

Puteaux, 6 mai 2014

## Croissance organique satisfaisante à + 3,0%

## Revenu de 389 M€ au premier trimestre 2014

## New Business net<sup>1</sup> en forte croissance : 669 M€ contre 402 M€

**Yannick Bolloré, PDG Havas**, déclare « Le Groupe a connu une croissance très satisfaisante lors de ce premier trimestre 2014 grâce à la solide reprise de l'Amérique du Nord, la belle performance de nos agences en Asie Pacifique et des résultats globalement satisfaisants en Europe, notamment au Royaume Uni et en Allemagne qui enregistrent une croissance à deux chiffres.

En ce début d'année, le Groupe a engrangé de nombreux gains de clients, dont Pao de Açucar au Brésil, Paypal aux Etats-Unis ou Iglo en Europe, qui confirment la pertinence de notre approche stratégique de collaboration entre les équipes créatives, médias et digitales, réunies dans les différents « Havas Villages » dans le monde.

Havas est dans une dynamique positive qui nous rend confiants pour notre performance dans les mois à venir. »

### 1. CHIFFRES CLES

Revenu (en M€)	T1 2013	T1 2014	Croissance organique T1 2014
EUROPE	198	203	+2,3%
<i>dont</i>			
France	80	80	+0,0%
Royaume-Uni	45	52	+11,7%
Reste de l'Europe	72	71	-1,3%
AMERIQUE DU NORD	130	130	+3,7%
RESTE DU MONDE	60	56	+3,8%
<i>dont</i>			
Asie Pacifique & Afrique	28	28	+5,9%
Amérique latine	33	28	+1,8%
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>389</b>	<b>+3,0%</b>

## 2. COMMENTAIRE GENERAL

Le revenu consolidé du Groupe s'élève à 389 M€ au 1<sup>er</sup> trimestre 2014, soit une croissance organique de +3,0% comparée à -0,9% pour la même période en 2013.

L'Euro s'étant apprécié vis-à-vis du dollar américain et de plusieurs devises d'Amérique du Sud au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2014 par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2013, l'impact de change a pénalisé l'évolution du revenu de près de 12 M€.

Par ailleurs, les principaux indicateurs de performance au 1<sup>er</sup> trimestre 2014 sont en ligne avec les attentes du Groupe.

**Par zone géographique, nous pouvons souligner :**

### **Europe :**

Notre performance reflète la reprise économique progressive de cette zone qui affiche une croissance de 2,3% pour le T1 2014. Le Royaume Uni continue d'enregistrer une croissance à deux chiffres, tirée notamment par le digital et le direct ainsi que les activités média. La France reste stable, BETC et Havas Media demeurant les moteurs de croissance sur ce marché. La croissance du reste de l'Europe est pénalisée par l'Espagne, les Pays Bas et la Suisse qui peinent à repartir tandis que l'Allemagne, l'Italie et la Belgique contribuent de façon significative grâce à une croissance soutenue.

### **Amérique du Nord :**

Cette zone redevient positive grâce à un rebond de la croissance organique de 3,7%. L'impact des récents gains de clients tels que : Green Mountain Keurig, Dish ou encore Liberty Mutual commence à donner une belle impulsion à toutes les activités. Le Groupe reste par ailleurs confiant dans le redressement d'Arnold.

### **Reste du monde :**

L'Asie Pacifique a enregistré une croissance satisfaisante grâce notamment aux activités média et à la performance de nos agences en Australie, en Chine et dans les Emirats Arabes Unis.

L'Amérique Latine retrouve la croissance, tirée par le Brésil où le gain de Pao de Açucar commencera à porter pleinement ses fruits au second trimestre 2014, mais également par l'Argentine et le Chili.

## 3. NEW BUSINESS NET<sup>1</sup>

La conquête de nouveaux budgets s'accélère au 1<sup>er</sup> trimestre 2014 avec un new business net<sup>1</sup> de 669 M€ comparé à 402 M€ à la même période 2013.

Parmi les gains les plus significatifs du 1<sup>er</sup> trimestre 2014, on peut citer :

### **Gains Havas Village :**

- **Grupo Pao de Açucar** : Havas Brazil (budget publicité et média)
- **Iglo** : Havas Worldwide et Media (pays : Royaume Uni, Italie, Allemagne, Autriche, France, Belgique, Pays Bas, Portugal, Russie et Irlande)
- **Paypal** : Havas Media et Havas Worldwide (pays : USA et Europe hors Royaume Uni et Italie)

## Havas Creative Group :

- **Au Bon Pain** : Havas PR North America (Agence de référence)
- **Auto Trader** : Havas Worldwide Toronto (digital)
- **Berlitz** : Havas Worldwide Dusseldorf (publicité)
- **Boehringer Ingelheim** (Thomapyrin) : Havas Worldwide Dusseldorf (publicité)
- **Burger King** : Havas Worldwide UAE (publicité)
- **Cineworld** : Arnold (Agence de référence au Royaume Uni)
- **Danone** : Havas PR UK (RP et promotion de la Nations Cup)
- **DCH Auto Group** : Arnold US (marketing intégré)
- **Ella's Kitchen** : Havas Worldwide London (budget publicitaire pan-européen)
- **Go Outdoors** : Havas PR UK (presse, marketing et placement produit)
- **MegaRed** : Havas Worldwide Budapest (intégré)
- **NetJets** : Havas Worldwide New York (budget digital, social et RP au niveau global)
- **Pirelli Bedding** : Les Gaulois (communication offline et in-store)
- **Santander** : Havas Worldwide Spain (intégré)
- **Sears** (Kenmore, Craftsman et DieHard) : Havas Worldwide Chicago (intégré)
- **Tyson** : Arnold US (digital)
- **Unilever** (Dove Men's Care) : Havas EHS et Havas Worldwide New York (budget digital au niveau global)
- **Weetabix** : Havas Digital China (digital)

## Havas Media Group:

- **AIG** : Havas Media Indonesia
- **Bausch+Lomb** : Havas Media China
- **Betfair** : Havas Media USA
- **Brightstar** : Havas Media USA
- **Canal de Isabel II** : Havas Media Spain
- **Center Parcs** : Havas Media France (pays: France, Allemagne, Pays Bas, Danemark et Belgique)
- **IKB** : Havas Media Germany
- **DY Kia** : Havas Media China
- **Lidl** : Havas Media Poland
- **Line** : Havas Media USA
- **Mundipharma** : Havas Media China et Havas Media Middle East
- **Payback** : Havas Media Germany
- **Pierre & Vacances** : Havas Media France (pays : France et Pays Bas)
- **Renfe** : Havas Media Spain
- **Ritter Sport** : Havas Media Germany
- **Vapestick** : Arena UK
- **Watts** : Arena Chile

## 4. CREATIVITE

Les talents et les agences du Groupe Havas continuent de se distinguer par leur excellence créative.

Havas compte 2 campagnes dans le Top 10 des publicités le plus regardées sur Youtube en France :

- **N1 Baby and Me pour Evian conçue et réalisée par BETC Paris**
- **N10 Not your Everyday pour Monoprix conçue et réalisée par Rosapark**

Au niveau international les agences du groupe ont gagné une trentaine de prix dont 3 « Best of Show » aux *Mobius* et 5 prix aux *Internationalist Awards for Innovation in Media*.

Au niveau régional, en Asie Pacifique, **Havas Worldwide Australia** a été nommée **Agence de l'Année** par *Campaign Brief Australia*. Aux *AWARD Awards*, **Havas Worldwide Australia** et **Host** ont gagné 7 prix au total.

En Amérique Latine, **Renato de Paula** de Havas Worldwide Mexico et **Claudio Invernizzi** de Havas Worldwide Gurisa (Uruguay) ont été respectivement nommés « *Outstanding Executive* » et « *Outstanding Creative* » of the Year par AdLatina Top 2013.

Les agences françaises se sont vu attribuer dix prix aux *Hits d'Or*, dont meilleure agence pour **BETC**. Le *Club des DA* a décerné 17 prix à **BETC**, aux **Gaulois** et à **Havas Worldwide Paris**.

**Havas Media France** est classée 2<sup>ème</sup> par RECMA.

Au Royaume-Uni, **AIS London** a gagné 4 prix aux *MAA Best Awards* et 2 prix au *Creative Circle*.

## 5. CALENDRIER

Prochaine Assemblée Générale le 5 juin 2014 à 9h00 au siège de Havas à Puteaux.

Les résultats du premier semestre 2014 seront annoncés le vendredi 29 août à 17h45.

## **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](http://www.havasworldwide.com) – anciennement Euro RSCG Worldwide) - (316 bureaux dans 75 pays), le micro réseau Arnold ([www.arn.com](http://www.arn.com)) - (14 agences dans 12 pays) 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), 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](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.

## **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 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 164 007 141,20€ - 335 480 265 RCS Nanterre - APE 7311Z

[www.havas.com](http://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>