

Puteaux, jeudi 19 mars 2015

## RESULTATS 2014 : UNE ANNÉE RECORD

**Croissance organique +5,1%**  
**Nouvelle progression de la rentabilité de 30 bp à 14,1%**  
**Augmentation de 18% du dividende à 13 centimes €**

- Revenu : 1 865 M€ sur l'année 2014
  - Croissance organique : +5,1%
- Résultat Opérationnel Courant de 263 M€
  - Marge opérationnelle courante : 14,1% (+ 30 points de base)
- Résultat Net Part du groupe : 140 M€, en hausse de 9,4%
- Bénéfice Net par action de 34 centimes € (+6%)
- Dividende à 13 centimes (+18%)
- Trésorerie nette de 42 M€ au 31 décembre 2014 contre une dette nette<sup>2</sup> de 90 M€ au 31/12/2013

**Yannick Bolloré**, PDG de Havas, déclare : «2014 a été une année record pour Havas qui réalise l'une des meilleures croissances organiques du secteur à +5,1%. Notre rentabilité s'est améliorée de 30 points de base, poursuivant ainsi sa progression constante. Nos équipes, partout dans le monde, ont assuré le niveau de new business le plus élevé depuis de nombreuses années. Une très belle performance à laquelle s'ajoute une structure financière saine et solide; avec une trésorerie nette positive au 31 décembre.

*Havas est plus que jamais un groupe performant, agile, totalement intégré avec une présence globale et une taille idéale. Nous bénéficions de la confiance de nos clients et attirons les meilleurs talents de l'industrie. Notre actionnariat familial nous garantit l'indépendance et nous permet de développer une vision à long terme. Havas n'aura jamais été aussi en forme pour affronter les défis à venir».*

<sup>2</sup> cf tableau page 2 et définition page 11

Le Conseil d'Administration, qui s'est réuni le 19 mars 2015, a arrêté les comptes annuels et consolidés de l'exercice 2014. Ils seront soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires qui aura lieu le 4 juin 2015.

## CHIFFRES CLES

En Millions d'euros (M€)	2014	2013	2012
<b>Revenu</b>	<b>1 865</b>	<b>1 772</b>	<b>1 792</b>
<b>Croissance organique</b>	<b>5,1%</b>	<b>1,0%</b>	<b>2,1%</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>263</b>	<b>245</b>	<b>244</b>
<b>Marge opérationnelle courante</b>	<b>14,1%</b>	<b>13,8%</b>	<b>13,6%</b>
<b>Résultat net, Part du Groupe</b>	<b>140</b>	<b>128</b>	<b>126</b>
<b>Bénéfice net par action (en centimes €)</b>	<b>34</b>	<b>32</b>	<b>31</b>
<b>Dette / (Trésorerie) nette au 31 décembre</b>	<b>(42)</b>	<b>90</b>	<b>165</b>
<b>Dividende* (en centimes €)</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>11</b>

\*Dividende 2014 à proposer à l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires jeudi 4 juin 2015.

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** consolidé du Groupe s'élève à **1 865 M€** sur l'année 2014.

La croissance organique est de +5,1% sur l'ensemble de l'année 2014. En données brutes la croissance pour l'année 2014 est en hausse de 5,2% : les effets de change sont moins défavorables que l'an passé, pénalisant le revenu de seulement 9,5 M€ (contre 51 M€ en 2013).

## REPARTITION GEOGRAPHIQUE DU REVENU

Revenu (en M€)	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	Année 2014	Croissance Organique	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	Année 2014
EUROPE	203	254	222	278	957	EUROPE	2,3%	8,0%	6,7%	0,0%	4,1%
<i>dont</i>						<i>dont</i>					
France	80	96	80	98	354	France	0,0%	4,7%	2,8%	-2,5%	1,1%
Royaume-Uni	52	60	58	71	241	Royaume-Uni	11,7%	14,8%	8,6%	3,2%	9,0%
Autres pays européens	71	98	84	109	362	Autres pays européens	-1,3%	7,4%	9,4%	0,4%	3,9%
AMERIQUE DU NORD	130	145	145	176	596	AMERIQUE DU NORD	3,7%	5,3%	4,7%	7,3%	5,4%
APAC & AFRIQUE	28	36	38	50	152	APAC & AFRIQUE	5,9%	16,2%	9,5%	11,0%	10,8%
AMERIQUE LATINE	28	42	42	48	160	AMERIQUE LATINE	1,8%	10,8%	4,0%	3,7%	5,2%
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>477</b>	<b>447</b>	<b>552</b>	<b>1 865</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3,0%</b>	<b>7,9%</b>	<b>6,0%</b>	<b>3,5%</b>	<b>5,1%</b>

## 2. Résultats

Le **Résultat Opérationnel Courant** s'élève à **263 M€ en 2014** contre 245 M€ en 2013. La **marge opérationnelle courante** ressort ainsi à 14,1% du revenu en 2014 contre 13,8% en 2013, soit une amélioration de 30 points de base, grâce à une bonne maîtrise des charges de personnel.

Le Résultat Opérationnel est de 245 M€ en 2014 contre 226 M€ en 2013, en progression de +8,4%; la marge opérationnelle passe de 12,7% en 2013 à 13,2% en 2014.

Le **Résultat Net Part du Groupe** ressort à **140 M€ en 2014** contre 128 M€ en 2013 en progression de 9,4%. Le taux d'impôt effectif du Groupe se situe à 30,4%.

Le **Bénéfice net par action** s'élève à 34 centimes (€) contre 32 centimes en 2013.

## 3. Structure financière

La trésorerie nette s'élève à 42,6 M€ au 31 décembre 2014, contre une dette nette de 90,1 M€ au 31 décembre 2013 soit une amélioration de 132,7 M€.

La **dette nette moyenne**<sup>2</sup> s'établit à 179 M€ par rapport à 258 M€ en 2013.

Les fonds propres s'élèvent à 1,46 milliard d'euros au 31 décembre 2014, en hausse de 192 M€ par rapport au 31/12/2013. Le ratio de dette nette sur capitaux propres ressort à -2,9%.

## 4. Dividende et Assemblée Générale

Le Conseil d'Administration a décidé de proposer à la prochaine Assemblée Générale Mixte des actionnaires un dividende de 13 centimes (€), en progression de 18%.

L'Assemblée Générale Mixte des actionnaires de Havas S.A. sera convoquée le jeudi 4 juin 2015.

Le revenu du 1<sup>er</sup> trimestre 2015 sera publié d'ici le 7 mai 2015.

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

Le New Business Net<sup>1</sup> enregistré pendant l'année 2014 s'élève à **2 246 M€** (en terme de billings – qui est la référence retenue par le marché).

La liste détaillée des principaux gains enregistrés pour l'année 2014 se trouve dans l'annexe 2.

## 6. FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2014

### a) Les Havas Villages

Tout au long de l'année 2014 Havas a continué de mettre en œuvre sa stratégie de collaboration et d'intégration qui se concrétise, entre autres, par la mise en place des « Havas Villages » associant création, média et innovation sous le même toit. Il existe aujourd'hui 26 Havas Villages à travers le monde, le dernier ayant été ouvert à Chicago en février dernier.

### b) Acquisitions et création d'entités spécialisées

En 2014, Havas a réalisé plusieurs acquisitions d'agences représentant un investissement de l'ordre de 34 M€ (EO/BO inclus). Ces acquisitions ciblées renforcent Havas dans le domaine du digital, de la technologie et de la création et sont parfaitement en ligne avec la stratégie d'acquisition du Groupe. Les principales acquisitions sont :

- **Revenue Frontier**, agence de marketing direct basée à Santa Monica en Californie
- **Work Club**, acteur majeur dans le marketing digital, mobile et médias sociaux basé à Londres
- **Bizkit Wisely AB**, agence média digitale leader en Suède
- **GT Media**, agence média en Irlande
- **Ministère**, agence française spécialisée dans le digital
- **Formula PR**, agence de communication intégrée et de marketing expérientiel basée aux Etats-Unis
- Havas a également lancé **Arena Media France** et **Tunisie**, **Socialyse Brazil**, **Havas Media South Africa** et **BETC Sao Paulo**.

### c) Partenariats

En 2014 Havas s'est associé avec de nouveaux partenaires afin d'accompagner ses clients face à l'émergence de nouvelles technologies et aux dernières évolutions dans l'industrie de la communication :

A la fin de l'année, Havas et Universal Music Group ont créé une alliance globale centrée sur les données musique - la « Global Music Data Alliance » (GMDA). Ce partenariat permettra aux experts data et algorithmes du groupe Havas d'agrèger, analyser et activer les milliards de données qu'UMG et ses artistes génèrent au travers de la vente de leur musique, de la vente de billets et des produits dérivés, du streaming, des médias sociaux, des écoutes radio.

En Juin 2014, Havas a signé un partenariat avec Twitter via Socialyse, son réseau spécialisé en social media (rattaché à la division Havas Media). Cet accord étend la collaboration entre les deux groupes pour offrir aux marques de nouveaux canaux d'innovation (notamment au croisement de la TV et de Twitter).

Un partenariat global a également été signé entre Havas Media Group et Facebook concernant la plateforme publicitaire Atlas appartenant au réseau social. Cet accord sera lancé pour commencer sur les marchés d'Amérique du Nord et d'Europe de l'Ouest avant de s'étendre au LATAM (2<sup>e</sup> trimestre 2015), au Moyen-Orient (3<sup>e</sup> trimestre 2015) et en APAC à la fin de l'année.

Havas a également renforcé sa collaboration avec Google. En travaillant de manière plus étroite sur des projets stratégiques, Havas et Google sont à même de proposer à leurs clients des solutions digitales mixant des données créatives et média. Cette collaboration repose sur l'innovation en temps réel à travers des études sur la programmation, le mobile, le placement de supports audio et vidéo.

#### **d) Responsabilité Sociale**

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

- En 2014, 28 agences représentant approximativement 21% des effectifs du Groupe ont réalisé des travaux pro-bono ou obtenu gracieusement des espaces publicitaires pour le compte d'associations caritatives et d'ONG parmi lesquelles : La Croix Rouge française, Handicap International, Amnesty, Foodbank, la FNSF (contre les violences faites aux femmes). Ce sont 2 797 jours qui ont été consacrés par les agences à ces 119 campagnes réalisées.

- En termes d'impacts environnementaux directs, le groupe poursuit ses efforts afin d'atteindre ses objectifs.

Sur la consommation de papier par salarié, Havas s'est fixé comme objectif une diminution de 40 % entre 2010 et 2015, en limitant les impressions, en développant au maximum les impressions recto verso et en privilégiant des grammages plus faibles. Pour 2014, les achats de papier de bureau s'établissent à 382 tonnes, soit 28 kilogrammes par salarié. Ce ratio reste stable par rapport à l'année dernière, en comparaison avec l'année de référence (2010), l'objectif de diminution est atteint. Toutefois, le Groupe souhaite poursuivre ses efforts.

En 2014, les émissions de GES du Groupe se sont élevées à 109 031 t.éq CO<sub>2</sub>, soit 6,5 t.éq CO<sub>2</sub> par salarié. Ces résultats traduisent une baisse de 6% des émissions par salarié par rapport à 2013.

- L'impact environnemental des actions de communication est également un axe sur lequel le groupe s'engage à travailler. 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 2014, 231 propositions ont été formalisées auprès de clients. Ces propositions portent majoritairement sur des dispositifs événementiels, médias, mais aussi sur de la production audiovisuelle. Parmi ces propositions, 205 ont effectivement été réalisées.
- L'agence BETC confirme son implication dans le développement durable en intégrant la liste des 40 entreprises françaises qualifiées au niveau "advanced" au Pacte Mondial des Nations-Unis. Elle est la seule agence de communication, avec Sidièse, présente dans cette liste. BETC se retrouve ainsi aux côtés de ses clients Air France, EDF, L'Oréal, LVMH, Remy Cointreau, Sanofi, Schneider Electric et Total.

## e) Récompenses

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 Andy, aux D&AD, aux LIA Awards, aux New York Festivals, aux Epica Awards, aux Webby Awards, aux Internationalist Awards for Innovation, aux Internationalist Awards for Innovative Digital Solutions, aux AWARD, aux Spikes Asia, aux Eurobest, au FIAP, à El Sol, à El Ojo de IberoAmerica, aux Effies régionaux et nationaux.

Les campagnes du Groupe les plus primées en 2014 ont été : « Le Grand Saut » pour Lacoste (classée dans the Gunn Report 2014) et Evian « Baby&Me » de BETC Paris ; « The Most Powerful Arm Ever Invented » pour la Fondation Duchenne & Save Our Sons (classée dans the Gunn Report 2014) et « Durexperiment Fundawear » pour Reckitt Benckiser de Havas Worldwide Australia ; la campagne pour El Observador de Havas Worldwide Gurisa (classée dans the Gunn Report 2014) ; la « campagne 'ebay' » pour Transavia.com par Les Gaulois ; et celle pour Harrison's Fund par AIS London.

« Happy ID » pour Coca-Cola par Havas Media Peru (avec McCann Lima) se classe parmi les campagnes de l'année du Gunn Media 2014.

« Just Dance and Les Twins » pour Coca-Cola par Havas Sports & Entertainment est 1er du classement des publicités les plus populaires sur Youtube en 2014.

AdAge a nommé parmi les 15 meilleures campagnes du 21<sup>e</sup> siècle : « The Most Interesting Man in the World » pour Heineken/Dos Equis par Havas Worldwide New York, et « Truth/American Legacy » par Arnold Boston (avec Crispin Porter & Bogusky).

Plusieurs agences du Groupe ont été nommées Agence de l'Année:

One Green Bean aux Mumbrella Awards ; Red Agency aux PR Week Awards Asia ; Havas Media Indonesia pour l'Asie du Sud-Est par Campaign Asia ; Havas Media Spain par CTRL Magazine Awards ; Havas North America PR aux Bulldog Awards ; Havas Worldwide Brésil par la Brazilian Advertising Agencies Association ; Havas Media Argentine aux Premio Jerry Goldenberg ; Havas Worldwide Paris au Grand Prix des Agences de l'Année ; BETC Paris a une nouvelle fois pris la première place aux Hits d'Or, le classement créatif de CB News ; Havas Media Italie à l'International Events & Relational Strategies Grand Prix ; RECMA a classé Havas Media dans son ranking n°1 en Argentine, en Colombie et en Espagne.

## ANNEXE 1: Informations financières

### COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

En Millions d'euros (M€)	2013	2014	Variation 2014/2013
<b>Revenu</b>	<b>1 772</b>	<b>1 865</b>	<b>+5,2%</b>
Charges de personnel	(1 096)	(1 135)	
Autres charges et produits d'exploitation	(431)	(466)	
<b>Résultat Opérationnel Courant</b>	<b>245</b>	<b>263</b>	<b>+7,5%</b>
Autres charges et produits opérationnels	(19)	(18)	
<b>Résultat Opérationnel</b>	<b>226</b>	<b>245</b>	<b>+8,6%</b>
Résultat financier	(27)	(20)	
<b>Résultat des sociétés intégrées</b>	<b>199</b>	<b>225</b>	<b>+13,2%</b>
Charge d'impôt	(56)	(68)	
<b>Résultat net de l'ensemble consolidé</b>	<b>143</b>	<b>157</b>	<b>+9,9%</b>
Intérêts minoritaires	(15)	(17)	
<b>Résultat net, part du Groupe</b>	<b>128</b>	<b>140</b>	<b>+1,6%</b>
<b>Bénéfice net en € par action</b>	<b>0,32</b>	<b>0,34</b>	<b>+6,0%</b>

### BILAN SIMPLIFIE

En Millions d'euros (M€)

Actif	31/12/13	31/12/14	Passif	31/12/13	31/12/14
Immobilisations	1 925	2 044	Capitaux propres consolidés	1 268	1 460
Impôt différé net	78	88	Provisions	120	153
BFR	(415)	(444)	Dette financière nette	90	(42)
			Earn-out / Buy-out	110	117
<b>Total</b>	<b>1 588</b>	<b>1 688</b>	<b>Total</b>	<b>1 588</b>	<b>1 688</b>

## ANNEXE 2 : NEW BUSINESS 2014

### Havas Creative Group

Q4

**Anglian Home Improvements** : All Response Media (les activités media)  
**Bausch & Lomb** : Havas Worldwide Istanbul (campagne intégrée)  
**Century Link** : Arnold Worldwide (les activités publicitaires)  
**Cinepolis** : Havas Worldwide Colombia (les activités publicitaires)  
**Edible Arrangements** : Havas Worldwide NY (campagne intégrée)  
**Emirates** : Havas Worldwide Kuwait (les activités RP)  
**European Commission** : Havas Worldwide Paris, Havas Media (à Paris + dans 5 autres marchés) et Havas Worldwide PR pour une campagne de communication corporate  
**Expanscience** : Havas Life Paris (communication corporate)  
**F&N** : Havas Worldwide Kuala Lumpur (les activités publicitaires et digitales)  
**Fiat Hellas** : Fuel Athens (les activités publicitaires)  
**Hyundai** : Havas Worldwide Brazil (les activités publicitaires et les points de ventes)  
**Jergens** : Arnold Worldwide (les activités publicitaires)  
**La Caixa** : Havas Worldwide Spain (les activités digitales)  
**Marinela (BIMBO)** : Havas Worldwide Vale (les activités promotionnelles)  
**Medibank** : Havas Life SEA (recherche)  
**Merial Swine** : Havas Life SEA (campagne intégrée)  
**Merial** : Havas Life Paris  
**Nelson Education** : Havas Worldwide Toronto (les activités digitales)  
**OCP** : Havas Life Paris (communication points de vente)  
**Ontex Hygiene** : Havas Worldwide Riyadh (les activités publicitaires et media)  
**Perfetti Van Melle** : Havas Worldwide Tokyo (les activités publicitaires et digitales)  
**Pirelli Bedding** : Les Gaulois  
**Sony** : Havas Worldwide Mumbai  
**Sports World** : Havas Worldwide Vale (les activités promotionnelles)  
**Switzerland Tourism** : Havas Worldwide Zurich (les activités publicitaires)  
**Toshiba Medical** : Havas Life Sao Paulo  
**Volvo Trucks** : Arnold Worldwide (les activités publicitaires)  
**Yves Rocher** : Havas Worldwide Vale (les activités publicitaires, digitales et media)  
**Zon Optimus** : Havas Worldwide Lisbon (campagne intégrée)

Q3

**Amnesty International** : BETC Paris (campagne intégrée)  
**Cargiant** : Havas Worldwide London (les activités digitales)  
**Couche Tard** : PALM + HAVAS (les activités publicitaires et la stratégie créative)  
**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)

Q2

**Alcon Vision Care** : Havas Worldwide Digital Spain  
**Calpak** : Fuel Athens (publicité)  
**Cancer Research UK** : Conran Design Group (design)  
**Coop** : Havas Worldwide Zurich (intégré)  
**Daikin** : Havas Worldwide Wien (digital)



**EDF** : Havas Worldwide Paris (agence lead en publicité institutionnelle et commerciale en France, au Royaume-Uni, en Italie, en Belgique, en Hongrie et en Pologne)  
**Goodman Fielder** : Havas Worldwide Australia (média et publicité)  
**HSBC** : Havas PR Warsaw (RP) et Project House Turkey (digital)  
**John Frieda** : Arnold Worldwide (budget intégré au niveau global)  
**KLM** : Havas Worldwide Dubai (publicité)  
**L’Oreal** : Havas Worldwide Lisbon (digital pour plusieurs marques)  
**Merck** : Havas Worldwide Puerto Rico (publicité, média et digital)  
**NetJets**: Havas Worldwide New York et Havas Worldwide Londres (budget global)  
**Nokia** : Havas Worldwide Helsinki (digital)  
**NOS** : Havas Worldwide Lisbon (intégré)  
**Quanta** : Havas Worldwide Singapore (intégré en APAC)  
**Sephora** : Havas Worldwide Paris (événementiel)  
**TD Ameritrade** : Havas Worldwide New York  
**Vestel** : Project House (digital en Turquie)  
**Volvo Trucks** : Arnold Worldwide aux Etats-Unis (intégré)  
**Western International University** : Arnold Worldwide aux Etats-Unis (intégré)

Q1

**Au Bon Pain** : Havas PR North America (Agence de référence)  
**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)  
**Grupo Pao de Açúcar** : 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)  
**MegaRed** : Havas Worldwide Budapest (intégré)  
**Paypal** : Havas Media et Havas Worldwide (pays : USA et Europe hors Italie)  
**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**

Q4

**Aena Aeropuertos Españoles** : Havas Media Spain  
**Afnor Groupe** : Havas Media France  
**BNP Paribas** : Havas Media US  
**Check 24** : Havas Media Germany  
**Credit Mutuel** : Havas Media France  
**DE Master Blenders** : Havas Media Global  
**Goodman Fielder** : Havas Media Australia  
**Homegate** : Havas Media Switzterland  
**Hyundai** : Havas Media Netherlands  
**Langnese Honig** : Havas Media Germany  
**L’Oreal** : Havas Media Mexico, Argentina, Peru  
**Mango** : Havas Media France  
**Nintendo** : Havas Media Germany  
**Pfizer** : Havas Media Belgium  
**Pinnacle Foods** : Havas Media US  
**Posterjack** : Havas Media Germany  
**Toyota** : Havas Media Netherlads  
**Turkish Tourism Board** : Havas Media Austria, Spain, Hungary  
**Valeant** : Havas Media Poland  
**Verti** : Arena Spain

Q3

**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

Q2

**Area Metropolitana de Barcelona** : Arena Spain  
**Axion** : Havas Media Argentina  
**Barclay's** : Havas Sports & Entertainment (stratégie de sponsoring au niveau international)  
**Beauty Prestige International** : Havas Media International Miami  
**Canti** : Arena UK  
**Compass** : Havas Media Italy  
**Disney** : Havas Media Group Europe (pays: Portugal, Espagne, Italie, France, Belgique et Pays-Bas)  
**Emblem Health** : Havas Media US  
**EU Institution** : Havas Media International Paris  
**Flight Centre** : Arena UK  
**H&M** : Havas Media Switzerland  
**Iglo** : Havas Media  
**Inmarsat** : Havas Media International London  
**National Road Council of Poland** : Havas Media Poland  
**La Foir'Fouille** : Havas Media France  
**L'Oréal** : Havas Media International Miami  
**Merck** : Arena UK  
**Ministry of Transport, Construction and Maritime Economy (Poland)** : Havas Media Poland  
**Nintendo** : Havas Media International Miami  
**PayPal** : Havas Media Australia  
**PP** : Arena Spain  
**Quanta Computer** : Havas Media International Singapore (budget global avec un focus sur les Etats-Unis et la Chine)  
**Smythson** : Havas Media International London  
**Showroomprive.com** : Arena UK  
**Tracfone** : Havas Media International Miami  
**Tooway** : Havas Media International Paris  
**Zon Optimus** : Arena Portugal

Q1

**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)

**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)

**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

**Paypal** : Havas Media et Havas Worldwide (pays : USA et Europe hors Italie)

**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

\* \* \*

#### **A propos d'Havas**

Havas est l'un des plus grands groupes mondiaux de communication du monde. Créé à Paris en 1835, le Groupe emploie aujourd'hui 16 000 personnes dans plus de 100 pays. Havas se veut être le Groupe de communication le plus avancé dans la mise en relation des marques et des consommateurs via la créativité, l'expertise média et l'innovation. Havas est également le Groupe le plus intégré du secteur et regroupe la plupart de ses équipes créatives et média dans les mêmes locaux : les Havas Villages, afin de favoriser les synergies et la création pour les clients de ses entités.

Havas est organisé en deux divisions : Havas Creative Group et Havas Media Group. Havas Creative Group intègre le réseau Havas Worldwide (havasworldwide.com), 316 bureaux dans 75 pays, le micro-réseau Arnold (arn.com), 15 agences dans 12 pays, ainsi que plusieurs entités de premier plan, y compris BETC. Havas Media Group (havasmediagroup.com) opérant dans plus de 100 pays, et intégrant 4 grandes marques: Havas Media (havasmedia.com), Arena Media (arena-media.com), Forward Media et Havas Sports & Entertainment (havas-se.com).

De plus amples informations sur Havas sont disponibles sur le site Web de la société: [havas.com](http://havas.com)

#### **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): 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.

**(2) : 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.

**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.

**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



## RESULTATS ANNUELS 2014

HAVAS ANNONCERA SES **RESULTATS ANNUELS 2014**

PAR VOIE DE COMMUNIQUE DE PRESSE LE **JEUDI 19 MARS 2015 à 17h45 (CET)**.

CES RESULTATS SERONT COMMENTES PAR **YANNICK BOLLORE**, PDG HAVAS, ET **FRANCOIS LAROZE**, CFO HAVAS, LORS D'UNE **CONFERENCE TELEPHONIQUE** (AVEC SLIDESHOW SUR NOTRE SITE [www.havas.com](http://www.havas.com) ) EN **ANGLAIS** à **18h00 (CET)**.

Pour se connecter à la conférence téléphonique :

A partir de la France : **+33 1 70 77 09 47**

A partir de la Grande Bretagne : **+44 203 367 9459**

A partir des Etats-Unis : **+1 855 402 7764**

Si vous ne pouvez pas vous connecter, un enregistrement sera disponible 2 heures après la fin de la conférence téléphonique en appelant :

- A partir de la France +33 1 72 00 15 00 (code 292857#),
- A partir de la Grande Bretagne +44 203 367 9460 (code 292857#),
- A partir des Etats-Unis +1 877 642 3018 (code 292857#),  
*disponible pendant 3 mois.*

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 165 884 380 € - 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>