



Suresnes, le 27 octobre 2011

COMMUNIQUE DE PRESSE

Revenu du 3^{ème} trimestre 2011 Croissance organique : +7,3%

Revenu :	387 M€
Croissance organique :	+7,3%
New Business net¹ :	351 M€

David Jones, CEO de Havas, déclare « Nous avons atteint une bonne croissance organique au 3^{ème} trimestre 2011 à +7,3%. C'est notre meilleure croissance organique sur trois ans. Toutes les régions sont en croissance en 2011 avec l'Amérique Latine et l'Asie Pacifique en tête, suivies par l'Amérique du Nord qui affiche une forte croissance. Tous les métiers ont contribué à cette performance avec une accélération constante du numérique. Ces résultats confirment la pertinence de notre modèle ainsi que notre capacité à créer de la valeur pour nos clients et nos actionnaires, même dans un contexte économique incertain. »

1. CHIFFRES CLES

Revenu (en M€)	3ème trimestre			9 Mois		
	2010	2011	Organique	2010	2011	Organique
EUROPE	190	195	1,8%	587	601	1,4%
<i>dont</i>						
France	75	76	-0,8%	234	240	0,9%
Royaume-Uni	46	45	3,7%	132	131	1,3%
Reste de l'Europe	69	77	3,6%	221	229	2,2%
AMERIQUE DU NORD	127	126	8,2%	372	378	8,2%
RESTE DU MONDE	51	66	18,7%	137	173	18,4%
<i>dont</i>						
Asie Pacifique & Afrique	17	26	14,6%	50	67	11,3%
Amérique latine	34	40	21,5%	87	106	23,4%
TOTAL	368	387	7,3%	1 097	1152	6,1%

2. COMMENTAIRE GENERAL

→ Le **Revenu** consolidé du Groupe s'élève à 387 M€ au troisième trimestre 2011 contre 368 M€ au troisième trimestre 2010, ce qui représente une progression de + 5 % en données brutes.

Le Revenu des neuf premiers mois de l'année 2011 ressort à 1 152 M€ contre 1 097 M€ à la même période de l'année dernière.

Suite à la hausse de l'Euro, l'impact de change est négatif de 26 M€ sur les 9 premiers mois 2011.

→ La **Croissance organique** du Groupe (hors variations de change et périmètre) ressort à +7,3% au troisième trimestre 2011 et + 6,1% sur les 9 premiers mois 2011.

Par zone géographique, nous pouvons souligner :

Europe :

Au troisième trimestre, la croissance en Europe enregistre une progression contenue par rapport au premier semestre 2011 mais plus marquée quand on la compare à la même période 2010. Si la France affiche une baisse, le Royaume Uni marque un beau rebond au troisième trimestre grâce notamment à la performance des activités santé, média mais aussi digitales et publicitaires liées aux grands comptes internationaux. Dans le reste de l'Europe, la croissance est surtout tirée par l'Allemagne tant au niveau des activités communication que média ainsi que par les Pays-Bas, alors que l'Europe du Sud n'a pas encore retrouvé son dynamisme économique.

Amérique du Nord :

Cette zone continue d'afficher une dynamique de croissance soutenue alimentée par nombreuses agences qui enregistrent une croissance à deux chiffres.

Reste du monde :

En **Asie Pacifique** la croissance s'accélère grâce aux bonnes performances de toutes les activités, notamment le numérique et les médias et à l'intégration de l'agence Host en Australie. Tous les pays ont contribué à cette bonne performance avec, en particulier, la Chine et le Moyen Orient.

L'**Amérique Latine** continue d'afficher une forte croissance, à deux chiffres quasiment dans tous les pays, tirée principalement par le numérique, les médias et la communication santé.

3. NEW BUSINESS NET¹

Le dynamisme commercial du Groupe se poursuit avec un New Business net¹ qui s'élève à 351 M€ au 3^{ème} trimestre 2011, soit 1 291 M€ pour les neuf premiers mois de l'année.

Parmi les gains les plus significatifs du **3^{ème} trimestre 2011**, nous pouvons citer :

HAVAS WORLDWIDE :

- Le business du portefeuille global des marques standard de vodka pour **Pernod Ricard**, incluant **Wyborowa** et **Wyborowa International**
- La communication institutionnelle et les activités médias sociaux de la plateforme musicale **Deezer** au niveau global
- Le budget création et numérique pour le monde entier de la chaîne d'**Hôtels IBIS**.
- **sanofi-aventis**, avec BETC Euro RSCG responsable de la division traitant les dispositifs autour du diabète.
- **Reckitt Benckiser** avec le gain en Asie de Paras Pharmaceuticals par Euro RSCG India qui sera en charge des produits en vente libre pour les marques Moov, Itchguard, Krack, Dermicool, D'Cold
- **Hershey's** au Mexique (Euro RSCG Vale), **KLM** en Argentine (Euro RSCG Buenos Aires)
- **Yili** : gain de 5 marques phare de ce géant chinois des produits laitiers (Euro RSCG China)
- **Sony** (Euro RSCG Copenhagen) pour tous les pays Nordiques ainsi que le lancement de la **tablette Sony** en Espagne (Euro RSCG Spain)

- **Coca-Cola** a choisi Cake UK pour la gestion de leur programme centré sur la musique dans le cadre des Jeux Olympiques London 2012 ainsi que pour la création de tout le contenu de leur campagne liée aux Jeux
- **Banco Santander** (Euro RSCG London)
- **Sixt** et **Crédit Agricole** en France (BETC Euro RSCG)
- **Fairmont Hotels** en Amérique du Nord (Euro RSCG Toronto) pour le programme de fidélité
- **Georgia-Pacific** en Amérique du Nord (Euro RSCG San Francisco) pour budget RSE des produits de consommation
- **Green Dot**, société de recyclage gagné au niveau paneuropéen par Euro RSCG Lisbonne
- **Revlon** en publicité et digital par Euro RSCG South Africa
- **Citroën** en Turquie (Euro RSCG Turkey)
- **Volvo** en Grèce (Euro RSCG Greece)
- **Cockburns** en Grande Bretagne (**BETC London**)

Principaux gains en numérique et médias sociaux :

- **Unilever** en Asie sur 5 nouvelles marques (Euro RSCG Asia), en UK pour la marque VO5 en médias sociaux (Euro RSCG London) et au Mexique les activités digitales pour la marque Ades
- **IBM** : gain de projets mobiles aux US et en Chine
- **Pernod Ricard** avec le gain digital de **Havana Club** par Euro RSCG Belgium ainsi que le budget média sociaux et marketing expérientiel pour les marques de champagne au Japon par Euro RSCG Tokyo et le site web corporate du Groupe par Euro RSCG C&O
- **Reckitt Benckiser** : les activités digitales pour le lancement de la marque Dettol à Singapour et en Malaisie (Euro RSCG Singapore)
- **EDF** : les activités médias sociaux en France (Euro RSCG C&O)
- **Telefonica** et **Coca Cola Light** (Euro RSCG Madrid)
- En Amérique du Nord, Cake NY a été nommée agence de reference digitale pour **Oppenheimer Funds** et agence médias sociaux pour **Shutterstock**
- Cake UK nommée agence de référence pour les médias sociaux pour **Geek Squad**
- **Air Mauritius** gains des services e-marketing ainsi que des média sociaux, plus refonte de leur site web (Euro RSCG C&O).
- Euro RSCG Chicago nommée agence de référence par **Hefty**

HAVAS MEDIA :

- **Turismo de Mexico** gagné par MPG au niveau global
- **Liebeskind**, budget global online et offline gagné par MPG & Media Contacts
- **Vlisco** et **Canal+** gagnés au niveau global par Havas Media Africa
- **L'Insead** gagné par Havas Media International au niveau global
- **Air Mauritius** et **Haier** en Europe gagnés par Havas Media International
- **Nissan** et **Powerade** ont choisi Havas Sports & Entertainment pour la gestion de deux budgets internationaux
- **Chiquita** pour le marché italien gagné par MPG Italy
- **KIA** au Denmark avec MPG
- Arena Media UK a développé sa relation avec **Eurostar** en gagnant le budget online en UK
- En Grande Bretagne, Havas Sports & Entertainment travaillera pour **Powerade** sur un projet spécifique pour les JO London 2012
- **La Foir Fouille** et **Yellow Village** (Havas Media France) et **Dia** (Havas Media Régions) en France
- **Bristol Myers Squibb** (Arena Media) et **Carls Jr** (MPG) au Mexique
- **Alcampo** (Proximia), **Dia**, **Partido Popular** et **Junta de Andalucía** (Arena Media) en Espagne
- **Clarins** (MPG International Miami) aux Etats-Unis
- **Quikr** (MPG India) en Inde
- **Nature's Bounty** et **China Auto Rental** (MPG China) en Chine

Principaux gains en numérique et médias sociaux :

- Cake devient l'agence médias sociaux et marketing expérientiel de **Sony**
- En Espagne, iGlue a gangé la communication digitale d'**Iberostar**, **ICO** (MPG / Media Contacts), **Mapfre** (Media Contacts)
- Aux Philippines, Media Contacts travaillera sur le budget digital de **Nestlé**, **Uniliver**, **Qatar Air** et **Yahoo**.
- A Singapour, **BNP Paribas** et **Bosch** ont confié leur budget digital à Havas Media

(Cf. Annexe 1 pour la liste plus détaillée des principaux gains).

4. FAITS MARQUANTS

Depuis le début de l'année, l'activité du Groupe a été dynamique et diversifiée sur tous les fronts :

a) Expansion du micro-réseau Arnold au sein de Havas Worldwide

Arnold Worldwide a ouvert un bureau à **Shanghai** en septembre dernier porté par le dynamisme du new business global et le développement de ses clients à l'international. Cette nouvelle ouverture en Chine s'inscrit dans une ambitieuse stratégie de croissance que le groupe a mise en place pour Arnold Worldwide afin qu'il devienne le micro-réseau le plus compétitif, créatif et rentable du monde. En mai dernier, Arnold a lancé **Arnold Furnace à Sydney** et à **Melbourne** pour accompagner ses clients globaux tels que Progressive Insurance et Carnival Cruise Lines. Ces lancements ont suivi la création d'**Arnold Amsterdam** intervenue pour servir Volvo au niveau international. Arnold a par ailleurs renforcé sa présence au Royaume Uni en fusionnant avec Euro RSCG KLP.

b) Expansion de la marque BETC au sein d'Euro RSCG

BETC London a ouvert ses portes en Mai dernier dirigée par Matthew Charlton ex Modernistas et Neil Dawson ex DDB. BETC a l'ambition d'être présente aux Etats-Unis, au Brésil et en Asie.

c) Acquisitions et création d'entités spécialisées

- Havas a lancé en septembre 2011 l'agence de **marketing multiculturel** « **Totality** ». Agence full-services création, stratégie et média dédiée aux marchés hispaniques, afro-américains et LGBT.
- Havas a acquis l'agence australienne **Host** et sa consœur **One Green Bean** en juillet dernier, afin de renforcer ultérieurement ses opérations en Asie Pacifique. Il s'agit de la plus grande agence indépendante d'Australie au croisement de la créativité et du numérique.
- Le groupe Havas est devenu actionnaire majoritaire de l'agence américaine spécialisée dans les médias sociaux et leur technologie, **Socialistic**, dirigée par Colleen DeCourcy, l'ancienne responsable du digital à TBWA. Socialistic collaborera avec les agences satellites du groupe.
- Havas a lancé en février dernier la startup **Camp + King** dirigée par Jamie King et Roger Camp. Cette agence d'un nouveau genre vise à produire idées et contenus qui influencent la conversation avec le consommateur en multicanal.
- **Euro RSCG Worldwide PR** a créé le **Health Buzz Group** qui, basé à New York, offrira ses services de buzz ciblés aux secteurs pharmaceutique et bien être dans le monde entier.
- **BETC** a lancé **BETC Content**, une nouvelle agence se voulant «à la croisée des expertises éditoriales et de l'entertainment»
- **Maitland** a donné naissance, à Londres, à une nouvelle branche de relations publiques nommée **Maitland Political** suite à la fusion avec Euro RSCG Apex.
- **Havas Sports & Entertainment** a créé au Royaume Uni, en partenariat avec l'agence consœur Cake, une nouvelle division dédiée aux RP sportives basée sur le marketing expérientiel et les médias sociaux.
- **Havas Digital** a lancé en France **Socialyse**, sa nouvelle marque dédiée aux médias sociaux.
- **MPG** a lancé en Asie sa marque de marketing mobile **Mobext** et plus particulièrement en Chine, Indonésie et aux Philippines. Mobext est actuellement présent dans 8 marchés au niveau mondial.

- **MPG Media Contacts** a créé l'unité créative **Branded** qui produit, entre autres, de la publicité numérique, des applications vidéo. Cette entité est spécialisée dans la stratégie de placement de produits.
- **WebNarrative**, l'agence londonienne de design digital, a rejoint les équipes de **MPG Media Contacts**.
- L'agence digitale irlandaise **eightytwenty/interactive** a rejoint le réseau digital global 4D de Havas Worldwide et s'appellera désormais **eightytwenty/4D**. Parmi les principaux clients on peut citer Bank of Ireland, Toyota, The Irish Times, Munster Rugby et Unilever.
- **Euro RSCG Life 4D**, forte de son développement et de ses performances a ouvert un bureau à Londres. Les prochaines ouvertures sont prévues au Brésil et en Asie Pacifique début 2012.
- **Havas Media Spain** a lancé **Havas Media PR**, agence de relations publiques et communication.

d) Havas un acteur reconnu dans le numérique

L'agence **MOBEXT** (Havas Media) a été nommée **meilleure agence mobile** aux **Digiday Mobi Awards**.

David Jones est le seul CEO d'une holding à avoir été sélectionné par **Facebook** comme conseil et siègera au comité clients (*Facebook Client Council*) créé pour conseiller le réseau social en matière de publicité.

BLiNQ Media, le leader mondial dans l'innovation technologique pour la publicité sur Facebook et le seul pure-player media ayant un accès officiel aux APIs Facebook, a signé un accord de partnership avec Havas Digital.

Havas a su attirer des talents reconnus dans le digital tels que :

- **Matt Howell, Sebastian Gard** et **Bob Goodman**, l'ex équipe Modernista! ont rejoint **Arnold** en tant que Global Chief Digital Officer, Director Social Media, Director of User Experience Arnold.
- **Elliot Seaborn**, ex Digitas, est désormais Executive Director chez Arnold.
- **Andrew Althersonn**, ex Digitas a rejoint Havas Digital North America en tant que Président.
- **Dave Dugan**, ex Président BzzAgent a aussi intégré Arnold en tant que Global Commercial Officer.
- **Justin Crawford**, ex Organic, est devenu Executive Creative Director de **Socialistic**.
- **Jason Jercinovic**, ex R/GA est devenu Président d'Euro RSCG 4D New York.
- **Claire Adams**, provenant de Social Fuel est à la tête du **Cupola Lab** en charge des activités médias sociaux d'**Euro RSCG London**.
- **Colleen DeCourcy** ex Chief Digital Officer TBWA a fondé et dirige **Socialistic**.

e) Récompenses

Lors du troisième trimestre 2011, de nombreuses récompenses ont été attribuées aux agences du groupe dans le domaine du **digital** :

Au **One Show Entertainment Euro RSCG 4D Amsterdam/Arnold** a gagné un Argent en digital pour la campagne Eclipse VOLVO

Au **One Show Interactive Euro RSCG London** a gagné un argent en digital pour la champagne intégrée de branding Let's Colour Akzo Nobel/Dulux et **BETC Euro RSCG** a gagné un Bronze pour la campagne Carlos/Canal+ dans la catégorie Sites Web et microsites.

Au **ADC*E Digital BETC Euro RSCG** a gagné un Or pour la champagne Carlos/Canal+ dans la catégorie Sites Web

Aux **Interactive Media Awards, Euro RSCG New York** a gagné un prix pour GE et un autre pour Dr Scholls.

Aux **WebAwards**, plusieurs agences ont été primées : **Arnold Boston** (4 prix), **BETC Euro RSCG** (3 prix), **Euro RSCG 4D Amsterdam** (3 prix), **H** (2 prix), et **Euro RSCG C&O** (1 prix).

Ainsi que dans les autres disciplines :

RECMA a classé **MPG France numéro un** en termes de revenus (+3% depuis 2009) et également premier en qualité.

Euro RSCG Portugal a été nommé **Agence de l'Année** par **Media Monitor**.

Aux **Sharks International Awards**, **Euro RSCG New York** a gagné 3 Gold pour Heineken – Dos Equis. **Euro RSCG Sydney** a gagné 1 Silver pour Reckitt Benckiser – Vanish Napisan Crystal White et 1 Silver a également été attribué à **BETC Euro RSCG** pour le film Tick pour Canal+. **Fuel Lisbon** s'est vu attribuer 2 Bronze pour Amnesty International.

Aux **Spikes Euro RSCG Bangkok** a gagné 3 Gold pour Reckitt Benckiser – Shieldtox Naturgard; **Euro RSCG Sydney** a reçu 2 Bronze pour Reckitt Benckiser – Vanish Napisan Crystal White et **Euro RSCG Hong Kong** 1 Silver en intégré pour la compétition Jeunes Créatifs.

Euro RSCG New York a gagné 2 prix, dont le **Grand Prix**, pour Heineken – Dos Equis aux **Radio Mercury Awards**.

Aux **Golden Bridge Awards**, **Euro RSCG PR Worldwide** a été récompensée avec un total de 8 prix, dont **Agence PR de l'Année**.

f) Havas et la responsabilité sociale

La seconde édition du sommet One Young World s'est tenue à Zurich en Suisse en septembre dernier. Il a réuni près de 1300 délégués venus de 170 pays. Des conseillers comme Desmond Tutu, Bob Geldof, Muhammad Yunus ainsi que des grands patrons tels que Paul Polman - Directeur Général de Unilever, Jean-Paul Agon - Directeur Général de L'Oréal ou Anthony Jenkins, Directeur Général Retail et Business Banking de Barclays, ont conseillé et accompagné les délégués dans leurs projets et tout au long des différentes sessions. Pour tout savoir sur ce deuxième *Davos des jeunes* <http://www.oneyoungworld.com>

ANNEXE 1

Revenu (en M€)	T1 2011	T2 2011	T3 2011	9M 2011
EUROPE	190	216	195	601
<i>dont</i>				
France	75	87	76	252
Royaume-Uni	43	43	45	131
Reste de l'Europe	72	86	73	228
AMERIQUE DU NORD	125	127	126	378
RESTE DU MONDE	47	61	66	173
<i>dont</i>				
Asie Pacifique & Afrique	19	23	26	67
Amérique latine	28	38	40	106
TOTAL	362	404	387	1152

Croissance Organique	T1 2011	T2 2011	T3 2011	9M 2011
EUROPE	3,8%	-0,9%	1,8%	1,4%
<i>dont</i>				
France	4,9%	-0,9%	-0,8%	0,9%
Royaume-Uni	2,4%	-2,3%	3,7%	1,3%
Reste de l'Europe	3,5%	-0,7%	3,6%	2,2%
AMERIQUE DU NORD	7,2%	9,0%	8,2%	8,2%
RESTE DU MONDE	19,5%	18,0%	18,7%	18,4%
<i>dont</i>				
Asie Pacifique & Afrique	10,3%	8,4%	14,6%	11,3%
Amérique latine	24,6%	24,6%	21,5%	23,4%
TOTAL	6,8%	4,5%	7,3%	6,1%

ANNEXE 2 New Business du 3^{ème} trimestre 2011

HAVAS
WORLDWIDE



HAVAS
M E D I A



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.

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.

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

Aurélié Jolion
Directrice Relations Investisseurs du Groupe Havas
Tel: +33 (0)1 58 47 92 42
aurelie.jolion@havas.com