

Puteaux, le 25 octobre 2016

## **Revenu des 9 premiers mois de l'année 2016 en ligne avec les objectifs**

### **9 mois 2016**

**Revenu : 1 624 M€**  
**Croissance brute : +4,7%**  
**Croissance organique : +2,7%**

### **3<sup>ème</sup> trimestre 2016**

**Revenu : 537 M€**  
**Croissance brute : +3,8%**  
**Croissance organique : +2,0%**

**Yannick Bolloré**, CEO Havas Group, déclare: *“Pour les neuf premiers mois de l'année 2016 le revenu du Groupe est en ligne avec nos objectifs. Il progresse de 4,7% en données brutes et de 2,7% en organique.*

*L'Amérique du Nord est stable sur les neuf premiers mois de l'année en raison notamment d'effets de base. Le T4 ainsi que 2017 devraient être en amélioration.*

*Le Groupe a très bien performé en Europe au troisième trimestre sur ses principaux marchés, notamment au Royaume-Uni où, malgré le contexte macroéconomique, nous enregistrons une croissance organique de 8,6%. Le Royaume-Uni reste d'ailleurs un marché clé pour Havas, nous continuons d'y investir et de nous y renforcer. Notre prochain Havas Village ouvrira ses portes à Londres au T1 2017 et accueillera plus de 2000 talents spécialisés dans toutes les expertises de la communication. C'est aussi à Londres que se situe notre dernière acquisition, Target MCG, le plus important groupe britannique indépendant de média dans le domaine du divertissement et du lifestyle.*

*Les agences françaises maintiennent un bon niveau de croissance et l'Europe du Sud, avec l'Espagne, l'Italie et le Portugal en tête, bénéficie d'une belle dynamique.*

*L'Asie Pacifique et l'Amérique Latine affichent respectivement une croissance de 1,5% et de 1,7% pour les neuf premiers mois de 2016. Nous pensons retrouver rapidement une croissance plus significative dans cette zone.*

*Je remercie les équipes qui ont travaillé sans relâche pour atteindre un niveau de new business très solide. Notre stratégie “Together” nous permet de mieux servir nos clients partout dans le monde et le succès de notre offre totalement intégrée nous rend confiants pour 2017.”*

## 1. CHIFFRES CLES

Revenu (en M€)	T1 2016	T2 2016	T3 2016	9 mois 2016
EUROPE	252	301	268	821
<i>dont</i>				
France	101	115	97	312
Royaume-Uni	63	67	64	194
Autres pays européens	88	119	107	315
AMERIQUE DU NORD	187	196	190	574
APAC & AFRIQUE	38	46	45	128
AMERIQUE LATINE	29	38	34	101
<b>TOTAL</b>	<b>506</b>	<b>581</b>	<b>537</b>	<b>1 624</b>

Croissance Organique	T1 2016	T2 2016	T3 2016	9 mois 2016
EUROPE	4,1%	3,4%	7,7%	5,0%
<i>dont</i>				
France	2,6%	2,8%	2,9%	2,8%
Royaume-Uni	-1,6%	-2,0%	8,6%	1,4%
Autres pays européens	10,6%	7,3%	11,8%	9,7%
AMERIQUE DU NORD	1,2%	0,3%	-1,2%	0,0%
APAC & AFRIQUE	4,3%	8,9%	-7,1%	1,5%
AMERIQUE LATINE	11,4%	2,6%	-6,3%	1,7%
<b>TOTAL</b>	<b>3,4%</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,7%</b>

## 2. COMMENTAIRE GENERAL

→ Le **Revenu** consolidé du Groupe s'élève à 1 624 M€ pour les 9 premiers mois de l'année contre 1 550 M€ pour la même période en 2015, soit une progression de 4,7%.

Le revenu du troisième trimestre 2016 s'élève à 537 M€ contre 516 M€ l'année dernière.

→ La **Croissance organique** du Groupe (hors variations de change et périmètre) ressort à +2,7% sur les 9 premiers mois 2016 et +2,0% au troisième trimestre.

L'impact de change est négatif de 46,3 M€ sur les 9 premiers mois 2016, dû principalement à la baisse de la livre sterling et du peso argentin, mexicain ainsi que du réal brésilien.

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

### Europe :

Avec une croissance organique de 7,7% au T3 et de 5,0% en cumulé sur les 9 premiers mois de l'année, la zone Europe est le véritable moteur de croissance pour le Groupe. A souligner la belle performance de la France à la fois dans les activités créatives et média et le très bon troisième trimestre des agences britanniques, malgré le contexte macroéconomique. A noter également l'excellente progression des autres pays d'Europe qui affichent une croissance de 11,8% pour le trimestre et de 9,7% pour les 9 premiers mois de l'année. Les autres pays qui ont le plus contribué sont l'Espagne, l'Italie, le Portugal et la Belgique.

### Amérique du Nord :

Cette zone subit un ralentissement au T3 en raison d'une base de comparaison élevée liée au client Draftkings qui s'est vu dans l'obligation de cesser la promotion de ses jeux d'argent en ligne. Havas Health et Havas Chicago réalisent toujours de bonnes performances. La situation devrait s'améliorer au T4 grâce à l'impact de gains récents qui n'ont pas encore commencé à générer du revenu.

### Asie Pacifique et Afrique :

Pour les neuf premiers mois de l'année, l'Asie Pacifique affiche une croissance modérée due à un effet de base défavorable et au ralentissement significatif des opérations en Chine où certains clients ont revu à la baisse leurs investissements. L'Australie enregistre toutefois une belle croissance.

## Amérique Latine :

Cette région subit un ralentissement significatif au T3 2016. Toutefois, cumulée sur les premiers neuf mois de l'année, sa croissance organique reste en ligne avec celle de l'année dernière. La performance de cette zone est contrastée : le Brésil s'améliore, l'Argentine est dynamique, le Mexique souffre mais semble se stabiliser.

## FAITS MARQUANTS 3<sup>ème</sup> trimestre 2016

### a) NEW BUSINESS NET<sup>1</sup>

A fin septembre, le New business net<sup>1</sup> s'élève à 2 054 M€ (en termes de billings - qui est la référence retenue par le marché).

Parmi les gains les plus significatifs du 3<sup>ème</sup> trimestre 2016 nous pouvons citer :

Au niveau global :

**GSK** (Havas New York), **Bourjois** et **Rimmel** (BETC London), **JTI** (Havas Media), **Perfetti Van Melle** (Havas Media) ;

En Asie Pacifique : **ABB** pour l'Asie et l'Europe (Havas Media International UK), **Lenovo** (Havas Media Malaysia), **GoBear** pour toute la région (Havas Media Singapour), **Uni Tea** et **Bank of Communications** (Havas Shanghai) ;

En Amérique Latine : **Axion** (Havas Media Argentina) ;

Aux Etats-Unis : **Jaguar Land Rover** (Havas Formula PR) ;

En Europe : **Vita Coco** (pan-européen, Havas Media UK), **Top Shop** (Havas Media UK) et **Charles Wells** (Arena Media UK), **Domino's** (Havas People UK) au Royaume-Uni, **Simba Toys** (Havas Media Spain), **BN Telekom** (Havas Media Turkey), **Glitter** (Havas Media Sweden), **Chateau d'Ax** (Havas Milan) ;

Pour plus de détails sur les nouveaux gains voir l'annexe 2.

### b) ACQUISITIONS

Le Groupe a annoncé début octobre l'acquisition de **Target Media and Communications Group**, le plus important groupe indépendant de média spécialisé dans le divertissement et le lifestyle au Royaume-Uni. Depuis sa création en 1990, ce groupe a connu la croissance la plus rapide de l'industrie des médias dans son marché.

### c) HAVAS VILLAGES

Fidèles à notre stratégie « Together » qui nous permet d'anticiper les besoins de nos clients et de mieux y répondre, le Groupe Havas continue de concrétiser la collaboration et l'intégration via la mise en place des Havas Villages. Ces villages sont des espaces inspirants où toutes les expertises de communication sont rassemblées sous le même toit et les équipes travaillent en synergie. Il existe aujourd'hui 46 Havas Villages à travers le monde.

En septembre le Village BETC Pantin a ouvert ses portes dans un immeuble étonnant : *Les Magasins Généraux*. Cet immeuble singulier a un rôle essentiel dans la transformation de BETC. L'agence a souhaité construire son propre environnement, un bâtiment-outil capable

d'accueillir ses 900 collaborateurs et d'offrir le maximum de potentiel technique et architectural pour que chacun puisse trouver sa place et produire de nouvelles idées.

L'objectif de ce projet audacieux est de faire de ce lieu un espace de création, de réflexion, d'expérimentation ouvert aux clients, aux partenaires et à tous ceux qui participent à l'activité de l'agence : producteurs, photographes, auteurs, réalisateurs, musiciens, journalistes, designers, ingénieurs, architectes, restaurateurs, ...

#### 4. RESPONSABILITE SOCIALE DE L'ENTREPRISE

Plusieurs initiatives ont été menées durant ce 3ème trimestre :

- Le Global Compact France, **Havas Paris**, CSA Research et L'Express ont publié en septembre les résultats d'une étude intitulée "*Les nouvelles frontières de la responsabilité sociétale en entreprise : un modèle au service de la performance ?*".

Réalisée sur la base d'un sondage mené auprès de 192 entreprises, l'étude prospective analyse la place de la responsabilité sociétale en entreprise.

Elle met en avant les domaines dans lesquels une démarche RSE aura un plus fort impact aux yeux des répondants : en premier lieu l'image (93%) mais aussi sa pérennité à long terme (91%). L'implication des salariés (88%) est également perçue comme un bénéfice important, de même que la différenciation par rapport à la concurrence (86%) ou l'innovation (81%).

Pour retrouver tous les résultats de l'étude : <http://presse.havasparis.com/les-nouvelles-frontieres-de-la-responsabilite-societale-en-entreprise-un-modele-au-service-de-la-performance/>

- L'agence **Havas PR North America**, pour célébrer ses 40 ans d'existence a annoncé le lancement de son programme pro bono « 400 for 40 » soit du mécénat de compétences d'un montant en temps consacré à des associations équivalent à \$400,000.

Le bureau de New York va ainsi travailler pour la Bob Woodruff Foundation qui vient en aide aux vétérans blessés et leurs familles, le bureau de Pittsburgh travaillera quant à lui pour l'University of Pittsburgh Cancer Institute.

Pour en savoir plus sur la politique RSE du Groupe :

<http://www.havasgroup.fr/rse>

#### 5. RECOMPENSES

Dans les différentes compétitions des **CLIO awards**, le Groupe a remporté 14 prix au total.

**Havas New York** a gagné 11 prix : la campagne « *Adios Amigos* » pour Heineken / Dos XX a gagné 3 Silver et 1 Bronze (en Intégré, Print, Audio-radio et Radio). La campagne « *The Most Interesting Man in the World* » pour Heineken / Dos XX est par ailleurs entrée dans le *Hall of Fame* dans 2 catégories.

En Design, la campagne « *Canal Notes* » s'est vue décerner 1 Bronze en Self-Promotion. La campagne « *Bob Dylan – Studio A Revisited* » pour Sony Music / Legacy Recordings a reçu 2 Bronze (en Branded et Digital). Cette même campagne a obtenu 1 Gold et 1 Silver aux Clio Music Awards.

3 agences françaises ont été récompensées : **BETC** a reçu 1 Silver en Film Craft pour « *The Mechanic* » pour Reckitt Benckiser / Cillit Bang ; **Rosapark** a obtenu 1 Bronze en Design pour « *Picnic Blankets* » pour son client Moncigale et **Havas Paris** a gagné 1 Bronze en Print Craft pour sa campagne « *The Rocker* » pour Lehning / Voxpax.

23 récompenses ont été obtenues aux **Sharks** par les agences du Groupe. **BETC Paris** a été primée par 4 Gold, 2 Silver et 2 Bronze pour ses clients Ubisoft, Evian, Petit Bateau et Canal+. **Rosapark** a remporté 1 Gold, 3 Silver et 4 Bronze pour Brother, Europcar, Decathlon et Moncigale et **Havas Paris** a remporté 2 Silver et 1 Bronze pour Lehning / Voxpax. Pour les agences américaines, la campagne « *Endless Table* » pour Reynolds de **Havas Chicago** a gagné 1 Silver et 2 Bronze et « *My Dad* » pour Hershey's d'**Arnold Boston** a gagné 1 Silver.

Aux **WebAwards**, **BETC Paris** a remporté 4 prix pour Ubisoft dont 'Best of Show'. **Havas Paris** a gagné 3 prix dont 'Best of Industry' pour la campagne « *On Board Careers* » pour La Marine Nationale. **Havas San Francisco** a été récompensée pour le site réalisé pour son client Buck Wild Snacks.

Aux **Spikes Asia**, **Host** a gagné 1 Gold pour la campagne « *#Airline Wager* » pour Air New Zealand & Quantas. **Havas Shanghai** a remporté 1 Silver et 1 Bronze pour la campagne « *SMS Last Words* » pour la Global Road Safety Partnership. **Havas Ortega** et **Havas Australia** ont gagné chacune 1 Bronze pour The Makati Business Club et Australian Defence Force Recruiting respectivement.

Aux **IAB Mixx Awards** **Havas Chicago** a gagné 1 Gold pour « *#SaidNoSchoolEver* » pour Hefty et 1 Gold et 1 Bronze pour « *Endless Table* » pour Reynolds. Le tandem **Arnold Boston / Havas New York** a remporté 1 Gold et 1 Silver pour la campagne « *#AllTressAreBeautiful* » pour Reese's et **Havas New York** s'est vu décerner 1 Bronze pour Sony Music / Legacy Recordings.

**Havas PR North America** a remporté 1 Gold et 1 Bronze pour 2 campagnes pour Arizona et 4 Gold pour plusieurs campagnes pour United Nations Foundation aux **Bulldog Not For Profit PR Awards**.

Aux **Singapore Media Awards**, **Havas Media Asia Pacific** a été nommée *Agence Media de l'Année* et **Aux Premios Digi Peru**, **Havas Media Peru** a été nommée *Agence Digitale de l'Année*. **Havas Media Ortega** se classe 1er au **RECMA Philippines** et **Havas Shanghai** 6ème dans le ranking « *China's Hottest Agencies* » établi par **Campaign Brief Asia**.

## ANNEXE 1

Revenu (en M€)	T3 2015	T3 2016	Croissance organique	9 mois 2015	9 mois 2016	Croissance organique
EUROPE	243	268	7,7%	747	821	5,0%
<i>dont</i>						
France	81	97	2,9%	263	312	2,8%
Royaume-Uni	69	64	8,6%	205	194	1,4%
Autres pays européens	93	107	11,8%	279	315	9,7%
AMERIQUE DU NORD	191	190	-1,2%	566	574	0,0%
APAC & AFRIQUE	45	45	-7,1%	125	128	1,5%
AMERIQUE LATINE	37	34	-6,3%	112	101	1,7%
<b>TOTAL</b>	<b>517</b>	<b>537</b>	<b>2,0%</b>	<b>1 550</b>	<b>1 624</b>	<b>2,7%</b>

## **ANNEXE 2**

### **Havas Media Group :**

**ABB** : HMI UK (Europe & Asie)  
**Ageas** : Arena Media Portugal  
**Axion** : Havas Media Argentina  
**Bet.pt** : Arena Media Portugal  
**BN Telekom** : Havas Media Turkey  
**Charles Wells** : Arena Media UK  
**Conseil Regional Ile de France** : Havas Media France  
**Dragone** : Havas Media UAE  
**GoBear** : Havas Media Singapore (Asie-Pacifique)  
**Glitter** : Havas Media Sweden  
**Herfy** : Havas Media UAE  
**Inbisco** : Havas Media India  
**JDE** : Havas Media UAE  
**JTI** : Global  
**Lenovo** : Havas Media Malaysia  
**Netjets** : LuxHub UK  
**Noel** : Havas Media Spain  
**Ozforex** : Havas Media Australia  
**Perfetti Van Melle** : Global  
**Saint Gobain** : Havas Media France  
**Simba Toys** : Havas Media Spain  
**Swarovski** : Global (35 marchés)  
**Topshop** : Havas Media UK  
**Vita Coco** : Havas Media UK (pan-européen)  
**Weetabix** : Havas Media UK

### **Havas Creative Group :**

**Bank of Communications** : Havas Shanghai (activités créatives)  
**Bourjois** : BETC London (activités créatives au niveau global)  
**Chateau d'Ax** : Havas Milan (campagne intégrée)  
**Domino's** : Havas People UK (campagne intégrée)  
**Dubai Airports** : Havas People London (campagne intégrée)  
**Ford** : Project House (CRM)  
**GameOn** : Havas Canada (campagne intégrée)  
**GSK** : Havas (campagne intégrée au niveau global)  
**red rooster** : Host Sydney (campagne intégrée)  
**Rimmel** : BETC London (activités créatives au niveau global)  
**Singapore Management University** : Havas Singapore (activités créatives)  
**Sprite** : Havas Ortega (engagement)  
**Touch Bank** : Arnold Moscow (campagne intégrée)  
**Jaguar Land Rover** : Havas Formula (RP)  
**Uni Tea** : Havas Shanghai (campagne intégrée)

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

Havas est l'un des plus grands groupes de communication du monde. Créé à Paris en 1835, le Groupe emploie aujourd'hui 20 000 personnes dans plus de 100 pays. Havas Group 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 : son modèle fondé sur les Havas Villages où sont regroupés dans les mêmes locaux la plupart des équipes créatives et médias est au cœur de la stratégie Together. Il favorise les synergies pour les clients et permet de mieux répondre à leurs besoins.

Havas est organisé en deux divisions : Havas Creative Group et Havas Media Group. Havas Creative Group intègre le réseau Havas Worldwide (havas.com), présent dans 75 pays, le micro-réseau Arnold (arn.com), 10 agences dans 9 pays, ainsi que plusieurs entités de premier plan, y compris BETC et le groupe Fullsix. Havas Media Group (havasmediagroup.com) intègre 3 marques media, Havas Media (havasmedia.com), Arena Media (arenamedia.com), et Fullsix Media qui opèrent toutes aux côtés de Havas Sports & Entertainment (havas-se.com), le plus grand réseau mondial d'activation de marque.

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

## **Contact :**

### **Lorella Gessa**

Directrice de la Communication du Groupe Havas

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

[lorella.gessa@havas.com](mailto: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](mailto:aurelie.jolion@havas.com)

29-30 quai de Dion Bouton, 92817 Puteaux Cedex, France

Tel +33 (0) 1 58 47 80 00

SA au capital de 167 862 108 € - 335 480 265 RCS Nanterre - APE 7311Z

[www.havasgroup.com](http://www.havasgroup.com)

Twitter: <http://www.twitter.com/HavasGroup/>

Facebook: <http://www.facebook.com/HavasGroup>

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

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