

Puteaux, jeudi 20 mars 2014

RESULTATS 2013 :

Nouvelle amélioration de la marge opérationnelle à 13,8%
Légère progression de l'activité : croissance organique +1,0%
Nouvelle réduction de la dette nette

- **Revenu : 1 772 M€** sur l'année 2013
 - **Croissance organique +1,0%**
 - **17% des revenus proviennent des marchés dynamiques d'Amérique Latine, d'Asie Pacifique et d'Afrique**
- **Résultat Opérationnel Courant de 245 M€**
 - **Marge opérationnelle courante 13,8% (+ 20 points de base)**
- **Résultat Net Part du groupe de 128 M€**
- **Bénéfice Net par action de 32 centimes (€)**
- **Dette financière nette² : 90 M€ au 31 décembre 2013** contre **165 M€ au 31 décembre 2012**

Yannick Bolloré, PDG de Havas, déclare : « *L'année 2013 a été globalement positive pour Havas. Le groupe a vu sa rentabilité progresser avec une augmentation de 20 points de base de sa marge opérationnelle courante. La croissance s'est avérée solide pour nos agences en Europe, en Asie-Pacifique et en Amérique Latine.*

Havas dispose d'une structure financière parmi les plus solides de son industrie et d'un actionnariat stable. Notre organisation claire et agile place l'innovation technologique au cœur de toutes nos activités créatives et médias.

Ces atouts structurels et nos collaborateurs d'exception nous permettent de nous adapter rapidement aux constantes évolutions de notre secteur, afin de mieux répondre aux besoins de nos clients.

Nous abordons l'année 2014 avec sérénité et enthousiasme. »

² cf tableau page 2 et définition page 10

Le Conseil d'Administration, qui s'est réuni le 20 mars 2014, a arrêté les comptes annuels et consolidés de l'exercice 2013. Ils seront soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires qui aura lieu le 5 juin 2014.

CHIFFRES CLES

En Millions d'euros (M€)	2013	2012	2011
Revenu	1 772	1 792	1 656
Croissance organique	1,0%	2,1%	5,9%
Résultat opérationnel courant	245	244	222
Marge opérationnelle courante (%)	13,8%	13,6%	13,4%
Résultat net, Part du Groupe	128	126	120
Bénéfice net par action (en centimes €)⁽¹⁾	32	31	28
Dette / (Trésorerie) nette au 31 décembre	90	165	(47)
Dividende* (en centimes €)	11	11	11

⁽¹⁾ Avec nombre de titres au 31 décembre

*Dividende 2013 proposé à l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires mercredi 5 juin 2014.

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 1 772 M€ sur l'année 2013.

La croissance organique est de +1,0% sur l'ensemble de l'année 2013. En données brutes, la croissance pour l'année 2013 est en retrait de 1,1% dû principalement aux effets de change qui ont pénalisé l'évolution du revenu à hauteur de 51 M€. A taux de change constant, la croissance s'élève à +1,8%.

La part du revenu du Groupe dans les activités digitales et médias sociaux représente 26% du revenu global du Groupe.

REPARTITION GEOGRAPHIQUE DU REVENU

Revenu (en M€)	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	Année 2013	Croissance Organique	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	Année 2013
EUROPE	197	233	203	270	903	EUROPE	-0,3%	0,8%	2,7%	2,3%	1,4%
<i>dont</i>						<i>dont</i>					
France	80	92	78	100	349	France	1,2%	3,3%	5,0%	2,5%	3,0%
Royaume-Uni	45	49	48	65	207	Royaume-Uni	0,7%	2,0%	0,0%	21,3%	6,5%
Reste de l'Europe	72	92	78	106	347	Reste de l'Europe	-2,4%	-2,1%	2,1%	-6,8%	-2,7%
AMERIQUE DU NORD	130	144	137	151	562	AMERIQUE DU NORD	-4,0%	0,2%	-2,1%	-1,2%	-1,7%
RESTE DU MONDE	62	78	74	92	307	RESTE DU MONDE	5,3%	6,9%	3,2%	4,2%	4,8%
<i>dont</i>						<i>dont</i>					
Asie Pacifique & Afrique	29	34	32	44	140	Asie Pacifique & Afrique	1,8%	-2,3%	2,5%	17,5%	5,4%
Amérique latine	33	44	42	48	167	Amérique latine	8,6%	15,1%	3,7%	-5,6%	4,4%
TOTAL	389	455	414	514	1772	TOTAL	-0,9%	1,7%	1,2%	1,6%	1,0%

2. Résultats

Le **Résultat Opérationnel Courant** s'élève à **245 M€ en 2013** contre 244 M€ en 2012. **La marge opérationnelle courante ressort ainsi à 13,8%** du revenu en 2013 contre 13,6% en 2012, soit une amélioration de +20 points de base, grâce à une bonne maîtrise des charges d'exploitation. Le Résultat Opérationnel est de 226 M€ en 2013 contre 223 M€ en 2012 ; la marge opérationnelle passe de 12,4% en 2012 à 12,7% en 2013.

Le **Résultat Net Part du Groupe** ressort à **128 M€ en 2013** contre 126 M€ en 2012 en légère progression. La charge d'impôt du Groupe reste stable à 28%.

Le **Bénéfice net par action** s'élève à 32 centimes (€).

3. Structure financière

La **dette nette** s'élève à **90 M€** au 31 décembre 2013 contre une dette nette de 165 M€ au 31 décembre 2012, retraitée de l'application rétrospective des nouvelles normes IFRS10 et 11. La **dette nette moyenne²** s'établit à 258 M€ par rapport à 221 M€ en 2012.

Les fonds propres s'élèvent à 1,3 milliard d'euros au 31 décembre 2013, en hausse de 126 M€ par rapport au 31/12/2012. Le ratio de dette nette sur capitaux propres ressort à 7,1%.

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 2012.

L'Assemblée Générale Mixte des actionnaires de Havas S.A. sera convoquée le jeudi 5 juin 2014.

Le revenu du 1^{er} trimestre 2014 sera publié d'ici le 9 mai 2014.

5. New Business Net¹

Le New Business Net¹ enregistré pendant l'année 2013 s'élève à **1 375 M€**.

La liste détaillée des principaux gains enregistrés pour l'année 2013 se trouve dans l'annexe 2.

6. FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2013

a) Les Havas Villages

A New York et dans une vingtaine d'autres villes à travers le monde, Havas a regroupé la plus grande partie des équipes créatives et médias dans un même immeuble. Ce mouvement permet de réunir toutes les expertises de la communication pour constituer une offre totalement intégrée sans équivalent sur le marché européen.

b) Acquisitions et création d'entités spécialisées

Au cours de l'année 2013, Havas a réalisé plusieurs acquisitions d'agences représentant un investissement de l'ordre de 20 M€ (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 :

- l'acquisition de **MFG Labs**, un think tank de mathématiciens spécialistes en stratégie digitale, Big Data, sciences numériques et recherche mathématique
- le lancement de **Socialistic China** spécialisée dans l'activité digitale sur le marché chinois
- le lancement par Havas Media de **Socialyse**, un pure-player à part entière en média sociaux
- l'acquisition par Havas Worldwide de **Rooster Worldwide, LLC**, une société de production digitale basée à New York
- une participation majoritaire dans l'agence turque **Mediamax**
- la 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
- une participation par Havas Media de 100% 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
- le lancement par Havas Worldwide de **Rally + Havas Inc**, une agence spécialisée dans le conseil digital et e-commerce au Canada
- le lancement par Havas Worldwide de **Havas Worldwide Digital China**, une agence spécialisée dans l'activité digitale en Chine
- le lancement par Havas Health de **Brand Acumen LLC**, une agence spécialisée dans le conseil en nom de marque

c) Responsabilité sociale

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

- En termes d'impacts environnementaux directs, le Groupe poursuit ses efforts afin d'atteindre ses objectifs. Depuis 3 ans, la consommation de papier diminue régulièrement ; en 2013 le ratio de papier utilisé par salarié s'est réduit de 10%. En revanche, les émissions de GES du Groupe se sont élevées à 99 454 t.éq CO₂, soit 6,5 t.éq CO₂ par salarié (pour un total de 15 393 salariés). Ces résultats traduisent une hausse de 6.5% des émissions par salarié (due à une augmentation des transports).
- Havas s'est donné comme objectif d'intégrer de façon croissante dans ses recommandations d'actions des propositions de mesure d'impact environnemental des dispositifs de communication. En 2013, 281 propositions ont été formalisées auprès de clients et portaient majoritairement sur des dispositifs événementiels, ou de production audiovisuelle (utilisation de calculateur carbone, ou de l'outil ecoprod). Parmi ces propositions, 231 ont effectivement été réalisées.
- Le Groupe continue de soutenir activement de nombreuses associations caritatives ou humanitaires. Ce soutien se traduit en partie par des donations directes mais aussi au

travers de mécénat de compétence. En 2013, 37 agences (23 % des effectifs du Groupe) ont réalisé des travaux pro-bono pour le compte d'associations caritatives et 105 campagnes ont ainsi été réalisées, soit quasiment autant qu'en 2012. Près de 3 349 jours ont été consacrés à ces campagnes.

d) Récompenses

Dans le Gunn Report, des agences du Groupe Havas sont classées à 7 reprises parmi les campagnes les plus primées dans le monde en 2013. Il s'agit de BETC Paris pour Evian et Canal+, Havas Worldwide Sydney & One Green Bean pour Virgin Mobile Australia, Havas Sports & Entertainment Spain pour Konami et Havas Worldwide Istanbul pour Açık Radyo. BETC Paris, Havas Worldwide Sydney et Havas Sports & Entertainment Spain figurent également dans le classement des agences les plus primées.

Le Groupe a par ailleurs été récompensé dans de nombreux festivals, internationaux, régionaux et locaux, notamment aux Cannes Lions (Festival International de la Créativité), aux Clio Awards, aux LIA Awards, aux New York Festivals, aux Epica Awards, aux WebAwards, aux Internationalist Awards for Innovation, aux AWARD, aux Spikes Asia, aux Eurobest, à El Sol, aux El Ojo de IberoAmerica et aux Effies. Le film « Baby & Me » pour Evian de BETC Paris a été le spot publicitaire le plus vu dans le monde sur YouTube en 2013.

Les campagnes du Groupe les plus primées en 2013 ont été : « *Fair Go Bro* » pour *Virgin Mobile Australia* de *Havas Worldwide Australia / One Green Bean*, « *Enter the Game* » pour *Konami* de *Havas Sports & Entertainment Spain*, « *Baby & Me* » pour *Evian* de *BETC Paris*, « *Tweetphony* » pour *le Metropole Orchestra* de *Havas Worldwide Amsterdam*, « *Durexperiment Fundawear* » pour *Reckitt Benckiser* et « *The Most Powerful Arm Ever Invented* » pour *la Fondation Duchenne & Save Our Sons* de *Havas Worldwide Australia*.

Plusieurs agences du Groupe ont été nommées Agence de l'Année : *Havas Worldwide Australia* par *Campaign Brief Australia*; *One Green Bean* par *Campaign Asia-Pacific*; *Havas North America PR* aux *Bulldog Awards*; *Havas Sports & Entertainment Spain* a été nommée meilleure Agence espagnole aux *El Ojo de IberoAmerica* ; *Havas Media Spain* et *Fuel Lisbon* aux *Premios a la Eficacia*; *Havas Worldwide Gurisa* au *Desachate*; *BETC Paris* a pris la première place aux *Hits d'Or* et a été également récompensée, ainsi que *Havas Worldwide Paris* au *Grand Prix des Agences de l'Année*.

RECMA a classé *Havas Media* 2^{ème} dans son ranking 2013 pour la France et *Arena Media* n°1 et *Havas Media* n°2 pour l'Argentine.

ANNEXE 1: Informations financières

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

En Millions d'euros (M€)	2012	2013	Variation 2013/2012
Revenu	1 792	1 772	-1,1%
Charges de personnel	(1 101)	(1 096)	
Autres charges et produits d'exploitation	(447)	(431)	
Résultat Opérationnel Courant	244	245	+0,4%
Autres charges et produits opérationnels	(21)	(19)	
Résultat Opérationnel	223	226	+1,3%
Résultat financier	(29)	(27)	
Résultat des sociétés intégrées	194	199	+2,6%
Charge d'impôt	(55)	(56)	
Résultat net de l'ensemble consolidé	139	143	+2,9%
Intérêts minoritaires	(13)	(15)	
Résultat net, part du Groupe	126	128	+1,6%
Bénéfice net en € par action	0,31	0,32	

BILAN SIMPLIFIE

En Millions d'euros (M€)

Actif	31/12/12	31/12/13	Passif	31/12/12	31/12/13
Immobilisations	1 914	1 925	Capitaux propres consolidés	1 142	1 268
Impôt différé net	75	78	Provisions	112	120
BFR	(470)	(415)	Dette financière nette	165	90
			Earn out /Buy-out	100	110
Total	1 519	1 588	Total	1 519	1 588

ANNEXE 2: NEW BUSINESS 2013

Havas Creative Group

Q1

Bacardi: Camp + King & BETC London
Carrefour: Havas Worldwide Paris
Citroen: Havas Worldwide Shanghai, Havas PR Middle East
Del Monte: Havas Worldwide Delhi
Del Monte Milkbone: Arnold New York
DMK: Global PR, piloté depuis l'Allemagne
Ideal Standard: Havas PR UK (les activités pan-européennes)
IPSEN: Havas Worldwide Paris
La Poste: BETC & Havas Worldwide Paris
Mothercare: Havas Worldwide London
Pizza Hut: Havas Worldwide Hong Kong
Roquefort: Havas 360
SCA: Havas Worldwide Digital Athens
Simple: Havas EHS
Snuggle: Havas 360
Ubisoft: BETC Paris
United Nations: Havas PR
Unilever (Rexona Women): Havas Worldwide Digital Warsaw
Volvo: Havas Worldwide Munich & Dusseldorf
Volvo Australia: Arnold Furnace

Q2

Dove: EHS Havas est devenue l'agence digitale de référence au niveau mondial
Fairprice: Havas Worldwide Singapore (la communication intégrée)
Heineken: Havas Data Spain (les activités data/CRM)
IKEA: Havas Worldwide Prague pour la communication intégrée, Marketing House (Pologne) pour les activités CRM
Rabobank: Havas Worldwide Amsterdam (la communication intégrée)
Reckitt Benckiser: Havas PR Middle East (les activités RP pour Veet, PifPaf, Scholl et Strepsils)
Sanofi: Havas Worldwide Moscow (les activités digitales) et Havas Life Southeast Asia (la communication intégrée pour la marque Merial)
Seagate: Havas Worldwide San Francisco (les activités digitales)
Sony: Havas Worldwide Buenos Aires
Stanley Black + Decker International: Havas 360
Telecom Italia: Havas Worldwide Digital Milan (les activités digitales)
TOTAL: BETC Paris a gagné le budget mondial de la compagnie pétrolière
Vitra: Boondoggle (les activités digitales)

Q3

ABInBev: Havas People (la marque employeur au niveau monde)
Acer: Havas Worldwide Dusseldorf (les activités publicitaires)
Arrow: Havas Worldwide Helsinki (les activités digitales pour les services IT)
Bayer: Havas Worldwide Helsinki (les RP digitales)
Celesio: Havas Worldwide Dusseldorf (les activités intégrées pan-européennes)
Chivas: Havas Worldwide Johannesburg
Danone: BETC Digital/Havas EHS (les activités CRM pour l'Europe)
DISH: Havas Worldwide Chicago (agence de référence digitale et médias sociaux)
Fitbionic: Victors and Spoils (stratégie de marque et études)
Grameen Creative Lab: Havas Worldwide Siren Singapore (marketing et RP autour du sommet Social Business 2014 qui aura lieu en Malaisie)
JC Penney: Victors and Spoils (les activités médias sociaux et animation des communautés)
Michelin: Havas 360 (édition)
Michelob: Havas Worldwide Toronto (les activités publicitaires et digitales)
MTV : Havas 360 (les activités publicitaires)
Novartis: Adrenaline (les activités digitales pour la marque Prevacid)
Panzani: BETC (les activités publicitaires)
Pernod Ricard: Havas PR UK pour les marques Oddka et Aberlour
Roger's RCI: Havas Worldwide Toronto (les activités digitales)
Sanofi: Havas Worldwide Warsaw (les activités publicitaires pour la marque Emolium)
Santacasa: Havas Worldwide Lisbon (les activités publicitaires)
Schneider Electric: BETC Digital (les activités CRM BtoB)

Shoppers Drugmart: Havas Worldwide Toronto (les activités digitales et médias sociaux)
Tesco: Havas People (le site internet de recrutement)
TSB Bank: Havas EHS (les activités digitales et CRM)
Unibail Rodamco: BETC Shopper (les activités publicitaires)
Valvoline: Havas Worldwide Toronto (les activités digitales)
Weber: Havas Worldwide Paris (le développement du site internet sur 6 marchés)

Q4

ADT: Arnold Boston, Creative AOR (stratégie, planning, publicité)
Australian Defence Force Recruiting: Havas Worldwide Sydney (les activités publicitaires et digitales)
Birds Eye, Iglo: Havas Worldwide London (les activités publicitaires pan-européennes)
Costa Croisières: BETC Paris a gagné le budget mondial
Danone: Havas Worldwide Shanghai (les activités digital et e-commerce)
Givenchy: Havas Worldwide Kuwait (les activités publicitaires)
GMCR: Havas Worldwide New York
JCPenney: Victors & Spoils
Liberty Mutual: Havas New York
Michelin: Havas 360
Mothercare: Havas PR UK
NC+: Havas Worldwide Warsaw (les activités digitales)
Nokia: Havas Worldwide Helsinki (les activités digitales)
Piaget: BETC Luxe (les activités publicitaires globales)
PUR: Arnold Boston (stratégie, planning, publicité, digital)
Q8 Petroleum: Boondoggle (les activités digitales)
Rituals: Boondoggle (les activités digitales)
SABMiller: Conran Design Group
Sanofi/Regeneron: Arnold New York
Save the Children: Havas EHS (les activités digitales)
Shopper's Drugmart: Havas Worldwide Toronto (les activités digitales et médias sociaux)
Terminix: Havas Worldwide Chicago
Volvo: Havas Worldwide Taiwan (les activités publicitaires)
Volvo Commercial Trucks: Arnold New York (agence de référence pour les activités publicitaires)
Weetabix: Cake UK (les activités réseaux sociaux)
YSL Parfum: BETC Paris (les activités publicitaires globales)

Havas Media Group

Q1

Ale Combustiveis: Media Contacts Brazil
LaCentrale.fr: Havas Media France
Leboncoin.fr: Havas Media Regions France
LVMH: Havas Media US
Agrolimen: Arena Spain
Artiach: Havas Media Barcelona
TV Azteca: Arena Colombia
Banque PSA Finance (livret Distingo): Havas Media France
Bakrie Telecom: Havas Media Indonesia
Burger King: Arena Argentina
Burn: Havas Sports & Entertainment US, ignition, HS&E UK, HS&E Spain
Crédit Agricole: Arena Poland
General Mills: Havas Media France
H&R Block: Havas Media Canada
Ifema: Havas Media Spain (Madrid)
Lembaga Penjamin Simpanan: Havas Media Indonesia
Leroy Merlin: Proximia Spain
Mazuma Mobile: Havas Media UK
Mutua Madrileña: Havas Media Spain (Madrid)
Reckitt Benckiser: dans plusieurs marchés
Saint Maclou: Havas Media France
Santa Lucia Seguros: Arena Spain (Madrid)
Tourism of Turkey: Havas Media Germany et Royaume-Uni, Suède, Norvège & Danemark
Vivil: Havas Media Germany
Yahoo!: ignition US, HS&E France, Royaume-Uni, Espagne, Italie, Allemagne

Q2

Aeroports de Paris: Havas Media France
Betadine: Havas Media APAC (5 marchés)
Betfair: Arena UK, Ireland, Denmark, Spain
Comunidad Valenciana: Havas Media Levante (Espagne)
Coty: Havas Media GCC and Levant
Damiani: Havas Media Italy, Kazakhstan, Ukraine et Russie
Famosa: Havas Media Mexico
Gatwick: Havas Media UK
Intervida: Havas Media Barcelona
Jarden Consumer Solutions: Havas Media International Miami
KakaoTalk: Havas Media Indonesia
Promotion of Spanish Olive Oil: Havas Media Spain (Allemagne, Royaume-Uni, France, Amérique du Nord, Brésil, Mexique, Australie, Japon, Russie, Chine)
La Rioja: Havas Media Spain
LG Electronics: Havas Media Group / Arena au niveau global (sauf Amérique du Nord)
Mouawad: Havas Media Middle East
Nissan: Havas Media Chile
Occidental Hotel & Resorts: Havas Media International Miami (Amérique du Nord + LATAM)
Orangina Schweppes: Havas Media Poland
Prom Perú: Havas Media LATAM + Brazil
Renfe: Arena Madrid
The Outnet: Havas Media International UK (Royaume-Uni, Singapour, Hong Kong, Australie)
Totally Media: Havas Media UK
Unimarc / Construmart: Havas Media Chile
Uni-President: Havas Media China
Warmia i Mazury: Arena en Pologne, République Tchèque, Slovaquie, Belgique, Ukraine, Lituanie

Q3

AIG: Havas Media China
Asos: Havas Media France
AutoZone: Havas Media Mexico
Avocados de Mexico: Havas Media USA
Bricorama: Havas Media France
Chanel Bourjois: Havas Media UAE
DISH Network: Havas Media USA (les activités digitales de référencement)
Emirates: Havas Media Dubai (global)
Hugo Boss: Havas Media Germany (global)
Kalbe Pharma: Havas Media Indonesia
Line: Havas Media Italy, Havas Media International Miami (les activités média inter-régionales)
Maicao: Arena Chile
Merck: Havas Media (en Amérique Latine et au Canada)
Meta Petroleum Limited: Havas Media Colombia
Otsuka Pharma: Havas Media USA (en collaboration avec Havas Worldwide)
Pernod Ricard: Havas Media International London
Polish Ministry of Economy: Havas Media en Pologne, en Allemagne, en République Tchèque, en Russie, en Ukraine et en Chine
Robert Half International: Havas Media USA
Scelta Civica: Havas Media Italy
Sodebo: Havas Media France
Subaru: Havas Media Singapore (Singapour et APAC)
Tory Burch: Havas Media pour l'Italie, la Chine et les Etats-Unis – (les activités digitales et études)
Wargaming.net: Havas Media International Paris (Europe)
WingStop: Havas Media USA
Yellow Pages: Havas Media USA

Q4

Agata meble: Havas Media Poland
Agora Distribution: Havas Media France
All Leisure Group: Arena UK
American Express: Arena UK (global sauf Amérique du Nord)
BNP Paribas: Havas Media France
Burger King: Havas Media Singapore
Caja Popular Mexicana: Havas Media Mexico
Die Schweizerische Post: Havas Media Switzerland
DGT Dirección General de Tráfico: Havas Media Spain

EDF: Havas Media France
Eminence Athena: Havas Media France
Gamm Vert: Havas Media France
Guess Inc. : Havas Media US
Huawei: Havas Media Germany
Indofood: Havas Media Indonesia
Liverpool: Havas Media Mexico
Mutua Madrileña: Havas Sports & Entertainment Spain
OEAMTC: Havas Media Austria
Laboratorios Pisa: Havas Media Mexico
RadioSchack: Havas Media Mexico
Seagate: Havas Media International
Tourism Malaysia: HMI Singapore
Vivil: Havas Media Germany
Vueling: Havas Media Barcelona

* * *

A propos d'Havas

Havas (Euronext Paris SA : HAV.PA) est un des plus grands Groupes mondiaux de conseil en communication. Basé à Paris, Havas développe ses activités autour de ses deux divisions : 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) - (14 agences dans 12 pays) 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), Arena et le réseau Havas Sports & Entertainment. Groupe multiculturel, 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 16 000 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, comptes courants bloqués liés à la participation des salariés, 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. Les dettes liées aux compléments de prix et aux rachats de minoritaires sont exclus de la définition de la dette nette moyenne.

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.

Le Groupe a choisi d'adopter par anticipation les normes IFRS10 et IFRS11. Ceci n'a aucune conséquence significative sur le revenu et le résultat du Groupe. Néanmoins, 2012 a été retraité pour rendre les exercices 2013 et 2012 comparables.

Contact :

Lorella Gessa

Directrice de la Communication du Groupe Havas

Tel : +33 (0)1 58 47 90 36

lorella.gessa@havas.com

Twitter: [@Lorella_Gessa](https://twitter.com/Lorella_Gessa)

Aurélie Jolion

Directrice des 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

Liker notre page sur Facebook : <https://www.facebook.com/HavasGroup>

Suivez-nous sur Twitter : <http://www.twitter.com/HavasGroup/>

Google + : <http://bit.ly/163li2y>

LinkedIn : <http://www.linkedin.com/company/Havas>