

Puteaux, jeudi 1^{er} mars 2012

RESULTATS 2011

Revenu : 1 645 M€ sur l'année 2011

- **Croissance organique +5,9%**
- **16% des revenus proviennent des marchés dynamiques d'Amérique Latine, d'Asie Pacifique et d'Afrique**
- **Les activités digitales et médias sociaux représentent 23% du revenu**

Résultat Opérationnel Courant de 220 M€ en 2011 contre 204 M€ en 2010, en progression de +8%

- **Marge opérationnelle courante 13,4% (+30 points de base)**

Résultat Net Part du groupe de 120 M€ en 2011 en hausse de +9% par rapport à 2010

Bénéfice Net par action (basique et dilué) 28 centimes (€) en 2011, en progression de 8%

Dette nette : 37 M€ au 31 décembre 2011 par rapport à une trésorerie nette de 87 M€ au 31 décembre 2010

Bon niveau de New Business net ⁽¹⁾ à 1,4 milliard €

Dividende proposé* : 11 centimes par action, en augmentation de 10%

* Dividende 2011 proposé à l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires du jeudi 10 mai 2012

David Jones, CEO de Havas, déclare : « 2011 a été une nouvelle année solide pour Havas marquée par une belle progression du digital, une croissance à deux chiffres dans les marchés dynamiques et l'expansion de nos grands clients internationaux. Parallèlement nous avons continué à limiter nos coûts améliorant ainsi nos marges. Notre performance en New Business ainsi que l'activité restent fortes alors que nous entreprenons l'année 2012. »

Le Conseil d'Administration, qui s'est réuni le 29 février 2012, a arrêté les comptes annuels de l'exercice 2011.

CHIFFRES CLES

En Millions d'euros (M€)	2011	2010	2011/2010
Revenu	1 645	1 558	+5,6%
Croissance organique	5,9%	3,5%	
Résultat opérationnel courant	220	204	+8%
Marge opérationnelle courante (%)	13,4%	13,1%	+30 bp
Résultat net, Part du Groupe	120	110	+9%
Résultat net, Part du Groupe en % du revenu	7,3%	7,1%	
Dettes nettes au 31 décembre	37	-87	
Dividende* (en centimes €)	11	10	10%

Les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport de certification sera émis après vérification du rapport de gestion.

1. Revenu

Le revenu du Groupe s'élève à 1 645 millions € sur l'année 2011 ce qui représente une hausse de 5,6% en données brutes par rapport à 2010.

La croissance organique est de +5,9% sur l'ensemble de l'année 2011. Le 4^{ème} trimestre 2011, avec un revenu de 492 millions €, affiche une croissance organique de +5,4%. Cette croissance soutenue, tant au niveau annuel que trimestriel, résulte de la bonne performance de toutes les activités et zones géographiques.

Au cours de l'année 2011, l'Euro s'est apprécié vis à vis du dollar US et de la livre Sterling, l'impact de change a ainsi pénalisé l'évolution du revenu de 29 M€ en 2011.

La part du revenu du Groupe dans les activités digitales et médias sociaux continue de progresser grâce à la poursuite du déploiement de la stratégie d'intégration de ces métiers au cœur de toute activité et de toutes les agences, partout dans le monde. Ainsi, sans acquisition significative, les activités numériques et médias sociaux représentent désormais 23% du revenu global du Groupe.

La répartition géographique du revenu sur l'ensemble de l'année 2011 ressort comme suit :

Revenu (en M€)	T1 2011	T2 2011	T3 2011	T4 2011	2011
EUROPE	190	216	195	263	864
<i>dont</i>					
France	75	87	76	102	340
Royaume-Uni	43	43	45	49	180
Reste de l'Europe	72	86	74	112	344
AMERIQUE DU NORD	125	127	126	142	520
RESTE DU MONDE	47	61	66	87	261
<i>dont</i>					
Asie Pacifique & Afrique	19	23	26	35	103
Amérique latine	28	38	40	52	158
TOTAL	362	404	387	492	1 645

Croissance Organique	T1 2011	T2 2011	T3 2011	T4 2011	2011
EUROPE	3,8%	-0,9%	1,8%	3,6%	2,1%
<i>dont</i>					
France	4,9%	-0,9%	-0,8%	1,4%	1,0%
Royaume-Uni	2,4%	-2,3%	3,7%	5,8%	2,4%
Reste de l'Europe	3,5%	-0,7%	3,6%	4,8%	3,0%
AMERIQUE DU NORD	7,2%	9,0%	8,2%	3,5%	6,8%
RESTE DU MONDE	19,5%	18,0%	18,7%	13,1%	16,5%
<i>dont</i>					
Asie Pacifique & Afrique	10,3%	8,4%	14,6%	7,0%	9,8%
Amérique latine	24,6%	24,6%	21,5%	17,5%	21,4%
TOTAL	6,8%	4,5%	7,3%	5,4%	5,9%

Europe :

L'Europe enregistre une croissance organique de 3,6% au 4^{ème} trimestre 2011 tirée par les activités média, le digital et la publicité traditionnelle. A souligner le retour de la France à la croissance, la belle progression de la Grande Bretagne et la contribution significative de l'Allemagne, de l'Italie et de la Pologne dans le Reste de l'Europe.

Amérique du Nord :

Avec 6,8% de croissance en année pleine, l'Amérique du Nord dépasse les prévisions de marché malgré un léger ralentissement au 4^{ème} trimestre 2011. Cette performance a été assurée par le dynamisme d'Arnold, les activités médias et la croissance à deux chiffres de plusieurs agences locales.

Reste du monde :

L'**Asie Pacifique** affiche une croissance de 9,8% pour l'année 2011 et de 7,0% au 4^{ème} trimestre. Les deux locomotives de cette zone sont la Chine et l'Australie. 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.

2. Résultats

Le **Résultat Opérationnel Courant** s'élève à **220 M€ en 2011** contre 204 M€ en 2010. La **marge opérationnelle courante** ressort ainsi à **13,4%** du revenu en 2011 contre 13,1% en 2010. L'amélioration du niveau de marge opérationnelle courante de +30 points de base est liée à la poursuite d'une maîtrise rigoureuse des coûts (en témoigne l'évolution très encourageante des

frais de personnel qui passent de 61,7% à 60,9% en 2011). Les charges à caractère non récurrent dues aux restructurations et à des réorganisations qui se sont poursuivies en 2011 dans certaines régions, aux frais de déménagements et à des «goodwill impairment» limités, ont conduit à un Résultat Opérationnel de 197 M€ en 2011 contre 184 M€ en 2010 ; la marge opérationnelle passe de 11,8% en 2010 à 12% en 2011.

Fort de l'amélioration de la rentabilité opérationnelle, le **Résultat Net Part du Groupe** ressort à **120 M€ en 2011** et marque ainsi une progression de +9% par rapport à 2010. **Le Bénéfice net par action** s'élève à 28 centimes (€) contre 26 centimes (€) en 2010, en progression de 8%.

3. Structure financière

La **dette nette** s'élève à 37 M€ au 31 décembre 2011 contre une trésorerie nette de 87 M€ au 31 décembre 2010. Cette évolution s'explique essentiellement par l'acquisition du nouveau siège de Puteaux qui a représenté un investissement de 159 M€ qui a été autofinancé.

La **dette nette moyenne**² s'établit à 74 M€ par rapport à 75 M€ en 2010.

Les fonds propres ont progressé de 103 M€ pour atteindre 1,3 milliards d'euros au 31 décembre 2011, ce qui fait ressortir un ratio de dette nette quasi nul.

4. Dividende et Assemblée Générale

Le Conseil d'Administration a décidé de proposer à la prochaine Assemblée Générale des actionnaires un dividende de 11 centimes d'euros, soit 10% d'augmentation par rapport à 2010.

L'Assemblée Générale des actionnaires de Havas S.A. sera convoquée le jeudi 10 mai 2012.

Le revenu du 1^{er} trimestre 2012 sera publié d'ici le vendredi 11 mai 2012.

5. New Business Net¹

Le New Business Net¹ enregistré pendant l'année 2011 s'élève à 1,4 milliard €.

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

Havas Worldwide

Unilever : gain des activités digitales au niveau global pour les déodorants Dove. Suite au développement de la relation avec ce client, Euro RSCG a gagné 5 nouvelles marques d'Unilever en Asie et est devenu agence digitale de référence pour la marque Fair & Lovely (via Euro RSCG India). Dans les pays du Sud-Est asiatique les marques Dove Déodorants, Radiant/Rin, Citra et Vaseline ont choisi Euro RSCG tandis que la marque V05 a confié les activités médias sociaux à Euro RSCG London. Euro RSCG Mexico a gagné la marque Ades.

Sony : Euro RSCG Chicago a gagné Sony PlayStation Network et PS+ aux Etats-Unis pour les activités d'emailing, digital, médias sociaux, mobile and expérientiel. Euro RSCG Copenhagen gère désormais les activités TTL de Sony pour les pays Nordiques, Cake a été nommée agence de référence en médias sociaux pour le marché britannique, Euro RSCG Spain a gagné le lancement de la tablette Sony en Espagne et Arnold4D le business Sony Ericsson dans ce même pays.

Volvo : EHS 4D a gagné la centralisation de la campagne de marketing direct et e-marketing direct dans 17 pays de l'Union Européenne ainsi que le développement d'un programme d'eNewsletter sur 12 marchés.

Coty : Euro RSCG Worldwide PR a gagné la communication institutionnelle de Coty au niveau global.

IBIS : BETC Euro RSCG a gagné la campagne créative et les activités digitales de la chaîne hôtelière IBIS. BETC Digital est en charge de la création du nouveau portail de réservation pour IBIS dans 53 pays.

PRO-EUROPE : Euro RSCG a gagné le budget pan-européen de European Recycling trademark.

Pernod Ricard : Euro RSCG London a gagné au niveau global la campagne publicitaire pour les marques de vodka : Wyborowa, Wyborowa International et Oddka. Euro RSCG Sao Paulo a gagné le budget créatif de Teacher's whiskey. Project House, en Turquie, s'est vue attribuer les activités digitales pour Ballentine's, Euro RSCG Belgium les activités digitales, médias sociaux et expérientiel pour Havana Club. La campagne pour les marques de champagne de Pernod Ricard a été confiée à Euro RSCG Tokyo pour le Japon. Euro RSCG C&O a gagné le budget digital de Pernod Ricard qui inclut les activités médias sociaux, le site web ainsi que les applications mobiles.

Sanofi : Euro RSCG a étendu son partenariat avec ce client majeur et BETC se voit désormais responsable de la division BGM (Business Growth Management) au niveau global.

Reckitt Benckiser : Euro RSCG Worldwide PR a été sélectionné pour gérer le budget Durex (marque acquise par Reckitt Benckiser en 2011). Euro RSCG India a gagné la communication santé pour Paras (une autre acquisition récente de Reckitt) qui inclut 5 marques et Euro RSCG Singapore a été choisie pour le lancement digital de Dettol à Singapour et en Malaisie.

Van Cleef + Arpels : BETC Luxe a gagné la compétition pour le business publicitaire au niveau global.

Freescale : Euro RSCG San Francisco a été nommée agence de référence pour les activités globales de Freescale – (client gagné avec MPG).

Groupon : Euro RSCG Chicago a gagné Groupon en digital.

Deezer : Euro RSCG Worldwide PR a gagné la communication institutionnelle et les activités médias sociaux pour la plateforme musicale Deezer au niveau global.

New York Life : Euro RSCG New York a été nommée agence créative de référence pour NY Life.

Cockburns : BETC London a gagné le relancement global de Cockburn's.

Georgia-Pacific : Euro RSCG San Francisco a gagné le budget développement durable et responsabilité sociale de Georgia-Pacific's North American Consumer Products.

Air Mauritius a confié à Euro RSCG la refonte de son site web, l'e-marketing ainsi que les activités médias sociaux.

Metro Cash & Carry : Euro RSCG a été nommée agence de référence. Ce budget a été gagné par Euro RSCG Germany et Euro RSCG Czech Republic conjointement.

Arnold

Boston Bruins : (Champions de la Stanley Cup 2011) agence de référence aux Etats-Unis

Carbonite : (Service de backup en ligne) agence de référence aux Etats-Unis

The Climate Reality Project : (projet de l'ancien Vice Président Al Gore) pro bono

Dell (Division Small-to-Medium Business) : agence de référence globale

P&O Cruise Lines : (une division de Carnival Cruise Lines) agence de référence en Grande-Bretagne

Sanofi Aventis : (Arnold a gagné les budgets de plusieurs marques pharmaceutiques: **Lantus®**, **Lixisenatide**, **Apidra®**, **BGStar®**, **Aubagio**, **Lemtrada**, **Multiple Sclerosis Franchise** aux Etats-Unis)

Tribe Hummus/Veggie Patch : agence de référence aux Etats-Unis

Havas Media

Au niveau global :

Philips a été gagné par MPG & Media Contacts aux Etats-Unis, en France, en Amérique Latine et en Europe du Sud.

Air France : Havas Media International a gagné le budget global.

Au niveau global **Turismo de Mexico** a été gagné par MPG et Media Contacts et **Escada** a été gagné par MPG.

Liebeskind: gagné par MPG & Media Contacts pour les budgets globaux off et online

Nissan, **Coca Cola** et **Powerade** travailleront avec Havas Sports & Entertainment sur plusieurs projects au niveau global

Gains régionaux :

Belcorp et **Nextel** : gagnés par MPG en Amérique Latine

INSEAD : gagné par Havas Media International en Asie Pacifique

Haier : gagné par Havas Media International au niveau Européen

Megabrands : gagné par MPG Spain en France, UK, Portugal, Allemagne, Belgique et Italie

Medwins : gagné par MPG, Media Contacts UK et Media Contacts Spain

Polska - Polish Tourism Organisation : gagné par Arena Media Poland; Arena Media UK et Havas Media France

Au niveau local :

En Espagne : **Partido Popular** (Arena Media), **Freixenet**, **Maxxium**, **Port Aventura** (MPG)

Aux Etats-Unis : **Clarins** (MPG USA)

En Chine : **KIA** et **Nature's Bounty** (MPG China)

En France : **Crédit Agricole** (Havas Media France)

En Grande Bretagne : Arena Media UK a gagné le budget offline et online d' **Eurostar** et Havas Sports & Entertainment s'est vue attribuer un projet du meme client au niveau européen.

MPG et Media Contact UK on gagné **Lacoste** pour le marché britannique ainsi que sa coordination globale

Axa : gagné par MPG et Media Contacts en UK, UAE, Espagne, Pologne et Japon

Danone : gagné par MPG au Mexique et en Turquie

Mars : gagné par MPG Portugal et Havas Media France

Volvo, RJ Reynolds et Yellow Tail – gagné par MPG USA

Principaux gains en digital et médias sociaux :

Media Contacts a gagné le budget **Net-A-Porter.com** en Europe et en Asie

Havas Media International a gagné le budget de recherche pour **Clarins** en Europe

Mexico Tourism a été gagné par Havas Digital au niveau global

En Grande Bretagne Cake a été nommée agence médias sociaux et experiential pour **Sony**

En Espagne, iGlue a gagné la communication digitale d'**Iberostar**, MPG et Media Contacts **ICO**, Media Contacts **Mapfre** (MC), et iGue Spain **Verti**

Barceló a été gagné par Media Contacts USA, Media Contacts Spain et Media Contacts Mexico

Panasonic, The Economist, NPD Group: gagnés par Havas Digital USA

6. FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2011

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

Arnold Worldwide, porté par le dynamisme du new business global et le développement de ses clients à l'international, a ouvert un nouveau bureau à **Shanghai** et au **Costa Rica**. Ces nouvelles ouvertures s'inscrivent 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. 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. Cette start-up a déjà commencé à donner ses fruits avec les gains des budgets Cockburns Port, la campagne pour le nouveau candidat à la Mairie de Londres : Ken Livingstone, l'Association des officiers de police, les Hôtels Ibis, Cow & Gate, Warburtons Bread pour lequel l'agence a créé l'application Facebook Toastcard Warburtons qui permet de remonter le moral des amis en leur envoyant des toasts virtuel

BETC a l'ambition d'être présente aux Etats-Unis, au Brésil et en Asie.

c) Acquisitions et création d'entités spécialisées

- Havas a pris une participation majoritaire dans **Siren-communication**, agence de relations publiques basée à Singapour. Cette agence, désormais appelée **Euro RSCG Siren** est spécialisée dans les médias sociaux, les relations publiques digitales et la production de contenu.

- Havas a renforcé sa position de leader dans la communication santé grâce à une alliance stratégique avec l'une des plus grandes agences chinoises du secteur : **Medmed**
- 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. Dans le cadre du développement de cette marque, Havas a ouvert une filiale de Host à Singapour.
- Havas a acquis en avril 2011 l'agence intégrée **Strategy Farm**, désormais appelée Euro RSCG Worldwide Strat Farm. Cette agence est spécialisée dans le positionnement stratégique de haut niveau, digital, médias sociaux et CRM.
- 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 de TBWA. Socialistic collaborera avec les agences satellites du Groupe.
- Havas a lancé en février dernier la star-tup **Camp + King** dirigée par Jamie King et Roger Camp. Cette agence d'un nouveau genre vise à produire des 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, en Indonésie et aux Philippines. Mobext est actuellement présent sur 8 marchés au niveau mondial.
- **MPG Media Contacts** a créé au Royaume-Uni 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'appelle 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 l'unique CEO d'une holding à avoir été sélectionné par **Facebook** comme conseil et siège désormais au comité clients (*Facebook Client Council*) créé pour conseiller le réseau social en matière de publicité.

BLiNQ Media, leader mondial dans l'innovation technologique pour la publicité sur Facebook et 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**.
- **Kim Bartkowski** : Digital Creative Director chez Arnold WW New York venant de Digitas
- **Allyson Witherspoon** : a rejoint Euro RSCG New York en tant que Global Digital Brand Director, ex KBSP/Kirshenbaum Bond Senecal & Partners où elle gérait le budget BMW USA et précédemment Mercedes Benz USA chez & Merkle & Partners
- **Bob Macintosh** : a rejoint Host Sydney comme Digital Creative Director
- **Christian Johansen** : ex Ogilvy New York a rejoint Euro RSCG 4D Amsterdam en tant que Directeur Général
- **Michael Olaye** : ex *The Creative Partnership*, est devenu Directeur Technique d'Euro RSCG London
- **Angela Wei** : a rejoint Arnold New York en tant que Chief Digital Officer, ex Time Inc.
- **David Graham** : Directeur de la stratégie digitale chez Havas Digital en UK

e) Récompenses

PRIX

Lors du 58^{ème} Festival International de la Publicité à Cannes, le Groupe a remporté 23 Lions : 6 Lions d'Or, 9 Lions d'Argent et 8 Lions de Bronze ; soit deux fois plus qu'en 2009 et 2 de plus qu'en 2010. Le groupe a également reçu plusieurs récompenses notamment aux Clio Awards, aux Andy Awards, aux One Shows, aux New York ADC & LIAA awards, aux D&AD awards, au Festival de Media Global et aux Internationalist Awards for Media Innovation.

Les campagnes les plus primées en 2011 ont été : **Heineken - DosXX** de Euro RSCG New York (les suites de la campagne Most Interesting Man in the World) en film et radio; **Reckitt Benckiser - Shieldtox** Naturard 'Frog / Chameleon' de Euro RSCG Bangkok en print; **Amnesty International 'Mugshots'** de Fuel Lisbon en print ; **Monoprix - Non au Quotidien Quotidien** de Havas City en Design ; **Polish Cancer Federation** en média et en direct de Euro RSCG Warsaw ; **Reckitt Benckiser - Vanish Napisan Crystal White 'Sponsor the White House'** de Euro RSCG Sydney ; **Legacy for Truth** de Arnold Boston en film.

Citroën DS5 Twitterace (Euro RSCG Amsterdam) se classe dans le Top 10 des Campagnes Medias Sociaux de l'Année de AdAge/Book of Tens.

Plusieurs campagnes pour **Canal +** de BETC Euro RSCG ont aussi été très primées, notamment le film 'L'Ours', classé numéro 5 dans le Best Work 2011 par Creativity (AdAge).

Le succès de la campagne **Roller Babies (Evian-Danone)** par BETC Euro RSCG a perduré en 2011 et se classe 5^{ème} dans le Viral Video Charts/Top Creative campagnes 2011 établi par AdAge et Visible Measure.

En média, les campagnes les plus primées ont été : **Fidelity Investments 'Follow the Green line'** de MPG aux Etats-Unis ; **Mars/Pedigree 'My Ideal Dog'** Havas Media aux Etats-Unis et en Amérique Latine; **Nike Mexico City Cup** de MPG / Media Contacts/ Havas Sports au Mexique; **CoppaFeel! Boob Hijack** de AIS London; **Sparkassen 'Giro sucht Hero'** de MPG Germany; **Fnac 'yovivoefnac'** de Arena Media Spain; **The West End Partnership 'Get Lost in the West End'** de Cake London.

RECONNAISSANCES

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

The Holmes report a désigné **Abernathy MacGregor Group** comme **Agence de communication financière de l'année** et **Cake Group** comme **Agence de conseil consommation de l'année**.

Media Contacts Spain a été nommé **Meilleure Agence Digitale** aux Interactiva Magazine Awards pour la 8^{ème} année consécutive. Aux Premios a la Eficacia, **Arena Media Spain** a été élue **Agence Média l'Année** et aux Premios a Eficacia de Comunicaçao **Arena Media Portugal** a également été nommée **Agence de l'Année**.

Euro RSCG Sensors a été désignée **Agence la plus primée de l'année** aux Golden Clip Awards et la **plus grande agence de RP internationale** par l'Association des Agences de RP polonaises. **Euro RSCG Worldwide PR** a été nommé **Agence de l'Année** aux Golden Bridge Business Awards.

RECMA a classé **MPG France numéro un en termes de revenus et de qualité**

Euro RSCG 4D et **Euro RSCG Marketing House** ont été nommés **Agences de l'Année** par le *MMP Report*.

Le magazine *Media Monitor* a élu **Euro RSCG Portugal** comme **Agence de publicité de l'Année**.

MPG Mexico a été nommée **Agence de l'année** pour la deuxième année consécutive par *Merca 2.0*.

Aux Araw Awards **Media Contacts Philippines** a été désignée **Agence de l'Année** tout comme **MPG Mexico** et **Arena Media** aux Eagle Awards.

f) Havas et la responsabilité sociale

Intégrer les enjeux de la responsabilité sociale est au cœur des métiers et de la stratégie du Groupe.

- En termes d'impacts environnementaux directs, le groupe a dépassé tous ses objectifs en 2011. La consommation de papier par salarié a diminué de 35% en 2011, alors même que l'objectif du groupe était d'attendre ce chiffre d'ici 2015. La production de déchets par salarié a diminué de 12%, là encore l'objectif de réduction a été atteint en seulement un an. Les consommations d'eau et d'énergie ont également diminué.
- Une avancée du Groupe en 2011 a été d'inclure une clause développement durable des ses contrats fournisseurs, ainsi que des critères « responsables » dans des appels d'offres. En France, le Groupe Havas s'est fortement investi dans le développement d'une politique Handicap et a souhaité concrétiser ses engagements par la signature d'une Convention de Partenariat avec l'Agefiph le 28 mars 2011. L'année fut marquée par une progression du taux d'emploi des travailleurs handicapés de près de 30 % en France.
- Havas a démontré son engagement sociétal en créant la plateforme mondiale One Young World (sans but lucratif). Cet événement surnommé par CNN comme « *le Davos des jeunes* » met à disposition de jeunes talents une plateforme leur permettant d'engendrer des changements positifs. La seconde édition du sommet One Young World s'est tenue à Zurich en Suisse en septembre dernier et a rassemblé près de 1300 délégués venus de 170 pays, il n'y a pas d'autre événement à l'exception des Jeux Olympiques capable de représenter autant de pays. Pour tout savoir sur ce deuxième *Davos des jeunes* <http://www.oneyoungworld.com>.

La création des Social Business Idea™ témoigne également de la stratégie du Groupe dans ce domaine. Ce concept qui a été présenté dans *Who Cares Wins: Why good business is better business* de David Jones, se situe au croisement de la responsabilité sociale et des médias sociaux et explique que bien réussir et bien agir n'apparaissent plus comme mutuellement exclusifs.

Havas Media a reconduit l'étude "Meaningful Brands" pour la 4^e année. Havas est le seul groupe qui propose une analyse globale structurée et détaillée permettant de relier les marques aux facteurs de bien-être et de qualité de vie de leurs consommateurs.

En 2011, l'engagement sociétal du groupe c'est aussi une centaine de travaux réalisés en pro-bono pour le compte d'associations, d'ONG.

ANNEXE 1 : Informations financières

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

En Millions d'euros (M€)	2010	2011	Variation 2011/2010
Revenu	1 558	1 645	+6%
Charges de personnel	(961) ⁽¹⁾	(1002)	
Autres charges et produits d'exploitation	(393)	(424)	
Résultat Opérationnel Courant	204	220	+8%
Autres charges et produits opérationnels	(20)	(23)	
Résultat Opérationnel	184	197	+7%
Résultat financier	(33) ⁽¹⁾	(31)	
Résultat des sociétés intégrées	151	166	+10%
Charge d'impôt	(36)	(38)	
Résultat net de l'ensemble consolidé	115	128	+11%
Intérêts minoritaires	(5)	(8)	
Résultat net, part du Groupe	110	120	+9%
Nombre d'employés, fin de période	14 299	15 186	+6%

(1) L'intérêt sur la dette actuarielle s'élève à -1,8 million d'euros en 2011 et 2010, et -1,9 million d'euros en 2009. Cette nature de charge était incluse dans les « Charges de personnel ». Désormais, elle est présentée en « Autres produits et charges financiers ».

ANNEXE 2 : REVENU 2010

Revenu (en M€)	T1 2010	T2 2010	T3 2010	T4 2010	2010
EUROPE	179	218	190	252	839
<i>dont</i>					
France	70	88	75	94	327
Royaume-Uni	41	45	46	46	178
Reste de l'Europe	68	85	69	113	335
AMERIQUE DU NORD	114	131	127	137	509
RESTE DU MONDE	36	51	51	72	210
<i>dont</i>					
Asie Pacifique & Afrique	15	19	17	26	77
Amérique latine	21	32	34	47	134
TOTAL	329	400	368	461	1 558

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 15 000 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 :

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

29-30 quai de Dion Bouton 92817 Puteaux Cedex, France
Tel +33 (0) 1 58 47 80 00 Fax +33 (0) 1 58 47 99 99
SA au capital de 172 338 417,60€- 335 480 265 RCS Nanterre - APE 7311Z
www.havas.com – Suivez-nous sur Twitter : <http://www.twitter.com/HavasGroup/>