



Suresnes, le 28 septembre 2006, 17h30

COMMUNIQUE DE PRESSE

Havas : résultats semestriels 2006

- Un Revenu de 719 millions € en augmentation de +2,8% par rapport au 1^{er} semestre 2005 avec une croissance organique stable sur le 1^{er} semestre de +0,2%
- Un résultat opérationnel de 56 millions € par rapport à 75 au 1^{er} semestre 2005 et un résultat net part du groupe de 21 millions € par rapport à 34 au 1^{er} semestre 2005
- Un New Business Net¹ de 900 millions € sur le 1er semestre 2006, par rapport à un total de 1055 millions sur toute l'année 2005

Fernando Rodés Vilà, Directeur Général du Groupe Havas, déclare : « Le Groupe confirme sa stratégie d'investir dans la créativité et la qualité avec de nouveaux talents au service de nos clients. La volonté des dirigeants du Groupe Havas se concentre sur ces deux axes pour stimuler la croissance organique sur des bases durables en tenant parfaitement compte des attentes de l'ensemble des clients et des partenaires du Groupe. C'est une action qui s'inscrit dans la durée et dont les effets qui se font déjà ressentir seront de plus en plus forts à l'avenir ».

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

1. Les faits marquants du 1^{er} semestre 2006

- La confirmation de croissance avec un revenu du Groupe en hausse pour le 1^{er} semestre 2006.
- Une croissance organique stable : meilleure au 2^{ème} trimestre 2006 qu'au 1^{er} trimestre. Cette croissance retrouvée du revenu s'accompagne d'un renforcement des talents et des équipes de New Business, ce qui impacte le résultat opérationnel et le résultat net part du groupe du 1^{er} semestre 2006 par rapport au 1^{er} semestre 2005 en charges du personnel et autres charges d'exploitation.
- La hausse significative du New Business Net puisque le Groupe a réalisé 900 millions d'euros en New Business Net lors du 1^{er} semestre 2006 par rapport à 500 millions d'euros au 1^{er} semestre 2005, soit une augmentation de 80%. Ce chiffre n'inclut pas les gains de budgets comme Reckitt Benckiser dans le monde par Euro RSCG Worldwide et Progressive Direct par Arnold aux Etats-Unis.
- Une créativité toujours aussi forte.
- Delisting du Nasdaq : Le Groupe a entrepris au 1^{er} semestre 2006 son delisting du Nasdaq qui est effectif depuis le 7 juillet et devrait déposer prochainement sa demande de « deregistration » auprès de la SEC.

2. Résultats du 1^{er} semestre 2006 et situation financière au 30 juin 2006

Le Conseil d'Administration, qui s'est réuni le 28 septembre, a arrêté les comptes semestriels 2006.

- Le revenu est en hausse de +2,8% par rapport au 1^{er} semestre 2005, ce qui s'explique notamment par un effet de change favorable au 1^{er} trimestre 2006. La croissance organique du Groupe est de +0,2% sur les 6 premiers mois de l'année.
- Le résultat opérationnel courant qui s'élève à 64 millions d'Euros marque une baisse de 18,1% par rapport au 1^{er} semestre 2005. La marge opérationnelle courante passe ainsi de 11,2% à 8,9%, conséquence du renforcement des talents et des équipes de New Business.
- Les autres charges et produits opérationnels sont constitués de dépréciations d'écarts d'acquisition pour 8 millions d'Euros, contre 3 millions au 1^{er} semestre 2005.
- Le résultat opérationnel est donc de 56 millions d'Euros, soit une marge opérationnelle de 7,7% contre 10,8% au 1^{er} semestre 2005.
- Le résultat financier s'améliore de 3 millions d'Euros, provenant essentiellement du remboursement de l'OCEANE 2000 le 2 janvier 2006 pour un montant total de 219 millions d'Euros.
- Le résultat net part du groupe passe de 34 millions d'euros au 1^{er} semestre 2005 à 21 millions d'euros au 1^{er} semestre 2006.
- La dette nette au 30 juin 2006 est de 648 millions d'euros, à comparer à 492 millions d'euros au 30 juin 2005.
Il est à noter que la dette nette moyenne² de la période est inférieure à celles du 1^{er} semestre et 2^{ème} semestre 2005.

² La dette nette moyenne (trimestrielle et annuelle) est calculée pour les quatre principaux pays (France, USA, UK et Espagne) comme la différence entre la dette brute structurée (océanes, lignes de crédit tirées, etc...) et la trésorerie en banque mesurée quotidiennement; pour les autres pays, la dette nette moyenne retenue est la dette comptable à la fin de chaque trimestre.

ANNEXE 1 : Détail du New Business Net

Les principaux budgets gagnés au cours du premier semestre 2006 sont les suivants :

- **Budgets publicité :** Disneyland Resort Paris (France, Espagne, Grande-Bretagne, Belgique, Allemagne, Italie, Pays-Bas et Scandinavie) ; Veolia et Cogedim (France) ; INNEOV (France et Belgique) ; News Magazine (Grande-Bretagne) ; Granini (Espagne) ; LG Electronics (Russie) ; The Austrian Post (Autriche) ; IKEA (République Tchèque) ; Thomapyrin de Boehringer Ingelheim et NTV (Allemagne) ; Bongrain et Brendon Babystore (Hongrie) ; Inci (Turquie) ; ExxonMobil, Lee Jeans, USA Today, Culligan Water, Assurant Health, Barilla, Cabot Wood Stain, et Bombay (Etats-Unis) ; Tourism Western Australia et Hutchison Telecom (Australie) ; Radio Mitre (Argentine) ; Telmex (Mexique) ; TVB Pay Vision (Honk Kong)
- **Budgets médias :** Veolia Environnement (Pan-européen) ; GoodYear Dunlop (France, Espagne, Italie, Portugal, Grèce, Belgique, Pays-Bas et Luxembourg) ; Masterfoods, PACA, Sarbec, les hôtels Formule 1 du Groupe Accor Point S, Gerblé et Umbro (France) ; Eidos (Grande-Bretagne, France et Allemagne) ; De Agostini, Hotel.com et Garlik (Grande-Bretagne) ; Agencia Tributaria, Guia Campsa, Fnac, Viajar.com, Ayuntamiento de La Coruna, Fagor, Mango, Osborne, Union Crediticia Inmobiliaria, Gennoma Lab et la Caixa (Espagne) ; La Redoute et BAW International (Portugal) ; Dialog (Pologne) ; La Costeña, Sanborns et les marques Chivas Regal, Martell, Stolichnaya, Presidente et Don Pedro de Pernod Ricard / Casa Pedro Domecq (Mexique) ; webmotors (Brésil) ; ExxonMobil et Celebrity Cruises (Etats-Unis) ; le Ministère de la Santé et le Ministère de la Citoyenneté et de l'Immigration (Canada)
- **Budgets marketing services:** Sixt (pan-européen), Marriott Hotels, Bausch & Lomb et Concern Worldwide (Grande-Bretagne), Iveco et Seb (Espagne), Hôtel Sheraton (Mexique)
- **Budget Corporate:** Orange (BtoB) dans le monde ; Groupe Caisse d'Epargne (France)

ANNEXE 2 : Informations financières

Montants en million d'euros (M€)	1er semestre 2006	1er semestre 2005	Variation
Revenu	719	700	+2,8%
Résultat opérationnel courant	64	78	(18,1%)
Résultat opérationnel	56	75	(26,1%)
Résultat net, part du Groupe	21	34	(39,1%)

Montants en million d'euros (M€)	30/06/2006	30/06/2005
Total capitaux propres	901	925
Dette financière nette	648	492

A propos d'Havas

Havas (Euronext Paris SA : HAV.PA) 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 plus de 75 pays à travers son réseau d'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 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 :

Anne Marsan

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

anne.marsan@havas.com

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 171 179 760,80 euros - 335 480 265 RCS Nanterre - APE 744 B