

Puteaux, vendredi 31 août 2012 – 17h45

Résultats 1^{er} semestre 2012

Revenu en progression de 8,4%

- **Croissance organique : +2,7% au 1^{er} semestre 2012 par rapport au 1^{er} semestre 2011**

Progression du Résultat Opérationnel de 9,4%

Marge Opérationnelle Courante : 11,9%

Amélioration de 20% du Bénéfice net par action retraité : 0,15€* au 1^{er} semestre 2012 contre 0,12€

Très bon niveau de New Business net¹ : 1 266 M€ au 1^{er} semestre 2012 contre 940 M€ au 1^{er} semestre 2011

David Jones, CEO Havas, déclare : « *Toutes nos régions demeurent en croissance au premier semestre 2012 tirées par l'Asie, l'Amérique Latine, les activités numériques ainsi que les médias et la communication santé. Le new business a connu l'une des meilleures performances de ces dernières années au premier semestre 2012 avec des gains importants tels Novartis, GSK, Intel Asus et Hershey's (digital) au niveau global, Sony Playstation, New York Life, Atlantic City, Lycra aux Etats-Unis ou encore Yili en Asie, Nokia en Inde et Volvo en Chine pour n'en citer que quelques uns.* »

Nous sommes satisfaits des opérations de croissance externe menées durant ce premier semestre, elles s'inscrivent complètement dans la stratégie d'acquisition d'Havas qui cible des agences tournées vers le futur et qui savent anticiper les besoins de nos clients grâce à la technologie, le digital et à la créativité. »

*Sur base du nombre d'actions en circulation au 30 juin 2012

1. CHIFFRES CLES

En M€	S1 2010	S1 2011	S1 2012	Variation S1 2012 / S1 2011
Revenu	729	765	829	+8,4%
Croissance organique	+1,8%	+5,6%	+2,7%	
Résultat Opérationnel Courant	84	95	99	+4,2%
Marge Opérationnelle Courante	11,5%	12,4%	11,9%	
Résultat Opérationnel	81	85	93	+9,4%
Marge Opérationnelle	11,1%	11,2%	11,2%	
Résultat net, Part du Groupe	49	53	56	+5,7%
Résultat net, Part du Groupe en % du revenu	6,7%	6,9%	6,8%	
Dette financière nette	129	105	510	
Bénéfice net par action (en€)	0,11	0,12	0,15*	+20%
Dette financière nette moyenne²	81	22	156	

* Bénéfice net par action retraité

2. COMMENTAIRE GENERAL

Le Conseil d'Administration, qui s'est réuni le vendredi 31 août 2012, a arrêté les comptes du 1^{er} semestre 2012. 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 829 M€ au 1^{er} semestre 2012 est en hausse de +8,4% en données brutes par rapport au 1^{er} semestre 2011. Le revenu du second trimestre s'élève à 442M€

→ La **Croissance organique** du Groupe (hors variations de change et de périmètre) ressort à +2,7% sur le 1^{er} semestre 2012 dont +3,5% au premier trimestre et +2,1% au second.

L'appréciation de l'Euro a eu un impact positif de 26 M€ sur l'ensemble du semestre.

Revenu et croissance organique par zone géographique :

Revenu (en M€)	T1 2012	T2 2012	S1 2012	Croissance Organique	T1 2012	T2 2012	S1 2012
EUROPE	193	224	417	EUROPE	1,1%	1,9%	1,5%
 dont				 France	5,1%	0,5%	2,6%
France	80	88	168	Royaume-Uni	-0,2%	2,3%	1,1%
Royaume-Uni	44	48	92	Reste de l'Europe	-2,4%	3,1%	0,6%
Reste de l'Europe	69	88	157				
AMERIQUE DU NORD	136	146	282	AMERIQUE DU NORD	3,6%	0,5%	2,0%
RESTE DU MONDE	58	72	130	RESTE DU MONDE	12,3%	6,7%	9,1%
 dont				 Asie Pacifique & Afrique	12,2%	9,0%	10,5%
Asie Pacifique & Afrique	27	33	60	Amérique latine	12,4%	4,8%	8,0%
Amérique latine	31	39	70				
TOTAL	387	442	829	TOTAL	3,5%	2,1%	2,7%

Europe : La zone Europe a réalisé une croissance de +1,5% sur l'ensemble du semestre écoulé. La France affiche un semestre positif à +2,6% contre +1,7% à la même période l'an dernier, grâce aux activités média, publicité et communication santé. La Grande-Bretagne, tirée par le digital, la publicité et la communication santé, progresse au deuxième trimestre et enregistre une performance en légère hausse sur le premier semestre 2012 par rapport au premier semestre 2011. Pour le reste de la zone Europe, la progression ressort à +3,1% au deuxième trimestre 2012 contre -2,4% au premier trimestre 2012.

Amérique du Nord : La croissance de cette zone est positive au premier semestre 2012 grâce au dynamisme des activités digitales, santé et publicité. Le second trimestre est pénalisé par un fort effet de base (pour rappel +9% au T2 2011) ; les gains réalisés au cours du premier semestre comme Hershey's, Sony Playstation, Disney ESPN, Phoenix University, American Eagle Outfitters, New York Life, Atlantic City, Intel Asus et Lycra témoignent de la compétitivité de nos agences.

Reste du monde : Excellent semestre pour l'Asie Pacifique portée par la Chine et l'Australie grâce aux gains de nouveaux budgets et au développement soutenu des clients existants.

La performance de l'Amérique Latine reste bonne sur le semestre mais subit un ralentissement au deuxième trimestre, néanmoins, le Mexique, l'Argentine, la Colombie et le Pérou affichent une croissance à deux chiffres.

→ Les Résultats

Le **Résultat Opérationnel Courant** s'élève à 99 M€ au 1^{er} semestre 2012 contre 95 M€ au 1^{er} semestre 2011 en progression de 4,2%. La **Marge Opérationnelle Courante** s'établit à 11,9% au 1^{er} semestre 2012.

Le **Résultat Opérationnel** a progressé de 9,4% et s'élève à 93M€ contre 85M€ pour la période équivalente 2011.

Le Résultat Financier se maintient malgré l'acquisition de l'immeuble de Puteaux effectuée fin 2011.

Le taux effectif d'impôt ressort à 26,5%.

Le **Résultat Net Part du Groupe** de 56 M€ au 1^{er} semestre 2012 est en hausse de 5,7% par rapport au 1^{er} semestre 2011 ressortant ainsi à 6,8% du revenu au 1^{er} semestre 2012. Le

Bénéfice Net par Action (basique et dilué) s'élève à 13 centimes (€) au 1^{er} semestre 2012 et à 15 centimes en retenant le nombre d'actions en circulation au 30 juin 2012, ce qui représente une progression de 20% grâce, en particulier, à l'effet relatif de l'OPRA réalisée au second trimestre.

→ La Structure financière

En conséquence du succès de l'OPRA, la structure financière au 30 juin 2012 a évolué avec un niveau de fonds propres qui s'élève désormais à 1 079M€ du fait de la réduction du capital. **La Dette Financière Nette** est de 510M€ au 30 juin 2012, ce qui représente un gearing de 47%. Compte tenu de la saisonnalité de l'activité, la dette financière nette au 31 décembre 2012 devrait s'améliorer sensiblement et représenter alors environ une année d'EBITDA.

La Dette Nette Moyenne² ressort à 156M€ au 1^{er} semestre 2012 notamment en raison de l'investissement immobilier réalisé au quatrième trimestre 2011.

3. NEW BUSINESS NET¹

Le New business net¹ du premier semestre 2012 a été très dynamique (en termes de billings - qui est la référence retenue par le marché - il s'est établi à **1 266 M€** au 1^{er} semestre 2012 contre 940 M€ à la même période l'an dernier, il s'agit de la meilleure performance semestrielle en new business depuis 10 ans.).

Intel Asus, Novartis, GSK et Giorgio Armani Parfums nous ont confié leurs campagnes publicitaires au niveau mondial. En outre **Sephora** nous a choisi pour sa communication interne globale et **Net-A-Porter.com** pour sa publicité en Europe et en Asie. Aux Etats-Unis le rythme a été soutenu avec des gains très importants tels que, **Sony Playstation, American Eagle Outfitters, Atlantic City, New York Life, Lycra, Bel Brands, Phoenix University, Hershey's, Claire's, Nature's Bounty et Center for Disease Control and Prevention**. En Europe nous avons gagné **Heinz Ketchup** (pan-européen) en stratégie digitale et campagne publicitaire, quatre nouvelles marques **Kraft** ont été gagnées en Italie, **AXA** en France, **Ideal Standard** en Grande-Bretagne, **Dr Theiss Naturwaren** en Allemagne et **Hyundai France**. Le dynamisme s'est confirmé en Asie Pacifique avec le gain de **Volvo** en Chine et de 6 nouvelles marques de laitages **Yili** (géant chinois de produits laitiers), **Carlsberg, Nokia** en Inde, le plus grand opérateur téléphonique indonésien **XL Indonesia** ou encore **Virgin Mobile** en Australie. **BBVA, Bavaria, Santander, DHL** ainsi que **Hyundai Motors Brazil** ont rejoint nos agences d'Amérique Latine.

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

4. FAITS MARQUANTS DU PREMIER SEMESTRE 2012

OPRA/OPAS

L'Offre Publique de Rachat d'actions portant sur près de 12% du capital, a rencontré un vif succès et a permis une augmentation du BNPA de 20%. D'autre part, l'offre publique d'achat simplifiée sur les bons de souscription ou d'achat d'actions portant sur la totalité des BSAAR 2006/2013 a également été très bien accueillie et a permis d'annuler les BSAAR acquis qui représentaient environ 8% de capital potentiel.

Havas Village : une offre sans équivalent sur le marché européen

Havas est le groupe de communication le plus intégré de son secteur avec une structure simple, claire et agile avec le digital au cœur de toutes ses activités et agences. En ligne avec sa stratégie, Havas a aménagé, en janvier 2012, dans son nouveau siège à Puteaux où sont désormais réunis plus de 2 200 professionnels de la communication.

Ce rapprochement qui créé un ensemble totalement intégré, fusionnant transversalité, expertise stratégique et excellence créative a donné naissance au HAVAS VILLAGE. L'ambition de ce projet étant d'offrir à chacun de nos clients un service alliant exigence créative, puissance et innovation avec le digital au cœur de toutes les activités.

Suite au rapprochement des équipes parisiennes, New York va suivre en mars 2013, toutes les agences medias, créatives et digitales déménageront dans un nouvel immeuble situé à Tribeca.

Acquisitions

Au cours du premier semestre 2012, Havas a réalisé plusieurs acquisitions d'agences représentant un investissement de l'ordre de 35M€ (hors EO/BO). Ces acquisitions ciblées renforcent Havas dans le domaine du numérique, de la technologie et de la création et sont parfaitement en ligne avec la stratégie d'acquisition du Groupe :

Boondoggle

Fin juin 2012, Havas a acquis une participation majoritaire dans **Boondoggle**, la plus grande agence numérique intégrée indépendante du Benelux. Cette transaction renforce le leadership de Havas dans le numérique en Europe et fera de la marque l'une des trois premières agences du Benelux.

Créée en 2007, Boondoggle emploie plus de 120 experts en digital et création dans ses bureaux de Amsterdam et de Louvain. L'agence offre des solutions totalement intégrées à des clients de premier plan comme les grandes marques nationales et internationales Coca-Cola, Nike, Heinz Europe, Iglo Europe, Belgacom, Thomas Cook, Tiense Suiker, Belfius, Kinepolis, Delhaize et Rabobank International Direct Banking.

Mediaxis

Après 9 ans de collaboration fructueuse, Havas Media a acquis une participation majoritaire dans l'agence Suisse Mediaxis basée à Zürich. La nouvelle entité s'appelle désormais **Mediaxis MPG** et occupe le top 3 des agences médias dans le marché suisse. Parmi ses clients prestigieux on compte Reckitt Benckiser, Danone, Lindt, Barclays et Hermes.

Creative Lynx

En mai 2012 Havas a annoncé l'acquisition d'une participation majoritaire dans **Creative Lynx**, la meilleure agence de communication numérique dans le domaine de la santé et du bien-être en Europe, qui a recueilli 26 prix de l'innovation numérique au cours des trois dernières années et a innové en publicité dans les médias sociaux, le marketing bi-directionnel et le mobile. Cette opération renforce la position de Havas dans le secteur de la communication santé en apportant au réseau mondial Havas Worldwide Health une plus forte puissance en digital et le savoir-faire créatif de Creative Lynx. L'agence est basée à Manchester et dispose d'un bureau régional à Genève (Suisse).

Havas Media Ortega

Havas Media a poursuivi ses investissements aux Philippines en lançant **Havas Media Ortega** dont la nouvelle équipe de direction est composée par des acteurs reconnus du monde de la publicité, des médias et du numérique. Havas Media Ortega intègre deux des agences philippines actuelles de Havas Media : MPG, Media Contacts ainsi que Collab et la marque Mobext qui est aujourd'hui la plus grande agence de marketing mobile et numérique des

Philippines. Havas Media Ortega sera la première agence média full-service, investissant massivement dans toute la gamme de prestations proposées.

Ignition

En avril dernier, Havas Media a renforcé l'offre "Brand Engagement" du réseau Havas Sports & Entertainment par l'acquisition de l'agence indépendante **ignition**, agence de marketing événementiel, leader dans la création d'expérience de marque, largement primée, présente aux Etats-Unis, à Londres et à Moscou. **ignition** possède un portefeuille de clients prestigieux, avec des marques telles que American Express, BP, Delta Air Lines, ESPN, Kia, United Nations Foundation, Victoria's Secret et The Coca-Cola Company (avec laquelle elle bénéficie du statut de 'Partenaire mondial').

Victors & Spoils

Début avril, Havas a annoncé l'acquisition d'une participation majoritaire dans **Victors & Spoils**, première et plus grande agence créative mondiale basée sur les principes du «crowdsourcing ». Cette acquisition permet à Havas de bénéficier d'une technologie unique et d'un savoir-faire marketing innovant. Ce modèle a déjà été adopté par beaucoup de grands annonceurs tels que Chipotle, Coca-Cola, Converse, Crocs, Discovery Channel, Dish, GAP, General Mills, Harley Davidson, Levi's, Mercedes Benz, Oakley, PayPal, Smartwool, Smashburger, Unilever, Virgin America, WD-40, etc.

Responsabilité sociale

Fidèle à sa stratégie et à son engagement, Havas a poursuivi et renforcé sa politique RSE à travers :

- des actions de sensibilisation en France : telles que le lancement du site d'informations Handi'cap, le partage de bonnes pratiques à travers des newsletters quotidiennes durant la semaine du Développement Durable qui a eu lieu en Avril,
- en 2011 les émissions de gaz à effet de serre (GES) du Groupe se sont élevées à 97 200 t. éq CO2, soit 6 t.éq CO2 par salarié. Cela représente une baisse de 15% des émissions par salarié par rapport à 2010. Un objectif encore plus ambitieux a été fixé : diminuer ses émissions de gaz à effet de serre (GES) par salarié de 20% d'ici 2015.
- son engagement sociétal avec la création de la plateforme mondiale One Young World (sans but lucratif). Cet événement surnommé par CNN comme « le Davos des jeunes » met à disposition de jeunes leaders une plateforme leur permettant d'engendrer des changements positifs. La troisième édition du sommet One Young World (<http://www.oneyoungworld.com>) se tiendra à Pittsburgh en Octobre prochain où sont attendus 1 500 délégués essentiellement de moins de 25 ans, venant de 190 pays.

5. NOMINATION DE MONSIEUR YANNICK BOLLORE EN TANT QUE DIRECTEUR GENERAL DELEGUE

Sur proposition de Monsieur David Jones, le Conseil d'Administration a nommé Monsieur Yannick Bolloré Directeur Général Délégué. La direction générale de Havas est donc désormais assurée par Messieurs David Jones, Directeur Général, Yannick Bolloré et Hervé Philippe, Directeurs Généraux Délégués

6. CALENDRIER

Le revenu du 3^{ème} trimestre 2012 sera publié d'ici mi-novembre 2012.

ANNEXE 1 : INFORMATIONS FINANCIERES

En M€	S1 2011	S1 2012	Variation S1 2012 / S1 2011
Revenu	765	829	+8,4%
Croissance organique	+5,6%	+2,7%	
Résultat opérationnel courant	95	99	+4,2%
Marge opérationnelle courante	12,4%	11,9%	
Résultat opérationnel	85	93	+9,4%
Marge opérationnelle	11,1%	11,2%	
Résultat financier	(14)	(14)	
Charges d'impôts	(16)	(21)	
Résultat net de l'ensemble consolidé	55	58	+5,5%
Résultat net de l'ensemble consolidé en % du revenu	7,2%	7,0%	
Résultat net, Part du Groupe	53	56	+5,7%
Résultat net, Part du Groupe en % du revenu	6,9%	6,8%	
En M€	au 30 juin 2011	au 30 juin 2012	Variation S1 2012 / S1 2011
Capitaux propres consolidés	1 175	1 079	-8%
Dette financière nette	105	510	+386%
Dette financière nette / Capitaux propres consolidés	0,09	0,47	
Bénéfice net par action (en €)	0,12	0,15*	+20%
Dette nette moyenne ²	22	156	+609%

* Bénéfice net par action retraité

Revenu (en M€)	T1 2011	T2 2011	S1 2011	T1 2012	T2 2012	S1 2012
EUROPE	190	216	406	193	224	417
<i>dont</i>						
France	75	87	163	80	88	168
Royaume-Uni	43	43	86	44	48	92
Reste de l'Europe	72	86	157	69	88	157
AMERIQUE DU NORD	125	127	252	136	146	282
RESTE DU MONDE	47	61	107	58	72	130
<i>dont</i>						
Asie Pacifique & Afrique	19	23	41	27	33	60
Amérique latine	28	38	66	31	39	70
TOTAL	361	404	765	387	442	829
Croissance Organique	T1 2011	T2 2011	S1 2011	T1 2012	T2 2012	S1 2012
EUROPE	+3,8%	-0,9%	+1,3%	1,1%	1,9%	1,5%
<i>dont</i>						
France	+4,9%	-0,9%	+1,7%	5,1%	0,5%	2,6%
Royaume-Uni	+2,4%	-2,3%	+0,0%	-0,2%	2,3%	1,1%
Reste de l'Europe	+3,5%	-0,7%	+1,5%	-2,4%	3,1%	0,6%
AMERIQUE DU NORD	+7,2%	+9,0%	+8,1%	3,6%	0,5%	2,0%
RESTE DU MONDE	+19,5%	+18,0%	+18,2%	12,3%	6,7%	9,1%
<i>dont</i>						
Asie Pacifique & Afrique	+10,3%	+8,4%	+9,2%	12,2%	9,0%	10,5%
Amérique latine	+24,6%	+24,6%	+24,6%	12,4%	4,8%	8,0%
TOTAL	+6,8%	+4,5%	+5,6%	3,5%	2,1%	2,7%

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

Havas Worldwide

Q1

Ambank : Euro RSCG Malaysia nommée agence de référence

American Eagle Outfitters : Arnold

Atlantic City : Euro RSCG New York nommée agence de référence

Banesto: Euro RSCG Spain a gagné les activités digitales

BBVA: Euro RSCG Colombia a gagné les activités médias sociaux

Burger King : a choisi Cake UK comme agence "consumer" en UK et en Irlande

Carlsberg: Euro RSCG APAC a gagné les activités de publicité ATL, digital, médias sociaux, RP et activation. Ces activités seront gérées par une équipe intégrée basée à Singapour, Malaisie et Hong Kong.

Claire's : Euro RSCG Chicago a gagné le budget global des accessoires Claire's

DHL : Euro RSCG Mexico a gagné les activités publicitaires de DHL

eHarmony : gagné par Euro RSCG Brazil

EON : EHS 4D a gagné le marketing relationnel de EON

Expedia: Euro RSCG 4D Matrix a gagné les activités de recherche pour l'opérateur en Inde

Grupo Vitro : Euro RSCG Mexico a gagné la communication intégrée pour Vitro

GSK : Euro RSCG Life

Häagen Dazs : Euro RSCG Middle East a gagné le budget Häagen Dazs en RP au niveau régional

Haribo: Euro RSCG Moscow a gagné les activités numériques

HBO : Cake UK a gagné la campagne pour la sortie du DVD de la série Games of Thrones

Ideal Standard : a choisi Euro RSCG London pour gérer sa publicité au niveau pan-européen

Idesa : Euro RSCG Middle East a gagné les activités RP

Kraft: Euro RSCG Milan a gagné les activités médias sociaux pour la marque Fonzies et le numérique pour Hag et Sottilette

La Roche-Posay: Euro RSCG BETC 4D a gagné le business digital

Lycra : Euro RSCG San Francisco nommée agence globale de référence

Nokia: Euro RSCG choisie pour gérer les activités numériques de Nokia en Inde

Pekao Bank : Euro RSCG Warsaw nommée agence de référence

Peugeot : Euro RSCG Malaysia a été nommée pour développer la campagne régionale de lancement d'un nouveau modèle de voiture et Euro RSCG Prague a gagné un événement de lancement pour Peugeot

Sony Playstation: Euro RSCG Chicago a gagné le business digital, média sociaux, mobile et expérientiel pour le réseau PlayStation et PS+ en Amérique

Superbock : Euro RSCG Lisbon a gagné les activités publicitaires, digitales, packaging, point de vente et événementiel de la bière Superblock

Telefonica : Euro RSCG Prague a été choisie pour gérer la publicité BTL

Thomas Cook : Euro RSCG London a gagné le budget publicitaire

Volvo China : Arnold

Yili: Euro RSCG China nommée Agence de référence pour 6 marques de laitages Yili

Q2

Aivoria: Euro RSCG Malaysia a gagné les marques Elianto, Bonita et Tiamo du Aivoria

AXA: Euro RSCG C&O en RP

Bel Brands: Euro RSCG Chicago a gagné le budget publicité

Belvedere: Euro RSCG Toronto choisie pour gérer les activités medias sociaux

BIC: Euro RSCG Milan a été sélectionnée pour les activités BTL et medias sociaux et Euro RSCG Dubai pour la publicité

British Petrol: Project House en digital

Chicco: Euro RSCG Sao Paulo a été choisie pour les activités digitales, ATL et BTL

Comptoir des Cotonniers: BETC Luxe

Ferrero: Euro RSCG Klan (Turquie) en digital et medias sociaux

Giorgio Armani: BETC Luxe a été choisie pour gérer la publicité pour Giorgio Armani Fragrance Business (Acqua di Gio, Acqua di Gioia, Code Luna...) et Giorgio Armani Beauty business (soins et maquillage)

IBIS hotels: The Red Agency a gagné le budget RP et communications pour Ibis (Groupe Accor), et Euro RSCG Dubai a gagné les activités publicités pour Accor

Intel Asus : Euro RSCG Chicago

KB Bank: Euro RSCG Prague a gagné les activités en medias sociaux pour Komerční Banka

La Caixa: Euro RSCG Spain pour La Caixa Private & Personal Banking

Lego: Euro RSCG Prague pour les activités en medias sociaux

Novartis : Euro RSCG Life

Parry Neutraceuticals: Euro RSCG 4D Matrix.

P&G: Project House a été choisie pour gérer les activités en digital pour les marques Gillette, Pantene et Wella et Euro RSCG 4D Milan a gagné le budget pour les medias sociaux pour Nurofen.

Reckitt Benckiser: Euro RSCG Corporate Communications Middle East va gérer les RP pour Gaviscon, Scholl, Veet et Clearasil

Samsung: BETC London a été sélectionnée pour piloter un projet global pour Samsung Smart TV

Sanofi: C&O a été nommée pour gérer la communication interne pour sanofi France

Sephora: C&O a gagné la communication de recrutement à l'international

Sony Playstation: Euro RSCG Austria a été choisie pour l'activité BTL

Thalys: Rosa Park a gagné les activités communication, media, CRM et medias sociaux pour Thalys en France, en Belgique, en Allemagne et au Pays-Bas.

Thomas Cook: Euro RSCG PR Manchester

Virgin Mobile: Euro RSCG Sydney a été nommé parmi les agences de référence de Virgin Mobile

Havas Media

Q1

Atlantic City Alliance : MPG Media Contacts USA

Adeslas Segurcaixa : MPG Media Contacts Spain

Bavaria : Arena Media Colombia

Burger King : Havas Sports & Entertainment / Cake UK

Carnival Cruises : MPG Media Contacts UK

Cencosud : Arena Argentina

Center for Disease Control and Prevention : MPG Media Contacts USA

Ceresita : MPG Chile

Dyson : MPG Media Contacts Spain

Edun : MPG Media Contacts USA

Evo / NovaCaixaGalicia : MPG Media Contacts Spain

Freixenet : MPG Germany

Grefusa : MPG Spain

Nölke / Gutfried : MPG Germany

Hawaianas : Havas Media International (Etudes)

Huawei : MPG Germany au niveau pan-européen

Hyundai : MPG China

Lansay : Havas Media France

Lierac / Ales Groupe : Havas Media France

Mundo Fox : MPG Media Contacts USA

Naranya : iGlue Brazil

Nature Bounty : MPG Media Contacts USA

Net-A-Porter.com : MPG Media Contacts

Odesur Juegos Sudamericanos Santiago 2014 : Havas Sports & Entertainment Chile

Parle : MPG India

Perfume Holding : Havas Media International Global

Penguin : MPG Media Contacts UK

Pokerstars : MPG Media Contacts Spain

Puig / Paco Rabanne : Havas Sports & Entertainment / Cake Paris

Reckitt Benckiser : MPG Austria et Switzerland

Relais & Chateaux : Havas Media International Europe

Roland Garros : Havas Sports & Entertainment France & Havas Sports & Entertainment China

Santander : Arena Media Chile et Spain

Sony : Havas Sports & Entertainment Miami

StriVectin : Havas Sports & Entertainment / Cake USA

Grupo Vips : MPG Media Contacts Spain

Whirlpool : Havas Media International Miami

Aeroflot – HVM NEC / Arena Russia. Won France, Italy, Germany, China, Japan, Korea

Azco Nobel – Havas Sports & Entertainment Global – Sponsorship Strategy

Betfair – Arena Media UK

Beauty Prestige International – MPG APAC (6 markets)

Corpbanca – Arena Media Colombia

Coty – Havas Media International Paris Consulting project

Desjoyaux – Havas Digital France

Dr. Theiss Naturwaren – MPG Germany

Grupo Planeta (CEAC & Home English) – Arena Spain

Far East Organization – MPG International Singapore - Singapore is main coordinating agency for media buys in China, Indonesia and Malaysia

Laboratorios Ferrer – MPG MC Spain

Fox en Español – MPG USA

Hunkemoller – MPG Netherlands – Account for Spain, Denmark, France and Austria.

Hyundai – Havas Media France

Joyoung – Media Contacts China

JTI – Arena UK

Lacoste – Media Contacts UK

Lancome – Media Contacts Brazil

Land's End – MPG Germany

Lenovo – Arena Mexico

Laboratorios Liomont – MPG Mexico

NBA – Media Contacts US

NFL – Media Contacts US

Now TV – Cake UK (Havas Sports & Entertainment) – Launch event and PR activities

PayPal – MPG MC UK

Procter & Gamble – Mobext Philippines

Qatar Airways – Media Contacts Brazil

Sab Miller – Arena Argentina - Won Miller, Isenbeck, Warsteiner brands

Saudi Telecom – Havas Sports & Entertainment – Sponsorship and content creation

SNCF – Havas Media International Paris for Europe

Snow Beer – Media Contacts China

Sony – MPG Mexico

Taikang Insurance – Media Contacts China

Temasek Holdings – MPG/MC Singapore

TVS Tyres – MPG India

XL – MPG MC Indonesia

ANNEXE 3 : RECOMPENSES AU 1^{ER} SEMESTRE 2012

Au cours du deuxième trimestre 2012, plusieurs festivals publicitaires ont récompensé de nombreuses agences du Groupe. Les principaux prix sont :

Lors du 59^{ème} **Festival International de la Créativité** à Cannes, le Groupe Havas a remporté un total de 27 Lions :

BETC a gagné 6 Lions, décrochant le Grand Prix en film craft, 3 Lions d'Or en film craft, 1 Lion d'Or en film et 1 Lion d'Argent en film craft pour l'Ours pour Canal+. C'est la première fois depuis 1991 qu'un Grand Prix a été décerné pour un film à Cannes.

Le reste du palmarès :

- Huit Lions d'Argent ont été gagnés : deux pour **Euro RSCG Sydney** pour Reckitt Benckiser/Vanish Napisan Crystal White "Sponsor the White House" en promo et activation; trois en media pour AB Imbev/Pilsen "Live Explosions" d'**Euro RSCG Gurisa** (Uruguay), Mars/Pedigree "The TV Star That Saved Millions of Dogs" de **Havas Sports & Entertainment Buenos Aires** et MCM "Pizzas" de **BETC Paris** ; **Euro RSCG Spain** a gagné un Lion d'Argent en outdoor pour Reckitt Benckiser/Strepsils "Weight Lifter/Birth /Parachute" et **Euro RSCG New York** en film pour la campagne DosXX pour Heineken.
- Treize Lions de Bronze ont été gagnés : trois en PR - deux pour Reckitt Benckiser/Vanish Napisan Crystal White "Sponsor the White House" pour **Euro RSCG Sydney** et **Red Agency** et un pour Pacific Brands "Search for Australia's Well Worn Volleys" - **One Green Bean** (Australia) ; cinq en media – deux pour Evian "Live Young" de **MPG/MC New York**, 1 for Ikea 'Happy to Bed' - **MPG/MC London/Cake London**, 1 for Sparkasse 'Giro Seeks Hero' - **MPG Frankfurt**, un pour The Metropole Orchestra "Save an Orchestra" – **Euro RSCG Amsterdam**; un en Outdoor pour Canal+/Borgia "Discover what you shouldn't have" de **Cake Paris**; un en Press pour Toshiba TV "Fat Man/Couple" d'**Euro RSCG Spain**; un en Film Craft pour Tiense Suiker "T-man" d'**Euro RSCG Brussels**; deux en Brand Content – un pour Air New Zealand "The Kiwi Sceptics" de **Host Sydney** et un pour Mars/Pedigree "The TV Star That Saved Millions of Dogs" de **Havas Sports & Entertainment Buenos Aires, MPG & MC Buenos Aires**.

Aux **Clio Awards** le Groupe a gagné un total de seize récompenses, doublant ainsi son score de l'année dernière. **BETC** a gagné trois Gold et un Silver en film pour l'Ours pour Canal+ et un Bronze pour Air France "L'Envol". Euro RSCG New York s'est vu décernée un Silver en film et un Bronze en radio pour la campagne Heineken/Dos XX. **Euro RSCG London** a reçu un Gold en film pour Reckitt Benckiser/ Durex "Vinyl" et un Silver en film pour Chivas UK "Big Bear". **Euro RSCG Düsseldorf** a gagné un Silver en film pour Aktion Deutschland hilft/Fundraising for Japan "Seismograph" et un Silver en design pour Innofact AG "Masterpieces 2012". **Fuel Lisbon** a reçu un Silver en print pour sa campagne "Mugshots" pour Amnesty International. **Euro RSCG Amsterdam** et **Euro RSCG Worldwide PR** ont gagné respectivement un Silver en RP pour The Metropole Orchestra "Save an Orchestra" et pour Sears Holding Corp. "Heroes at Home". **Euro RSCG Zürich** a également gagné un Silver en radio pour sa campagne pour Peugeot et **Host Sydney** a reçu un Bronze en content & contact pour Sydney Water "Tap".

Aux **One Shows**, BETC Paris a gagné un Gold et un Silver en film pour l'Ours pour Canal+ ; **Fuel Lisbon** deux Bronze (print et outdoor) pour sa campagne "Mugshots" pour Amnesty International et **Euro RSCG Zürich** un Silver en radio pour sa campagne pour Peugeot.

Au **D&AD**, **BETC Paris** a gagné quatre Yellow Pencils pour Canal+ "l'Ours" et **Euro RSCG London** s'est vue attribuée 2 Yellow Pencils pour Alberto Culver/VO5 "Pageant".

Au **New York ADC**, **BETC** a gagné 3 Gold et 2 Silver pour Canal+ "l'Ours" et a été nommée Agence de l'Année.

Aux **Andy Awards**, **BETC Paris** a été récompensée par trois Gold pour Canal+ "l'Ours".

Aux **New York Festivals** Havas Worldwide a gagné sept prix : **BETC Euro RSCG** six au total pour Canal+ "l'Ours" – un Grand Award, quatre Gold et un Silver, et **Fuel Lisbon** un Gold.

Aux **Internationalist Awards for Media Innovation**, Havas Media a gagné un total de huit récompenses. **MPG Germany** s'est vu décerner le Grand Prix pour Sparkasse "Giro Seeks Hero"; cinq Gold ont été gagnés par **MPG Media Contacts/Mobext USA** (Volvo "Augmented Reality"), **MPG/MC New York** (Evian "Live Young"), **Media Contacts Brazil** (SOS Fauna "Elevator"), **Havas Sports & Entertainment Buenos Aires** (Mars/Pedigree "Kymba") et **HS&E/AIS/ MPG/MC Mexico** (Peugeot "Roadie") ; deux Silver ont été gagnés par **MPG Media Contacts UK** (EDF Energy "Greening London Skies") et **MPG Media Contacts USA** (Volvo "Biggest Fan of the Big East").

AIS London a gagné aux **John Caples** un Silver pour CoppaFeel! "Boob Hijack".

Un Bronze a été attribué à **MPG / Media Contacts / AIS Spain** pour 3M/Scotch Brite "No Raya" aux **El Sol Awards**.

Aux **Sabre European Awards**, **Cake London** a gagné le prix de la Meilleure Campagne avec des honoraires inférieurs à £50k, et du Meilleur Jeu pour Carphone Warehouse.

Lors des **Latin America Advertising & Media Awards**, **Havas Media Miami** a été primée pour la Meilleure Campagne Digital Pan Régional pour Puig "Paco Rabanne's Lady Million Blog".

Plusieurs agences du Groupe ont été nommées Agence de l'Année: **Cake Group** a été nommée Agence de l'Année par *The Holmes Report* ; **MPG Mexico** a été nommée Agence de l'Année pour la 2e année consécutive par le magazine *Merca2.0* ; **Euro RSCG Prague** est la meilleure agence selon AKA ; **Havas Media Belgium** a été nommée Agence Media de l'Année pour la 2e année consécutive aux AMMA Awards ; aux Marketeer Awards **MPG Portugal** était élu Agence Media de l'Année ; Marketing et Media a nommé **Euro RSCG Poland** Groupe de Publicité de l'Année ; **BETC Paris** a été nommée Agence de l'Année aux New York ADC.

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 (233 bureaux dans 75 pays incluant les marques Euro RSCG, Euro RSCG Life, Euro RSCG 4D and Euro RSCG WW PR), le micro réseau Arnold (16 agences dans 15 pays sur 5 continents) ainsi que des agences à forte identité locale. Havas Media (présent dans plus de 100 pays) 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 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 nette moyenne mensuelle. 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
Tél : +33 (0)1 58 47 90 36
Lorella.gessa@havas.com

Relations Investisseurs:

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