

Communication On Progress

Août 2020



« 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 9^{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), à la directive 2014/95/UE relative au rapportage extra-financier, 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 ŒUVRER EN FAVEUR DU BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS

COLLABORATEURS
19 939

ÂGE MOYEN
35 ans

63%
DES
COLLABORATEURS
ONT PARTICIPÉ
À UNE FORMATION

DISTRIBUTION FEMME/HOMME

57% FEMME
43% HOMME

ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2018

Lutter contre les discriminations au sein de nos agences

Nombre de personnes handicapées travaillant au sein de Havas Group

103 collaborateurs du Groupe sont en situation de handicap



Distribution des postes créatifs et managériaux par genre

Direction
♂57% ♀43%
Créatif
♂57% ♀43%



Nombre d'initiatives menées pour promouvoir la diversité

142 initiatives
60 agences ayant participé aux initiatives pour promouvoir la diversité



Attirer et fidéliser nos talents en leur offrant des perspectives de carrière attrayantes et des programmes de développement

Nombre de participants à Havas Lofts

221 collaborateurs ont participé à Havas Lofts depuis son lancement en 2014



Nombre total d'heures dispensées au titre de la formation et nombre total de collaborateurs ayant bénéficié d'au moins une formation en cours d'année

138 839 heures
12 572 collaborateurs soit 63% des effectifs Groupe



Taux de rotation du personnel

29%



Taux d'absentéisme (tous motifs)

3%



2 /

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



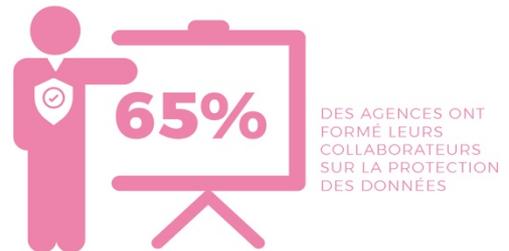
HAVAS GROUP SE POSITIONNE
PARMI LES MEILLEURS PRESTATAIRES
ÉVALUÉS PAR ECOVADIS DANS LA
CATÉGORIE «ADVERTISING AND
MARKET RESEARCH»



ANALYSE GLOBALE DES RISQUES
RSE DES FOURNISSEURS LES
PLUS IMPORTANTS

ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2018
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	137 fournisseurs
Pérenniser notre approche de fournisseur responsable à l'égard de nos clients et partenaires	Note Ecovadis et niveau de certification	Note de Havas Group 64/100 Certification Gold

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



ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2018
S'assurer que tout nouveau collaborateur intègre le Code d'Éthique Havas Group dans chaque aspect de son travail	Pourcentage de collaborateurs informés et formés au Code d'Éthique Havas Group	71% des collaborateurs
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	Pourcentage d'agences formées sur la protection des données en 2019	65% des agences

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

50 AGENCES
REPRÉSENTANT 31% DES EFFECTIFS
DU GROUPE ONT SOUTENU
FINANCIÈREMENT DES ASSOCIATIONS



CRÉATION D'UN GUIDE DE LA
COMMUNICATION RESPONSABLE

ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2018

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

159 campagnes
ont été créées en collaboration
avec des experts internes ou
externes en développement
durable



Nombre de consultations
de parties prenantes
effectuées en amont de la
conception des campagnes
de communication

20 campagnes
ont été créées après
consultation des parties
prenantes



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

106 campagnes pro bono
ont été réalisées par
les agences du Groupe
Près de **3 924 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 nombre
de campagnes, une fois
diffusées, ayant fait l'objet
d'une intervention d'un
régulateur de la publicité
pour violation des règles
éthiques

2 255 projets créatifs
ont été soumis avant diffusion
0 campagnes
ayant fait l'objet d'une intervention



5 / RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOS ACTIVITÉS



112 226 T.ÉQ CO₂, SOIT 5,6 T.ÉQ CO₂ PAR COLLABORATEUR
 EN 2019, LE GROUPE A VU SES ÉMISSIONS DE GES AUGMENTER DE 0,1 T.ÉQ CO₂ PAR COLLABORATEUR



UNE BAISSSE DE **18%** DES DÉCHETS PAR COLLABORATEUR EN 2019



UNE BAISSSE DE **5%** DE CONSOMMATION DE PAPIER PAR COLLABORATEUR EN 2019

ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2018
Diminuer nos émissions de CO ₂ selon nos objectifs 2015-2020 (-20% d'émissions par collaborateur)	Actualisation annuelle	<p>En 2019, les émissions du Groupe s'élèvent à 112 226 t.éq CO₂, soit 5,6 t.éq CO₂ par collaborateur</p> <p>En 2019, le Groupe a vu ses émissions de GES augmenter de 0,1 t.éq CO₂ par collaborateur</p>
Réduire la consommation totale de papier utilisé au bureau de 40% par collaborateur entre 2015 et 2020	Quantité de papier utilisé au bureau et écart vs objectif de - 40% entre 2015 et 2020	<p>En 2019, la consommation totale de papier a diminué de 284 tonnes, soit 15 kg par collaborateur. Ce ratio a diminué de 5% par rapport à 2018</p>
Utilisation de papier 100% recyclé ou certifié FSC/PEFC	Pourcentage des achats de papier utilisé au bureau correspondant à du papier recyclé ou certifié (FSC ou PEFC) et écart vs objectif de 100% recyclé ou certifié en 2020	<p>Le papier certifié et/ou recyclé représente 64% de la consommation globale de papier</p>
Réduire la quantité totale de déchets par collaborateur de 20% entre 2015 et 2020	Quantité totale de déchets et écart vs objectif de -20% par collaborateur d'ici 2020	<p>En 2019, la quantité totale de déchets produit au niveau du Groupe est de 1 727 tonnes, soit 94 kg par collaborateur. Cela représente une diminution de 18% par collaborateur</p>
Mise en place du tri sélectif du papier dans l'ensemble de Havas Group	Nombre d'agences et pourcentage des effectifs du Groupe correspondant ayant mis en place le tri sélectif du papier	<p>Le tri sélectif concerne 277 agences soit près de 88% des effectifs du Groupe</p>

6 / RENOUVELER NOTRE ENGAGEMENT À ŒUVRER COLLECTIVEMENT

POUR LUTTER CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE



13
CAMPAGNES

ABORDENT LE SUJET DU CHANGEMENT CLIMATIQUE



1 897

ARBRES

FINANCÉS ET PLANTÉS GRÂCE À L'INITIATIVE HAVAS SOLIDARITÉ CLIMAT

ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2018

Assurer notre position de leader dans l'industrie de la publicité à l'égard du changement climatique

Progrès sur le Common Ground à travers l'initiative Havas Solidarité Climat

113 818€ de contributions financières

5 691 t.éq CO₂ compensées

103 clients engagés

1 897 arbres financés en France

Nouvel Indicateur

Mettre à profit notre influence pour sensibiliser les consommateurs, les citoyens et nos clients aux enjeux du changement climatique

Campagnes évoquant les enjeux liés au changement climatique

Cette année nous souhaitons mettre en valeur ces campagnes :

Project SAVE
par Havas Ortega

The Farewell Party
par Rosapark et GRDF

I Protect Nature
par Havas Paris et WWF France

Mediterráneamente
par Arena Media Spain et DAMM



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/>