

COMMUNIQUE DE PRESSE**Résultats 1^{er} semestre 2011 :**

**Résultat net en hausse de 8%
Progression significative de la marge opérationnelle
courante : 12,4% (+90 bp.)**

► Progression du Revenu :

- +5,6% de croissance organique au 1^{er} semestre 2011 par rapport au 1^{er} semestre 2010

► Nette amélioration de +13% du Résultat Opérationnel Courant :

- 12,4% de Marge Opérationnelle Courante au 1^{er} semestre 2011 contre 11,5% au 1^{er} semestre 2010, en hausse de +90 points de base

► Augmentation de +8% du Résultat Net Part du Groupe à 53 M€ au 1^{er} semestre 2011**► Dynamisme confirmé du New Business net¹ : 940 M€ au 1^{er} semestre 2011****► Poursuite de l'amélioration de la situation financière :**

- Baisse de la dette nette moyenne² et de clôture

David Jones, CEO Havas, déclare : « *Havas a connu un bon 1^{er} semestre 2011. Nous avons amélioré de façon significative la rentabilité du Groupe en progressant de 90 points de base sur un an. Nous avons ainsi atteint 12,4% qui représentent un taux de marge opérationnelle courante parmi les meilleurs du secteur.*

Nous avons enregistré une croissance organique particulièrement forte en Amérique Latine, Asie Pacifique et Amérique du Nord durant les six premiers mois de l'année. Nos efforts pour améliorer l'efficacité opérationnelle ont porté leurs fruits, le désendettement s'est poursuivi et la dette financière nette moyenne n'est plus que de 22 millions d'euros.

Havas a désormais une structure de bilan très solide et est en mesure de saisir des opportunités de croissance. Parallèlement, grâce à sa flexibilité et à son esprit entrepreneurial, le Groupe est capable de réagir à toute évolution de son environnement issue d'une conjoncture incertaine.»

1. CHIFFRES CLES

En M€	S1 2009	S1 2010	S1 2011	Variation S1 2011 / S1 2010
Revenu	700	729	765	+5%
Croissance organique	-9,2%	+1,8%	+5,6%	
Résultat Opérationnel Courant	71	84	95	+13%
Marge Opérationnelle Courante	10,2%	11,5%	12,4%	+90 bp.
Résultat Opérationnel	63	81	85	+5%
Résultat net, Part du Groupe	40	49	53	+8%
Résultat net, Part du Groupe en % du revenu	5,7%	6,7%	6,9%	20 bp.
Dette financière nette	179	129	105	-19%
Dette financière nette moyenne²	162	81	22	-73%

2. COMMENTAIRE GENERAL

Le Conseil d'Administration, qui s'est réuni le mardi 30 août 2011, a arrêté les comptes du 1^{er} semestre 2011. Ces comptes ont fait l'objet d'un examen limité des Commissaires aux comptes. Leur rapport se trouve dans le rapport financier semestriel disponible sur le site internet du Groupe : <http://www.havas.fr>.

→ Le **Revenu** du Groupe de 765 M€ au 1^{er} semestre 2011 est en hausse de +5% en données brutes par rapport au 1^{er} semestre 2010.

→ La **Croissance organique** du Groupe (hors variations de change et de périmètre) ressort à +5,6% sur le 1^{er} semestre 2011 dont +6,8% au premier trimestre et +4,5% au second. L'appréciation de l'Euro a eu un impact négatif de 12M€ sur l'ensemble du semestre.

Revenu (en M€)	S1 2010	S1 2011	Croissance Organique	S1 2010	S1 2011
EUROPE	397	406	EUROPE	-2,6%	+1,3%
dont			dont		
France	158	163	France	-1,6%	+1,7%
Grande-Bretagne	86	86	Grande-Bretagne	+1,7%	+0,0%
Reste de l'Europe	153	157	Reste de l'Europe	-5,7%	+1,5%
AMERIQUE DU NORD	245	252	AMERIQUE DU NORD	+4,9%	+8,1%
RESTE DU MONDE	87	107	RESTE DU MONDE	+15,4%	+18,2%
dont			dont		
Asie Pacifique	34	41	Asie Pacifique	+0,7%	+9,2%
Amérique Latine	53	66	Amérique Latine	+25,2%	+24,6%
TOTAL	729	765	TOTAL	+1,8%	+5,6%

Par zone géographique, on peut souligner :

Europe : La zone Europe a réalisé une croissance de +1,3% sur l'ensemble du semestre écoulé. Après un premier trimestre qui avait bénéficié d'une forte croissance dans les principaux pays, le deuxième trimestre a connu une conjoncture plus contrastée avec des bonnes performances dans les pays d'Europe centrale (Allemagne, Pologne et Suisse), ainsi que la Turquie et Russie, contrairement aux pays de l'Europe du Sud (Espagne, Grèce et Portugal). En France le second trimestre a été satisfaisant dans les activités médias et digital et en Grande-Bretagne dans les médias, le digital et la communication santé.

Amérique du Nord : La zone Amérique du Nord a poursuivi au second trimestre (+9%) les bonnes performances du premier trimestre (+7,2%) en particulier grâce à la publicité, le digital, la communication santé et les activités médias.

Le **Reste du monde** a enregistré une forte croissance, notamment en Amérique Latine (+24,6%) tirée par le Brésil, l'Argentine et le Mexique. En Asie Pacifique, la Chine affiche une forte croissance grâce notamment à l'agence Porda.

→ Les **Résultats**

Le Résultat Opérationnel Courant s'élève à 95 M€ au 1^{er} semestre 2011 contre 84 M€ au 1^{er} semestre 2010 en progression de +13%. Grâce à une maîtrise des coûts salariaux et des loyers, la **Marge Opérationnelle Courante** a continué de s'améliorer gagnant ainsi +90 points de base sur le semestre, passant de 11,5% au 1^{er} semestre 2010 à 12,4% au 1^{er} semestre 2011.

Le **Résultat Opérationnel** a progressé de 5% après prise en compte des charges à caractère non récurrent, portant notamment sur certains litiges anciens et sur des frais de restructuration dans certaines agences localisées.

Le **Résultat Financier** s'est légèrement amélioré à 14M€ grâce à la bonne structure de trésorerie moyenne. Le taux effectif d'impôt ressort à 23%.

Le Résultat Net Part du Groupe de 53 M€ au 1^{er} semestre 2011 est en hausse de +8% par rapport au 1^{er} semestre 2010 ressortant ainsi à 6,9% du revenu au 1^{er} semestre 2011. **Le Bénéfice Net par Action** (basique et dilué) s'élève à 12 centimes (€) au 1^{er} semestre 2011, en progression de +8% par rapport au 1^{er} semestre 2010.

→ La **Structure financière**

La Dette Financière Nette est de 105 M€ au 30 juin 2011 contre 129 M€ au 30 juin 2010, en amélioration de 19%.

La Dette Nette Moyenne² qui ressort à 22 M€ au 1^{er} semestre 2011 diminue de 73% par rapport au 1^{er} semestre 2010.

3. NEW BUSINESS NET¹

Le dynamisme commercial du Groupe se confirme avec un New business net¹ qui s'élève à 940 M€ au 1^{er} semestre 2011.

Parmi les gains les plus significatifs au niveau global, on peut citer :

Havas Worldwide

Dell (Arnold), **Pfizer** (Euro ESCG Life), **Freescal Semiconductors** (Euro RSCG San Francisco avec MPG) au niveau global, **Van Cleef + Arpels** (BETC Luxe) et **Durex** (Euro RSCG PR) au niveau global.

Bosch Home Appliances en Asie (Euro RSCG Singapour), **Metro** partout en Europe (Euro RSCG Allemagne/Euro RSCG République Tchèque), **Cracker Barrel** et **Reynolds** (Euro RSCG Chicago) aux Etats-Unis. Euro RSCG Amérique Latine a été nommé agence de référence pour **Endesa** en LATAM (Colombie, Argentine, Chili et Brésil).

Au niveau digital, nous pouvons souligner des gains stratégiques tels que les déodorants **Dove** (**Unilever**) en communication digitale et réseaux sociaux dans le monde entier, ainsi que : **Groupon** et **Citibank** (Euro RSCG Chicago) au niveau global.

Volvo au niveau paneuropéen et **Reckitt Benckiser** (EHS 4D), **Transitions Optical** (BETC Digital), **Coca-Cola** en activation de la marque BTL autour du championnat UEFA Euro 2012 et **Nescafé** (Euro RSCG 4D Poland), **CarMD.com** (Euro RSCG Edge nommée agence de référence pour les activités medias en ligne), **Peugeot** en digital et médias sociaux et **Telecom Italia** (Euro RSCG 4D Italy) en Italie en digital terrain et marketing ethnique, **Granini** (Euro RSCG 4D Germany) en Allemagne, **World Cyber Games** (Euro RSCG 4D et Euro RSCG Sensors) pour l'organisation des finales européennes de l'événement World Cyber Games 2011, **Pernod Ricard** (Project House) en Turquie pour la marque Ballentine's, **Strivectin** (Cake UK nommée agence de référence pour toute activité concernant les médias sociaux), **PepsiCo** (Euro RSCG Vale) au Mexique, **TI Cycles** (Euro RSCG 4D Matrix) en Inde pour les marques de vélo BSA, Hercules et Montra.

Havas Media

Parmi les gains les plus significatifs on peut citer **Eurostar** partout en Europe (Arena Media UK, Havas Sports & Entertainment), **RJ Reynolds**, **Volvo**, **Transitions Optical**, **Yellow Tail** (MPG USA), **Affinity** (Havas Media France et MPG Spain), **Brightsolid** (Arena Media UK), **Click Seguros**, **Groupama**, **Maxxium**, **Port Aventura**, **Tesoro Publico** (MPG Spain), **Crédit Agricole** (Havas Media France), **Mars** (MPG Portugal, Havas Media France), **Megabrands** (MPG Spain, France, UK, Portugal, Germany, Belgium, Italy), **Escada** (MPG Global pour l'Allemagne), **Polska - Polish Tourism Organisation** (Arena Media Poland, Arena Media UK, Havas Media France), **Mobilicity** (MPG et Media Contacts Canada), **Belcorp** et **Nextel** (MPG LATAM), **Danone** (MPG Mexico et Turkey), **Axa** (MPG Japan) et **KIA** (Havas Media China).

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

Barceló (Media Contacts USA, Media Contacts Spain), **Medwins** (MPG / Media Contacts UK, Media Contacts Spain), **Mexico Tourism** (Havas Digital Global), **Micromax** (Havas Digital Brazil), **Panasonic**, **The Economist** (Media Contacts USA), **Verti** (Iglue Spain).

(Cf. Annexe 2 pour la liste plus détaillée des principaux gains).

4. CALENDRIER

Le revenu du 3^{ème} trimestre 2011 sera publié d'ici mi-novembre 2011.

ANNEXE 1 : INFORMATIONS FINANCIERES

En M€	S1 2010	S1 2011	Variation S1 2011 / S1 2010
Revenu	729	765	+5%
Croissance organique	+1,8%	+5,6%	
Résultat opérationnel courant	84	95	+13%
Marge opérationnelle courante	11,5%	12,4%	
Résultat opérationnel	81	85	+5%
Marge opérationnelle	11,1%	11,1%	
Résultat financier	(15)	(14)	
Charges d'impôts	(16)	(16)	
Résultat net de l'ensemble consolidé	50	55	+10%
Résultat net de l'ensemble consolidé en % du revenu	6,9%	7,2%	
Résultat net, Part du Groupe	49	53	+8%
Résultat net, Part du Groupe en % du revenu	6,7%	6,9%	

En M€	au 30 juin 2010	au 30 juin 2011	Variation 30/06/2011 vs 30/06/2010
Capitaux propres consolidés	1182	1 175	-1%
Dettes financières nettes	129	105	-19%
Dettes financières nettes / Capitaux propres consolidés	0,11	0,09	
Bénéfice net par action (en €)	0,11	0,12	+8%
Dettes nettes moyennes ²	81	22	-73%

Revenu (en M€)	T1 2011	T2 2011	S1 2011
EUROPE	190	216	406
<i>dont</i>			
France	75	87	163
Royaume-Uni	43	43	86
Reste de l'Europe	72	86	157
AMERIQUE DU NORD	125	127	252
RESTE DU MONDE	47	61	107
<i>dont</i>			
Asie Pacifique & Afrique	19	23	41
Amérique Latine	28	38	66
TOTAL	361	404	765

Croissance Organique	T1 2011	T2 2011	S1 2011
EUROPE	+3,8%	-0,9%	+1,3%
<i>dont</i>			
France	+4,9%	-0,9%	+1,7%
Royaume-Uni	+2,4%	-2,3%	+0,0%
Reste de l'Europe	+3,5%	-0,7%	+1,5%
AMERIQUE DU NORD	+7,2%	+9,0%	+8,1%
RESTE DU MONDE	+19,5%	+18,0%	+18,2%
<i>dont</i>			
Asie Pacifique & Afrique	+10,3%	+8,4%	+9,2%
Amérique Latine	+24,6%	+24,6%	+24,6%
TOTAL	+6,8%	+4,5%	+5,6%

ANNEXE 2 : NEW BUSINESS DU 1^{ER} SEMESTRE 2011

WORLDWIDE



MEDIA



ANNEXE 3 : RECOMPENSES AU 1^{ER} SEMESTRE 2011

Au cours du deuxième trimestre 2011, plusieurs festivals publicitaires ont récompensé de nombreuses agences du Groupe. Les principaux prix sont :

Lors du 58^{ème} **Festival International de la Publicité** à Cannes, le Groupe Havas a remporté 23 Lions :

- Six Lions d'Or – un pour **MPG/Media Contacts USA** pour Fidelity Investments 'Follow the Green line' en Media, un pour **MPG /Media Contacts/ Havas Sports Mexico** pour Nike 'Nike City Cup' en Media; deux pour **Havas City** pour Monoprix '*Non au quotidien quotidien*' en Design, un pour **Euro RSCG Bangkok** pour Reckitt-Benckiser/Naturgard '*Chamelon/Frog*' en Presse et un pour **Fuel Lisbon** pour Amnesty International '*Mugshots*' en Affichage.
- Neuf Lions d'Argent ont été gagnés : deux pour **Euro RSCG London** pour Dulux '*Walls*' en Film Craft, un pour **BETC Euro RSCG** pour Canal+ '*Movie Flowcharts*' en Presse, un pour **Euro RSCG Bangkok** pour Reckitt-Benckiser/Naturgard '*Chamelon/Frog*' en Affichage, un pour **Euro RSCG Warsaw** pour Reckitt-Benckiser/Airwick en Presse, un pour **Havas Sports & Entertainment/Havas Media Miami** pour Mars/Pedigree '*My Ideal Dog*' en Media, un pour **Arena / Havas Sports & Entertainment Chile** pour Gasco '*Mission Impossible*' en Media, un pour **Havas City** pour Monoprix '*Non au quotidien quotidien*' en Design et un pour **W&Cie** pour 'BrandAddicted Agency' en Design.
- Huit Lions de Bronze ont été gagnés : trois pour **Z+ Brazil** en Outdoor pour Dia Supermarket, Penalty running shoes et Jamute Audio Studio en Affichage, un pour **BETC Euro RSCG** pour Canal+ '*Carlos*' en Cyber, un pour **Euro RSCG London** pour Dulux '*Walls*' en Cyber, un pour **AIS London** pour CoppaFeel! '*Boob Hijack*' en Media, un pour **Cake London** pour West End Partnership '*Get Lost in the West End*' en Media et un pour **Euro RSCG Warsaw** pour The Polish Federation of Cancer Survivors en Promotion.

Aux **Clio Awards** le Groupe a gagné un total de huit récompenses. **Euro RSCG New York** a reçu deux Gold pour Heineken / Dos XX en Film et en Radio, **BETC Euro RSCG** deux Silver pour Canal+ '*Carlos*' en Film, **Euro RSCG London** un Silver pour Dulux '*Let's Colour*' en Intégré, **Euro RSCG Bangkok** un Silver pour Reckitt-Benckiser/Naturgard '*Chamelon/Frog*' en Print et **Arnold Boston** deux Bronze en Film – un pour Nike '*Fresh Air*' et un pour Truth '*Stop Me/Okay/Offer*'.

Aux **One Shows**, **Euro RSCG New York** a gagné un Gold en Radio pour Heineken / Dos XX, **BETC Euro RSCG** un Silver en Design pour Petit Bateau '*Izia*' et un Bronze en Interactive pour Canal+ '*Carlos*', **Euro RSCG London** a reçu un Silver en Interactive pour Dulux '*Let's Colour*' et **Euro RSCG Amsterdam** un Silver One show Entertainment for Volvo '*Eclipse*'.

Au **D&AD**, **Euro RSCG New York** a gagné un Yellow Pencil pour Heineken/Dos XX en radio.

Au **New York ADC**, **Arnold Boston** a gagné un Silver pour Truth '*Stop Me/Okay/Offer*' en Film.

Aux **Andy Awards**, **Euro RSCG New York** a été récompensé par trois Gold pour Heineken/Dos XX – 2 en Film et un en Radio. **BETC Euro RSCG** a pris un Silver pour Canal+ '*Tick*'.

Aux New York Festivals Havas Worldwide a gagné 15 prix : **BETC Euro RSCG** cinq au total – un Gold et un Silver en Technique pour Canal+ '*Tick*', un Silver en Print pour Canal+ '*Movie Flowcharts*', un Silver en Print and un Bronze en Affichage pour Evian '*Baby Inside*'; **Arnold Boston** cinq Bronze – quatre pour Truth (un en Intégré et trois en Film) et un en Radio pour

McDonald's ; **Euro RSCG New York** trois Bronze en Art & Technique pour Heineken/*Dos XX* ; **Euro RSCG Bangkok** un Silver en Print pour Reckitt-Benckiser/Naturgard '*Chameleon/Frog*' et **Euro RSCG Spain** un Bronze en Affichage pour Reckitt Benckiser/Strepils '*Screams*'.

Aux Internationalist Awards for Media Innovation, MPG/Media Contacts USA s'est vu décerner le Grand Prix pour Fidelity Investments '*Follow the Green line*'. Trois Gold ont également été gagnés par Havas Media - **Havas Media Latin America** pour Mars/Pedigree '*My Ideal Dog*', **AIS London** pour O2 '*3D Rugby*' et **Cake London** pour West End Partnership. **MPG/Media Contacts USA** a gagné un Silver pour Valspar.

Media Contacts Spain a reçu le titre de meilleure agence pour la huitième année consécutive aux **Interactiva Magazine Awards**.

AIS London a gagné le Consumer Benefit Award au **Festival of Media Global** pour CoppaFeel! '*Boob Hijack*' et s'est vu décerner quatre prix aux **John Caples** un Gold et un Bronze pour O2, un Silver pour WRAP et un Bronze pour Expedia.

Arena Spain a gagné deux prix aux **El Sol Awards** – un Gold pour Movistar and un Bronze pour FNAC et **MPG/Media Contacts Espagne** a pris un Silver pour Nike Iberia.

Aux **Portada Pan regional Advertising & Media Awards**, Mars/Pedigree '*My Ideal Dog*' de **Havas Media/Havas Sports & Entertainment Miami/Havas Entertainment (Argentina)** a été nommé meilleure campagne régionale.

Aux Sabre European Awards, Havas Sports & Entertainment UK était le gagnant du Programme Global pour Yahoo! '*Penalty Shoot Out*'.

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 comme la différence entre la dette brute structurée IFRS (OBSAAR, emprunt obligataire, lignes de crédit tirées, etc...) et la trésorerie en banque et équivalents de trésorerie mesurés quotidiennement dans les principaux pays intégrés au cashpool international ; pour les autres pays, la dette nette moyenne retenue est la dette comptable à la fin de chaque trimestre (2007 à 2009) et la dette nette moyenne mensuelle à partir de 2010. La dette nette moyenne inclut également les dettes liées aux compléments de prix et aux rachats de minoritaires qui sont réévaluées semestriellement et ajustées au fur et à mesure des paiements réalisés.

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