



COMMUNIQUE DE PRESSE

Suresnes, le 27 juillet 2006, 7h30

- **Revenu du premier semestre 2006 : 719 millions d'Euros, en augmentation de 2,8% par rapport au 1^{er} semestre 2005**
- **Croissance organique, stable sur le semestre : +2,5% au second trimestre, après -2,4% au premier trimestre**

Havas annonce aujourd'hui un revenu pour le 1^{er} semestre 2006 qui s'élève à 719 millions d'euros, contre 700 au 1^{er} semestre 2005.

A taux de change constant, l'évolution est de +0,5%. L'impact de change est principalement lié à la hausse du dollar américain et du dollar canadien au 1^{er} trimestre 2006 par rapport au 1^{er} trimestre 2005, le second trimestre n'ayant pas connu de variations notables par rapport au second trimestre 2005.

Hors variations de change et de périmètre, la croissance organique au 1^{er} semestre 2006 est de +0,2%.

1. Commentaire général

Après un premier trimestre en léger retrait, à -2,4% à taux de change et périmètre constants, le second trimestre marque une amélioration avec une croissance organique à +2,5%.

Le net new business¹ s'élève à 900 millions pour le semestre, contre 490 millions au premier semestre 2005, et ne tient pas compte du gain du budget Reckitt Benckiser annoncé le 30 juin. Celui-ci sera reporté dans les chiffres du troisième trimestre.

¹ Gains nets de budgets, exprimés en billings annuels estimés. Cf définition complète en fin de communiqué

2. Commentaires détaillés par région

Les chiffres entre parenthèses indiquent le revenu en millions d'euros et la croissance organique du 1^{er} semestre.

- France (154, +2,6%)
L'activité s'est redressée au T2 (+6,1%) après un T1 légèrement négatif (-1,4%), grâce notamment aux activités de communication corporate, aux marketing services et au conseil media.
- Grande Bretagne (84, -1,0%)
Il faut souligner la performance satisfaisante de la communication corporate au T2, qui a permis de stabiliser au second trimestre l'activité de la zone (+0,5%), après un T1 en léger retrait (-2,6%).
- Europe (hors France et Grande Bretagne) (151, +8,2%)
Les principaux métiers du groupe sont tous en croissance.
Par pays, les principaux contributeurs à cette croissance au T2 sont l'Espagne, l'Italie et l'Allemagne.
- Amérique du Nord (274, -5,3%)
La communication santé et le conseil media ont tous deux généré une croissance significative sur le T2. La communication corporate se maintient à un bon niveau de croissance.
Cependant, une de nos principales agences de publicité et certaines sociétés de marketing services connaissent encore des difficultés pour retrouver leur niveau d'activité de 2005.
- Asie-Pacifique (28, -4,8%)
Après un premier trimestre en recul du fait de l'impact du budget Intel encore présent dans la base de comparaison du T1, la croissance organique s'est stabilisée au T2 06 à -0,3%.
- Amérique Latine (28, +16,5%)
Les deux principaux métiers (publicité et conseil média) poursuivent leur très forte croissance.

3. New Business et bilan créatif

Le montant du New Business net s'élève à 900 millions d'euros pour le 1^{er} semestre 2006.

Notons que sur le mois de juin 2006, Havas a été classé premier en New Business par Lehman Brothers.

Les principaux budgets gagnés au cours du 2^{ème} trimestre 2006 sont les suivants :

- Budgets publicité : Cogedim (France), News Magazine (Grande-Bretagne), Granini (Espagne), NTV (Allemagne), Bongrain et Brendon Babystore (Hongrie),

Inci (Turquie), Radio Mitre (Argentine), Telmex (Mexique), Hutchison Telecom (Australie), TVB Pay Vision (Honk Kong)

- Budgets médias : Veolia Environnement (Pan-européen), Point S, Gerblé et Umbro (France), La Redoute et BAW International (Portugal), Viajar.com, Ayuntamiento de La Coruna, Fagor, Mango, Osborne, Union Crediticia Inmobiliaria, Gennoma Lab et la Caixa (Espagne), Hotel.com et Garlik (Grande-Bretagne), Celebrity Cruises (Etats-Unis), webmotors (Brésil) et les marques Chivas Regal, Martell, Stolichnaya, Presidente et Don Pedro de Pernod Ricard / Casa Pedro Domecq (Mexique)
- Budgets marketing services: Sixt (Pan-européen), Marriott Hotels, Bausch & Lomb et Concern Worldwide (Grande-Bretagne), Iveco (Espagne)
- Budget Corporate: Groupe Caisse d'Epargne (France)

Aucune perte significative n'est à signaler.

Lors du deuxième trimestre 2006, de nombreux prix internationaux et régionaux ont récompensé de nombreuses agences du Groupe.

Tout d'abord, lors du 53^{ème} Festival International de la Publicité à Cannes, le Groupe Havas a remporté 19 Lions dont trois Lions d'Or : Un Lion d'Or dans la catégorie film pour « La Marche de l'Empereur » réalisée par BETC Euro RSCG pour Canal+, un autre dans la catégorie cyber récompensant Euro RSCG 4D Sao Paulo pour « Oops » de Reckitt Benckiser et enfin Havas Sports remportant un Lion d'Or dans la catégorie média pour la conception et l'organisation de la journée « Fêtons l'amour des jeux » mise en place dans le cadre de la candidature de Paris 2012 sur les Champs-Élysées. Les autres agences récompensées sont : Arnold Boston, McKinney & Silver, EHS Brann, Euro RSGG 4D Amsterdam et Euro RSCG Amsterdam, Euro RSCG Buenos Aires, Euro RSCG Vale, et Euro RSCG 4D en France.

De plus les agences Euro RSCG Buenos Aires, Euro RSCG 4D Sao Paulo, Euro RSCG Vale, Carillo Pastore Euro RSCG et Euro RSCG en Colombie ont été honorées de neuf prix lors du Festival Iberoamericano de la Publicidad.

Lors des International Andy Awards, les agences Arnold Boston, McKinney & Silver, Euro RSCG Flagship, et Euro RSCG London ont été récompensées pour leur créativité.

En Espagne, MPG a gagné le Grand Prix du Festival del Sol ainsi qu'un Prix d'Or pour la campagne média « Revolucion Sin Limites » de Nike. Euro RSCG 4D a été aussi récompensée pour les campagnes en marketing promotionnel pour Vodafone et Spanair.

Pour la première fois, une société de production interactive française, Streampower / MPG, a reçu le prestigieux Emmy Awards au titre de « la meilleure émission de TV interactive de l'année » pour CULT, émission coproduite avec PPROD pour France 5.

BETC Euro RSCG s'est encore illustrée lors de ces derniers mois pour la campagne réalisée pour Canal + intitulée « La Marche de l'Empereur ». En effet, en France, BETC Euro RSCG a gagné le grand prix de la campagne publicitaire décerné par le Grand

Prix des Medias organisé par le magazine CB News, et le Grand Prix Stratégies de la Publicité. Aux Etats-Unis, BETC Euro RSCG a été récompensé lors des Clio Awards, du New York Art Directors Club et enfin aux AICP.

La campagne « Fair Enough » d'American Legacy réalisée par Arnold Boston a été récompensée par de nombreux prix américains en particulier lors des International Andy Awards, The One Show, des Clio Awards, du New York Art Directors Club, aux AICP, et des Kelly Awards.

Par ailleurs, *The Delaney Report Quarterly Awards* a désigné Euro RSCG New York comme la meilleure agence publicitaire aux Etats-Unis pour ce deuxième trimestre et MPG en Espagne a été consacrée Meilleure Agence Média de l'Année par le magazine espagnol *Anuncios*.

Les résultats semestriels du Groupe seront publiés mi-septembre.

ANNEXE 1 : REVENU ET CROISSANCE ORGANIQUE

En millions d'euros	1 ^{er} Trimestre		2 nd Trimestre		1 ^{er} Semestre	
	Revenu	Croissance Organique	Revenu	Croissance Organique	Revenu S1 06	Croissance Organique
France	70	-1,4%	84	+6,1%	154	+2,6%
Grande Bretagne	40	-2,6%	44	+0,5%	84	-1,0%
Europe (hors France et GB)	65	+5,8%	86	+10,0%	151	+8,2%
Amérique du Nord	138	-6,7%	136	-3,9%	274	-5,3%
Amérique Latine	13	+19,1%	15	+14,5%	28	+16,5%
Asie-Pacifique	13	-9,5%	15	-0,3%	28	-4,8%
TOTAL	339	-2,4%	380	+2,5%	719	+0,2%

ANNEXE 2 : CALCUL DE LA CROISSANCE ORGANIQUE

1. Revenu 1S 2005	700
2. Impact des taux de change	+16
3. 1S 2005 au taux de change 1S 2006	<u>716</u>
4. Variations de périmètre : Acquisitions, cessions, fermetures de sociétés et autres	2
5. 1S 2005 à taux de change et à périmètre 1S 2006	<u>718</u>
6. Revenu 1S 2006	719
7. Evolution organique	+0,2%

A propos d'Havas

Havas (Euronext Paris SA : HAV.PA ; Nasdaq : HAVS) est un groupe mondial de conseil en communication. Basé à Paris, Havas dispose de trois principales divisions opérationnelles : Euro RSCG Worldwide dont le siège est à New York, Arnold Worldwide Partners à Boston et Media Planning Group à Barcelone. Groupe multiculturel et décentralisé, Havas est présent dans 77 pays à travers son réseau d'agences situées dans 44 pays et à travers des accords d'affiliation avec des agences dans 33 pays supplémentaires. 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 médias, 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 14 400 collaborateurs.

De plus amples informations sur Havas sont disponibles sur le site de la société : www.havas.fr

Avertissement

Le présent document contient certaines déclarations ou opinions sur les perspectives, au sens donné à l'expression - « forward-looking statements » par le droit boursier américain. Ces déclarations ou opinions se réfèrent à des projections, estimations, plans et stratégies, anticipations d'événements ou de tendances, et toute autre notion qui n'est pas strictement fondée sur des faits réels avérés. Ces opinions et déclarations correspondent aux estimations qu'Havas fait d'événements futurs, et sont susceptibles d'être contredites ou infirmées par les faits, ce qui pourrait entraîner une différence significative entre les résultats réellement obtenus et les 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 intervenants 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 la AMF (documents en français) et 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.

(a) : 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.

Contacts :

Communication :

Solenne Anthonioz

Tel: +33 (0)1 58 47 90 27

solenne.anthonioz@havas.com

Relations Investisseurs :

Hervé Philippe

Directeur Financier du Groupe Havas

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

relations.actionnaires@havas.com

2 allée de Longchamp 92281 Suresnes Cedex, France

Tel +33 (0) 1 58 47 90 00 Fax +33 (0) 1 58 47 99 99 www.havas.com

SA au capital de 171 552 757,20 euros - 335 480 265 RCS Nanterre - APE 744 B