

RESULTATS 2010

Résultats historiques :

Résultat Opérationnel Courant supérieur à 200 M€
Marge Opérationnelle courante à 13% (+50 points de base)
Bénéfice net part du Groupe de 110 M€(+20%)

- ▶ **Nette progression du Revenu : 1 558 M€**
 - +8,1% de croissance réelle en année pleine
 - Croissance organique : +4,9% au 4^{ème} trimestre et +3,5% en année pleine
- ▶ **Dynamisme confirmé du New Business net¹ : 1,9 milliard € +46%**
- ▶ **Amélioration du Résultat Opérationnel Courant : 202 M€**
 - Marge Opérationnelle Courante à 13%, en progression de +50 points de base
- ▶ **Bénéfice net part du groupe : 110 M€ en progression de +20%**
- ▶ **Trésorerie Nette : 87 M€ au 31 décembre 2010 contre 48 M€ au 31 décembre 2009 et une dette nette de 79 M€ au 31 décembre 2008**
- ▶ **Dividende proposé* : 10 centimes € par action en 2010, +25%**

Le Conseil d'Administration, qui s'est réuni le 8 mars 2011, a arrêté les comptes annuels de l'exercice 2010.

En Millions d'euros (M€)	2010	2009	2010/2009
Revenu	1 558	1 441	+8,1%
Croissance organique	+3,5%	-7,9%	
Résultat opérationnel courant	202	180	+12%
Marge opérationnelle courante (%)	13,0%	12,5%	+50 bps
Résultat net, Part du Groupe	110	92	+20%
Résultat net, Part du Groupe en % du revenu	7,1%	6,4%	
Trésorerie nette au 31 décembre	87	48	
Dividende* (en centimes €)	10	8	+25%

* Dividende 2010 proposé à l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires du mardi 10 mai 2011

1. Revenu

Le revenu du Groupe s'élève à 1 558 millions € sur l'année 2010 ce qui représente une progression de 8,1% en données brutes par rapport à 2009.

Au cours de l'année 2010, l'Euro s'étant déprécié vis-à-vis de toutes les devises, l'impact de change a favorisé l'évolution du revenu de 55 millions €, dont 21 millions € au 4^{ème} trimestre 2010.

La part du revenu du Groupe dans les activités digitales continue de progresser régulièrement. Sans acquisition significative, cette part a plus que doublé en 2010 par rapport à 2006 pour atteindre près de 19% du revenu global du Groupe, objectif que le Groupe s'était fixé en 2009.

La croissance organique est de +3,5% sur l'ensemble de l'année 2010. Le 4^{ème} trimestre 2010, avec un revenu de 461 millions €, affiche une croissance organique de +4,9%. Ce niveau confirme la progression par rapport aux trois premiers trimestres 2010.

La répartition géographique du revenu sur l'ensemble de l'année 2010 ressort comme suit :

HAVAS	Croissance organique %				Revenu en Millions €			
	T4 2010	T4 2009	Année 2010	Année 2009	T4 2010	T4 2009	Année 2010	Année 2009
EUROPE	+1,2%	-7,3%	-0,7%	-8,6%	252	243	839	828
AMERIQUE DU NORD	+6,1%	-0,7%	+5,4%	-7,5%	137	118	509	458
RESTE DU MONDE	+17,8%	+4,0%	+18,7%	-4,8%	72	54	210	155
<i>dont</i>								
Asie Pacifique	+9,6%	-1,3%	+5,9%	-14,2%	26	20	76	63
Amérique Latine	+22,9%	+6,4%	+27,4%	+1,1%	47	34	134	93
TOTAL	+4,9%	-4,4%	+3,5%	-7,9%	461	415	1 558	1441

Europe :

L'Europe enregistre une croissance organique positive au 4^{ème} trimestre de +1,2% grâce aux bons résultats de l'ensemble des activités, confirmant la tendance observée au cours des trimestres précédents (T3=+0,7%, T2=-2,2%, T1=-3,0%).

Amérique du Nord :

Capitalisant sur les gains de nouveaux clients engrangés au cours des précédents trimestres et sur la bonne performance des activités digitales, publicité, communication santé et média, cette zone demeure le moteur du développement du Groupe.

Reste du monde :

La performance du 4^{ème} trimestre 2010 en Asie Pacifique est portée notamment par une bonne progression en Chine. L'Amérique Latine maintient une croissance à deux chiffres sur l'ensemble de l'année, grâce à l'excellente performance de tous nos métiers sur l'ensemble de la région, en particulier au Brésil.

2. Résultats

Le Résultat Opérationnel Courant s'élève à **202 M€ en 2010** contre 180 M€ en 2009. La marge opérationnelle courante ressort ainsi à **13,0%** du revenu en 2010 contre 12,5% en 2009. L'amélioration du niveau de marge opérationnelle courante de +50 points de base est liée à la poursuite d'une maîtrise rigoureuse des coûts. Les charges à caractère non récurrent dues aux restructurations qui se sont poursuivies en 2010 dans certaines régions et les «goodwill impairment» limités, ont conduit à un Résultat Opérationnel de 182 M€ en 2010 contre 150 M€ en 2009 ; la marge opérationnelle progresse ainsi de +130 points de base en passant de 10,4% à 11,7% en 2010.

Fort d'une amélioration de la rentabilité opérationnelle et du taux d'imposition, le **Résultat Net Part du Groupe** ressort à **110 M€ en 2010** et marque ainsi une forte progression de +20% par rapport à 2009. **Le Bénéfice net par action** enregistre une progression d'environ +20% à 26 centimes (€) en 2010 contre 21 centimes (€) en 2009.

3. Structure financière

Grâce aux bons résultats enregistrés par le Groupe et à une gestion rigoureuse de la trésorerie, la structure financière de Havas s'est encore renforcée en 2010 :

- la trésorerie nette au 31 décembre 2010 ressort à 87 M€ contre 48 M€ au 31 décembre 2009,
- la dette nette moyenne² sur l'année 2010 ressort à 75 M€, en diminution de 49% par rapport à 2009,
- la maturité de la dette financière ressort à plus de 3 ans.

4. Evolution de la Direction Générale

Lors du Conseil d'Administration Monsieur Fernando Rodès a fait part de son souhait de donner une nouvelle orientation à ses activités entrepreneuriales personnelles et familiales tout en restant associé au développement du groupe dans la zone ibérique et Amérique Latine. Il a donc présenté sa démission de Directeur Général et de son mandat au Conseil d'Administration.

Le conseil a remercié Monsieur Fernando Rodès de son action à la direction générale de Havas depuis 5 ans, période au cours de laquelle Havas a restauré sa structure financière et retrouvé sa stabilité. Il s'est félicité de pouvoir compter sur son expertise à l'avenir et l'a nommé Vice-Président du Groupe.

Pour le remplacer, le Conseil d'Administration a décidé de désigner Monsieur David Jones comme Directeur Général de Havas, Monsieur Hervé Philippe conservant ses fonctions de Directeur Général Délégué.

Il a par ailleurs désigné Monsieur Alfonso Rodès Directeur Général Adjoint qui conserve ses fonctions de Directeur Général d'Havas Media.

Il a nommé Messieurs Yannick Bolloré et Stéphane Fouks Vice-Présidents du groupe.

5. Dividende et Assemblée Générale

Compte tenu des bons résultats du Groupe et du renforcement de la structure financière, le Conseil a décidé de proposer à la prochaine Assemblée Générale des actionnaires d'augmenter le dividende de 25% par rapport à 2009, soit 10 centimes d'euros.

L'Assemblée Générale des actionnaires de Havas S.A. sera convoquée le mardi 10 mai 2011.

Le revenu du 1^{er} trimestre 2011 sera publié d'ici le vendredi 13 mai 2011.

6. New Business Net¹

Avec 1,9 milliard € en 2010, c'est le meilleur New business net¹ enregistré par Havas depuis 2006 en progression de +46% par rapport à 2009. **Selon l'étude Nomura*, Havas continue d'être classé numéro 1 en termes de gains nets rapportés au revenu pour l'ensemble de l'année 2010.**

Parmi les gains les plus significatifs de l'année, on peut citer :

Havas Worldwide :

Durex et Scholl - Reckitt Benckiser (global) (Euro RSCG)
Credit Suisse (global), pour l'activité de communication recrutement (Euro RSCG)
Orange (global) activité communication recrutement (Euro RSCG C&O)
Décathlon (BETC Euro RSCG) au niveau international, USA exclus
Yahoo! (Euro RSCG 4D) au niveau global pour la FIFA World Cup
FNAC (BETC Design) pour la refonte de l'identité de marque globale
Australian Wool Innovation (Woolmark) au niveau global (Euro RSCG London et Euro RSCG Sydney)
Brancott Estate Wines (Pernod Ricard) au niveau global (Euro RSCG Sydney)
Granini (Euro RSCG Allemagne) et Playtex (Leg) au niveau européen
Comet (Euro RSCG London) en Grande Bretagne
Lidl (Young Euro RSCG) en Irlande
Nike (Leg) en France
Endesa, Claritin et Toshiba (Euro RSCG) en Espagne
Bupa (Euro RSCG) en Arabie Saoudite
Revlon (Euro RSCG Corporate Communications Middle East) en PR
Groupon en CRM aux Etats-Unis (Euro RSCG Chicago)

Panasonic, Mike's Hard Lemonade, CVS, Alberto Culver et New Balance (Arnold) aux Etats-Unis
Ricard, Pages Jaunes et 3 Suisses en France (BETC Euro RSCG)
Pizza Hut au Brésil (Euro RSCG Sao Paulo) et a Hong Kong (Euro RSCG Hong Kong)
Rio Light au Brésil (Euro RSCG Rio)
Sanquan, Bohi et Balabala (Euro RSCG Shanghai), ainsi que Vicutu et Dong-E E-Jiao (Euro RSCG Beijing) en Chine
Baskin Robbins en Inde (Euro RSCG)
Tunisie Telecom (Havas Tunisie)
Euro RSCG a été nommé agence de référence pour Peugeot en Chine et en Afrique du Sud

Au niveau digital, nous pouvons souligner des gains stratégiques tels que :

Unilever a référencé Euro RSCG 4D comme agence digitale au niveau global
Chivas (Pernod Ricard) au niveau global (Euro RSCG London)
Heineken et Heineken Light aux Etats-Unis (Euro RSCG New York)
Toutes les activités autour des médias sociaux pour Havaianas aux Etats-Unis (Cake)
Volvo Commercial Enterprise (EHS 4D) au niveau pan-européen
AMD (Euro RSCG Singapour) pour toute la région Asie-Pacifique
Barclays (EHS 4D) en Marketing Direct et CRM en Grande Bretagne
Heinz, Panasonic, Peugeot et Moët & Chandon (Euro RSCG 4D Pologne)
Ambev (Euro RSCG 4D Colombia) en République Dominicaine
Master Kong Biscuits, HP Printing and Imaging ainsi que KAKU - première chaîne TV de dessins animés – (Euro RSCG Beijing et Euro RSCG Shanghai) en Chine.
Sprint (Euro RSCG Chicago) en marketing mobile pour les Etats-Unis
Peter JA Stuart et Clearasil (Euro RSCG 4D South Africa)

**source : Rapport « New Business Scorecard » de Nomura en date du 18 janvier 2011*

Havas Media :

Turespaña, global (MPG)
Australian Wool Innovation au niveau global (MPG International)
Atout France, global (MPG France)
Office du Tourisme de la Turquie et de l'Autriche en Europe (MPG International)
Sab Miller au Pérou (MPG Peru)
Kia (MPG Shanghai) en Chine
Gallina Blanca en Espagne (Arena Media Spain)
Resorts World Sentosa, sept marchés d'Asie Pacifique (MPG Singapour)
Red Driving School (Arena Media UK) en Grande-Bretagne
Liverpool et Lala (MPG Mexico), Merck et Alpura (Arena Mexico) au Mexique
Huntington Bank et Panasonic aux Etats-Unis (MPG USA)
Brother au niveau Europe (MPG)
Chiquita en Europe (MPG)
Alain Afflelou en Espagne, Portugal et France (MPG)
3Suisse en France (Havas Media France)
Adif, Spanair en Espagne (MPG Spain)
Crédit Agricole et Che Banca (MPG Italy) en Italie
Louis Vuitton pour la FIFA World Cup et Yahoo! (Havas Sports & Entertainment Global)
Numico Nutricia (Danone) au Pays-Bas (MPG Holland)

Au niveau digital, nous pouvons souligner des gains stratégiques tels que :

IG Group sur 10 marchés européens (MPG et Media Contacts)
Yahoo! au Brésil (Media Contacts Brazil)
INQ Mobile en Inde, Italie, Grande Bretagne, Canada et Singapour (MPG et Media Contacts)
Smart Technologies au Canada (Media Contacts Canada)
KLM au Pays-Bas (Media Contacts Holland)
First Choice en Grande Bretagne (Media Contacts UK)
LAN Airlines et Penalty au Brésil (Lattitud Brazil)
Pizza Express et AOL en Grande Bretagne (AIS UK)
Pirelli et VISA au Brazil (Media Contacts Brazil)
Fundación Mapfre en Espagne (Media Contacts Espagne)

7. Récompenses

- ▶ **Le film le plus primé dans le monde**
- ▶ **Le film le plus téléchargé dans le monde**
- ▶ **La 2^{ème} agence la plus créative dans le monde**
- ▶ **Notre meilleure année à cannes : 21 lions
(3 or, 11 argent, 7 bronze)**
- ▶ **Euro RSCG dans le top 10 des réseaux les plus primés**
- ▶ **MPG USA : Agence media de l'année - *Mediapost***
- ▶ **MPG MEXICO : Agence media de l'année – *Festival of Media, Merca 2.0 & NEO Magazine***

CREATION

2010 a été pour Havas une des meilleures années créatives que le Groupe ait connu. Notre création a été saluée dans le monde entier et a obtenu les récompenses les plus prestigieuses.

Lors du 57^{ème} Festival International de la Publicité à Cannes, le Groupe a remporté 21 Lions : 3 Lions d'Or, 11 Lions d'Argent et 7 Lions de Bronze ; soit deux fois plus qu'en 2009 et 2008.

Le groupe a également reçu plusieurs récompenses aux Clio Awards, aux Andy Awards, au One Show, aux Internationalist Awards for Media Innovation, au DMA awards et aux Effies entre autres.

Le film **Le Placard** (Canal + par BETC Euro RSCG) a connu un succès phénoménal. Le *Gunn Report* (publication annuelle qui classe les campagnes et agences en fonction des récompenses qu'elles obtiennent dans les principaux prix publicitaires) place «Le Placard» **en première position des films les plus primés dans le monde en 2010**. C'est la première fois qu'un spot français prend la tête de ce classement. La publication répertorie également **BETC Euro RSCG comme deuxième agence la plus primée** l'an dernier.

Le succès de la campagne **Roller Babies** (Evian-Danone par BETC Euro RSCG) a continué en 2010 : il s'agit de la publicité virale la plus magistrale de tous les temps ayant obtenu les résultats suivants :

- Numéro 1 sur YouTube
- Numéro 1 sur Viral Video Chart
- 61,4 millions de vues
- Plus que 54.000 commentaires et tweets
- Plus de 440.000 fans sur Facebook

ce qui lui a permis de rentrer dans le Guinness Book of Records.

RECONNAISSANCES

Le magazine *Medical Marketing & Media* ainsi que le magazine *Adweek* ont élu **Euro RSCG Life Réseau santé de l'Année**.

Euro RSCG Worldwide a été nommé **Agence de l'Année 2010** dans la catégorie « Direct » par *BtoB Magazine* et désigné **premier réseau publicitaire en termes de clients mondiaux** pour la cinquième année consécutive par *Advertising Age*.

Euro RSCG 4D a été nommé **Agence de l'Année** par *Marketing Magazine* et **Euro RSCG C&O Agence Intégrée de l'Année** aux *Grands Prix des Agences de l'Année*.

Press Magazine en Pologne a qualifié **Euro RSCG Sensors** troisième agence polonaise de RP.

Selon le rapport *Network Diagnostics de RECMA*, **MPG** a été classé **agence leader** sur 4 marchés parmi les 20 plus grands (France, Espagne, Mexique et Argentine). MPG est considéré comme **l'agence la plus compétitive** et ayant enregistré le plus de réussite en termes d'acquisition de New business sur le continent américain et sur les cinq plus importants marchés européens.

Le magazine de marketing international *M&M* a décerné le prix « **Collaborator of the Year** » à **Havas Media** récompensant ainsi le meilleur service de coordination auprès des clients et la plus grande réactivité dans la relation media.

MPG US a été nommé **Agence Media de l'année** par *Media Post* pour la deuxième année consécutive.

Havas Digital Chile a été nommé **Agence Digitale de l'Année** par *IAB Chile* également pour la deuxième année de suite. De plus, **MPG Mexique** a elle aussi été élue **Agence de l'année** par *Merca 2.0 Magazine* et *Neo Magazine*. Lors du *Valencia Festival of Media Awards*, MPG Mexique a aussi été élue **meilleure Agence Media de l'Année**.

ANNEXE 1 : Informations financières

Chiffre clés des 4 dernières années

En Millions d'euros (M€)	2007	2008	2009	2010	Variation 2010 / 2009
Revenu	1 532	1 568	1 441	1 558	+8,1%
Croissance organique (%)	+7,1%	+4,7%	-7,9%	+3,5%	
Résultat opérationnel courant	169	188	180	202	+12%
Marge opérationnelle courante (%)	11,0%	12,0%	12,5%	13,0%	
Résultat opérationnel	168	189	150	182	+21%
Résultat financier	-39	-33	-19	-31	+63%
Charge d'impôt	-39	-44	-34	-36	
Quote-part dans les résultats des sociétés mise en équivalence	1		1		
Résultat net de l'ensemble consolidé	91	112	98	115	+17%
Intérêts minoritaires	-8	-8	-6	-5	
Résultat net, Part du Groupe	83	104	92	110	+20%
Résultat net, Part du Groupe en % du Revenu	5,4%	6,6%	6,4%	7,1%	
Bénéfice net par action (en €)	0,19	0,24	0,21	0,26	+24%

En Millions d'euros (M€)	au 31 décembre 2007	au 31 décembre 2008	au 31 décembre 2009	au 31 décembre 2010	Variation 31/12/2010 vs 31/12/2009
Capitaux propres consolidés	978	1015	1087	1203	+11%
Trésorerie nette au 31 décembre	-226	-79	+48	+87	+81%
Trésorerie nette / Capitaux propres consolidés	-0,23	-0,08	+0,04	+0,07	
Trésorerie nette / EBITDA	-1,1x	-0,3x	+0,2x	+0,4X	
Dette financière nette moyenne	389	295	147	75	(49%)

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 : 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 et en Grande Bretagne, H et W&Cie en France ... Havas Media comprend les réseaux MPG, Arena Media, 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 14 000 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) : 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.

(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.

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.

Le résultat opérationnel courant correspond au revenu diminué des frais de personnels ainsi que des autres produits et charges d'exploitation.

Le résultat opérationnel est égal au résultat opérationnel courant déduit des « autres charges et produits opérationnels » à caractère non récurrent, inhabituels, de montants individuels significatifs.

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 Général Délégué du Groupe Havas
Tel: +33 (0)1 58 47 91 23
relations.actionnaires@havas.com

Elsa Cardarelli
Directrice des Relations Investisseurs du Groupe Havas
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 171 974 690,80€- 335 480 265 RCS Nanterre - APE 7311Z