

Puteaux, le 6 novembre 2014

Poursuite d'une bonne dynamique au 3^{ème} trimestre 2014 Croissance organique : +6%

3^{ème} Trimestre 2014

Revenu :	447 M€
Croissance organique :	+6,0%
New Business net¹ :	415 M€

9 mois 2014

Revenu :	1 313 M€
Croissance organique :	+5,8%
New Business net¹ :	1 696 M€

Yannick Bolloré, PDG Havas, déclare:

"Le Groupe confirme sa bonne dynamique avec une croissance organique à +6,0% au troisième trimestre après un premier semestre à + 5,7%.

Nous sommes surtout très heureux de voir toutes nos zones en croissance dont certaines à un rythme très soutenu.

Ces bons résultats ainsi que le niveau élevé de New Business nous encouragent à poursuivre le déploiement de notre plan stratégique "Together" mis en place au début de l'année et qui repose sur la collaboration et l'intégration.

Je remercie nos équipes à travers le monde pour leur excellent travail et nos clients pour leur confiance renouvelée."

1. CHIFFRES CLES

Revenu (en M€)	T1 2014	T2 2014	T3 2014	9 m ois 2014	Croissance Organique	T1 2014	T2 2014	T3 2014	9 mois 2014
EUROPE	203	254	222	679	EUROPE	2,3%	8,0%	6,7%	5,8%
<i>dont</i>					<i>dont</i>				
France	80	96	80	256	France	0,0%	4,7%	2,8%	2,6%
Royaume-Uni	52	60	58	170	Royaume-Uni	11,7%	14,8%	8,6%	11,7%
Reste de l'Europe	71	98	84	253	Reste de l'Europe	-1,3%	7,4%	9,4%	5,5%
AMERIQUE DU NORD	130	145	145	420	AMERIQUE DU NORD	3,7%	5,3%	4,7%	4,6%
RESTE DU MONDE	56	78	80	214	RESTE DU MONDE	3,8%	13,2%	6,6%	8,1%
<i>dont</i>					<i>dont</i>				
Asie Pacifique & Afrique	28	36	38	102	Asie Pacifique & Afrique	5,9%	16,2%	9,5%	10,7%
Amérique latine	28	42	42	112	Amérique latine	1,8%	10,8%	4,0%	5,9%
TOTAL	389	477	447	1 313	TOTAL	3,0%	7,9%	6,0%	5,8%

2. COMMENTAIRE GENERAL

→ Le **Revenu** consolidé du Groupe s'élève à 447 M€ au troisième trimestre 2014 et ressort à 1 313 M€ pour les neuf premiers mois de l'année.

→ La **Croissance organique** du Groupe (hors variations de change et périmètre) ressort à +6,0% au troisième trimestre et + 5,8% sur les 9 premiers mois 2014.

L'impact de change est négatif de 22M€ sur les 9 premiers mois 2014.

Par zone géographique, nous pouvons souligner :

Europe :

Pour les neuf premiers mois de l'année 2014, la France affiche une bonne performance tirée par toutes les activités et notamment par BETC, Havas Worldwide Paris et Havas Media. Le Royaume Uni continue d'enregistrer une croissance solide, les deux divisions contribuent à cette dynamique.

Le redressement opéré pendant le 2^{ème} trimestre se confirme pour le reste de l'Europe qui est en progression de +9,4% au 3^{ème} trimestre et atteint pour les 9 premiers mois de l'année +5,5%. Les pays qui ont le plus contribué à cette performance sont l'Allemagne, l'Italie, la Suisse ainsi que certains pays d'Europe Centrale.

Amérique du Nord :

La région maintient un rythme de croissance soutenu, proche de 5%, porté par toutes les activités. La communication santé notamment affiche une croissance à deux chiffres.

Reste du monde :

L'**Asie Pacifique** réalise de nouveau une bonne performance au 3^{ème} trimestre (+9,5%). Pour les 9 premiers mois 2014, la croissance organique est de +10,7%. Tous les pays de cette zone sont en hausse, tout particulièrement l'Australie qui bénéficie notamment de l'effet du gain du client Defence Force Australia.

La croissance en **Amérique Latine** reste satisfaisante. Le Brésil et l'Argentine affichent une croissance à deux chiffres pour les neuf premiers mois de l'année.

3. NEW BUSINESS NET¹

Le New business net¹ du troisième trimestre 2014 reste dynamique et s'élève à 415 M€, soit 1 696 M€ pour les neuf premiers mois de l'année (en termes de billings - qui est la référence retenue par le marché).

Parmi les gains les plus significatifs du 3^{ème} trimestre 2014 nous pouvons citer:

Au niveau global, la compagnie aérienne **Garuda Indonesia** en digital média et **Amnesty International** France pour sa communication et le lancement de sa première campagne intégrée internationale.

Au niveau régional, les activités médias pour **Danone** ont été gagnées en Amérique Latine, la marque de vêtements **Bench** toujours en média dans plusieurs pays en Europe et la communication de **Total** en Afrique du Sud et dans d'autres pays d'Afrique.

Au niveau local, le Groupe a gagné **Sanofi** et **Takeda Pharmaceuticals** au Japon en communication santé et branding, les activités média de **Loterías y Apuestas del Estado** (la loterie nationale) en Espagne et de **Star Italy** (agro-alimentaire) en Italie, les activités digitales pour **Daylong (Galderma)** en Corée. Au Royaume-Uni, le Groupe a gagné **Cargiant** en digital et la marque de vêtements **Jack Wills** a nommé pour la première fois une agence digitale de référence, Havas Work Club.

(Cf. Annexe 2 pour la liste plus détaillée des principaux gains du 3^{ème} trimestre).

4. RESPONSABILITE SOCIALE

Havas décline sa stratégie de Responsabilité Sociale au cœur de ses métiers :

- Havas Worldwide a lancé un programme de communication autour du changement climatique, conçu pour rassembler ses experts à partir de trois centres régionaux situés à Londres, New York et Sydney, tout en s'appuyant sur des bureaux satellites dans plus d'une douzaine de pays.
L'équipe d'experts est dirigée par Pete Bowyer, qui a été porte-parole de l'ancien secrétaire général de l'ONU Kofi Annan sur les questions de justice climatique. Le programme a pour but de fournir aux clients des conseils stratégiques, des conseils en communication et en mobilisation autour de l'enjeu qu'est le réchauffement climatique. L'équipe avait par le passé, contribué au lancement d'Earth Hour du WWF en 2007 et au Big Data Climate Challenge avec le secrétaire général de l'ONU Ban Ki-moon au début de cette année.
- Havas RE :PURPOSE a révélé son étude «*From Marketing to Mattering* », en partenariat avec Accenture. Basée sur une enquête auprès de 30 000 consommateurs dans 20 pays, cette étude révèle les opportunités pour les entreprises d'aborder le développement durable comme une occasion d'impacter positivement la qualité de vie des consommateurs.
- Déjà notée au niveau "gold" par l'outil de notation extra financier Eco Vadis depuis mai dernier, BETC Paris vient de récolter le niveau "advanced" au pacte mondial des Nations-Unies. L'agence a mis en oeuvre une démarche globale de développement durable depuis 2008, avec des actions qui concernent autant l'interne que la production audiovisuelle et l'accompagnement des marques.

5. RECOMPENSES

Aux différentes compétitions des **CLIO awards**, le Groupe a remporté 19 prix au total. Les agences **Arnold Boston** et **HS&E Ignition** ont chacune gagné 5 Clios, respectivement aux **Clios Healthcare** et aux **Clios Sports**.

Les campagnes « *The FIFA World Cup Trophy Tour* » de **HS&E** pour Coca-Cola, « *The Big Leap* » pour Lacoste, signée **BETC Paris**, et « *I wish my son had cancer* » pour Harrison's Fund par **AIS London** ont toutes obtenu un gold (respectivement gagnés en Engagement, en Film Technique et en Direct).

Les campagnes Coca-Cola de **HS&E** et Lacoste de **BETC Paris** sont également les campagnes les plus primées du Groupe, chacune avec 4 Clios.

Aux **Sharks**, 21 récompenses ont été obtenues par les agences du Groupe. La campagne « *I wish my son had cancer* » pour Harrison's Fund d'**AIS London** a été primée avec 2 gold. Les agences **BETC Paris**, **Rosapark** et **les Gaulois** se sont distinguées en gagnant respectivement 7, 5 et 4 prix dans différentes catégories. La campagne « *Dog Fat Pants* » de **Rosapark** pour Jardiland a, par exemple, reçu 3 silvers en Print, Print Craft, Outdoor. Celle de Transavia « *Transavia/Ebay* » par **les Gaulois** a remporté un gold, un silver et un bronze en Media et en Integrated.

Aux **WebAwards**, **Arnold Furnace**, **Palm+Havas**, **Ignition**, **Havas Media Group**, **Havas Worldwide Prague**, **Havas Worldwide Amsterdam**, **Havas Digital Russia**, **BETC Paris** et **BETC Digital** ont remporté 16 prix au total.

Aux **M&M Global Awards**, **Havas Media UK** a été primée pour sa campagne Net-a-Porter « *Net-a-Porter Live* » dans la catégorie Best Use of Digital.

La campagne Virgin Mobile « *How Brad Pitt's bro helped Virgin Mobile punch above its weight* » de **Havas Worldwide Australie & One Green Bean** a remporté le Grand Prix Creative Effectiveness aux **Spikes Asia**.

Havas Worldwide Australia a également été primée en PR pour « *Game of Phones* » pour Virgin Mobile en tandem avec **One Green Bean** et en Digital avec « *Buy the sky* » pour le Royal Flying Doctor Service avec **Red Agency**. **Havas Worldwide India** a quant à elle, remporté un bronze en Direct pour Child Survival India « *No child brides* ».

Aux **Loeries**, **Havas Worldwide Istanbul** a gagné un silver en Digital avec sa campagne « *Farewell Elisabeth* » pour Reckitt-Benckiser/Durex. **Havas Worldwide Johannesburg** a remporté un bronze en Media avec « *Dice* » pour le National Responsible Gambling Programme.

Aux **Euro Effies**, **BETC Paris** a reçu un gold pour sa campagne Evian « *Baby & me* » dans la catégorie 'Best Demonstration of Integrated Effectiveness'.

La campagne Coca-Cola « *How "Just Adding Zero" Sold Millions* » de l'agence **Host** a également remporté un gold aux **Effies Australia**.

Le réseau **Havas Media** a remporté 6 prix dont 2 (un silver, un bronze) pour les campagnes Danone « *Autonomy* » et « *Mutual Beneficial Tricks for Flavor* » aux **Effies Turkey**. La compétition des **Effies Mexico** a permis au Groupe de gagner 3 prix : un gold pour **Havas Worldwide Vale** et la campagne Continental « *ADN Aleman* », un silver pour **Havas Media Mexico** avec « *Te Quiero Mexico Te Quiero Limpio Cloralex* » pour Cloralex, et un bronze pour **Havas Media Group** avec la campagne Pinol « *Yo Amo Pinol* ».

ANNEXE 1

Revenu (en M€)	3ème trimestre			9 Mois		
	2013	2014	Organique	2013	2014	Organique
EUROPE	203	222	6,7%	633	679	5,8%
<i>dont</i>						
France	78	80	2,8%	249	256	2,6%
Royaume-Uni	47	58	8,6%	142	170	11,7%
Reste de l'Europe	78	84	9,4%	242	253	5,5%
AMERIQUE DU NORD	137	145	4,7%	411	420	4,6%
RESTE DU MONDE	74	80	6,6%	213	214	8,1%
<i>dont</i>						
Asie Pacifique & Afrique	32	38	9,5%	95	102	10,7%
Amérique latine	42	42	4,0%	119	112	5,9%
TOTAL	414	447	6,0%	1257	1313	5,8%

Chiffres 2013 retraités en normes IFRS10

ANNEXE 2

Récapitulatif des gains au 3^{ème} trimestre 2014 :

HAVAS CREATIVE GROUP

- **Amnesty International** : BETC Paris (campagne intégrée)
- **Cargiant** : Havas Worldwide London (les activités digitales)
- **Couche Tard** : PALM + HAVAS (les activités publicitaires et la stratégie créative)
- **EDF** : Havas Worldwide Paris (les activités créatives en France, Italie, Belgique, Hongrie et Pologne)
- **Ella's Kitchen** : Havas Worldwide London (les activités digitales)
- **Galderma** : Havas Worldwide Korea (les activités digitales)
- **HSBC** : Havas PR Warsaw (les activités RP et communication corporate)
- **Jack Wills** : Havas Work Club (agence digitale de référence)
- **Mediaset Premium** : Havas Worldwide Milan (les activités publicitaires)
- **Nutricia** : Conran Design Group (packaging)
- **SABMiller** : Conran Design Group
- **Sanofi** : Havas Worldwide Tokyo (branding et communication)
- **Sanofi-Regeneron Alliance** : Arnold (pour les programmes Alirocumab, Dupilumab et Afrezza)
- **Seacod** : Havas Worldwide Mumbai (planning stratégique, packaging, publicité, digital)
- **Total** : Havas Worldwide Johannesburg (les activités publicitaires)
- **Virgin Atlantic** : Cake (événement de lancement)
- **Xbox** : Cake (conseil en stratégie et activités créatives)

HAVAS MEDIA GROUP

- **Allegro Group** : Havas Media Hungary
- **ANCV** : Havas Media France
- **Bench** : HMI London (en Royaume-Uni, Allemagne, France, Espagne)
- **BigLots!** : Havas Media US
- **Bluescope** : HMI Singapore (les activités digitales en Asie)
- **Broadband Choices** : Havas Media UK
- **Colpatria / AXA** : Havas Media Colombia
- **Danone** : Havas Media LATAM (en Mexique, Colombie, Argentine, Chili)
- **El Pozo** : Havas Media Spain
- **Fer Yapi** : Havas Media Turkey
- **Garuda Indonesia** : Havas Media Indonesia
- **Gazprombank** : Havas Media Russia and CIS
- **IAAF** : HSE Global PR
- **LAPAM** : Tourism of Israel – Havas Media Germany
- **LIC of India** : Havas Media India
- **Linio** : Havas Media Mexico. Service offline.
- **Loterías y Apuestas del Estado** : Havas Media Spain
- **Michael Kors** : HMI London – Top 5 Markets - Strategy
- **Nashua Mobile** : Havas Media South Africa
- **Notonthehighstreet.com** : Arena UK (les activités digitales)
- **Penguin Random House** : Havas Media UK
- **Showroomprivee.com** : Havas Media Italy
- **Sofitel** : HMI Singapore
- **Star** : Arena Italy
- **Tourism Malaysia** : HMI Singapore/ Havas Media Malaysia (les activités digitales)
- **Education First** : Havas SE Brazil (conseil stratégique pour Rio 2016)
- **NBA** : Havas Sports & Entertainment Mexico
- **LINE** : Havas Sports & Entertainment China

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 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

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^{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 Groupe a choisi d'adopter par anticipation les normes IFRS10 et IFRS11. Ceci n'a pas de conséquence significative sur le revenu et le résultat du Groupe. Néanmoins, 2012 et 2013 ont été retraités pour les rendre 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)

Aurélié Jolion

Directrice des Relations Investisseurs du Groupe Havas

Tel : +33 (0)1 58 47 92 42

aurელიe.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 165 392 446,80 € - 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>