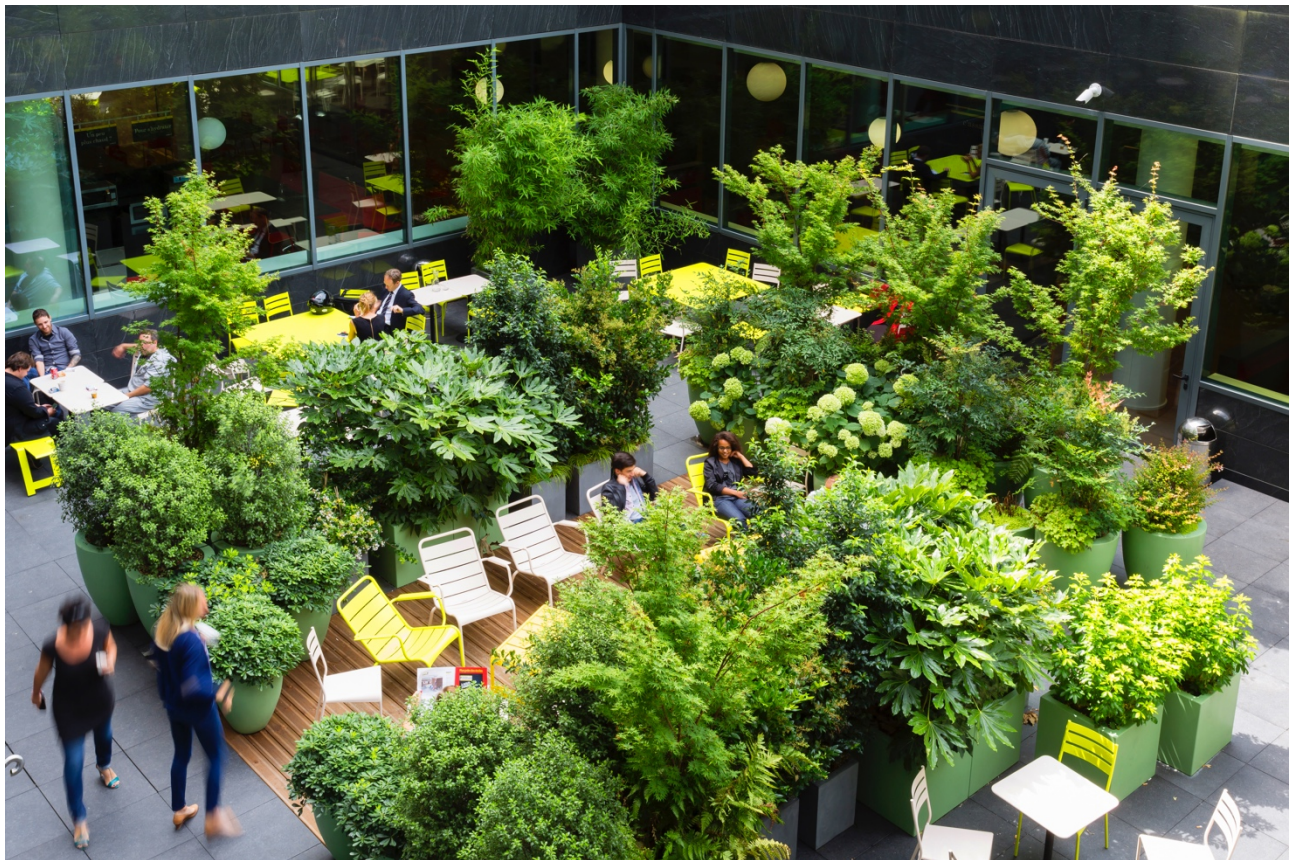




Communication On Progress

Septembre 2018



« Par ce document, je réaffirme l'attachement de Havas Group aux 10 principes du Global Compact et renouvelle notre engagement à les respecter, les promouvoir et à les mettre en oeuvre. »

Yannick Bolloré

Chairman and Chief Executive Officer, Havas Group



Avant-Propos

Ce document a pour but de refléter en toute transparence, notre démarche, et les actions engagées au sein du groupe, ainsi que les marges de progrès existantes.

Ce document est également structuré autour des 6 engagements du Groupe:

- 1. Promouvoir la diversité et œuvrer en faveur du bien-être des salariés.**
- 2. Renforcer notre niveau d'exigences en matière sociale et de RSE notre supply chain.**
- 3. Promouvoir l'éthique dans la pratique de nos métiers.**
- 4. Assurer notre position de leader dans la création et la diffusion de communication responsables au travers de nos agences et de nos collaborations avec nos clients.**
- 5. Réduire l'impact environnemental résultant de nos activités.**
- 6. Renouveler notre engagement à œuvrer collectivement pour lutter contre le réchauffement climatique.**

De nombreuses étapes ont été franchies telles que la mise en place du reporting extra-financier, qui pour la 7^{ème} année nous a permis de remonter des données quantitatives complètes ; le développement d'outils internes et de plateformes internationales; ainsi que le travail en continu de sensibilisation et de partage d'informations entre nos agences.

A nous de poursuivre nos efforts et d'agir, pour contribuer, à notre échelle aux changements positifs de ce monde.

Point méthodologique

Ce rapport a été établi sur la base d'informations provenant de notre outil de reporting dédié à la RSE permettant la collecte et la consolidation de nos indicateurs. Ces derniers couvrent l'ensemble des domaines de la RSE et sont répartis en cinq thèmes : environnement, social, éthique & gouvernance, économie & achats, et communication responsable.

L'ensemble des indicateurs se réfèrent pour partie à la loi française NRE (Loi sur les Nouvelles Régulations Economiques), aux lignes directrices de la GRI (Global Reporting Initiative ; GRI v3) et aux engagements du Global Compact, mais aussi à des indicateurs spécifiques liés aux métiers, aux enjeux et au suivi des engagements pris par le Groupe.

HAVAS ET SA POLITIQUE DE RESPONSABILITE SOCIALE

Le secteur de la communication a une influence importante sur l'ensemble de la société. Il contribue au développement économique des entreprises en développant la notoriété et l'image de leurs marques dans un contexte de plus en plus mondialisé et concurrentiel.

Les changements profonds opérés par la technologie dans le monde du business, associés à l'émergence d'un consommateur hyperconnecté et hyperinformé de plus en plus puissant, ont totalement révolutionné le paysage de la communication.

Les motivations et attentes des individus évoluent vis-à-vis de la consommation et la relation entre les marques et leurs consommateurs devient plus fragile.

Il est essentiel que la communication innove pour refonder cette relation de confiance en s'appuyant sur la contribution effective des entreprises et des marques à construire un nouveau modèle de société. La création de la valeur de marque qui est la fonction même de la communication doit aujourd'hui reposer sur sa valeur sociétale. Cela passe sans doute par des pratiques plus transparentes, des postures plus humbles et une plus grande prise en considération de l'ensemble des parties prenantes.

A la fois miroir et moteur de la société, la communication, à travers les valeurs et représentations mises en avant a également un rôle important sur l'évolution des communautés humaines, leurs mœurs et modes de pensée.

Havas est conscient de sa responsabilité dans ce domaine et se doit d'évaluer sa contribution et d'endosser ses responsabilités face aux impacts directs ou indirects que le Groupe engendre par son fonctionnement et ses activités.

Havas renouvelle également son engagement à respecter et à mettre en œuvre les 10 principes du Pacte Mondial auquel il adhère depuis 2003.

Le groupe a défini 6 engagements de progrès qui guident l'ensemble des pratiques relatives à son activité, quels que soient les métiers exercés, tant en France qu'à l'étranger.

Ces 6 engagements structurent la démarche RSE du groupe Havas depuis 2009. Ils visent à réduire les impacts environnementaux, sociaux et sociétaux de notre activité. Le Groupe a ainsi établi des objectifs quantitatifs et qualitatifs à atteindre d'ici 2020 pour renforcer sa démarche et motiver ses collaborateurs.

Le Groupe continue à intégrer les enjeux de la responsabilité sociale et sociétale au coeur de ses métiers. Sa stratégie encourage les agences à utiliser la force de leurs idées créatives pour amener des changements positifs au niveau social et sociétal.

1/ PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET OEUVRER EN FAVEUR DU BIEN-ÊTRE DES SALARIÉS

RÉPARTITION HOMME/FEMME



ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2015
Lutter contre les discriminations au sein de nos agences	Nombre de personnes handicapées travaillant au sein du Groupe Havas	101 salariés du Groupe sont en situation de handicap. ↻
	Distribution des postes créatifs et managériaux par genre	Direction ♂60% ♀40% Créatif ♂59% ♀41% ↻
	Nombre d'initiatives menées pour promouvoir la diversité	137 initiatives ↻
Attirer et conserver nos talents en leur offrant des perspectives de carrières attrayantes et des programmes de développement managérial	Nombre de participants aux Havas lofts	150 salariés ont participé aux lofts depuis le lancement en 2014 ↻
	Nombre total d'heures dispensées au titre de la formation et nombre total de salariés ayant bénéficié d'au moins une formation en cours d'année	129195 heures 9466 effectifs soit 55% des effectifs Groupe ↻
	Taux de rotation	34% ↻
	Taux d'absentéisme (tous motifs)	3% ↻

2/ RENFORCER NOTRE NIVEAU D'EXIGENCE EN MATIÈRE SOCIALE ET DE RSE DANS NOTRE SUPPLY CHAIN





SILVER

HAVAS SE POSITIONNE PARMI LES MEILLEURS PRESTATAIRES ÉVALUÉS PAR ECOVADIS DANS LA CATÉGORIE "ADVERTISING AND MARKET RESEARCH"





2017 A VU L'ÉLABORATION D'UNE POLITIQUE D'ACHAT RESPONSABLE QUI SERA DÉPLOYÉ EN 2018

ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2016
Intégrer des clauses RSE dans nos contrats fournisseurs et des critères d'évaluation RSE dans nos appels d'offres	Nombre de fournisseurs qualifiés sur des critères sociaux, environnementaux et/ou de droits humains	691 fournisseurs 
Pérenniser notre approche de fournisseur responsable à l'égard de nos clients et partenaires	Note Ecovadis et niveau de certification	Note du Groupe 59/100 Certification Silver 

3 / PROMOUVOIR L'ÉTHIQUE DANS LA PRATIQUE DE NOS MÉTIERS



ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2016
S'assurer que tout nouveau collaborateur incorpore le code de déontologie Havas dans chaque aspect de son travail	Pourcentage de collaborateurs informés et formés au code d'Éthique Havas	60% de total effectifs 
Garantir rigoureusement la sécurité et l'intégrité des données en préservant la confidentialité, la valeur et la disponibilité des données de propriété, des consommateurs, des clients tiers et des open data	Accréditations: ISO 27001:2013 et ISO 9001 Nombre de formations sur la protection des données	Artemis Alliance est certifié ISO27001 tout comme Havas Helia 1477 formations sur la protection des données 

4/ ASSURER NOTRE POSITION DE LEADER DANS LA CRÉATION ET LA DIFFUSION DE COMMUNICATIONS RESPONSABLES AU TRAVERS DE NOS AGENCES ET DE NOS COLLABORATIONS AVEC NOS CLIENTS







52
AGENCES

REPRÉSENTANT 36 % DES EFFECTIFS DU GROUPE ONT SOUTENU FINANCIÈREMENT CETTE ANNÉE UNE CENTAINE D'ASSOCIATIONS...



3280
PROJETS CRÉATIFS

ONT ÉTÉ SOUMIS AVANT DIFFUSION ET SEULS 5% ONT ÉTÉ JUGÉS NON CONFORMES

ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2016
Promouvoir des outils de mesure de nos impacts et des stratégies collaboratives dédiées au développement durable	Suivi des initiatives dans l'ensemble des agences du Groupe	En 2017, 378 recommandations d'actions comprenant une mesure d'impact environnemental d'étiquetage carbone ont été effectués 
	Nombre de consultations de parties prenantes effectuées en amont de la conception des campagnes de communication	13 agences ont ainsi réalisé des consultations de parties prenantes effectuées en amont de la conception des campagnes de communication 
Développer notre mécénat de compétences à travers la réalisation de campagnes pro-bono	Nombre de campagnes pro-bono réalisées et nombre de jours de travail correspondants	112 campagnes pro-bono ont été réalisées par les agences du Groupe. Près de 3885 jours ont été consacrés à ces campagnes 
Tenir notre promesse de lutter contre les stéréotypes dans nos réalisations	Nombre de campagnes soumises avant diffusion aux autorités de régulation existantes et % de campagnes jugées non conformes	3280 projets créatifs ont été soumis avant diffusion et seuls 5% ont été jugés non conformes 

5 / RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

RÉSULTANT DE NOS ACTIVITÉS



BILAN CARBONE - AUGMENTATION DES ÉMISSIONS DE GES PAR SALARIÉ DE 0,8 T.ÉQ CO₂

BETC DANS LE CADRE DU PROGRAMME ACTVERTISING ONT OBTENU PLUS DE

40K€
EN CONTRIBUTION CARBONE

DES PRODUCTIONS DE LA PART DE LEUR CLIENT (YVES SAINT LAURENT, LA FRANÇAISE DES JEUX, LACOSTE...)

ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2016
Diminuer nos émissions de CO ₂ selon nos objectifs 2015-2020 (-20% d'émissions par salarié)	Actualisation annuelle	Les émissions du Groupe s'élèvent à 142 683 t.éq CO₂ soit 7,3 t.éq CO₂ par salarié. Le Groupe a vu ses émissions de GES augmenter de 0,8 t.éq CO₂ par salarié.
Réduire la consommation totale de papier au bureau de 40% par salarié entre 2015 et 2020	Quantité de papier de bureau utilisé et écart vs objectif de - 40% entre 2015 et 2020	En 2017, la consommation totale de papier de bureau s'est élevée à 249 tonnes , soit 16 kg par salarié . Ce ratio a diminué de 12% par rapport à 2016.
Utilisation de papier 100% recyclé ou certifié FSC/ PEFC	% des achats de papier de bureau correspondant à du papier recyclé ou certifié (FSC ou PEFC) et écart vs objectif de 100% recyclé ou certifié en 2020	Le papier certifié et/ou recyclé représente 76% de la consommation globale de papier de bureau dans le Groupe
Réduire la quantité totale de déchets par employé de 20% entre 2015 et 2020	Quantité de déchets totaux et écart vs objectif de -20% par salarié d'ici 2020	En 2017, la quantité totale de déchets produit au niveau du Groupe est de 2252 tonnes , soit 144 kg par salarié . Cela représente une augmentation de 12% par salarié.
Mise en place de tri sélectif du papier dans l'ensemble du Groupe Havas	Nombre d'entités et % des effectifs du Groupe correspondant ayant mis en place le tri sélectif du papier	Le tri sélectif concerne 218 agences soit près de 75% des effectifs du Groupe

6/ RENOUELER NOTRE ENGAGEMENT À ŒUVRER COLLECTIVEMENT POUR LUTTER CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE



45
CAMPAGNES
ABORDENT LE SUJET DU
CHANGEMENT CLIMATIQUE



ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2016
Assurer notre position de leader dans l'industrie média à l'égard du changement climatique	Avancement de l'initiative Common Ground des Nations Unies	8 agences ont participé à des initiatives liées à Common Ground 
Mettre à profit notre influence pour sensibiliser les consommateurs, les citoyens, nos clients aux enjeux du changement climatique	Nombre de campagnes clients évoquant les enjeux liés au changement climatique	45 campagnes abordent ce sujet 

Table de référence

Principes	
1. Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux Droits de l'Homme.	Engagements 1 , 2 & 3
2. Les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complices de violations des Droits de l'Homme.	Engagements 1 , 2 & 3
3. Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective.	Engagements 1 & 3
4. Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire.	Engagements 2 & 3
5. Les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants.	Engagements 2 , 3 & 4
6. Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession.	Engagements 1 , 2 & 4
7. Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement.	Engagements 5 & 6
8. Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement.	Engagements 5 & 6
9. Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.	Engagements 4 , 5 & 6
10. Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.	Engagements 2 & 3

Pour toute information complémentaire, contactez :

Maria Escobar-Granet

Global CSR manager

maria.escobar-granet@havas.com

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

Tel +33 (0) 1 58 47 80 00 Fax +33 (0) 1 58 47 99 99

www.havas.com – Suivez-nous sur Twitter : <http://www.twitter.com/HavasGroup/>