

Puteaux, jeudi 21 mars 2013

## RESULTATS 2012

- **Revenu : 1 778 M€** sur l'année 2012
  - **Revenu du Groupe +8% ; Croissance organique +2,1%**
  - **17%** des revenus proviennent des marchés dynamiques d'**Amérique Latine**, d'**Asie Pacifique** et d'**Afrique**
- **Les activités digitales et médias sociaux** représentent **26%** du revenu
- **New Business net<sup>1</sup> solide : 1,7 milliard €** vs 1,4 milliard € (**+ 22%**)
- **Résultat Opérationnel Courant de 240 M€** en 2012 contre 220 M€ en 2011, en progression de **+9,1%**
  - **Marge opérationnelle courante 13,5% (+10 points de base)**
- **Résultat Net Part du groupe de 126 M€** en 2012 vs 120 M€ en 2011 en hausse de **+5,0%** par rapport à 2011
- **Bénéfice Net par action retraité 33 centimes (€)** en 2012 sur la base du nombre d'actions en circulation au 31 décembre 2012, en **progression de +16%**
- **Dette financière nette<sup>2</sup> : 168 M€** au 31 décembre 2012 contre une trésorerie nette de 44 M€ au 31 décembre 2011, après rachat de titres à hauteur de 269 M€

**David Jones**, CEO de Havas, déclare : «2012 a été une belle année pour Havas qui a vu sa rentabilité progresser, sa structure évoluer et une croissance solide dans les marchés stratégiques. A souligner l'amélioration, année après année, de la marge avec un bon potentiel de progression dans les années à venir. Les agences du Groupe ont réalisé une bonne performance en termes de new business, aussi bien au niveau global que régional et local. Nous avons aussi continué de croître dans les pays émergents ainsi que dans nos activités digitales. La simplification de la structure du Groupe et le rebranding de nos réseaux renforcent davantage notre agilité et notre intégration qui place le numérique au cœur de toutes nos activités, ce qui constitue pour nous un avantage compétitif unique au sein de notre industrie. Malgré une économie européenne qui reste incertaine, nous sommes confiants sur notre capacité à assurer des résultats solides et à créer de la valeur pour nos actionnaires sur le long terme».

<sup>1</sup> Voir définition page 12

<sup>2</sup> Cf tableau page 11 et définition page 12

Le Conseil d'Administration, qui s'est réuni le 21 mars 2013, a arrêté les comptes annuels et consolidés de l'exercice 2012. Ils seront soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires qui aura lieu le 5 juin 2013.

## CHIFFRES CLES

En Millions d'euros (M€)	2012	2011	2012/ 2011
Revenu	1 778	1 645	+8%
Croissance organique	2,1%	5,9%	
Résultat opérationnel courant	240	220	+9%
Marge opérationnelle courante (%)	13,5%	13,4%	
Résultat net, Part du Groupe	126	120	+5%
Bénéfice net par action (en centimes €) <sup>(1)</sup>	33	28	+16%
Dette / (Trésorerie) nette au 31 décembre	168	(44)	
Dividende* (en centimes €)	11	11	

<sup>(1)</sup> Avec nombre de titres au 31 décembre

\*Dividende 2012 proposé à l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires mercredi 5 juin 2012.

Les procédures d'audit sur les comptes annuels et consolidés ont été effectuées. Les rapports de certification seront émis après vérification du rapport de gestion.

### 1. Revenu

**Le revenu du Groupe s'élève à 1 778 M€ sur l'année 2012 ce qui représente une hausse de 8,0% en données brutes par rapport à 2011.**

**La croissance organique est de +2,1% sur l'ensemble de l'année 2012. La part du revenu du Groupe dans les activités digitales et médias sociaux continue de progresser et représente désormais 26% du revenu global du Groupe.**

Au cours de l'année 2012, l'Euro s'est déprécié vis-à-vis du dollar US, l'impact de change a ainsi favorisé l'évolution du revenu de 41 M€ sur l'année sur cette devise uniquement. Au total, l'impact de change est de 63 M€.

La répartition du revenu par zone géographique a été publiée le 19 février 2013.

### 2. Résultats

**Le Résultat Opérationnel Courant s'élève à 240 M€ en 2012 contre 220 M€ en 2011. La marge opérationnelle courante ressort ainsi à 13,5% du revenu en 2012 contre 13,4% en 2011, soit une amélioration du niveau de marge opérationnelle courante de +10 points de base, grâce en particulier à une bonne maîtrise des charges d'exploitation.**

Le Résultat Opérationnel est de 219 M€ en 2012 contre 197 M€ en 2011 ; la marge opérationnelle passe de 12% en 2011 à 12,3% en 2012.

Le **Résultat Net Part du Groupe** ressort à **126 M€ en 2012** contre 120 M€ en 2011 et marque ainsi une progression de +5%. La charge d'impôt du Groupe augmente significativement cette année passant de 23% à 29% du résultat avant impôt. Le **Bénéfice net par action** s'élève à 31 centimes (€) contre 28 centimes (€) en 2011, en progression de 10,7%.

### 3. Structure financière

La **dette nette** s'élève à 168 M€ au 31 décembre 2012 contre une trésorerie nette de 44 M€ au 31 décembre 2011. Cette évolution s'explique notamment par les décaissements liés à l'OPRA et l'OPAS réalisées en juin 2012 pour un montant total de 268,7 M€. La **dette nette moyenne**<sup>2</sup> s'établit à 225 M€ par rapport à 12 M€ en 2011.

Les fonds propres s'élèvent à 1,1 milliard d'euros au 31 décembre 2012, en baisse de 170 M€ dû à la réalisation de l'OPRA et l'OPAS. Le ratio de dette nette sur capitaux propres ressort à 14,8%.

La dette nette présentée en 2012 exclut principalement les dettes des earn-out et buy-out (soit 100M€ environ) conformément à la pratique des concurrents anglo-saxons de Havas et à celle du Groupe Bolloré qui intègre globalement Havas depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2012. La dette nette comparative 2011 a été retraitée en conséquence.

Le tableau en annexe expose le passage de l'ancienne à la nouvelle définition de la dette nette.

### 4. Dividende et Assemblée Générale

Le Conseil d'Administration a décidé de proposer à la prochaine Assemblée Générale Mixte des actionnaires un dividende de 11 centimes (€), au même niveau que l'année 2011.

L'Assemblée Générale Mixte des actionnaires de Havas S.A. sera convoquée le mercredi 5 juin 2013.

Le revenu du 1<sup>er</sup> trimestre 2013 sera publié d'ici le 10 mai 2013.

### 5. New Business Net<sup>1</sup>

Le New Business Net<sup>1</sup> enregistré pendant l'année 2012 s'élève à 1,7 milliard € contre 1,4 milliard € en 2011.

L'année 2012 a ainsi été marquée par de très nombreux gains pour les agences du groupe, tant au niveau mondial que régional et local, ci-dessous les principaux :

Au niveau global :

Ainsi, Havas Worldwide BETC a été choisie comme agence intégrée pour **Louis Vuitton** ainsi que pour **Berluti**. **Intel Asus**, **Novartis**, **GSK** et **Giorgio Armani Parfums** nous ont confié leurs campagnes publicitaires. **Sephora** nous a choisis pour sa communication interne. Havas Worldwide a gagné l'activité mondiale de données pour **Unilever** et a été désignée agence digitale de référence pour la marque d'assouplissant **Snuggly**. Havas Worldwide Munich a gagné la communication institutionnelle et toutes les activités RP d'**Osram** pour le monde. **Philips** a également confié sa stratégie digitale au groupe Havas.

Havas Media International France a gagné le budget global de **Deezer**. Havas Media Asia Pacific a été choisie par le groupe d'hôtellerie de luxe **Shangri-La Hotels & Resorts**. Havas Media a également gagné le budget de **Rémy Cointreau** et Arena Miami a été choisie par **Natura** pour

gérer leur budget sur 5 marchés. MPG International a remporté **Mr Porter** aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, en Australie, à Hong-Kong et Singapour. Le groupe Havas a également décroché le budget digital de **Perfume Holdings** sur douze marchés.

Au niveau régional :

**Net-A-Porter.com** a décidé de confier sa publicité en Europe et en Asie au groupe Havas.

Havas Worldwide BETC Londres a été choisie par **Coca Cola Light** pour l'ensemble de sa campagne européenne. Nous avons également gagné **Heinz Ketchup** (pan-européen) en stratégie digitale et campagne publicitaire.

Havas Digital France a été sélectionnée par **Caudalie** en France, en Allemagne et en Espagne. Nous avons également gagné **Axa** pour la Belgique, l'Allemagne et l'Espagne.

Grâce à son offre intégrée, Havas a gagné le lancement d'une deuxième série de billets de banques en euros pour la **Banque Centrale Européenne** : Havas Worldwide Düsseldorf est chargée de la communication grand public et de la coordination internationale, Havas Worldwide Amsterdam, de la communication on-line, Havas Media Francfort gérant le conseil et l'achat d'espace pour tous les pays. Côté France, Havas Worldwide Paris, Havas Event et Havas Productions prennent le lead pour le conseil stratégique, les RP et les événements, Havas Digital est chargée quant à elle du microsite multilingue.

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**.

**Sovereign/Santander Bank** a choisi Arnold pour sa campagne de rebranding ainsi que toute sa stratégie de communication. **Fab.com**, plateforme de vente en ligne présente dans 20 pays, a opté pour ArnoldNYC pour son premier spot TV. Havas Worldwide PR North America a été choisie pour accompagner la marque de vodka **Oddka (Pernod Ricard)**. Le groupe a également remporté **Choice Hotels International, Tyco** et **Mundo Fox**. Havas Worldwide Chicago s'est vue confier les activités digitales et le eCRM pour les cartes de crédit de **Citibank**.

Les gains ont aussi été nombreux dans le domaine du digital avec notamment la **NBA**, la **NFL**, **Warby Parker** et **Clorox Professional Products**.

En Amérique Latine, **MSD, Nacional Monte de Piedad, Nikon** et **Hard Rock Hotel** ont été gagnés par Havas Media.

Au niveau local :

Ainsi en France, **AXA, Coty, Hyundai, La Poste, McDonald's, Club Med Gym** et **GMF** ont choisi des agences du groupe Havas. La communication interne pour **Sanofi** nous a également été confiée (depuis New York).

Au Royaume-Uni, nos agences ont remporté **Ubisoft (Just4dance), Konami, Ideal Standard** et **Ricola** ainsi que **We7, City Index** et l'ONG **War Child**. **Staples, Seagate, Lego** ont choisi Havas Worldwide London et Havas Worldwide Prague pour leurs campagnes de Social Media.

En Pologne, les assurances **Prudential** et **Energa** ont fait confiance à Havas PR Warsaw. Nous avons également décroché le CRM pour **L'Oréal** en Pologne.

Quatre nouvelles marques **Kraft** ont été gagnées en Italie ainsi que **Durex** et **Generali**.

En Espagne, **Omega Pharma, Gas Natural Fenosa, Dirección General de Tráfico** et **H&M** sont désormais des clients de nos agences.

Les autres gains incluent notamment le design corporate pour **Deutsche Bank** et **Dr Theiss Naturwaren** en Allemagne ainsi que **Adecco** et **Foodpairing** en Belgique.

Le fort dynamisme du groupe s'est confirmé en Asie Pacifique.

En Chine, Havas a remporté **Volvo** et 6 nouvelles marques de laitages **Yili** (géant chinois de produits laitiers) ainsi que **YFY Investment, Hermès Parfums** et le budget digital de **Pizza Hut** à Hong Kong.

En Inde, **Carlsberg**, **Nokia**, **Tata Motors** et **Max Life Insurance** (digital) ont choisi des agences de notre groupe.

En Australie, **Virgin Mobile**, **Playstation** et **Study Adelaide** ont confié leur image au groupe Havas. **Sugon**, **Danone** et **Danone Activia** ont choisi Havas Worldwide Melbourne et Kuala Lumpur pour leurs activités digitales.

Le plus grand opérateur téléphonique indonésien **XL Indonesia** et **DHL** aux Philippines ont également rejoint les rangs de nos clients.

**LAN Airlines** et **DisToyota** en Colombie, **Unilever** au Chili, **Sony Pictures**, **Whirlpool** et **Pepsico** au Mexique ainsi que **Qatar Airways** au Brésil ont choisi des agences Havas dans la zone d'Amérique Latine.

**BBVA**, **Bavaria**, **Santander**, **DHL** ainsi que **Hyundai Motors Brazil** ont également rejoint nos agences d'Amérique Latine.

## 6. FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2012

### a) 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. 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.

### b) Intégration « Création, digital et média »

En 2012 Havas a complété l'intégration des équipes création, digital et média sous le même toit à Puteaux, suite à l'acquisition de son nouveau siège pour un montant de 160 millions d'euros. Les équipes de New York seront également réunies dans le même immeuble au deuxième trimestre 2013.

### c) Rebranding Euro RSCG en Havas Worldwide

En septembre 2012, Havas a rebaptisé les 316 agences de son réseau Euro RSCG Worldwide en « Havas Worldwide » pour souligner sa structure simple, claire, agile et intégrée, qui place le digital au cœur de toutes ses activités et ses agences.

Le réseau global Havas Worldwide ainsi que le micro réseau Arnold Worldwide font désormais partie de la division 'Havas Creative Group'.

### d) Réorganisation Havas Media et rebranding de MPG

Havas a franchi une nouvelle étape dans sa stratégie d'intégration afin de renforcer la simplicité et l'agilité de sa structure. La nouvelle marque ombrelle, 'Havas Media Group', a ainsi été créée et intégrera l'ensemble des agences médias globales de Havas, qui comprennent Havas Media (actif sur 126 marchés et au sein duquel MPG et Media Contacts ont été fusionnées et renommés) ainsi qu'Arena Media.

Cette nouvelle organisation de la division médias permet à Havas de poursuivre son objectif visant à devenir le premier groupe de communication dont la stratégie est de placer l'excellence digitale et l'innovation au cœur de toutes ses agences.

## e) Acquisitions et création d'entités spécialisées

Au cours de l'année 2012, Havas a réalisé plusieurs acquisitions d'agences représentant un investissement de l'ordre de 40M€ (EO/BO inclus). 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. Parmi les principales :

### 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, Kinopolis, Delhaize et Rabobank International Direct Banking.

### Creative Lynx (désormais rebaptisée Havas 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).

### 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 2012, 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.

### 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 Hermès.

## 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.

Au cours de cette année le groupe a lancé plusieurs entités spécialisées (start-up) telles que :

**Rosa Park** en France, **Host** à Singapour, **Arnold** Pologne, **Alloy ASL** aux Etats-Unis, **Havas Worldwide Social** au Brésil ainsi qu'une série d'entités **Havas Media en Afrique** : Kenya, République du Congo, Afrique du Sud et Nigeria

## f) Havas un acteur reconnu dans le numérique

Havas a toujours placé le digital au cœur de toutes ses agences et de toutes ses activités. Cette stratégie a d'ailleurs permis au Groupe d'acquérir un statut de leader en digital intégré et la part du digital du Groupe a progressé de 22,8% en 2011 à 25,6% en 2012. L'année 2012 a notamment été marquée par :

- La distinction de Mobext, réseau d'expertise mobile, comme leader dans le marché Nord-Américain en marketing mobile pour la 2ème année consécutive aux Digiday Mobi Awards.
- La création de la marque commerciale *Havas Digital Group* qui réunit tous les actifs numériques du Groupe.
- Les nouveaux succès commerciaux engrangés au cours de l'année tels que l'activité mondiale "data" pour Unilever, l'activité numérique globale d'Intel Asus et d'autres gains de clients prestigieux tels que Hershey's, Danone, Expedia, Ibis, Lego, Nokia et Sony PlayStation.
- La poursuite des investissements dans les disciplines de nouvelle génération au travers d'acquisitions ciblées, telles *Boondoggle*, *Creative Lynx* et *Victors & Spoils*.
- Le renforcement du réseau d'experts reconnus du digital qui font partie du Groupe tels que Matt Howell, Dave Dugan et Elliot Seaborn (Arnold Worldwide); Alfonso Aznar, Claire Adams et Jay Morgan (Havas Worldwide); Rori DuBoff et Andrew Altersohn (Havas Digital); et Maria DePanfilischez (Havas Lynx).

## g) Récompenses

**Pour la deuxième fois en deux ans BETC signe le film le plus primé dans le monde.** Après le succès phénoménal du film « Le Placard » en 2010, la saga Canal+ continue avec « **l'Ours** » qui a gagné, jusqu'à présent, **plus de 70 prix** et a été nommé **spot le plus récompensé de l'année 2012** dans le monde et également depuis la création du Gunn Report.

## **PRIX**

Lors du 59<sup>ème</sup> **Festival International de la Créativité** à Cannes, le Groupe Havas a remporté un total de 27 Lions: 1 Grand Prix, 5 Lions d'Or, 8 Lions d'Argent et 13 Lions de Bronze. L'agence Havas Worldwide BETC a décroché un Grand Prix en film craft pour l'Ours de Canal+. Le groupe a également reçu plusieurs récompenses notamment : aux Clio Awards, aux LIAA awards, aux D&AD awards et aux Internationalist Awards for Media Innovation.

Hormis l'**Ours** (Canal+), les autres campagnes du Groupe les plus primées en 2012 ont été : **Heineken - DosXX** de Havas Worldwide New York (les suites de la campagne 'Most Interesting Man in the World') en film et radio; **Truth/CDC** de Arnold Boston en film et en radio ; **Reckitt Benckiser - Durex 'Vinyl'** et **Alberto Culver - VO5 'Pageant'** de Havas Worldwide London ; **Sparkassen 'Giro sucht Hero'** de MPG Germany ; **Metropole Orchestra** de Havas Worldwide Amsterdam ; **Amnesty International 'Mugshots'** de Fuel Lisbon en print ; **Mars -Pedigree 'The TV Star That Saved Millions of Dogs'** de **Havas Sports & Entertainment Buenos Aires, MPG & MC Buenos Aires** ; **Reckitt Benckiser - Vanish Napisan Crystal White 'Sponsor the White House'** de Havas Worldwide Sydney et **Air New Zealand 'The Kiwi Sceptics'** de **Host Sydney**.

## **RECONNAISSANCES**

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* ; **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 élue Agence Media de l'Année ; Marketing et Media a nommé **Havas Worldwide Poland** Groupe de Publicité de l'Année ; **BETC Paris** a été nommée Agence de l'Année aux New York ADC ; aux BIMA Awards, **AIS London** a été nommée Agence de l'Année ; au Festival of Media AmLat, **MPG** a été déclaré Réseau de l'année ; **AIS London** a été nommée Agence de l'Année aux BIMA Awards et **Fuel Lisbon** a remporté le prix d'Agence de l'Année aux Premios a la Eficacia. Aux Mobi Awards, **Mobext** a reçu le prix d'agence de marketing mobile de l'année pour la deuxième année consécutive.

## **h) Havas et la responsabilité sociale**

Fidèle à sa stratégie et à son engagement, Havas a continué de prouver son leadership en matière de Responsabilité Sociale des Entreprises au travers des initiatives suivantes :

- La publication de son premier rapport Développement Durable. Ce rapport a été établi sur la base de notre outil interne de reporting RSE. De nombreuses actions avaient été entreprises au sein du Groupe et ont pu ainsi être mises en lumière, tout comme les progrès réalisés par rapport aux objectifs que le Groupe s'était fixés.
- L'agence Havas Media France a participé au premier Bilan Carbone groupe « vie de bureau » avec les autres membres de l'UDECAM. Grâce à la collaboration de nombreux médias, ces données ont également permis d'établir un bilan carbone métier (TV, Presse, Internet et Radio) des agences médias.
- La 3<sup>e</sup> édition du sommet One Young World ([www.oneyoungworld.com](http://www.oneyoungworld.com)) s'est tenue à Pittsburgh en octobre dernier. Surnommé par CNN « le Davos des jeunes », One Young World (dont les co-fondateurs sont David Jones et Kate Robertson) a pour but de mettre à disposition des jeunes leaders de demain une plate-forme pour engendrer des changements positifs dans le monde. 1300 jeunes délégués de moins de 25 ans venus de 183 pays accompagnés par 40 conseillers de renommée internationale comme l'ancien



Secrétaire Général de l'ONU Kofi Annan, l'ancien Président des Etats-Unis, Bill Clinton, le Professeur Muhammad Yunus ou encore le fondateur de Twitter Jack Dorsey, se sont réunis pour lancer des initiatives concrètes afin de résoudre quelques-uns des problèmes les plus pressants dans le monde. Plus de 200 sociétés parmi les plus grandes au niveau mondial telles que Google, Unilever, L'Oréal, Apple, Accenture, Puma et Facebook ont adhéré à ce projet par leur présence.

## ANNEXE : Informations financières

### COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

En Millions d'euros (M€)	2011	2012	Variation 2012/2011
<b>Revenu</b>	1 645	1 778	+8%
Charges de personnel	(1002)	(1094)	
Autres charges et produits d'exploitation	(424)	(445)	
<b>Résultat Opérationnel Courant</b>	<b>220</b>	<b>240</b>	<b>+9%</b>
Autres charges et produits opérationnels	(23)	(21)	
<b>Résultat Opérationnel</b>	<b>197</b>	<b>219</b>	<b>+11%</b>
Résultat financier	(31)	(29)	
<b>Résultat des sociétés intégrées</b>	<b>166</b>	<b>190</b>	<b>+14%</b>
Charge d'impôt	(38)	(55)	
<b>Résultat net de l'ensemble consolidé</b>	<b>128</b>	<b>135</b>	<b>+5%</b>
Intérêts minoritaires	(8)	(9)	
<b>Résultat net, part du Groupe</b>	<b>120</b>	<b>126</b>	<b>+5%</b>
<b>Bénéfice net <sup>(1)</sup> en € par action</b>	<b>0,28</b>	<b>0,33</b>	<b>+16%</b>

(1) avec nombre de titres au 31 décembre

### BILAN SIMPLIFIE

En Millions d'euros (M€)

Actif	31/12/11	31/12/12	Passif	31/12/11	31/12/12
Immobilisations	1 866	1 913	Capitaux propres consolidés	1 306	1 136
Impôt différé net	80	75	Provisions	102	112
BFR	(494)	(472)	Dette financière nette	(44)	168
			Earn out /Buy-out	88	100
<b>Total</b>	<b>1 452</b>	<b>1 516</b>	<b>Total</b>	<b>1 452</b>	<b>1 516</b>

## NOUVELLES DEFINITIONS DE DETTES NETTES

	Dette nette de clôture		Dette nette moyenne	
	2011	2012	2011	2012
<b>Ancienne définition</b>	<b>-37</b>	<b>-260</b>	<b>-74</b>	<b>-304</b>
Dette E/O et B/O	+88	+100	+69	+87
Comptes courants bloqués liés à la participation des salariés	-7	-8	-7	-8
<b>Nouvelle définition</b>	<b>44</b>	<b>-168</b>	<b>-12</b>	<b>-225</b>

L'ancienne définition incluait les dettes liées aux compléments de prix et aux rachats de minoritaires et excluait les comptes courants bloqués liés à la participation des salariés. La nouvelle définition exclut les dettes liées aux compléments de prix et aux rachats de minoritaires et inclut les comptes courants bloqués liés à la participation des salariés.

## **A propos d'Havas**

Havas (Euronext Paris SA : HAV.PA) est un des plus grands Groupes mondiaux de publicité, digital et conseil en communication. Basé à Paris, Havas développe ses activités autour de ses deux Business Units : Havas Creative Group et Havas Media Group.

Havas Creative Group comprend le réseau Havas Worldwide ([www.havasworldwide.com](http://www.havasworldwide.com) – anciennement Euro RSCG Worldwide) - (316 bureaux dans 75 pays), le micro réseau Arnold ([www.arn.com](http://www.arn.com)) - (16 agences dans 15 pays sur 5 continents) ainsi que d'autres agences à forte identité locale.

Havas Media Group ([www.havasmedia.com](http://www.havasmedia.com)), présent dans plus de 100 pays, est le réseau média à plus forte croissance dans le monde et comprend les deux marques principales: Havas Media (ex MPG) et Arena.

Groupe multiculturel et décentralisé, Havas est présent dans plus de 100 pays au travers de ses agences et ses accords d'affiliation. Le Groupe offre une large gamme de services de conseil en communication, comprenant le digital, 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](http://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, autres dettes financières, 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. Dans sa nouvelle définition, elle exclut les dettes liées aux compléments de prix et aux rachats de minoritaires et inclut les comptes courants bloqués liés à la participation des salariés.

## **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<sup>er</sup> 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<sup>er</sup> 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](mailto: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](mailto: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 155 526 414,40€- 335 480 265 RCS Nanterre - APE 7311Z  
[www.havas.com](http://www.havas.com) – Suivez-nous sur Twitter : <http://www.twitter.com/HavasGroup/>