant mieux que le marché.

Cette zone est également pénalisée par l'impact des taux de change défavorable essentiellement dû à la baisse du Peso mexicain et du Real brésilien par rapport à l'Euro.

#### Asie Pacifique :

L'amélioration séquentielle de la croissance organique au 3<sup>ème</sup> trimestre en Asie Pacifique s'explique, comme prévu, par la fin de l'impact de la perte du budget Dell.

## 2. STRUCTURE FINANCIERE

La structure financière du groupe a continué de s'améliorer au 3<sup>ème</sup> trimestre 2009 par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre 2008. En effet, la **Dette financière nette moyenne au 3<sup>ème</sup> trimestre 2009** est de 154 millions d'euros à comparer aux 263 millions d'euros du 3<sup>ème</sup> trimestre 2008. Il est également à noter que la **Dette nette moyenne<sup>2</sup>** des neuf premiers mois 2009 s'élève à 159 millions d'euros, contre 312 millions d'euros un an plus tôt, et enregistre ainsi une **diminution de 49%**.

## 3. NEW BUSINESS NET<sup>1</sup>

Le dynamisme commercial du Groupe se poursuit avec un New business net<sup>1</sup> qui s'élève à 1 131 millions d'euros pour les neuf premiers mois 2009. Au 3<sup>ème</sup> trimestre le new business est de 318 millions d'euros, confirmant ainsi la bonne tendance enregistrée depuis le début de l'année 2009.

Parmi les gains les plus significatifs on peut citer, au niveau global : **Crédit Suisse** (Euro RSCG London) et l'**office du Tourisme d'Israël** (MPG International) ; **Heineken** aux Etats-Unis (Euro RSCG New York), **AXA** en UK et Emirats arabes unis (Havas Media), **Symantec** dans 6 pays de l'Asie Pacifique (MPG Singapour), **L'Oréal Vichy** en Espagne, Grèce et les pays du Golfe (Euro RSCG Spain et Greece), **Coty** en France (Havas Media France).

*(Voir l'Annexe 1 pour la liste plus détaillée des principaux gains).*

## ANNEXE 1 : NEW BUSINESS DU 3<sup>EME</sup> TRIMESTRE 2009

### Havas Media (T3 2009)



### Havas Worldwide (T3 2009)



## ANNEXE 2 : RECOMPENSES AU 3<sup>EME</sup> TRIMESTRE 2009

Lors du troisième trimestre 2009, de nombreuses agences du Groupe ont été récompensées dans les festivals publicitaires :

Pour sa campagne en faveur du magazine "The Atlantic", **Euro RSCG New York** a gagné un Or aux **Jay Chiat Planning Awards**. Cette campagne a également été primée aux **Creative Media Awards**, organisés par *MediaPost*.

Aux **Sharks International Awards**, le tandem **H – Euro RSCG Milan** a gagné un Or pour le film "Shopping" pour Citroën et **Euro RSCG Prague** un autre Gold pour le film 'Munich' pour le National Museum. La campagne American Legacy a vu **Arnold Boston** être récompensé par un Argent. **Euro RSCG Zürich** et **Euro RSCG Young** ont également gagné un Argent chacun pour Zürich Chamber Orchestra et Magners Cider respectivement.

Au **Moscow International Advertising festival**, **Euro RSCG Prague** a gagné le Grand Prix pour le National Museum ainsi qu'un Or et deux Argent pour Panzani.

**Arnold Boston** a gagné le meilleur website pro-bono pour American Legacy aux **WebAwards**. Parmi les autres gagnants figuraient **Euro RSCG 4D Amsterdam** pour Volvo Ocean race, **BETC Euro RSCG** pour Kraft/Carte Noire, **Euro RSCG 4D Düsseldorf** pour Toshiba et Klamauk Music & Art, **Arnold Boston** pour Bahamas Ministry of Tourism, **Euro RSCG San Francisco** pour Pulmozyme and The California Museum.

**Euro RSCG C&O** a gagné un Argent aux **Creativity Annual Awards** pour "Le Voyage" pour EDF.

Aux **Spikes** (Asie), **Euro RSCG Singapore** a reçu deux Or – un pour la campagne print Nikon S60 camera et un en digital pour 4As/Crowbar pour la campagne "Beat Billy" – ainsi qu'un Argent et un Bronze pour Nikon S60. **Euro RSCG Mumbai** a gagné un Bronze pour HDFC Bank (print).

En media, aux **OMMA Awards** (organisé par MediaPost), **MPG/Media Contacts USA** ont été récompensés pour Volvo "Twitter" et Kmart's "Protégé sneakers".

Aux **Effies Mexico**, **Euro RSCG Beker** a gagné un Or (Walmart), un Argent (Blockbuster stores) et deux Bronze (Telmex & Play City). A l'**APMA**, **Euro RSCG Sydney** a reçu trois Or pour sa campagne Sony 'Quantum code'.

**MPG France** est premier du classement des agences média françaises et Havas Media deuxième du classement Groupes, établis par RECMA.

**Infobrand** magazine a classé **Euro RSCG Buenos Aires** troisième meilleure agence en publicité online.

**Euro RSCG Vale** se classe troisième agence du Mexique et **Euro RSCG Beker** neuvième selon le classement annuel du magazine **Merca 2.0**.

## **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](http://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 économique 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 (OCEANE, OBSAAR, lignes de crédit tirées, etc.) et la trésorerie en banque mesurée quotidiennement. Pour les autres pays, la dette nette retenue est la dette comptable à la fin du trimestre précédent. La dette nette économique inclut également les dettes liées aux compléments de prix et aux rachats de minoritaires qui sont réévalués semestriellement et ajustés au fur et à mesure des paiements réalisés. La dette nette moyenne ne fait pas l'objet d'un audit.

## **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](http://www.havas.fr)

SA au capital de 171 947 729,20 € - 335 480 265 RCS Nanterre - APE 7311Z