

Paris, le 16 novembre 2017

Revenu T3 2017 : 525 M€
Croissance organique +0,1%
Nette progression des agences américaines

Yannick Bolloré, CEO Havas Group, déclare : « *Havas réalise une performance en légère amélioration sur le troisième trimestre par rapport au second trimestre 2017, avec une croissance organique de +0,1%. Nous sommes tout d'abord satisfaits du rebond en Amérique du Nord qui récolte les fruits de notre nouvelle organisation et de l'implication constante des équipes. Les zones Asie Pacifique et Afrique affichent des performances opérationnelles très encourageantes dans un contexte macro-économique moins favorable que dans le passé récent. Enfin, l'Europe reste en croissance négative ce trimestre. Les facteurs explicatifs sont multiples ; citons notamment la baisse d'investissements de la plupart de nos clients et les performances médiocres dans certains pays qui ont conduit à des changements de management, notamment dans notre agence média au UK.*

Néanmoins, malgré un environnement sectoriel toujours plus exigeant, nous restons optimistes à moyen terme car nous croyons aux effets positifs de notre stratégie et de notre organisation centrée autour de nos clients. Nous poursuivons ainsi notre stratégie en fluidifiant davantage nos structures et l'organisation de nos Villages.

Nous sommes également très heureux de rejoindre le groupe Vivendi et de créer ensemble un leader mondial du contenu, de la communication et de la distribution. »

1. CHIFFRES CLES

Revenu (en M€)	T1 2017	T2 2017	T3 2017	9 mois 2017
EUROPE	250	298	256	804
<i>dont</i>				
France	101	125	99	325
Royaume-Uni	60	58	57	175
Autres pays européens	89	115	100	304
AMERIQUE DU NORD	197	201	185	583
APAC & AFRIQUE	39	51	48	138
AMERIQUE LATINE	33	39	36	108
TOTAL	519	589	525	1 633

Croissance Organique	T1 2017	T2 2017	T3 2017	9 mois 2017
EUROPE	0,0%	-0,7%	-4,7%	-1,8%
<i>dont</i>				
France	1,4%	8,9%	2,6%	4,6%
Royaume-Uni	0,5%	-7,1%	-10,9%	-6,0%
Autres pays européens	-2,0%	-6,3%	-7,6%	-5,6%
AMERIQUE DU NORD	0,9%	-1,7%	2,9%	0,6%
APAC & AFRIQUE	-5,1%	3,2%	8,4%	2,3%
AMERIQUE LATINE	3,2%	-4,0%	13,4%	3,6%
TOTAL	0,1%	-0,9%	0,1%	-0,3%

2. COMMENTAIRE GENERAL

→ Le **Revenu** consolidé du Groupe s'élève à 525 M€ pour le troisième trimestre 2017 contre 537 M€ au T3 2016. Sur les neuf premiers mois le Groupe enregistre un revenu de 1633 M€ contre 1624 M€ pour la même période en 2016.

→ La **Croissance organique** du Groupe (hors variations de change et périmètre) ressort à +0,1% pour le T3 2017 et à -0,3% sur les neuf premiers mois 2017.

L'impact de change est négatif de 7,1 M€ sur les 9 premiers mois 2017, dû principalement à la baisse de la livre sterling et du peso argentin et du peso mexicain. La croissance cumulée neuf mois à taux de change constants ressort à +1,0%.

L'effet périmètre à fin septembre est de +21 M€ ; les principales acquisitions contribuant à cet effet périmètre sont : Target Media (UK), RiverOrchid (Asie), Lemz (Pays Bas) et Agence 79 (France).

Par zone géographique, nous pouvons souligner :

Europe :

Les agences françaises restent très dynamiques que ce soit en création ou en activité média et affichent une croissance organique de +2,6% au T3 et de +4,6% sur les neuf premiers mois de l'année.

Au Royaume Uni les investissements des grands clients, tels que Unilever ou Pernod Ricard, continuent de baisser avec un fort impact notamment sur l'activité média. La croissance organique est donc de -10,9% sur le T3 et de -6,0% à fin septembre 2017. A noter que la base de comparaison était très élevée (+8,6% au T3 2016).

La croissance organique est aussi négative dans les autres pays européens, notamment en Espagne, en Allemagne, en Belgique et au Portugal qui sont les pays les plus impactés par la baisse des activités média.

Amérique du Nord :

Cette zone affiche une belle progression sur le trimestre avec une croissance organique de +2,9% grâce notamment au redressement d'Arnold et à la performance de Havas New York, en particulier de son business santé. Les agences américaines bénéficient des effets des récents gains et des augmentations des investissements de certains clients. Cette performance est le résultat du travail de la réorganisation mise en place en début d'année.

Asie Pacifique et Afrique :

La performance en Asie confirme sa dynamique avec un nouveau trimestre en forte hausse à +8,4% de croissance organique, tirée par l'activité création. L'Australie, la Chine et Honk Kong sont les principaux contributeurs à la croissance. La zone bénéficie de la montée en puissance de budgets clients tels que Glaxosmithkline, Swarovski ou LG. Sur les neuf premiers mois, la croissance organique cumulée est de +2,3%.

Amérique Latine :

Après un deuxième trimestre négatif, la zone affiche un net rebond au T3 2017, tous pays confondus (Brésil, Mexico, Argentine, et Chili ...) grâce notamment à l'activité média. La croissance organique atteint +13,4% sur le trimestre (à noter un effet de base favorable -6,3% au Q3 2016) et +3,6% sur les neuf premiers mois. La zone bénéficie de clients toujours en progression tels que Hyundai Kia.

FAITS MARQUANTS 3^{ème} trimestre 2017

a) NEW BUSINESS NET¹

A fin septembre, le New business net¹ s'élève à 1 702 M€ (en termes de billings - qui est la référence retenue par le marché).

Parmi les gains les plus significatifs du 3^{ème} trimestre 2017 nous pouvons citer :

Au niveau global :

LOT Polish Airlines (Havas Media Poland and HMI Frankfurt), **Bord Bia** (Havas Dublin & Havas Shanghai), **Lacoste** (BETC Digital), **Naver** (BETC Design) ;

En Asie Pacifique : **BMW** (Havas Media South Korea), **Sino Group** (Havas Media Hong Kong) ;

En Amérique Latine : **Nacion Servicios** (Havas Media Argentina), **TIM** (Havas Media Brazil) **GPA** (BETC / Havas Sao Paulo) ;

Aux Etats-Unis : **Sanofi** (Havas Media USA) ; **BioMarin**, **PKU Franchise** (Havas San Francisco) ;

En Europe : **Office Outlet** (Havas Media UK), **Soubry** (Havas Media Belgium), **M7** (Havas Dusseldorf) **CDiscount** (Rosapark), **Rabobank** (Havas Lemz), **LG** (Havas Denmark).

Pour plus de détails sur les nouveaux gains voir l'annexe 1.

b) ACQUISITIONS

Le Groupe a annoncé mi-septembre l'acquisition de l'agence **The 88** basée à New York. Cette agence digitale et sociale intervient dans le conseil en stratégie, en création, en influence, en couverture d'évènements et en gestion de médias sociaux dans l'univers de la mode, du lifestyle et pour les marques grand public.

Pour mémoire le groupe avait réalisé cet été les acquisitions de **So What Global**, agence de communication basée au Royaume-Uni spécialisée dans la santé, le bien-être et le lifestyle et **Blink**, première agence de médias sociaux en Israël.

4. RESPONSABILITE SOCIALE DE L'ENTREPRISE

Grâce aux initiatives innovantes des agences du Groupe en matière de RSE, l'impact d'Havas sur les communautés locales continue de croître partout dans le monde.

Aux Pays-Bas, Havas Lemz a conclu un partenariat avec Justdiggitt pour replanter des zones arides au Kenya, au Maroc et en Tanzanie. En captant les eaux de pluie et en introduisant l'agriculture raisonnée en vue d'établir des écosystèmes sains, cette collaboration a pour but de favoriser la croissance d'économies plus saines sur le continent africain.

Joon Kwon, directeur créatif d'Havas Seoul, déterminé à trouver une alternative économique, sûre, durable, et respectueuse de l'environnement pour les femmes n'ayant pas accès aux produits d'hygiène féminine a conçu le Dream Ring. Ce produit hygiénique ne coûte qu'un trentième du prix d'une serviette hygiénique classique. Le Dream Ring fut l'un des grands gagnants du concours mondial de design IDEA 2017, pour son ingéniosité et l'espoir qu'il puisse résoudre le problème des inégalités de genre dans les pays en développement.

Havas Canada s'est associé à Habitat for Humanity pour tenter de trouver une solution à la crise du logement à Toronto. En modernisant et en repensant leur présence digitale dans l'optique de sensibiliser davantage le public et en simplifiant les dons de temps, d'argent, de biens, Havas Canada espère accroître l'engagement de la population auprès d'Habitat for Humanity.

Le Groupe Havas attend beaucoup de l'intégration de la vision RSE de Vivendi dans ses pratiques corporates : promotion de la diversité culturelle dans la production et la diffusion de contenus, partage de connaissances, ou vigilance dans la conduite des affaires entre autres initiatives RSE pratiquées au sein de Vivendi.

Pour en savoir plus sur la politique RSE du Groupe : <http://www.havasgroup.fr/rse>

5. RECOMPENSES

Au cours du troisième trimestre, le Groupe a remporté 143 prix dans les différentes compétitions. Au niveau global, lors des Clio Awards, les agences du Groupe ont remporté 21 récompenses.

Dans la zone APAC, Campaign Brief Asia a publié son classement des Agences de l'Année par pays : Havas Shanghai est 3ème, et Taiwan et Singapour se classent dans le Top 10. Lors des Spikes Asia, les agences du Groupe se sont vues remettre 16 prix dont un Grand Prix dans la catégorie « Musique » pour la campagne Air New Zealand « *Summer Wonderland* » par Host Sydney/Universal Music.

Aux USA, Camp + King s'est vu décerner l'Or aux Small Agency Awards organisés par Advertising Age. Havas Lemz figure parmi les 10 agences les plus créatives d'Amsterdam du classement établi par The Drum.

L'agence Fuel Lisbon s'est distinguée aux Premios M&P Criatividade avec 11 récompenses dont celle « d'Agence de l'année », un Grand Prix et 2 Or pour la campagne « *Sequeira in it's rightful place* » pour son client MNAA/Publico. Au Royaume-Uni lors des Creative Floor Healthcare Awards, Havas Lynx s'est imposée dans 5 catégories pour ses campagnes « *B !rth* » pour The Royal Exchange Theater, « *It's About Time* » pour Teva Neuroscience et « *Sun Safety on Site* » pour Cancer Research UK / HSS Hire.

Parmi les leaders du Groupe récompensés au troisième trimestre, Imogen Hewitt, Head of Strategy d'Havas Media Australia a été primée deux fois : élue Femme de l'année et a remporté le prix « Strategy » aux B&T's Women in Media Awards. Donna Murphy, CEO Havas Health & You s'est classée dans le « 4's Top 100 Shaping the Future of the Industry » et Anita Nayyar, CEO India & South Asia Havas Media, s'est vue remettre le premier prix dans la catégorie « Women Leadership Award for Excellence in Advertising & Media Sector » des « Women Leadership Excellence Awards 2017 ».

ANNEXE 1

Havas Media Group :

Bajaj Finserv : Havas Media India
Basic-Fit : Havas Media Belgium & Havas Media France
BMW : Havas Media South Korea
Carré Couture : Havas Media UK
Citibank Berhad : Havas Media Malaysia
Housing.com : Havas Media India
Hutchison Global Communications : Havas Media Hong Kong
Juver : Havas Media Spain
LOT Polish Airlines : Havas Media Poland & HMI Frankfurt (budget global)
Nacion Servicios : Havas Media Argentina
Naver : Havas Media Vietnam
Office Outlet : Havas Media UK
Sanofi : Havas Media USA
Sharekhan : Havas Media India
Sino Group : Havas Media Hong Kong
Soubry : Havas Media Belgium
TIM : Havas Media Brazil
Trident Hotels : Havas Media India
Village House : Havas Media Japan
XXL Sports : Havas Media Austria

Havas Creative Group :

BioMarin, PKU Franchise : Havas San Francisco (agence de référence)
Bolletje : Havas Lemz (communication intégrée)
Bord Bia : Havas Dublin & Havas Shanghai (activités digitales au niveau global)
Boulanger : W&Cie (positionnement et gestion de marque)
BVG : Havas beebop (communication intégrée)
CDiscount : Rosapark (communication intégrée)
Chivas : Havas Lemz (projet intégré)
Citroën : Havas Traction (activités créatives intégrées)
E. Leclerc : Les Gaulois (médias sociaux)
EHL Lausanne Hospitality school : Havas Geneva (agence de référence en communication intégrée)
Fonds Verhelst : Boondoggle (plateforme digitale)
GPA : BETC/Havas Sao Paulo (communication intégrée)
GRDF : Rosapark (communication intégrée)
Huawei : Havas Fuel (communication intégrée)
ING Direct : Rosapark (communication intégrée)
Klesia : Havas Paris (communication de crise)
La Poste : W&Cie (retail / architecture)
Lacoste : BETC Digital (CRM au niveau global)
LG : Havas Denmark (campagnes créatives)
L'Oréal : Havas Paris (consulting et évènementiel)
M7 : Havas Dusseldorf (communication intégrée)
Mairie de Paris : Les Gaulois (campagne OOH)
Marvel (Disney) : Boondoggle (agence de référence en gestion de marque)
Naver : BETC Design (design au niveau global)
Pernod Ricard : Havas Paris (communication d'influence et d'e-influence)
Printemps : Les Gaulois (campagne d'activation)
Rabobank : Havas Lemz (positionnement global et communication intégrée)
Rogers Bank : Plastic Mobile (développement d'une application)
Sutter Health : Havas San Francisco (activités digitales et médias sociaux)
Sanofi Consumer Digestive Brands : Havas San Francisco (communication intégrée)
Tissaia : Les Gaulois (médias sociaux)
Villa Beau Soleil (Steva Group) : W&Cie (gestion de marque et communication)
Visit Fyn : Havas Denmark (communication intégrée)

ANNEXE 2

Revenu (en M€)	T1 2017	T2 2017	T3 2017	Croissance Organique	T1 2017	T2 2017	T3 2017
EUROPE	250	298	256	EUROPE	0,0%	-0,7%	-4,7%
<i>dont</i>				<i>dont</i>			
France	101	125	99	France	1,4%	8,9%	2,6%
Royaume-Uni	60	58	57	Royaume-Uni	0,5%	-7,1%	-10,9%
Autres pays européens	89	115	100	Autres pays européens	-2,0%	-6,3%	-7,6%
AMERIQUE DU NORD	197	201	185	AMERIQUE DU NORD	0,9%	-1,7%	2,9%
APAC & AFRIQUE	39	51	48	APAC & AFRIQUE	-5,1%	3,2%	8,4%
AMERIQUE LATINE	33	39	36	AMERIQUE LATINE	3,2%	-4,0%	13,4%
TOTAL	519	589	525	TOTAL	0,1%	-0,9%	0,1%

À propos d'Havas Group

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

#ToBetterTogether

De plus amples informations sur le Groupe Havas sont disponibles sur le site web de la société : www.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^{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.

Contacts :

Lorella Gessa
Chief Communications Officer, Havas Group
+33 (0)1 58 47 90 36
lorella.gessa@havas.com
@Lorella_Gessa

Delphine Maillet
Director of Investor Relations, Havas Group
+33 (0)1 58 47 92 42
delphine.maillet@havas.com

29-30 quai de Dion Bouton 92817 Puteaux Cedex, France
Tel +33 (0) 1 58 47 80 00
SA au capital de 169 222 321,20€ - 335 480 265 RCS Nanterre - APE 7311Z
www.havasgroup.com

Twitter: <http://www.twitter.com/HavasGroup/>
Facebook: <http://www.facebook.com/HavasGroup>
LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/Havas>