



2020

RAPPORT  
**RSE**

**HAVAS**  
**IMPACT+**

# 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



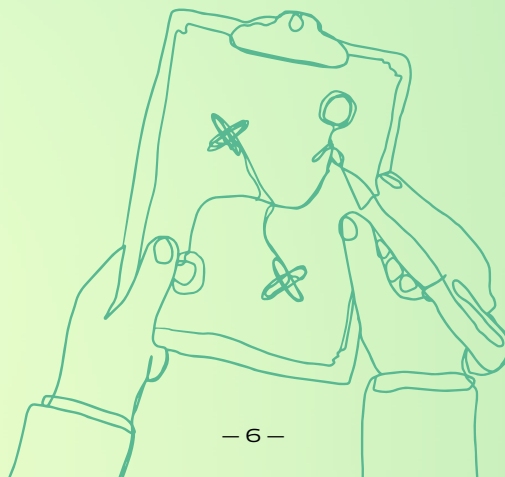
***ILS NOUS ENCOURAGENT  
À AMÉLIORER LA VIE DES  
GÉNÉRATIONS FUTURES ET  
À FAIRE LA DIFFÉRENCE AU  
SERVICE DES MARQUES,  
DES ENTREPRISES ET DES  
PERSONNES.***



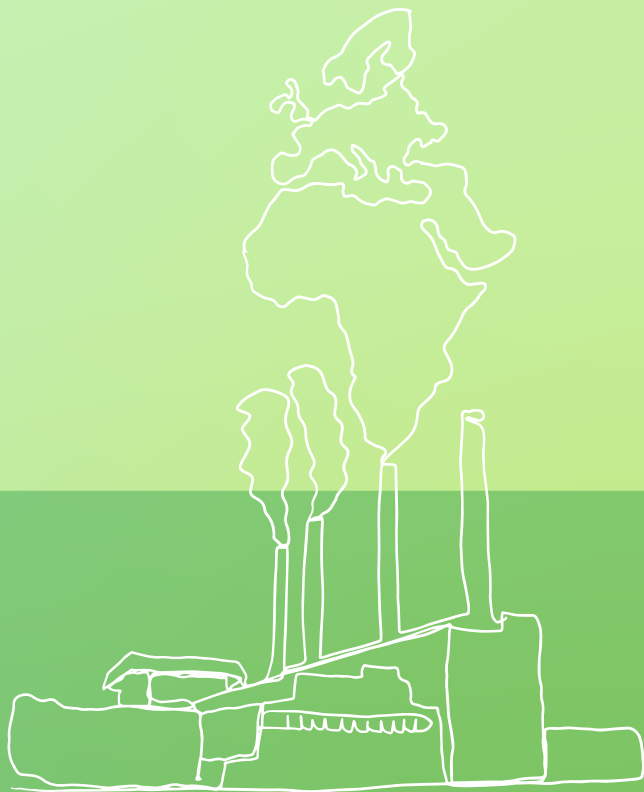
Les Objectifs de Développement Durable (ODD) sont un appel universel à agir, initié par les Nations Unies, pour mettre fin à la pauvreté, protéger la planète et s'assurer que le monde entier vive dans la paix et la prospérité. Ils donnent la marche à suivre à nos collaborateurs et clients pour développer 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 CO<sub>2</sub> SOIT 1,8 T.ÉQ CO<sub>2</sub> PAR COLLABORATEUR**

EN 2020, LE GROUPE A VU SES ÉMISSIONS DE GES DIMINUER DE -32% TONNE CO<sub>2</sub> VS 2018 (ANNÉE DE RÉFÉRENCE)



UNE BAISSÉ DE

**42%**

DE CONSOMMATION DE PAPIER PAR COLLABORATEUR EN 2020

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

ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2019
Réduire nos émissions de CO <sub>2</sub> 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 <b>31,794 t.éq CO<sub>2</sub></b> , soit <b>1.8 t.éq CO<sub>2</sub> par collaborateur</b> . En 2020, le Groupe a vu ses émissions de GES diminuer de <b>32%</b> par rapport à 2018 (année de référence)
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 <b>165 tonnes</b> , soit <b>9 kg par collaborateur</b> . Ce ratio a <b>diminué de 42%</b> 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 <b>65%</b> 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 <b>652 tonnes</b> , soit <b>39 kg par collaborateur</b>
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 <b>220 agences</b> soit plus de <b>82%</b> 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	<b>22 638 246 kWh</b> <b>17%</b> des énergies renouvelables



# 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

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

**ACTIONS/OBJECTIFS**

**INDICATEURS DE SUIVI**

**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 CO<sub>2</sub>  
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**

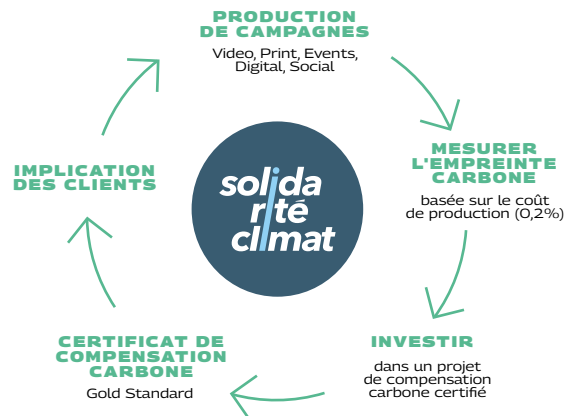




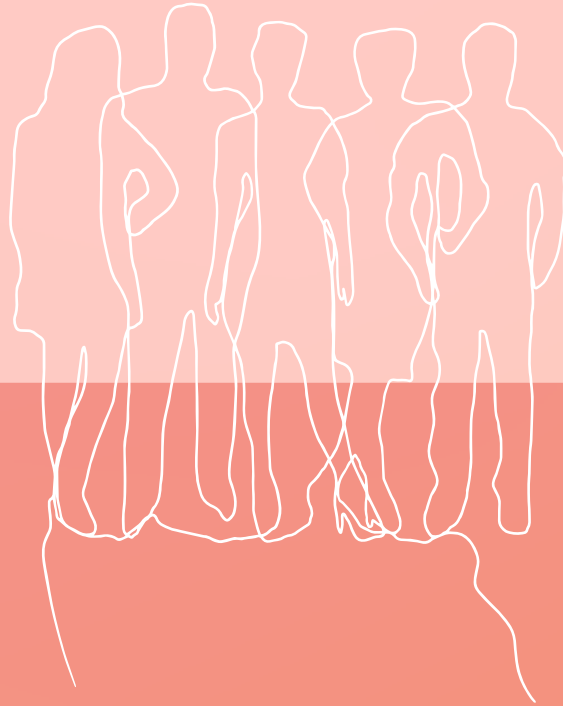
Havas s'est donné pour mission de devenir le groupe de communication leader dans la lutte contre le changement climatique, avec une volonté claire d'avoir un impact positif sur l'environnement. C'est la raison pour laquelle nous nous sommes fixé pour objectif d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2025. 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 les émissions de gaz à effet de serre de l'ensemble de nos campagnes à travers le monde et de concevoir des éco campagnes chaque fois que nous en avons la possibilité.

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.



# 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**

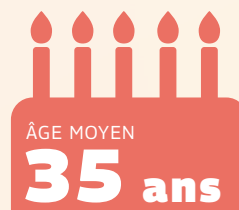
CONSOMMATION  
ET PRODUCTION  
RESPONSABLES



**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
<b>Lutter contre les discriminations au sein de nos agences</b>	Nombre de personnes en situation de handicap travaillant au sein de Havas Group	<b>157 collaborateurs</b> sont en situation de handicap
	Répartition par genre des postes créatifs et managériaux	Direction <b>♂59% ♀41%</b> Créatif <b>♂58% ♀42%</b>
	Nombre d'initiatives menées pour promouvoir la diversité	<b>162 initiatives</b> 56% des effectifs ont participé aux initiatives menées pour promouvoir la diversité
<b>Attirer et fidéliser nos talents en leur offrant des perspectives de carrière attrayantes et des programmes de développement</b>	Nombre de participants aux programmes mondiaux de promotion et de développement des talents	<b>1 121 participants</b> <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	<b>196 377 heures</b> <b>16 456 collaborateurs</b> soit 88% des effectifs Groupe
	Taux de rotation	<b>21,3%</b> Taux de rotation global
	Taux d'absentéisme (tous motifs)	<b>3%</b>

# 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

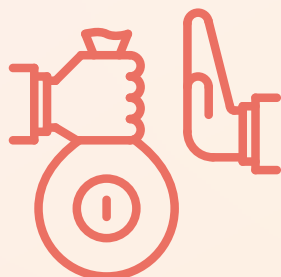
Note EcoVadis et niveau  
de certification

Note de Havas Group  
**64/100**  
Certification  
**Silver**



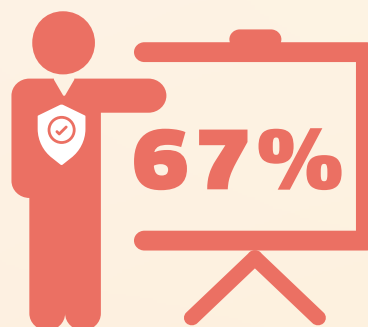
# PROMOUVOIR L'ÉTHIQUE DANS LA PRATIQUE

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

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

**79%**  
des collaborateurs

Nouvel indicateur

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'entités ayant organisé des formations sur la sécurité des données en 2020

**67%**  
des entités



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 en Amérique du Nord, un projet visant à soutenir la représentation et l'avancement des personnes BIPOC (Black, Indigenous, and People of Color) 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 nos effectifs 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](mailto: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>Nombre de consultations de parties prenantes effectuées en amont de la conception des campagnes de communication</p>	<p>En 2020, <b>191</b> campagnes ont été créées en collaboration avec des experts en développement durable (internes ou consultants externes)</p> <p><b>21</b> campagnes ont été conçues après consultation des parties prenantes</p> <p></p> <p></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><b>77</b> campagnes pro bono ont été réalisées par les agences du Groupe</p> <p>Près de <b>2 904</b> jours ont été consacrés à ces campagnes</p> <p></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><b>3 131</b> projets créatifs ont été soumis avant diffusion</p> <p><b>1</b> campagne ayant fait l'objet d'une intervention</p> <p></p>

POUR ALLER PLUS LOIN...

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





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.

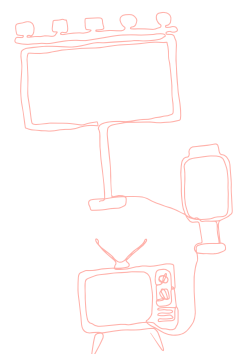
En 2020, nos dirigeants les plus influents ont montré l'exemple en créant ou en participant à des initiatives responsables afin de renforcer leur impact. Havas Media Group est également devenu le premier groupe de publicité au monde à rejoindre le réseau de publicité responsable CAN (Conscious Advertising 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.

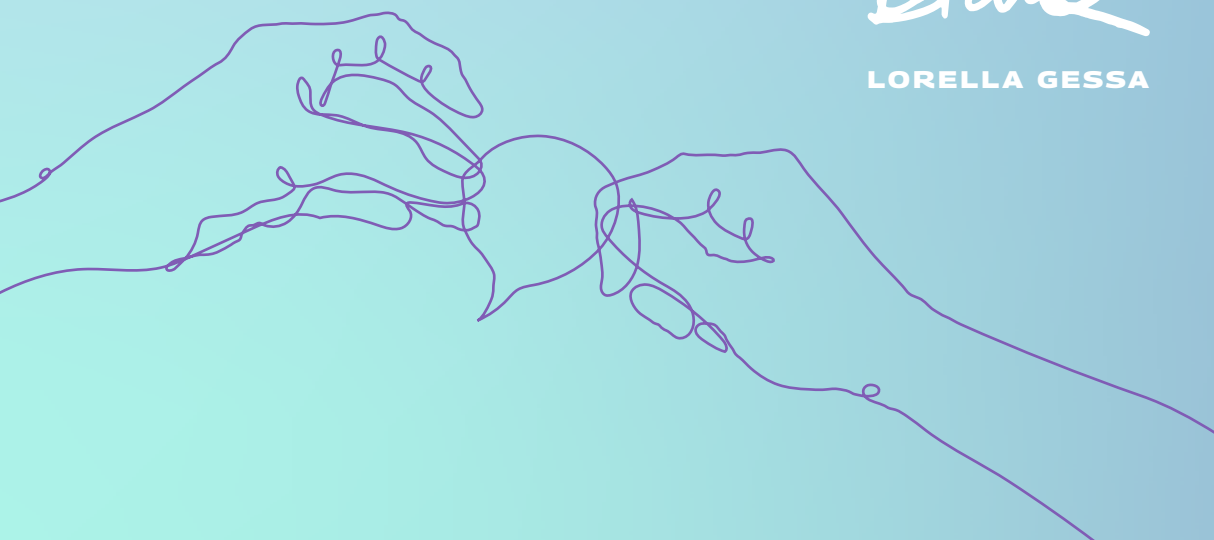
Saluons également les nombreuses campagnes pro bono, toutes plus inspirantes les unes que les autres, qui démontrent la créativité et la générosité de nos équipes à travers le monde.

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](http://www.havasgroup.com)

## **LORELLA GESSA**

Chief Communications  
& CSR Officer  
[lorella.gessa@havas.com](mailto:lorella.gessa@havas.com)



POSITIVELY IMPACTING THE WORLD



**HAVAS**  
GROUP

**HAVAS**  
**IMPACT+**

POSITIVELY IMPACTING THE WORLD

