

Résultats 1^{er} semestre 2010

Forte progression du résultat net part du groupe +22,5%

► **Progression du Revenu :**

- +4,2% au 1^{er} semestre 2010 par rapport au 1^{er} semestre 2009
- +2,0% de croissance organique au 2nd trimestre 2010, soit +1,8% sur le 1^{er} semestre 2010

► **Nette amélioration de +18,3% du Résultat opérationnel courant :**

- 11,5% de Marge opérationnelle courante au 1^{er} semestre 2010 contre 10,2% au 1^{er} semestre 2009, en hausse de +130 points de base

► **Augmentation de +22,5% du Résultat net part du groupe à 49 M€ au 1^{er} semestre 2010 par rapport au 1^{er} semestre 2009**

► **Dynamisme soutenu du New business net¹ : 1,2 milliard € au 1^{er} semestre 2010 contre 0,8 milliard € au 1^{er} semestre 2009 (+50%) ; soit l'équivalent de l'ensemble de l'année 2009**

► **Diminution de la dette financière nette de près de 30% : 129 M€ au 30/06/2010 contre 179 M€ au 30/06/2009 ; gearing² de 11%**

► **Diminution de la dette financière nette moyenne³ du 1^{er} semestre 2010 de 50% : 81 M€ contre 162 M€ au 1^{er} semestre 2009**

1. CHIFFRES CLES

En M€	S1 2008	S1 2009	S1 2010	Variation S1 2010 / S1 2009
Revenu	755	700	729	+4,2%
Croissance organique	+8,0%	-9,2%	+1,8%	
Résultat opérationnel courant	82	71	84	+18,3%
Marge opérationnelle courante	10,9%	10,2%	11,5%	+130 bp.
Résultat opérationnel	91	63	81	+28,6%
Résultat net, Part du Groupe	49	40	49	+22,5%
Résultat net, Part du Groupe en % du revenu	6,5%	5,7%	6,7%	+100 bp.
Capitaux propres consolidés	961	1 042	1 182	+13,4%
Dette financière nette	340	179	129	-27,9%
Dette financière nette moyenne³	337	162	81	-50,0%

2. COMMENTAIRE GENERAL

Le Conseil d'Administration, qui s'est réuni le mardi 31 août 2010, a arrêté les comptes du 1^{er} semestre 2010. Ces comptes ont fait l'objet d'un examen conformément à la réglementation sur les comptes semestriels par les Commissaires aux Comptes.

→ Le **Revenu** du Groupe de 729 M€ au 1^{er} semestre 2010 est en hausse de +4,2% en données brutes par rapport au 1^{er} semestre 2009. Suite à la baisse de l'Euro, l'impact de change est positif de 13 M€ au premier semestre 2010.

→ La **Croissance organique** du Groupe (hors variations de change et périmètre) ressort à +2% au 2nd trimestre 2010 et +1,8% sur le 1^{er} semestre 2010.

Revenu (en M€)	T2	T2	Cx	S1	S1	Cx
	2009	2010	Organique	2009	2010	Organique
EUROPE	220	218	-2,2%	401	397	-2,6%
dont						
France	90	88	-3,3%	160	158	-1,6%
Grande-Bretagne	41	45	+4,6%	81	86	+1,7%
Reste de l'Europe	89	85	-4,6%	160	153	-5,7%
AMERIQUE DU NORD	117	131	+4,6%	231	245	+4,9%
RESTE DU MONDE	38	51	+15,6%	67	87	+15,4%
dont						
Asie Pacifique	16	19	-2,1%	30	34	+0,7%
Amérique Latine	22	32	+25,8%	37	53	+25,2%
TOTAL	375	400	+2,0%	700	729	+1,8%

Par zone géographique, on peut souligner :

Europe :

La **France** enregistre une croissance organique en amélioration par rapport au 1^{er} semestre 2009, mais encore légèrement négative due à l'impact de la perte du budget Carrefour l'an dernier (totalement absorbé au 30 juin 2010). Hors Carrefour, la croissance organique de la France serait de +4,0% sur le 1^{er} semestre 2010.

La **Grande-Bretagne** renoue avec une croissance organique positive au 2nd trimestre de +4,6% grâce aux bonnes performances des activités médias et publicité et suite au New Business enregistré en fin d'année 2009.

Le **reste de l'Europe** subit encore un ralentissement de sa croissance dû essentiellement à l'Europe du Sud.

Amérique du Nord : Cette zone est le moteur de la croissance du Groupe grâce aux activités publicité, communication santé et média.

Reste du monde :

La performance du premier semestre 2010 en **Asie Pacifique** est caractérisée par une bonne croissance en Chine, Inde et Singapour et une baisse en Thaïlande, Indonésie et Australie.

L'**Amérique Latine** enregistre une croissance à deux chiffres grâce à l'excellente performance de tous nos métiers sur l'ensemble de la région.

Par ailleurs, sur l'ensemble du 1^{er} semestre 2010, les **activités digitales** représentent 17% du revenu global du Groupe contre 16% à la même période l'année dernière.

→ Les Résultats

Le Résultat opérationnel courant s'élève à 84 M€ au 1^{er} semestre 2010 contre 71 M€ au 1^{er} semestre 2009 en progression de +18,3%. La marge opérationnelle courante gagne +130 points de base avec 11,5% au 1^{er} semestre 2010 contre 10,2% un an plus tôt. La nette amélioration de la marge opérationnelle courante s'explique par l'effet des opérations de restructuration effectuées l'année dernière et la poursuite d'une maîtrise rigoureuse de l'ensemble des charges d'exploitation courantes.

Le **Résultat opérationnel** de 81 M€ au 1^{er} semestre 2010 marque une hausse de +28,6% par rapport au 1^{er} semestre 2009. La marge opérationnelle progresse très nettement de +210 points de base en passant de 9% au 1^{er} semestre 2009 à 11,1% au 1^{er} semestre 2010, grâce à une diminution des charges de restructuration (à caractère non récurrent).

Avec une amélioration du taux d'imposition et malgré des charges financières plus importantes, le **Résultat net part du groupe** de 49 M€ au 1^{er} semestre 2010, enregistre une hausse de +22,5% par rapport au 1^{er} semestre 2009. Le **bénéfice net par action** est de 11 centimes (€) au 1^{er} semestre 2010.

→ La Structure financière

Au cours du premier semestre 2010, la structure financière du groupe Havas s'est encore renforcée. Les capitaux propres consolidés s'élèvent à 1 182 M€ et la **dette financière nette** au 30 juin 2010 s'est réduite à 129 M€, en amélioration de près de 30% par rapport à celle du 30 juin 2009. Le ratio de gearing² au 30 juin 2010 est donc de 11%.

Au cours du 1^{er} semestre 2010, la dette nette moyenne³ ressort à 81M€ ce qui représente une nette amélioration de 50% par rapport à celle du 1^{er} semestre 2009.

3. NEW BUSINESS NET¹

Le dynamisme commercial du Groupe se poursuit avec un New business net¹ qui s'élève à 582 M€ au 2nd trimestre 2010 après 574 M€ pour les trois premiers mois 2010. **Avec ses 1,2 milliard €, le New business net¹ du 1^{er} semestre 2010** progresse de 50% par rapport à la même période l'année dernière et atteint quasiment le même niveau que celui enregistré pour l'ensemble de l'année 2009. **Selon l'étude Nomura*, Havas est classé numéro 1 en termes de gains nets rapportés au revenu pour les sept premiers mois de l'année 2010.**

Parmi les gains les plus significatifs, on peut citer :

Havas Worldwide

- La communication recrutement pour Crédit Suisse au niveau global
- Décathlon (BETC Euro RSCG) au niveau international, USA exclus
- Le distributeur britannique d'équipements électroniques Comet
- Panasonic, CVS, Alberto Culver, Huntington Bank et New Balance aux Etats-Unis (Arnold)
- Roche et Novartis aux Etats-Unis (Euro RSCG Life)
- Nike (Leg) en France
- Bupa en Arabie Saoudite
- Les activités digitales pour Heineken et Heineken Light aux Etats-Unis et toutes les activités autour des médias sociaux pour Havaianas aux Etats-Unis.
- Unilever a référencé Euro RSCG comme agence digitale au niveau global

Havas Media

- Turespaña au niveau global (MPG)
- Brother au niveau Europe (MPG)
- Panasonic aux Etats-Unis (MPG USA)
- Lala et Merck (MPG Mexico) et Alpura (Arena Mexico) au Mexique
- Kia (MPG Shanghai) en Chine
- 3Suisses en France (Havas Media France)
- Crédit Agricole en Italie (MPG Italy)
- Louis Vuitton pour la FIFA World Cup et Yahoo! (Havas Sports & Entertainment Global)

*Etude Nomura datée du 12 août 2010

Au niveau digital, on peut souligner des gains stratégiques tels Burger King en Argentine et KFC en Chine ainsi que First Choice Hotels en Grande Bretagne, Yahoo! au Brésil, Smart Technologies au Canada, ClickSeguros en Espagne et BNP Paribas au Pays-Bas.
(Cf. Annexe 2 pour la liste plus détaillée des principaux gains).

4. CALENDRIER

Le revenu du 3^{ème} trimestre 2010 sera publié d'ici au 15 novembre 2010.

ANNEXE 1 : INFORMATIONS FINANCIERES

En M€	S1 2008	S1 2009	S1 2010	Variation S1 2010 / S1 2009
Revenu	755	700	729	+4,2%
Croissance organique	+8,0%	-9,2%	+1,8%	
Résultat opérationnel courant	82	71	84	+18,3%
Marge opérationnelle courante	10,9%	10,2%	11,5%	
Résultat opérationnel	91	63	81	+28,6%
Marge opérationnelle	12,0%	9,0%	11,1%	
Résultat financier	(19)	(8)	(15)	
Charges d'impôts	(20)	(14)	(16)	
Résultat net de l'ensemble consolidé	52	41	50	+22,0%
Résultat net de l'ensemble consolidé en % du revenu	6,9%	5,9%	6,9%	
Résultat net, Part du Groupe	49	40	49	+22,5%
Résultat net, Part du Groupe en % du revenu	6,5%	5,7%	6,7%	

En M€	au 30 juin 2008	au 30 juin 2009	au 30 juin 2010	Variation 30/06/2010 vs 30/06/2009
Capitaux propres consolidés	961	1042	1182	+13,4%
Dettes financières nettes	340	179	129	-27,9%
Dettes financières nettes / Capitaux propres consolidés	0,35	0,17	0,11	
Bénéfice net par action (en €)	0,11	0,09	0,11	22,2%
Dettes nettes moyennes ³	337	162	81	-50,0%

ANNEXE 2 : NEW BUSINESS DU 1^{ER} SEMESTRE 2010

HAVAS WORLDWIDE



HAVAS MEDIA



ANNEXE 3 : RECOMPENSES AU 1^{ER} SEMESTRE 2010

Lors du deuxième trimestre 2010, plusieurs festivals publicitaires ont récompensé de nombreuses agences du Groupe. Les principaux prix sont :

Lors du 57^{ème} Festival International de la Publicité à Cannes, le Groupe Havas a remporté 21 Lions : trois Lions d'Or – un pour **BETC Euro RSCG** pour Canal + "Le Placard" dans la catégorie Film, un pour **Euro RSCG Spain** en Affichage pour Reckitt Benckiser ; un pour **Euro RSCG New York** dans la catégorie Radio pour Heineken / Dos Equis. Onze Lions d'Argent ont été gagnés : 4 pour **BETC Euro RSCG** (en Direct pour NCB Universal et 13^{ème} Rue et en Affichage pour Danone/Evian et Aids Africa Solidarity Fund), **Euro RSCG Vienna** (en Direct pour Neunerhaus), **Havas Sports & Entertainment London** (en RP pour Sainsbury's), **Euro RSCG Brussels** (en Media ING), **BETC Euro RSCG** (en Cyber pour Danone/Evian - "Rollerbabies" et un deuxième en Presse pour Danone/Evian), **Arnold Boston** (en Film pour American Legacy Foundation), **H & Euro RSCG Milan** (en Film Craft pour Citroën). 7 Lions de Bronze ont été gagnés: **MPG Santiago** (en Media pour Mars), **Euro RSCG Spain** (en Presse pour Reckitt Benckiser), **Euro RSCG New York** (en Film pour Heineken / Dos Equis, **Palm+Havas** (en Film pour Quebec Volkswagen Dealers' Marketing Association), **H et Euro RSCG Milan** (en Film pour Citroën), **BETC Euro RSCG** (deux en Film Craft pour Canal + "Le Placard").

Le groupe a gagné un total de huit récompenses aux **Clio Awards**. **BETC Euro RSCG** a gagné un Gold en Film pour Canal+ "Le Placard" et un Silver pour ECPAT. **Arnold Boston** a gagné un Silver en Print et un Bronze en Film pour American Legacy Foundation. **H et Euro RSCG Milan** ont été récompensés par un Silver en Film pour Citroën et **Euro RSCG New York** par un Bronze en Film pour Heineken / Dos Equis. **Euro RSCG Zurich** a reçu un Bronze en Print pour leur campagne pour la Zürich Chamber Orchestra et **The Furnace** a gagné un Bronze en Presse pour Peugeot.

Au **FIAP** (Festival Ibero America de Publicidad), **Euro RSCG Buenos Aires** a reçu un Gold, un Silver et un Bronze pour Peugeot. **Euro RSCG Spain** s'est vu attribuer un Silver pour Peugeot et deux Bronzes en TV pour Bla.

Au **One Show**, **BETC Euro RSCG** a gagné 3 Gold et deux Silver, **Euro RSCG New York** un Gold et un Silver et **Arnold Boston** deux Silver et un Bronze.

Au **NY ADC** **H et Euro RSCG Milan** ont gagné un Bronze en Film, **BETC Euro RSCG** a reçu un Bronze en Presse et **Euro RSCG 4D** a également reçu un Bronze en Interactive pour Volvo.

Au **D&AD** **BETC Euro RSCG** a gagné deux Yellow Pencils pour Canal+ et pour Aids Africa Solidarity Fund.

Aux **Andy Awards**, **BETC Euro RSCG** a été récompensé par deux Gold pour Canal+ et un Bronze pour Danone/Evian. **Euro RSCG New York** a gagné un Gold en Film et un deuxième en Radio pour Heineken / Dos Equis et **Arnold Boston** s'est vu attribué un Silver en Film pour American Legacy Foundation.

Media Contacts Spain a reçu le titre de meilleure agence pour la septième année consécutive aux **Interactiva Magazine Awards**.

Au **Festival de Media à Valencia**, **Havas Media** a gagné 5 prix : **MPG Mexico** a été nommé Agence Media de l'année, **MPG Mexico**, **Havas Entertainment** et **MC Media** ont gagné un prix pour la meilleure efficacité pour la campagne Mars/Snickers 'Urbania', **MPG Mexico** et **Media Contacts** ont gagné Meilleure Campagne Consommateur pour Nike 'Huevos' et l'équipe **MPG UK**, **Euro RSCG**, **Media Contacts**, **Cake-Havas Sports & Entertainment**, **AIS** a gagné Meilleure Evènement pour la campagne EDF Energy "Green Britain Day". **Havas Media** a gagné le « Service Award » un prix spécial qui récompense la qualité et l'innovation des campagnes.

Cake UK (Havas Sports & Entertainment) a gagné un prix pour la Meilleure Utilisation de RP Online aux **Revolution Awards** pour "Prince's Rainforest Project".

Havas Sports & Entertainment France a gagné deux prix au premier **Grand Prix du Brand Content** – un Gold pour la FAF et un Bronze pour Mars Petcare.

Aux **Lapiz de Oro Awards** **MPG Argentina** a reçu un Bronze en Outdoor pour Coca-Cola. **MPG Argentina** a également gagné un Bronze pour Coca-Cola au **FIAP** (Festival Iberoamericano de la Publicidad).

Arena Portugal s'est vu récompensé du Prix d'Innovation aux **Radio Spot Awards** pour Optimus.

Arena Quantum UK a été nommé "Best Travel & Leisure Advertiser" aux **a4uAwards** pour sa campagne pour Haven Holidays.

Media Contacts Denmark a gagné Meilleure Campagne Media aux **Danish Internet Awards 2010** pour Jabra Halo.

Aux **Interactiva Awards**, **Media Contacts** a été nommé Meilleure Agence Media Online et **iGlue** a gagné un Gold pour Vodafone.

MPG & Media Contacts US ont gagné un **EFFIE** d'Or pour Sears.

A propos d'Havas

Havas (Euronext Paris SA : HAV.PA) est un Groupe mondial de conseil en communication. Basé à Paris, Havas développe ses activités autour de ses deux Business Units (ce terme « Business Unit » remplace dorénavant le terme de « Division »), Havas Worldwide et Havas Media, afin de favoriser les synergies et renforcer davantage le positionnement de Havas en tant que groupe le plus intégré du secteur. Havas Worldwide comprend le réseau Euro RSCG Worldwide ainsi que des agences à forte identité locale : Arnold aux Etats-Unis, en Grande Bretagne et en Italie, H et W&Cie en France ...

Havas Media comprend les réseaux MPG, Arena, Havas Sports & Entertainment et Havas Digital. Groupe multiculturel et décentralisé, Havas est présent dans plus de 75 pays au travers de ses agences et ses accords d'affiliation. Le Groupe offre une large gamme de services de conseil en communication, comprenant 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 14 000 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) : New Business Net

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 d'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 d'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.

(2) : Le Ratio de Gearing est calculé comme suit : Dette Nette / Fonds propres à la date de clôture.

(3) : La Dette nette moyenne (trimestrielle, semestrielle et annuelle) est calculée comme la différence entre la dette brute structurée IFRS (OBSAAR, emprunt obligataire, lignes de crédit tirées, etc...) et la trésorerie en banque mesurée quotidiennement dans les principaux pays intégrés au cashpool international ; pour les autres pays, la dette nette moyenne retenue est la dette comptable à la fin de chaque trimestre (2007 à 2009) et la dette nette moyenne mensuelle en 2010. La dette nette moyenne inclut également les dettes liées aux compléments de prix et aux rachats de minoritaires qui sont réévaluées semestriellement et ajustées au fur et à mesure des paiements réalisés.

Contacts :

Communication:

Lorella Gessa

Directrice de la Communication du Groupe Havas

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

lorella.gessa@havas.com

Relations Investisseurs:

Hervé Philippe

Directeur Financier du Groupe Havas

Directeur Général Délégué

Tel: +33 (0)1 58 47 91 23

relations.actionnaires@havas.com

Elsa Cardarelli

Directrice des Relations Investisseurs du Groupe Havas

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

elsa.cardarelli@havas.com