



2020

RAPPORT
RSE

HAVAS
IMPACT+

POSITIVELY IMPACTING THE WORLD

SOMMAIRE



01

4

**Édito de
Yannick Bolloré**

02

5

**Havas Impact+
en bref**

03

6

**Havas et les Objectifs
de Développement Durable**

04

7

**Pilier
"Environment"**

05

12

**Pilier
"People"**

06

18

**Pilier
"Meaningful Communication"**

07

24

Remerciements

01

Edito de Yannick Bolloré

LET'S
BE THE
CHANGE

Ces dernières années, les enjeux de responsabilité sociétale et environnementale ont guidé chacune des décisions d'Havas. L'engagement RSE du groupe n'est pas nouveau. Depuis 2009, le groupe s'est engagé à agir en entreprise responsable en définissant six engagements RSE, accompagnés d'objectifs ambitieux, pour guider l'ensemble de ses pratiques et de ses métiers.

Nous avons été pionniers en la matière et j'ai toujours été convaincu qu'Havas a un rôle majeur à jouer pour améliorer le monde dans lequel nous vivons, à travers la force de nos idées créatives et l'influence des campagnes que nous réalisons pour nos clients.

Je suis ravi que de plus en plus de personnes appellent aujourd'hui de leurs vœux un profond changement de la société. La période que nous traversons est sans précédent et on observe une prise de conscience aigüe des consommateurs qui affichent une préférence croissante pour les produits et services proposés par des entreprises vertueuses.

J'espère que vous prendrez plaisir à lire notre rapport RSE - il est essentiel d'évaluer régulièrement nos progrès afin de pouvoir nous fixer de nouveaux objectifs ambitieux pour le bien de la société. J'aimerais remercier chacun des membres de la famille Havas dans le monde pour leur contribution individuelle et leur engagement sans cesse renouvelé. Nous avons déjà parcouru du chemin mais nous pouvons aller plus loin.

Ensemble, faisons d'Havas le groupe de communication le plus engagé et le plus vertueux.

Yannick Bolloré



HAVAS IMPACT+ EN BREF

Depuis 2009, nous nous sommes engagés à agir en entreprise responsable en définissant six engagements RSE, accompagnés d'objectifs ambitieux, pour guider l'ensemble de nos pratiques et de nos métiers.

En 2020, nous avons lancé une marque RSE unique, Havas Impact+, structurant les six engagements autour de trois piliers : l'environnement, la communication responsable et les talents.

A travers Havas Impact+, nous encourageons nos agences à utiliser leurs idées créatives et leur pouvoir d'influence pour impulser des changements positifs dans la société. Notre but est d'inciter notre industrie et nos clients à pratiquer une communication responsable et à élever les standards de la profession.

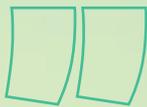
03

Havas et Les Objectifs de Développement Durable

OBJECTIFS  DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



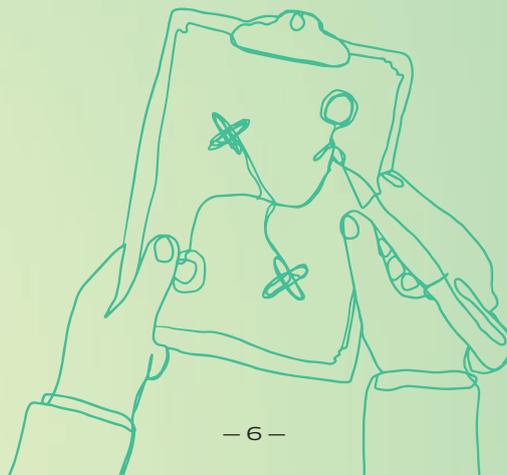
***ILS NOUS ENCOURAGENT
À AMÉLIORER LA VIE DES
GÉNÉRATIONS FUTURES ET
À FAIRE LA DIFFÉRENCE AU
SERVICE DES MARQUES,
DES ENTREPRISES ET DES
PERSONNES.***



Les Objectifs de Développement Durable (ODD) sont un appel universel à agir, initié par les Nations Unies. Pour mettre fin à la pauvreté, protéger la planète et s'assurer que le monde entier vive dans la paix et la prospérité. Ils donnent la marche à suivre à nos collaborateurs et clients pour développer une croissance responsable. Cette structure se retrouve tout au long de ce rapport.

Les ODD s'appuient sur les succès des Objectifs du Millénaire pour le Développement qui ont initié en 2000 un effort à l'échelle mondiale pour lutter contre la pauvreté. L'agenda des ODD pour 2030 inclut de nouveaux domaines tels que le changement climatique, les inégalités économiques, l'innovation, la consommation responsable, la paix et la justice.

Notre étude Meaningful Brands® démontre que réussite commerciale et actions en faveur du bien commun vont de pair. Les individus attendent des marques qu'elles soient responsables. Les ODD nous engagent tous à construire une planète plus sûre, durable et prospère. Ils nous encouragent à améliorer la vie des générations futures et à faire la différence au service des marques, des entreprises et des personnes.



04



HAVAS IMPACT+

ENVIRONNEMENT

Notre ambition est de devenir le groupe de communication leader sur les questions environnementales et d'atteindre la neutralité carbone à l'horizon 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

RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

RÉSULTANT DE NOS ACTIVITÉS EN VISANT LA NEUTRALITÉ CARBONE EN 2025



31 794 T.ÉQ CO₂ SOIT 1,8 T.ÉQ CO₂ PAR COLLABORATEUR

EN 2020, LE GROUPE A VU SES ÉMISSIONS DE GES DIMINUER DE -32% TONNE CO₂ VS 2018 (ANNÉE DE RÉFÉRENCE)



UNE BAISSSE DE

42%

DE CONSOMMATION DE PAPIER PAR COLLABORATEUR EN 2019

PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2019

ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

Réduire nos émissions de CO₂ selon nos objectifs 2018-2024 (-60% d'émissions de GES) en visant la neutralité carbone en 2025

Actualisation annuelle

Les émissions du Groupe ont baissé à

31,794 t.éq CO₂, soit **1.8 t.éq CO₂ par collaborateur**

En 2020, le Groupe a vu ses émissions de GES diminuer de **32%** par rapport à 2018 (année de référence)

Nouvelle méthodologie du Bilan Carbone

Réduire la consommation totale de papier au bureau par salarié de 40% entre 2019 et 2024

Quantité de papier de bureau utilisée et écart vs objectif de -40% entre 2019 et 2024

En 2020, la consommation totale de papier a baissé à

165 tonnes, soit **9 kg par collaborateur**.

Ce ratio a **diminué de 42%** par rapport à 2019



Utilisation de papier 100% recyclé ou certifié FSC/ PEFC

Part 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 2024

Le papier certifié et/ou recyclé représente **65%** de la consommation globale de papier de bureau du Groupe



Réduire la quantité de déchets non dangereux par employé de 20% entre 2019 et 2024

Quantité de déchets non dangereux et écart vs objectif de -20% par salarié d'ici 2024

En 2020, la quantité totale de déchets non dangereux produits au niveau du Groupe est de

652 tonnes, soit **39 kg par collaborateur**



Mise en place du 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

220 agences soit plus de **82%** des effectifs du Groupe



Réduction de 5% de la consommation d'électricité et viser 25% d'énergies renouvelables 2019-2024

Consommation de kWh en 2020 et pourcentage des énergies renouvelables

22 638 246 kWh

17% des énergies renouvelables

Nouvel indicateur

RENOUVELER NOTRE ENGAGEMENT À ŒUVRER COLLECTIVEMENT

POUR LUTTER CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT
CLIMATIQUE



13

CAMPAGNES

QUI ABORDENT LE SUJET
DU CHANGEMENT CLIMATIQUE



1 093

ARBRES

FINANCÉS ET PLANTÉS
GRÂCE À L'INITIATIVE HAVAS
SOLIDARITÉ CLIMAT

ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2019

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

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

65,592€ de
contributions financières

3,279 t.éq CO₂
compensées

87 clients engagés

1,093 arbres
financés en France



**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 :

**Ce n'est pas si facile de
changer sa façon de
consommer**

par BETC et E. Leclerc

La doudoune

par Rosapark et Aigle

A Tree for Everyone

par Havas Estonia et Alexela

The Water Index

par Havas Turkey et Finish de Reckitt



POUR ALLER PLUS LOIN...

AGIR
ENSEMBLE
POUR **SAUVER**
LA PLANÈTE



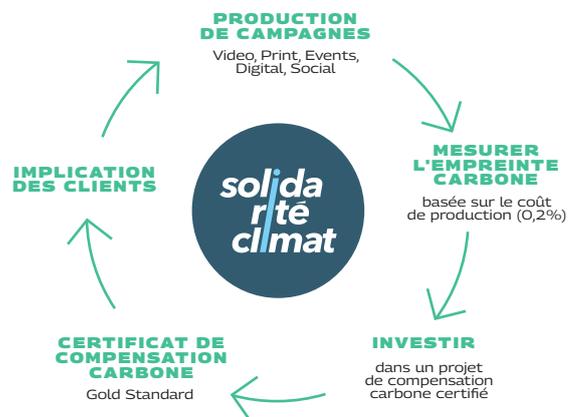


Havas s'est donné pour mission de devenir le groupe de communication leader dans la lutte contre le changement climatique, avec une volonté claire d'avoir un impact positif sur l'environnement. C'est la raison pour laquelle nous nous sommes fixés pour objectif d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2025. Nous sommes convaincus que Havas est le lieu de rencontre des esprits les plus créatifs et innovants de notre industrie, et que nos idées ont le pouvoir de faire la différence pour les générations futures. Chacun d'entre nous est responsable de la réduction de son empreinte carbone et, tous ensemble nous nous devons d'analyser et d'améliorer l'impact de nos activités. En ligne avec nos récents engagements, nous nous efforçons de mesurer l'émission de gaz à effet de serre de l'ensemble de nos campagnes à travers le monde et de concevoir, chaque fois que possible, des éco campagnes.

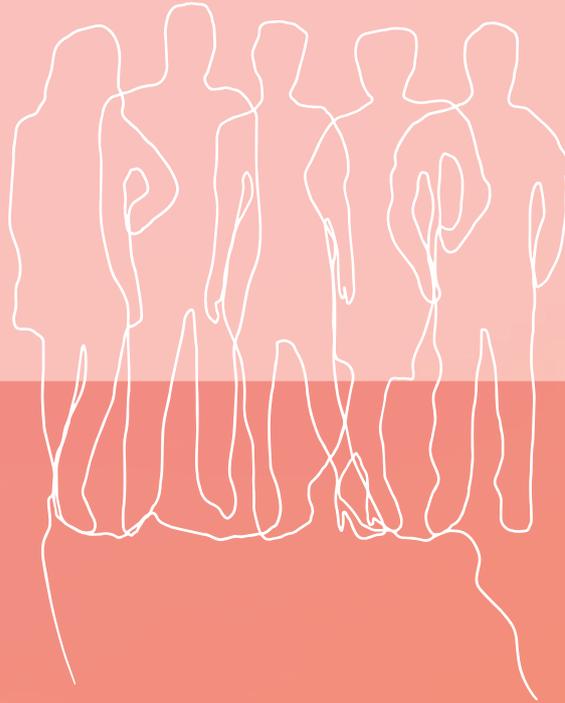
En 2020, Havas Group a réalisé des progrès considérables en matière environnementale, sous l'impulsion d'Havas Impact+, comme vous avez pu le constater plus haut dans ce rapport. La mise en place notamment d'un Système de Management de l'Environnement (SME) certifié ISO 14001, a ouvert la voie à une démarche d'amélioration continue de la performance environnementale. 28% des effectifs du groupe opèrent désormais sous l'égide de cette certification et notre objectif est d'atteindre les 100% dans un futur proche.

A l'échelle de notre groupe, 2020 aura été l'année du progrès. Nous nous sommes pleinement investis dans la Semaine Européenne du Développement Durable, en communiquant avec force et en organisant nombre d'activations et de formations. Nous avons également lancé des outils innovants comme le premier calculateur carbone qui nous permet de mesurer l'impact environnemental des campagnes média de nos clients à travers le monde. Notre engagement à long terme envers la planète reste notre priorité.

Nous avons également lancé des outils innovants comme le premier calculateur carbone qui nous permet de mesurer l'impact environnemental des campagnes média de nos clients à travers le monde. Notre engagement à long terme envers la planète reste notre priorité.



05



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

PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET ŒUVRER EN FAVEUR DU BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS



DES COLLABORATEURS ONT PARTICIPÉ À UNE FORMATION

DISTRIBUTION FEMME/ HOMME



**PROGRESSION
PAR RAPPORT
À NOTRE NIVEAU
D'AVANCEMENT 2019**

ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2019
Lutter contre les discriminations au sein de nos agences	Nombre de personnes handicapées travaillant au sein de Havas Group	157 collaborateurs sont en situation de handicap
	Répartition par genre des postes créatifs et managériaux	Direction ♂59% ♀41% Créatif ♂58% ♀42%
	Nombre d'initiatives menées pour promouvoir la diversité	162 initiatives 56% 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	1 121 participants <small>Nouvel indicateur</small>
	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	196 377 heures 16 456 collaborateurs soit 88% des effectifs Groupe
	Taux de rotation	21,3% Taux de rotation global
	Taux d'absentéisme (tous motifs)	3%

RENFORCER NOTRE 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»



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 2019

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

179
fournisseurs



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

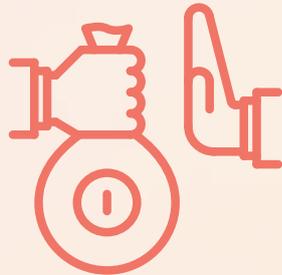
Note EcoVadis et niveau
de certification

Note de Havas Group
64/100
Certification
Silver



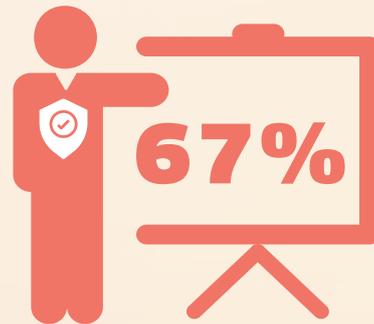
PROMOUVOIR L'ÉTHIQUE DANS LA PRATIQUE

DE NOS MÉTIERS



79%

DES COLLABORATEURS
FORMÉS À LA PRÉVENTION
DE LA CORRUPTION

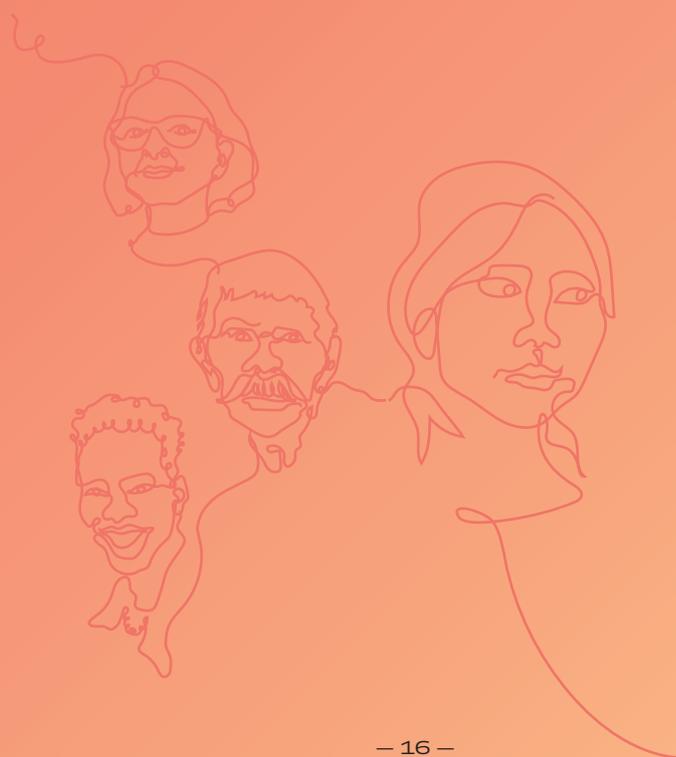


DES AGENCES
ONT FORMÉ LEURS
COLLABORATEURS
SUR LA PROTECTION
DES DONNÉES

ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2019
<p>S'assurer que tout nouveau collaborateur incorpore le code de déontologie Havas dans chaque aspect de son travail</p>	<p>Pourcentage de collaborateurs formés à la prévention de la corruption</p>	<p>79% des collaborateurs</p> <p>Nouvel indicateur</p>
<p>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</p>	<p>Pourcentage d'entités ayant organisé des formations sur la sécurité des données en 2020</p>	<p>67% des entités</p> 

POUR ALLER PLUS LOIN...

CRÉER
UN ENVIRONNEMENT
SÛR, DIVERS
ET INCLUSIF
POUR NOS
COLLABORATEURS
ET NOS CLIENTS





Havas Group ne serait rien sans ses Villages qui, partout dans le monde, mêlent une multitude d'individus et de communautés. Cette culture en Villages permet à toutes les voix et toutes les opinions de s'exprimer et d'être respectées. C'est là que réside l'unicité d'Havas au sein de notre industrie et c'est ce qui nous distingue de nos concurrents. Notre but est d'attirer et fidéliser les meilleurs talents en leur offrant des opportunités de se former, progresser, développer leur leadership, et en leur proposant des perspectives d'évolution riches et équitables au sein de notre réseau mondial. Et Havas Impact + est un formidable outil pour y parvenir. Afin d'accélérer nos programmes en matière de Diversité, Équité et Inclusion (DE&I), Havas a développé All In, un programme qui catalyse cette culture de la diversité des points de vue, qui promeut des opportunités équitables et un espace sécurisé pour apprendre, réfléchir sur soi et échanger sans risque. D'une centaine d'actions initiées au sein de 39 agences et Villages lors de son lancement, All In a rassemblé plus de 160 projets au cours de l'année 2020, couvrant 56% de nos collaborateurs. Ce programme comprend nos actions Femmes Forward et HavaSay ainsi que Commit to Change NA, un projet visant à soutenir la représentation et l'avancement des personnes de couleur dans notre organisation. Grâce à All In, nous avons considérablement avancé dans la valorisation de la richesse de nos talents et apporté notre pierre à l'édifice sur les enjeux sociétaux de diversité et inclusion.

Dans le cadre de notre engagement pour une conduite transparente et éthique des affaires, notre Code d'Éthique a fait l'objet d'une mise à jour pour toujours mieux satisfaire les attentes de nos partenaires, et nous avons aligné nos programmes de conformité et d'anti-corruption sur ceux de notre maison-mère, Vivendi. Tous nos partenaires (prestataires, fournisseurs,

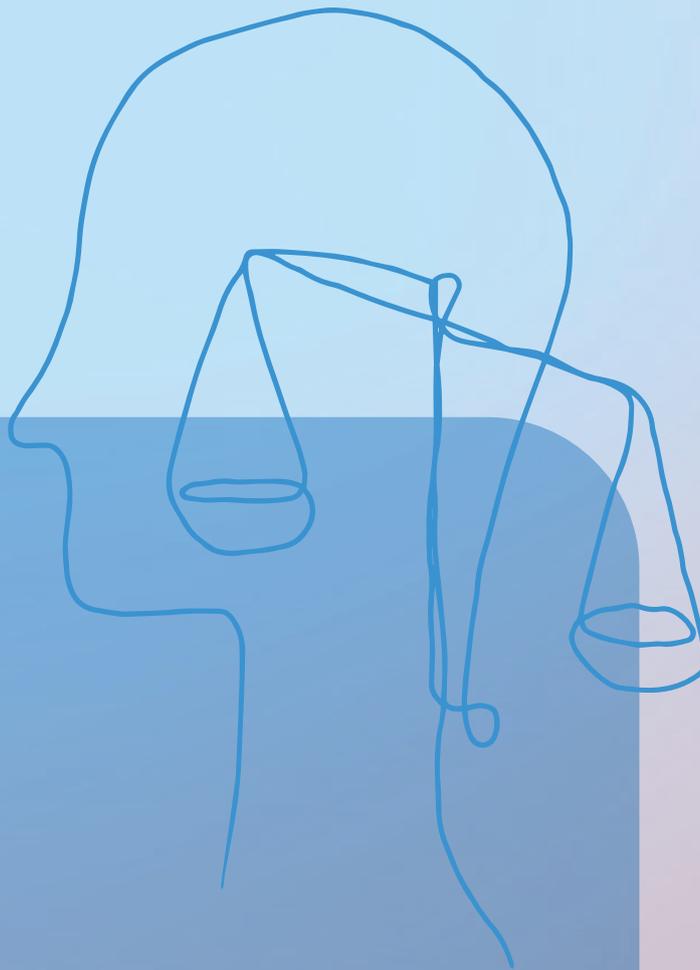
intermédiaires, agents, sous-traitants, etc...) sont tenus de respecter ces règles et d'encourager leur bonne application auprès de leurs propres partenaires. Nous avons déployé des formations anti-corruption sur plus de 79% de notre effectif et 67% des agences ont proposé des formations sur la protection des données personnelles. De même, notre engagement à soutenir une chaîne de production responsable s'inscrit dans la politique du groupe. Nous sommes en mesure de répondre aux impératifs d'évaluation de nos clients, à travers des plateformes d'évaluation extra-financière telles que EcoVadis. La responsabilité d'Havas envers ses collaborateurs, prestataires et clients se renforce et est une source d'idées nouvelles et de projets pour notre futur.

HAVASAY

WE WANT TO HEAR FROM YOU!

Take 15 minutes to share your thoughts!
Simply search your inbox for an email from notifications@cultureamp.com, and click the link to get started.

06



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

ASSURER NOTRE POSITION DE LEADER DANS LA CRÉATION ET LA DIFFUSION DE COMMUNICATIONS

AU TRAVERS DE NOS AGENCES ET DE NOS
COLLABORATIONS AVEC NOS CLIENTS

54

AGENCES

REPRÉSENTANT 31% DES COLLABORATEURS
DU GROUPE ONT SOUTENU
FINANCIÈREMENT DES ASSOCIATIONS



ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2019	
<p>Promouvoir des outils de mesure de nos impacts et des stratégies collaboratives dédiées au développement durable</p>	<p>Suivi des initiatives dans l'ensemble des agences du Groupe</p>	<p>En 2020, 191 campagnes ont été créées en collaboration avec des experts en développement durable (internes ou consultants externes)</p>	
<p>Développer notre mécénat de compétences à travers la réalisation de campagnes pro bono</p>	<p>Nombre de consultations de parties prenantes effectuées en amont de la conception des campagnes de communication</p>	<p>21 campagnes ont été conçues après consultation des parties prenantes</p>	
<p>Développer notre mécénat de compétences à travers la réalisation de campagnes pro bono</p>	<p>Nombre de campagnes pro bono réalisées et nombre de jours de travail correspondants</p>	<p>77 campagnes pro bono ont été réalisées par les agences du Groupe Près de 2 904 jours ont été consacrés à ces campagnes</p>	
<p>Tenir notre promesse de lutter contre les stéréotypes dans nos réalisations</p>	<p>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</p>	<p>3 131 projets créatifs ont été soumis avant diffusion 1 campagne ayant fait l'objet d'une intervention</p>	

POUR ALLER PLUS LOIN...

**AVOIR
UN IMPACT
POSITIF
DANS LA VIE
DES GENS**





HAVAS
MEDIA GROUP



Chez Havas, nos talents et leurs idées sont notre plus grande richesse et nous sommes convaincus que nos idées créatives ont le pouvoir de changer le monde. En 2020, nous avons mis notre créativité au service de nos clients et de causes qui nous tiennent à cœur. Plus que jamais, nous avons adapté nos stratégies et outils de communication aux enjeux de développement durable et avons accordé une large place à notre activité pro bono.

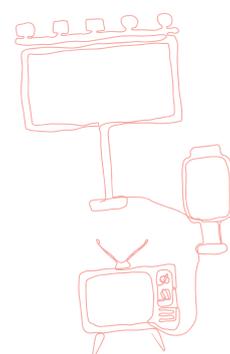
En 2020, nos dirigeants les plus influents ont montré l'exemple en créant ou en participant à des initiatives responsables afin de renforcer leur impact. Havas Media Group est également devenu le premier groupe de publicité au monde à rejoindre le réseau de publicité responsable CAN (Conscious Advertising Network). Aux Etats-Unis et au Royaume Uni, nous avons lancé la Social Equity Private Marketplace, première plateforme à inciter les médias à investir de manière responsable.

C'est au travers de la puissance de la communication que nous avons pu, en 2020, réunir tous les acteurs de notre réseau mondial pour prendre position en faveur des causes qui nous tiennent à cœur. C'est ce dévouement, derrière chacune de nos actions, qui confère à Havas un statut unique et nous permet de répondre concrètement aux besoins de la société, tout en réalisant les souhaits de nos clients d'avoir un impact bénéfique sur cette dernière.



Undercover Avatar

Campagne pro bono primée réalisée
par Havas Sports & Entertainment France
for L'Enfant Bleu



07

Remerciements

Merci à toutes les équipes qui ont grandement contribué à ce rapport RSE, en nous aidant à collecter des données aussi précieuses et aussi fiables, nous permettant de mesurer nos progrès tout au long de l'année 2020 ainsi que les véritables impacts bénéfiques de notre groupe dans son ensemble.

Merci à la Green Team qui a supervisé de manière admirable le processus de certification ISO 14001, ainsi qu'à nos entités en France, en Espagne et au Royaume-Uni qui ont réussi à mettre en place un système de gestion environnementale très performant.

Un grand bravo à nos agences de Londres et Amsterdam qui ont brillamment rejoint le cercle des entreprises B Corp et nous encourageons chaleureusement nos

entités en Australie, France, Indonésie, Inde, Malaisie, Singapour, Royaume-Uni et Etats-Unis qui ont entrepris la longue procédure pour obtenir la certification B Corp dans les mois et années à venir.

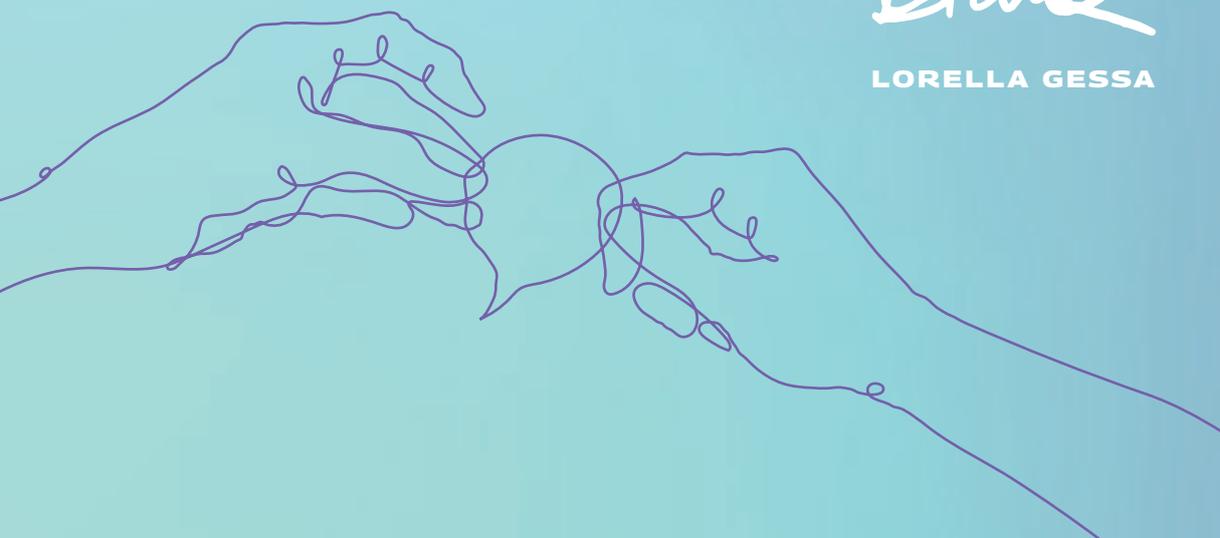
Saluons également les nombreuses campagnes pro bono, toutes plus inspirantes les unes que les autres, qui démontrent la créativité et la générosité de nos équipes à travers le monde.

Enfin, un grand merci à tous les collaborateurs d'Havas pour l'accueil chaleureux et l'enthousiasme qu'ils ont réservés à Havas Impact+, donnant vie à cette initiative ambitieuse. Nous ne pouvons qu'encourager nos villages et agences à déployer cette démarche et cette marque à leur niveau afin d'amplifier tous ensemble notre impact positif.

Merci !



LORELLA GESSA





CONTACTS

HAVAS GROUP

29-30 quai de Dion Bouton
92800 Puteaux
France
www.havasgroup.com

LORELLA GESSA

Chief Communications
& CSR Officer
lorella.gessa@havas.com

**HAVAS
IMPACT+**

POSITIVELY IMPACTING THE WORLD



HAVAS
GROUP

HAVAS
IMPACT+

POSITIVELY IMPACTING THE WORLD

