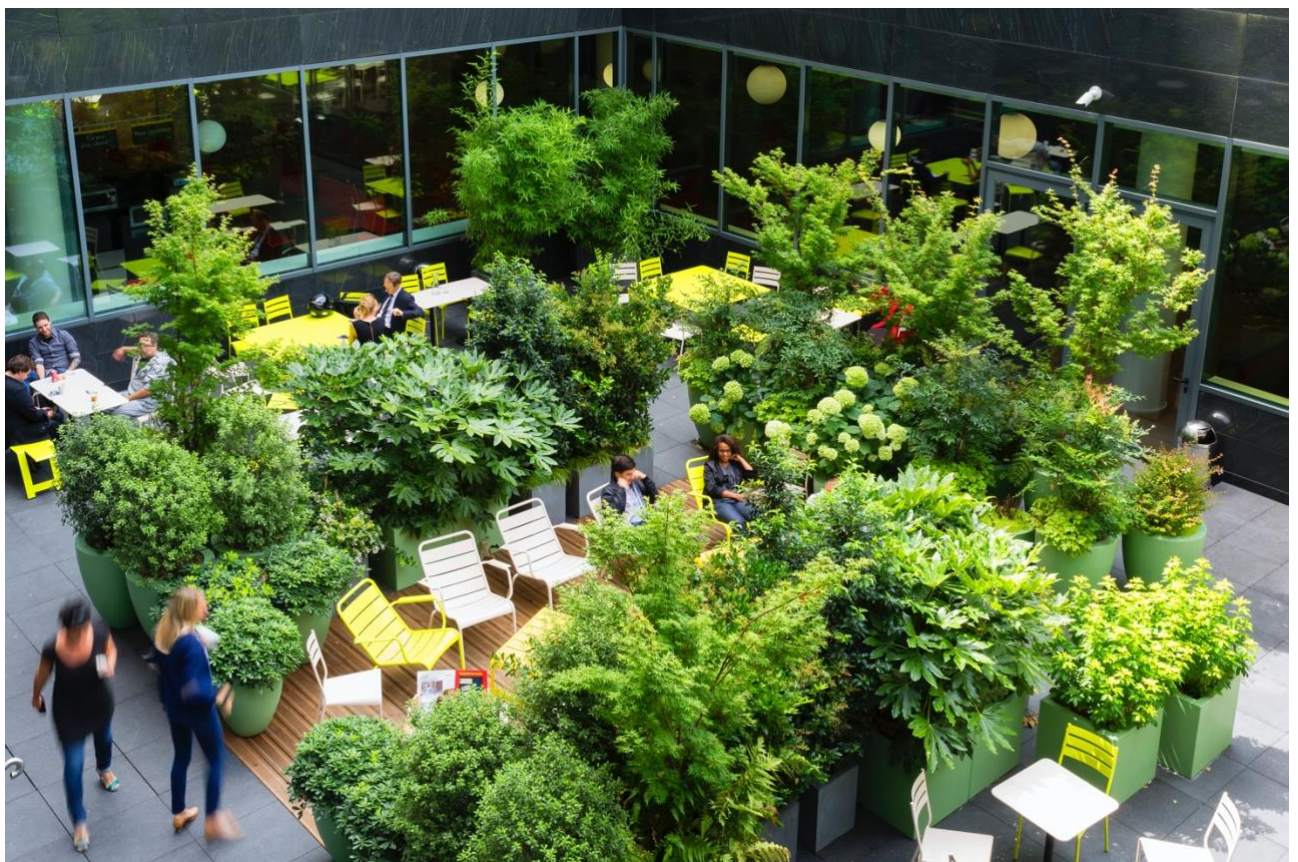




Communication On Progress

Août 2022



« 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 œuvre. »

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. Il s'inscrit dans la lignée de notre marque RSE, Havas Impact+, basée sur trois piliers : **Environnement, Talents, Communication Meaningful**.

Ces trois piliers réunissent nos six engagements en matière de RSE, qui constituent des objectifs ambitieux et guident nos pratiques et notre activité :

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 le lancement de la marque Havas Impact+ en 2020, symbole de notre engagement en matière de RSE ; la mise en place du reporting extra-financier, qui pour la 11^{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.

À 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. Cet outil est opérationnel pour la onzième année consécutive. Les indicateurs qu'il utilise 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 à nos métiers, à nos 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. Cependant, 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 a donc renouvelé son engagement à respecter et à mettre en œuvre les 10 principes du Pacte Mondial auquel il adhère depuis 2003.

Le Groupe continue à intégrer les enjeux de la responsabilité sociale et sociétale au cœur de ses métiers. Sa stratégie RSE se base sur de Havas Impact+ et ses objectifs quantitatifs et qualitatifs à atteindre d'ici 2024, et encourage les agences à utiliser la force de leurs idées créatives pour amener des changements positifs au niveau social et sociétal.

HAVAS IMPACT + PEOPLE

Notre ambition est de créer une culture de la diversité des profils et des opinions, où chaque collaborateur peut s'exprimer librement, se sentir respecté, et s'épanouir professionnellement. Au fil des prochaines pages, vous découvrirez nos engagements, objectifs et progrès dans ce domaine fondamental de notre approche RSE, au regard de l'année précédente.



ODD 3
BONNE SANTÉ
ET BIEN-ÊTRE



ODD 5
ÉGALITÉ ENTRE
LES SEXES



ODD 8
TRAVAIL DÉCENT
ET CROISSANCE
ÉCONOMIQUE



ODD 12
CONSOMMATION
ET PRODUCTION
RESPONSABLES



ODD 16
PAIX, JUSTICE ET
INSTITUTIONS
EFFICACES

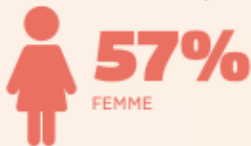
1

FAVORISER UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL SAIN ET APAISE AU SEIN DUQUEL NOS TALENTS PEUVENT S'EPANOUIR



DES COLLABORATEURS ONT PARTICIPÉ À UNE FORMATION

DISTRIBUTION FEMME/ HOMME



**PROGRESSION
PAR RAPPORT
À NOTRE NIVEAU
D'AVANCEMENT 2020**

ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

**Lutter contre
les discriminations au sein
de nos agences**

Nombre de personnes
en situation de handicap
travaillant au sein
de Havas Group

119 collaborateurs
sont en situation de handicap



Répartition par genre
des postes créatifs et
managériaux

Direction
♂ **57%** ♀ **43%**



Créatif
♂ **58%** ♀ **42%**



Nombre d'initiatives menées
pour promouvoir la diversité

519 initiatives
52% des effectifs ont participé
aux initiatives menées 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
aux programmes mondiaux
de promotion et de
développement des talents

6071
participants



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

159 319 heures
15 045 collaborateurs
soit 75% des effectifs Groupe



Taux de rotation

33,9%
Taux de rotation global



Taux d'absentéisme
(tous motifs)

3,1%



2

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



HAVAS GROUP SE POSITIONNE
PARMI LES 2% DES MEILLEURS
PRESTATAIRES ÉVALUÉS PAR
ECOVADIS DANS LA CATÉGORIE
«ADVERTISING AND MARKET
RESEARCH»



MISE EN PLACE D'UNE
CHARTRE DES ACHATS
RESPONSABLES POUR
DES FOURNISSEURS
CADRES GLOBAUX

ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

**PROGRESSION
PAR RAPPORT
À NOTRE NIVEAU
D'AVANCEMENT 2020**

Pérenniser notre approche
de fournisseur responsable
à l'égard de nos clients et
partenaires

Note EcoVadis et niveau
de certification

Note de Havas Group
69/100
Certification
Gold



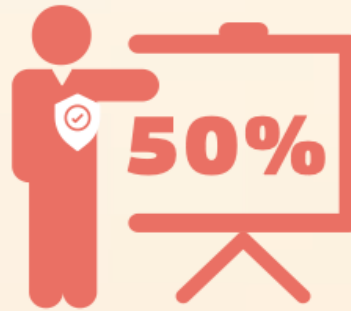
3

PROMOUVOIR L'ÉTHIQUE DANS LA PRATIQUE

DE NOS MÉTIERS



78% DES COLLABORATEURS FORMÉS À LA PRÉVENTION DE LA CORRUPTION



DES COLLABORATEURS FRANÇAIS ONT SUIVI LA FORMATION SUR LA PROTECTION DES DONNÉES (RGPD) DISPONIBLE SUR HAVAS UNIVERSITY (PLATEFORME DE FORMATION DU GROUPE).

ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2020

S'assurer que tout nouveau collaborateur incorpore le code de déontologie Havas dans chaque aspect de son travail

Pourcentage de collaborateurs formés à la prévention de la corruption

78%
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 de collaborateurs en France ayant suivi la formation sur la sécurité des données (RGPD) avec Havas University en 2021

44%
des collaborateurs



HAVAS IMPACT + MEANINGFUL COMMUNICATION

Notre ambition est d'encourager nos agences à utiliser leurs idées créatives et leur pouvoir d'influence pour impulser des changements positifs dans la société. Dans les pages suivantes, vous découvrirez nos engagements, objectifs et progrès en faveur de cet élément fondamental de notre approche RSE, comparativement à l'an dernier sur ce pilier.



ODD 12

CONSOMMATION
ET PRODUCTION
RESPONSABLES



ODD 17

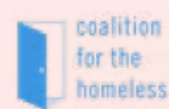
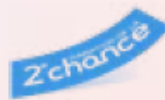
PARTENARIATS
POUR LA RÉALISATION
DES OBJECTIFS

4

ASSURER NOTRE POSITION DE LEADER DANS LA CRÉATION ET LA DIFFUSION DE COMMUNICATIONS RESPONSABLES AU TRAVERS DE NOS AGENCES ET GRACE AUX COLLABORATIONS AVEC NOS CLIENTS ET PARTENAIRES

78

CAMPAGNES
pro bono ont été réalisées
par les agences du Groupe



ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

**PROGRESSION
PAR RAPPORT
À NOTRE NIVEAU
D'AVANCEMENT 2020**

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

78 campagnes pro bono
ont été réalisées par
les agences du Groupe



Près de **2 492** 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 ayant fait l'objet
d'une intervention d'un
régulateur de la publicité pour
violation des règles éthiques,
après diffusion.

4 169 projets créatifs
ont été soumis avant diffusion



1 campagne
ayant fait l'objet d'une intervention

HAVAS IMPACT + ENVIRONMENT

Notre ambition est de devenir le groupe de communication leader sur les questions environnementales et de contribuer à la neutralité carbone collective dès 2025. Dans les pages suivantes, vous découvrirez nos engagements, objectifs et progrès au regard de l'année précédente dans ce domaine, pilier clé de notre démarche RSE.



ODD 7

ÉNERGIE PROPRE
ET D'UN COÛT
ABORDABLE



ODD 12

CONSOMMATION
ET PRODUCTION
RESPONSABLES



ODD 13

MESURES RELATIVES
À LA LUTTE CONTRE
LES CHANGEMENTS
CLIMATIQUES



ODD 15

VIE
TERRESTRE



ODD 17

PARTENARIATS
POUR LA
RÉALISATION DES
OBJECTIFS

5

RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

RÉSULTANT DE NOS ACTIVITÉS EN CONTRIBUANT À LA NEUTRALITÉ CARBONE COLLECTIVE DÈS 2025



20 827 T.ÉQ CO2, SOIT 1,04 T.ÉQ CO2 PAR COLLABORATEUR. EN 2021, LE GROUPE A VU SES ÉMISSIONS DE GES DIMINUER DE 56% PAR RAPPORT À 2018 (ANNÉE DE RÉFÉRENCE)



UNE DIMINUTION DE

3,9%

DE LA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ (TOUTES SOURCES CONFONDUES) PAR RAPPORT À L'ANNÉE 2020.



38%

DE LA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ DU GROUPE PROVIENT D'ACHATS D'ÉLECTRICITÉ ISSUE DE SOURCES RENOUVELABLES.*
*COUVERT PAR DES GARANTIES D'ORIGINE (SOURCE : HYDRAULIQUE NORVÉGIEN)

PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2020

ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2020
Réduire nos émissions de GES de 60% selon nos objectifs 2018-2024 et contribuer à la neutralité carbone collective dès 2025.	Calcul via la plateforme de reporting Perform!, en utilisant les données remontées par les collaborateurs et les facteurs d'émission de l'ADEME.	Les émissions du Groupe ont diminué à 20 827 t.éq CO₂ , soit 1,04 t.éq CO₂ par collaborateur . En 2021, le Groupe a vu ses émissions de GES diminuer de 56% par rapport à 2018 (année de référence)
Réduire la consommation totale de papier au bureau par salarié de 40% entre 2019 et 2024	Quantité totale de papier de bureau (usage interne/externe), et ratio par collaborateur.	En 2021, la consommation totale de papier a diminué à 122 tonnes, soit 6,1 kg par collaborateur . Ce ratio a diminué de 52% par rapport à 2019, et de 26% par rapport à 2020.
Utilisation de papier 100% recyclé ou certifié FSC/ PEFC	Quantité de papier acheté et certifié (usage interne/externe) / quantité de papier acheté au total.	Le papier certifié et/ou recyclé représente 72% de la consommation globale de papier du Groupe.
Réduire la quantité de déchets non dangereux par employé de 20% entre 2019 et 2024	Quantité de déchets non dangereux, et ratio par collaborateur.	En 2021, la quantité totale de déchets non dangereux produits au niveau du Groupe est de 467 tonnes, soit 23kg par collaborateur .
Mise en place du tri sélectif du papier dans l'ensemble du Groupe Havas	Nombre d'agences ayant mis en place des actions de tri sélectif. Effectif de ces agences par rapport à l'effectif total.	Le tri sélectif concerne 129 agences soit plus de 72% des effectifs du Groupe
Réduction de 5% de la consommation d'électricité et viser 25% d'énergies renouvelables 2019-2024	Consommation d'électricité en kWh et part des énergies renouvelables.	20 448 232 kWh 38% sont issus de sources d'énergies renouvelables.

6

RENOUVELER NOTRE ENGAGEMENT À ŒUVRER COLLECTIVEMENT

POUR LUTTER CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE



16
CAMPAGNES

QUI ABORDENT LE SUJET DU CHANGEMENT CLIMATIQUE

4852 t.éq CO₂

COMPENSÉES GRÂCE À L'INITIATIVE SOLIDARITÉ CLIMAT, MENÉE AVEC PUR PROJET



**PROGRESSION
PAR RAPPORT
À NOTRE NIVEAU
D'AVANCEMENT 2020**

ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

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

Valeurs clés pour le dispositif Solidarité Climat (calculateur carbone des campagnes créatives/event)

97 040€ de contributions financières

4 852 t.éq CO₂ compensées

Plus de **140** clients engagés



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 avant ces campagnes :

Logo Pollution

par Havas Turkey et Greenpeace

The Decade of Doing

par Havas Lemz et Justdiggitt

Own the Ocean

par Havas Chicago et Moen



Table de références

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 :

Paul Krammerich

CSR Officer

paul.krammerich@havas.com

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

Tel : +33 (0) 1 57 77 76 61

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