

Puteaux, vendredi 30 août 2013 – 17h45

Résultats premier semestre 2013

Rentabilité record au S1 2013 :
Marge Opérationnelle Courante : 13,0% vs 11,9% (S1 2012)

Monsieur Yannick Bolloré succède à Monsieur Vincent Bolloré et est nommé Président-Directeur Général de Havas

2^{ème} Trimestre 2013

Revenu (en M€)	T1 2013	T2 2013	Croissance Organique	T1 2013	T2 2013
EUROPE	197	233	EUROPE	-0,3%	0,8%
<i>dont</i>			<i>dont</i>		
France	80	92	France	1,2%	3,3%
Royaume-Uni	45	49	Royaume-Uni	0,7%	2,0%
Reste de l'Europe	72	92	Reste de l'Europe	-2,4%	-2,1%
AMERIQUE DU NORD	129	144	AMERIQUE DU NORD	-3,9%	0,2%
RESTE DU MONDE	60	74	RESTE DU MONDE	5,1%	7,2%
<i>dont</i>			<i>dont</i>		
Asie Pacifique & Afrique	27	30	Asie Pacifique & Afrique	1,0%	-2,6%
Amérique latine	33	44	Amérique latine	8,6%	15,1%
TOTAL	386	451	TOTAL	-0,9%	1,7%

1^{er} Semestre 2013

En M€	S1 2012	S1 2013	Variation S1 2013 / S1 2012
Revenu	829	837	+1%
Croissance organique	+2,7%	+0,5%	
Résultat Opérationnel Courant	99	109	+10%
Marge Opérationnelle Courante	11,9%	13,0%	
Résultat Opérationnel	93	100	+8%
Marge Opérationnelle	11,2%	12,0%	
Résultat net, Part du Groupe	56	58	+3%
Résultat net, Part du Groupe en % du revenu	6,8%	6,9%	
Dette financière nette	436	372	
Bénéfice net par action (en€)	0,13	0,15	+15%

Revenu (en M€)	S1 2013	Croissance Organique	S1 2013
EUROPE	430	EUROPE	0,3%
<i>dont</i>		<i>dont</i>	
France	172	France	2,3%
Royaume-Uni	94	Royaume-Uni	1,4%
Reste de l'Europe	164	Reste de l'Europe	-2,2%
AMERIQUE DU NORD	273	AMERIQUE DU NORD	-1,8%
RESTE DU MONDE	134	RESTE DU MONDE	6,2%
<i>dont</i>		<i>dont</i>	
Asie Pacifique & Afrique	57	Asie Pacifique & Afrique	-0,9%
Amérique latine	77	Amérique latine	12,3%
TOTAL	837	TOTAL	0,5%

David Jones, CEO Havas, déclare : « Au premier semestre 2013 la rentabilité du Groupe s'est améliorée significativement et nous avons atteint un niveau record de 13% de marge opérationnelle. Le Groupe a enregistré une belle progression de sa croissance en France et au Royaume Uni. Au second trimestre l'Amérique du Nord est redevenue positive et l'Amérique Latine a retrouvé une croissance à deux chiffres.

C'est aussi un bon semestre en termes de New Business tant au niveau global que régional et local avec des gains significatifs tels que Total, Dove ou encore LG Electronics.

Nous avons poursuivi notre stratégie visant à créer le groupe de communication le plus agile, entrepreneurial et intégré. Suite au changement de nom d'Euro RSCG Worldwide en Havas Worldwide l'année dernière, nous avons procédé au rebranding de notre réseau média principal, Havas Media, et rassemblé nos équipes créatives, média et digitales sous le même toit dans un nouvel immeuble à New York, comme nous l'avons fait à Paris – ce qui constitue un avantage compétitif unique dans notre industrie.»

1. COMMENTAIRE GENERAL

Le Conseil d'Administration, qui s'est réuni le vendredi 30 août 2013, a arrêté les comptes du 1^{er} semestre 2013. 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>.

→ La **Croissance organique** du Groupe (hors variations de change et de périmètre) ressort à +1,7% sur le second trimestre 2013 et à +0,5% pour le premier semestre 2013.

→ Le **Revenu** du Groupe au second trimestre 2013 s'élève à 451M€, soit 837 M€ pour le premier semestre, en hausse de 1% en données brutes.

L'appréciation de l'Euro a eu un impact négatif de 11 M€ sur l'ensemble du semestre.

Revenu et croissance organique par zone géographique :

Europe : La zone Europe a réalisé une croissance de +0,8% sur le second trimestre 2013. La France affiche une belle progression à +3,3% contre +0,5% à la même période l'an dernier et une accélération par rapport au premier trimestre 2013 (+1,2%). La Grande-Bretagne progresse par rapport au premier trimestre 2013 en affichant une croissance de +2,0%, essentiellement tirée par le digital, la publicité et la communication santé. Pour le reste de la zone Europe, les performances sont assez contrastées avec des pays comme l'Allemagne, l'Italie, la Pologne, la Turquie qui sont en croissance et d'autres, comme l'Espagne et le Portugal, qui sont en légère baisse.

Amérique du Nord : La croissance de cette zone redevient positive au T2 après un T1 2013 en recul. L'impact de la perte des clients Sprint et Exxon ne pèsera plus sur les trimestres à venir. La communication santé, le digital, les activités médias ainsi que la communication institutionnelle ont contribué positivement à la performance de l'Amérique du Nord, où le Canada affiche une croissance à deux chiffres.

Reste du monde : Excellent semestre pour l'Amérique Latine qui enregistre une croissance de 15,1% au second trimestre 2013 et de 12,3% pour l'ensemble du semestre. Tous les pays et activités ont contribué à cette progression.

En Asie Pacifique, la perte de Vodafone n'aura plus d'impact au second semestre 2013. La Chine a été pénalisée au T2 par l'annulation d'un contrat média significatif tandis que les autres activités se portent bien. Hong Kong, Taiwan, le Japon et l'Indonésie ont enregistré une croissance à deux chiffres.

→ Les Résultats

Le **Résultat Opérationnel Courant** s'élève à 109 M€ au 1^{er} semestre 2013 contre 99 M€ au 1^{er} semestre 2012 en progression de 10%. La **Marge Opérationnelle Courante** atteint un niveau record et s'établit à 13,0% au 1^{er} semestre 2013 par rapport à 11,9% dans la même période 2012.

Le **Résultat Opérationnel** a progressé de 8% et s'élève à 100M€ contre 93M€ pour la période équivalente 2012.

Le Résultat Financier se maintient malgré les décaissements liés à l'OPRA et à l'OPAS réalisés en mai et juin 2012.

Le taux effectif d'impôt ressort à 29% contre 26% au premier semestre 2012.

Le **Résultat Net Part du Groupe** de 58 M€ au 1^{er} semestre 2013 est en hausse de 3% par rapport au 1^{er} semestre 2012 ressortant ainsi à 6,9% du revenu au 1^{er} semestre 2013. Le

Bénéfice Net par Action (basique et dilué) est de 0,15 centimes (€) contre 0,13 centimes (€) au 1^{er} semestre 2012.

→ La Structure financière

La Dette Financière Nette est de 372M€ au 30 juin 2013, ce qui représente un gearing de 32% contre une dette nette financière au 30 juin 2012 de 444 M€ (gearing de 41%).

La Dette Nette Moyenne² ressort à 239 M€ au 1^{er} semestre 2013 contre 80 M€ au premier semestre 2012, soit une hausse de 159 M€ impactée notamment à hauteur de 249 M€ en différentiel de moyenne semestrielle par les décaissements de l'OPRA et de l'OPAS à la fin du premier semestre 2012.

La maturité de la dette financière a été rallongée notamment à travers l'émission d'un emprunt obligataire par placement privé de 100 millions d'euros le 11 juillet 2013 à maturité le 11 juillet 2018 et la signature le 28 août 2013 d'une nouvelle ligne de crédit bilatérale confirmée de 100 M€ de cinq ans de maturité.

2. NEW BUSINESS NET¹

Le New business net¹ du premier semestre 2013 s'établit à 838 M€ (en termes de billings - qui est la référence retenue par le marché).

Parmi les gains de budgets les plus significatifs :

Dove (Unilever) : EHS Havas est devenue l'agence digitale de référence au niveau mondial

Total : BETC Paris a gagné le budget mondial de la compagnie pétrolière

Seagate : Havas Worldwide San Francisco a gagné les activités numériques au niveau mondial

LG Electronics : Arena Media gèrera l'achat d'espace et le conseil médias du constructeur d'électroménager et de produits high-tech au niveau mondial, excepté pour les Etats-Unis

Bacardi : BETC London et Camp & King se chargeront de ce client au niveau mondial

LVMH : Havas Media US a gagné les activités médias digitales pour les Etats-Unis

Del Monte : Arnold New York se chargera désormais de la stratégie de communication de 3 marques (Milk Bone, Puppperoni, Milo's Kitchen) aux Etats-Unis

Avocados from Mexico : Arnold Boston a gagné le rebranding et la stratégie de communication pour le marché américain

SONY et SONY Mobile : Havas Worldwide Buenos Aires gèrera désormais le budget publicitaire en Argentine

Heineken : Havas Worldwide Spain a gagné les activités Data et CRM pour le marché espagnol

General Mills - Häagen Dazs, Old El Paso et Géant Vert : Havas Media France a gagné la stratégie média de ces trois nouvelles marques en France

3. FAITS MARQUANTS DU PREMIER SEMESTRE 2013

Havas a poursuivi sa stratégie qui vise à créer le groupe de communication le plus agile, entrepreneurial et intégré. Après avoir procédé au rebranding du réseau Euro RSCG Worldwide en Havas Worldwide en 2012, le Groupe a changé le nom de son réseau média principal, Havas Media, et a ensuite rassemblé les équipes créatives, média et digitales dans le nouveau siège à New York (Tribeca), à l'instar du rapprochement des équipes parisiennes l'année dernière.

Création/acquisition d'entités spécialisées numériques

SOCIALISTIC CHINA

Havas a lancé Socialistic China, filiale de Havas Worldwide Digital spécialisée dans l'activité digitale sur le marché chinois. Cette agence vient renforcer l'offre numérique de Havas Worldwide dans la région en y assurant un dialogue digital et un engagement sur les médias sociaux entre les marques et les consommateurs.

MFG LABS

Havas Media Group a fait l'acquisition de MFG Labs, un *think tank* très respecté de mathématiciens spécialistes en stratégie digitale, Big Data, sciences numériques et recherche mathématique.

Cette acquisition permet à Havas de disposer du soutien d'une équipe d'experts pour son infrastructure de données, via Artemis, sa plateforme spécialisée de gestion de données, et Affiperf, son réseau de bureaux de négociation.

Les services de MFG Labs seront également élargis aux principaux hubs numériques de Havas Media Group (États-Unis, Royaume-Uni, Amérique latine, Asie-Pacifique) au fur et à mesure que les capacités des équipes de MFG seront intégrées au réseau du groupe.

SOCIALYSE

Havas Media a lancé Socialyse pour accompagner la montée en puissance des innovations media sur les réseaux sociaux.

Socialyse est un pure-player à part entière et repose sur une entité dédiée avec plus de 50 spécialistes en média sociaux proposant à ses clients une offre sociale qui intègre un large spectre de compétences depuis la conception stratégique jusqu'à l'analyse des campagnes social media.

ROOSTER

Rooster Worldwide, LLC est une société de production vidéo et contenu créative et digitale basée à New York, qui permettra à Havas Worldwide de développer une offre interne de production et de conseil dans des contenus vidéo.

MEDIAMAX

Après 9 ans de collaboration fructueuse, Havas Media a acquis une participation majoritaire dans l'agence turque Mediamax basée à Istanbul. Parmi les principaux clients, on compte Reckitt Benckiser, Danone, Hyundai, Kia, Air France, KLM, ou Sigortacilar Birligi (Assurances) ou D-Smart (Plateforme Digitale).

HAVAS SPORTS & ENTERTAINMENT RUSSIA ET HAVAS DIGITAL RUSSIA

Havas Media a poursuivi son développement en Russie en prenant une participation à hauteur de 50% dans Havas Sports & Entertainment Russia et une participation minoritaire dans Havas Digital Russia, deux sociétés créées avec le partenaire russe ADV.

ELISA GROUP

Havas Media a acquis une participation de 51% dans Elisa Interactive SL, basée en Espagne et dans Elisa Interactive Ltd, basée au UK, deux agences spécialisées dans l'analytique et l'optimisation sur internet.

Talents

Suite à la simplification de son réseau global et le succès de son rebranding en début d'année, Havas Media Group a aussi procédé à plusieurs nominations au niveau de la direction : Dominique Delport a été nommé Global Managing Director, Michel Sibony Global Head of Middle Office et Raphaël de Andréis a rejoint Havas Media France en tant que CEO.

Plusieurs nominations clés aussi chez Havas Worldwide, et Arnold :

En janvier, Andrew Benett, anciennement CEO monde d'Arnold Worldwide a été nommé au nouveau poste de Directeur Général de Havas Worldwide, reportant à David Jones qui reste global CEO du réseau. Robert LePlae, précédemment Directeur Général d'Arnold Worldwide, a été promu CEO monde de ce réseau en remplacement d'Andrew Benett.

Matt Weiss a rejoint Havas Worldwide en tant que Directeur Marketing Monde et Matt Howell a été nommé Directeur du Digital au niveau de Havas Creative Group, élargissant ainsi son périmètre aux réseaux Havas Worldwide et Arnold. Patti Clifford a assumé le rôle de Chief Talent Officer au niveau global, Angela Wei a été nommé Directeur du Digital pour Arnold et Drake Pusey assume le rôle de VP, Directeur des plateformes digitales. Elliot Seaborn est désormais Executive Director chez Arnold.

Havas Worldwide a embauché Sean Lyons, venant de R/GA, comme Directeur du Digital et Vin Farrell, venant également de R/GA, comme Directeur des contenus. Laura Maness a rejoint l'agence de Chicago en tant que Directrice du développement pour l'agence et Directrice de la performance pour les Etats-Unis. Au Brésil, Marcus Tavares a été nommé Directeur Général de Havas Worldwide Digital. Dorothy Gemmell assure désormais la présidence de Havas Life à New York.

Brendan Tansey, pionnier du digital et précédemment CEO de Wunderman UK, a été nommé CEO de Socialistic China, agence de Havas Worldwide Digital.

Responsabilité sociale

- Havas Media Group a publié la 4^{ème} édition de son baromètre mondial Meaningful Brands qui mesure la valeur de sens des marques et permet d'établir un lien entre le bien-être des consommateurs et les performances business des marques. Cette étude a été menée grâce à 134 000 interviews sur 700 marques étudiées dans 23 pays. Les résultats confirment la nécessité pour les marques de redonner du sens aux yeux des consommateurs.

- La prochaine édition du sommet One Young World se tiendra à Johannesburg du 2 au 5 Octobre 2013. La troisième édition s'était tenue à Pittsburgh en Octobre dernier et avait rassemblé 1 200 délégués de moins de 25 ans, venant de 183 pays. Pour plus d'informations : <http://www.oneyoungworld.com>

Fidèle à sa stratégie et à ses engagements, Havas poursuit ses actions RSE :

- Suite à l'atteinte du précédent objectif de réduction des émissions l'année dernière, le Groupe s'est fixé un objectif plus ambitieux de diminuer ses émissions de GES par salarié de 20% d'ici 2015, en se basant sur les résultats de l'année 2011, c'est-à-dire les plus bas depuis le calcul annuel du Bilan Carbone Groupe.
- En 2012, les émissions de GES du Groupe se sont élevées à 94 520 t.éq CO2, soit 6,1 t.éq CO2 par salarié. Ces résultats traduisent une baisse de 3% sur les émissions globales et une réduction des émissions par salarié de 6%; ce qui est très encourageant pour l'atteinte de l'objectif global de -20% d'ici à 2015.

Pour en savoir plus sur la démarche RSE du Groupe :

<http://www.havas.com/havas-dyn/fr/engagements-responsabilitesociale.1.html>

4. GOUVERNANCE D'HAVAS

Lors du Conseil d'administration qui s'est réuni le 30 août 2013, Monsieur Vincent Bolloré a fait part de sa démission des fonctions de Président et d'Administrateur du groupe et a proposé la nomination de Monsieur Yannick Bolloré comme Président-Directeur Général.

Le Conseil a confirmé Monsieur David Jones dans ses fonctions de CEO Monde et Monsieur Hervé Philippe dans celles de Directeur Général Délégué.

En remplacement de Monsieur Vincent Bolloré, le Conseil proposera à l'Assemblée Générale la nomination d'un administrateur ou d'une administratrice indépendant.

Le Conseil a décidé d'étendre le champ de compétence du Comité des Rémunérations aux missions de sélection et de nomination des administrateurs et mandataires sociaux.

Le Conseil a nommé Madame Delphine Arnault membre du Comité des rémunérations et de sélection.

A l'issue de ce Conseil, **Yannick Bolloré** a déclaré : *« Je suis extrêmement fier de pouvoir accompagner un Groupe comme Havas qui fait face à une grande évolution de son secteur. Le monde de la communication est en plein bouleversement et nous devons créer les meilleurs outils pour répondre aux problématiques de plus en plus complexes de nos clients. Havas est un groupe unique dans son industrie qui se distingue par sa structure agile et intégrée, son esprit entrepreneurial et ses formidables talents. C'est avec joie que je travaillerai avec ses collaborateurs et ses clients pour préserver l'acquis et construire l'avenir du Groupe. »*

5. RECOMPENSES

Le **Gunn Report 2012** (publié en janvier 2013) a accordé à la campagne « L'Ours » réalisée par BETC pour Canal+ le titre de la campagne TV la plus récompensée de l'année et aussi de tous les temps (depuis la création du Gunn Report). Tout comme le **Big Won Creative Rankings 2012** qui l'a définie comme la publicité TV la plus récompensée et la campagne la plus primée tous médias confondus.

Cannes Lions 2013 :

24 récompenses ont été attribuées aux agences du groupe Havas - 4 Lions d'or, 11 Lions d'argent et 9 Lions de bronze (ainsi qu'un Lion d'argent aux Cannes Young Lions par 2 créatifs de BETC).

La campagne « Baby & Me », réalisée par l'agence **BETC Paris** pour Evian/Danone a reçu 4 Lions dont 1 or dans la catégorie Outdoor. L'agence **Havas Sports & Entertainment Spain** a été récompensée d'un Lion d'or dans la catégorie Direct pour la campagne « Enter the Game » réalisée pour Konami. **Havas Worldwide London** et **Havas Worldwide Amsterdam** ont aussi été récompensées d'un Lion d'or respectivement dans la catégorie Film Craft pour «Metamorphosis» réalisé pour le Crédit Suisse, et dans la catégorie Relations Publiques pour la campagne «Metropole tweetphony » pour le Metropole Orchestra.

Le reste du palmarès :

- 11 Lions d'argent : 2 pour **BETC Paris** avec la campagne «Baby & Me» pour Evian ; 4 pour **Havas Worldwide Sydney** dont 3 pour la campagne « Fair Go Bro » et 1 pour la campagne « Durexperiment Fundawear » ; 1 pour **Host Sydney** et sa campagne « Share a Coke and a Song » réalisée pour Coca-Cola ; 1 pour **Havas Worldwide South Africa** pour le client Reckitt Benckiser avec « Girl/Guy » ; 1 pour la campagne «Enter the game» réalisée par **Havas Sports & Entertainment Spain** pour Konami. **Havas Worldwide Amsterdam** remporte aussi 1 Lion d'argent pour « Metropole Tweetphony » ainsi que **Red Agency Australia** pour la campagne « The most powerful arm ever invented » pour Save Our Sons & Duchenne Foundation.
- 9 Lions de bronze ont été remportés : 2 pour **Arnold Boston**, dans la catégorie Radio avec la campagne « Christine's Flavor Tip» pour CDC et 1 dans la catégorie Print pour la campagne réalisée pour Brown-Forman/Jack Daniels ; 5 dans la catégorie PR pour **Havas Worldwide Australia** et la campagne « Fair Go Bro », **Red Agency** pour «The most powerful arm ever invented », **Havas PR North America** avec la campagne réalisée pour United Nations Foundation, **Havas Worldwide Paris** pour « The Airfood Project » et **Havas Worldwide Italy** pour « Loveville » réalisée pour Reckitt Benckiser. La campagne Evian « Baby & Me » a reçu 1 Lion de bronze dans la catégorie Film et « Shooout 2: Underwater Diver » de **Havas Worldwide Spain** pour Reckitt Benckiser dans la catégorie Outdoor.

Aux **Clio Awards**, le groupe gagne 9 prix et notamment 3 or dont un pour **BETC London** en Film Craft avec sa campagne « Supergroup » pour Danone / Cow & Gate, 1 pour **Havas Worldwide London** dans la catégorie Film craft avec « Vinyl » réalisé pour Reckitt Benckiser/Durex et 1 pour **Havas Worldwide Sydney** dans la catégorie Mixed campaign avec « Fair Go Bro » pour Virgin Mobile. **Havas Worldwide New York** a reçu 1 argent dans la catégorie Radio pour la campagne de Heineken/DosXX « The Most Interesting Man in the World ». **Host Sydney**, **Leg Paris**, **BETC London** et **Arnold Amsterdam** ont aussi remporté 1 bronze chacune.

Aux **Internationalist Awards for Innovation in Media**, 9 titres dont 3 or ont été remportés par les agences du Groupe. **Havas Sports & Entertainment Spain** et **Havas Sports & Entertainment Mexico** ont chacune remporté un or pour leur campagne respective : « Enter the Game » pour Konami et « Mexico del futuro » pour le client GNP. **Havas Media UK** a été récompensée d'un or pour sa campagne « Social Media Light Show » réalisée pour le compte d'EDF Energy. 5 prix d'argent ont été remportés par **AIS London**, **Arena Media UK**, **Havas Media Colombia** et **Havas Media Mexico** dans la catégorie Campagne Locale et par l'agence **Ignition** dans la catégorie Campagne Globale pour « Olympic Torch » réalisée pour Coca-Cola.

6. CALENDRIER

Le revenu du 3^{ème} trimestre 2013 sera publié d'ici mi-novembre 2013.

ANNEXE 1 : INFORMATIONS FINANCIERES

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

M€	S1 12	S1 13	Variation 2013/2012
Revenu	829	837	+1%
Charges de personnel	(510)	(518)	
Autres charges et produits d' exploitation	(220)	(210)	
Résultat opérationnel courant	99	109	+10%
Autres charges et produits opérationnels	(6)	(9)	
Résultat opérationnel	93	100	+8%
Résultat financier	(14)	(13)	
Résultat des sociétés intégrées	79	88	+8%
Charge d' impôt	(21)	(25)	
Résultat net de l' ensemble consolidé	58	63	+7%
Intérêts minoritaires	(2)	(5)	
Résultat net part du groupe	56	58	+3%
Effectifs en fin de période	15 540	15 720	+1%

BILAN CONSOLIDE AU 30 JUIN 2013

M€			M€		
Actif	30/06/12	30/06/13	Passif	30/06/12	30/06/13
Immobilisations	1 926	1 933	Capitaux propres consolidés	1 079	1 162
Impôt différé net	90	81	Provisions	110	121
BFR	(309)*	(255)	Dette financière nette	444*	372
			Earn-out & buy-out	74	104
Total	1 707*	1 759	Total	1 707*	1 759

REVENU ET CROISSANCE ORGANIQUE S1 2012

Revenu (en M€)	T1 2012	T2 2012	S1 2012
EUROPE	193	224	417
<i>dont</i>			
France	80	88	168
Royaume-Uni	44	48	92
Reste de l'Europe	69	88	157
AMERIQUE DU NORD	136	146	282
RESTE DU MONDE	58	72	130
<i>dont</i>			
Asie Pacifique & Afrique	27	33	60
Amérique latine	31	39	70
TOTAL	387	442	829

Croissance Organique	T1 2012	T2 2012	S1 2012
EUROPE	1,1%	1,9%	1,5%
<i>dont</i>			
France	5,1%	0,5%	2,6%
Royaume-Uni	-0,2%	2,3%	1,1%
Reste de l'Europe	-2,4%	3,1%	0,6%
AMERIQUE DU NORD	3,6%	0,5%	2,0%
RESTE DU MONDE	12,3%	6,7%	9,1%
<i>dont</i>			
Asie Pacifique & Afrique	12,2%	9,0%	10,5%
Amérique latine	12,4%	4,8%	8,0%
TOTAL	3,5%	2,1%	2,7%

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 – anciennement Euro RSCG Worldwide) - (316 bureaux dans 75 pays), le micro réseau Arnold (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), présent dans plus de 100 pays, est le réseau media 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

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^{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 :

Aurélie 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 155 526 414,40€- 335 480 265 RCS Nanterre - APE 7311Z
www.havas.com – Suivez-nous sur Twitter : <http://www.twitter.com/HavasGroup/>