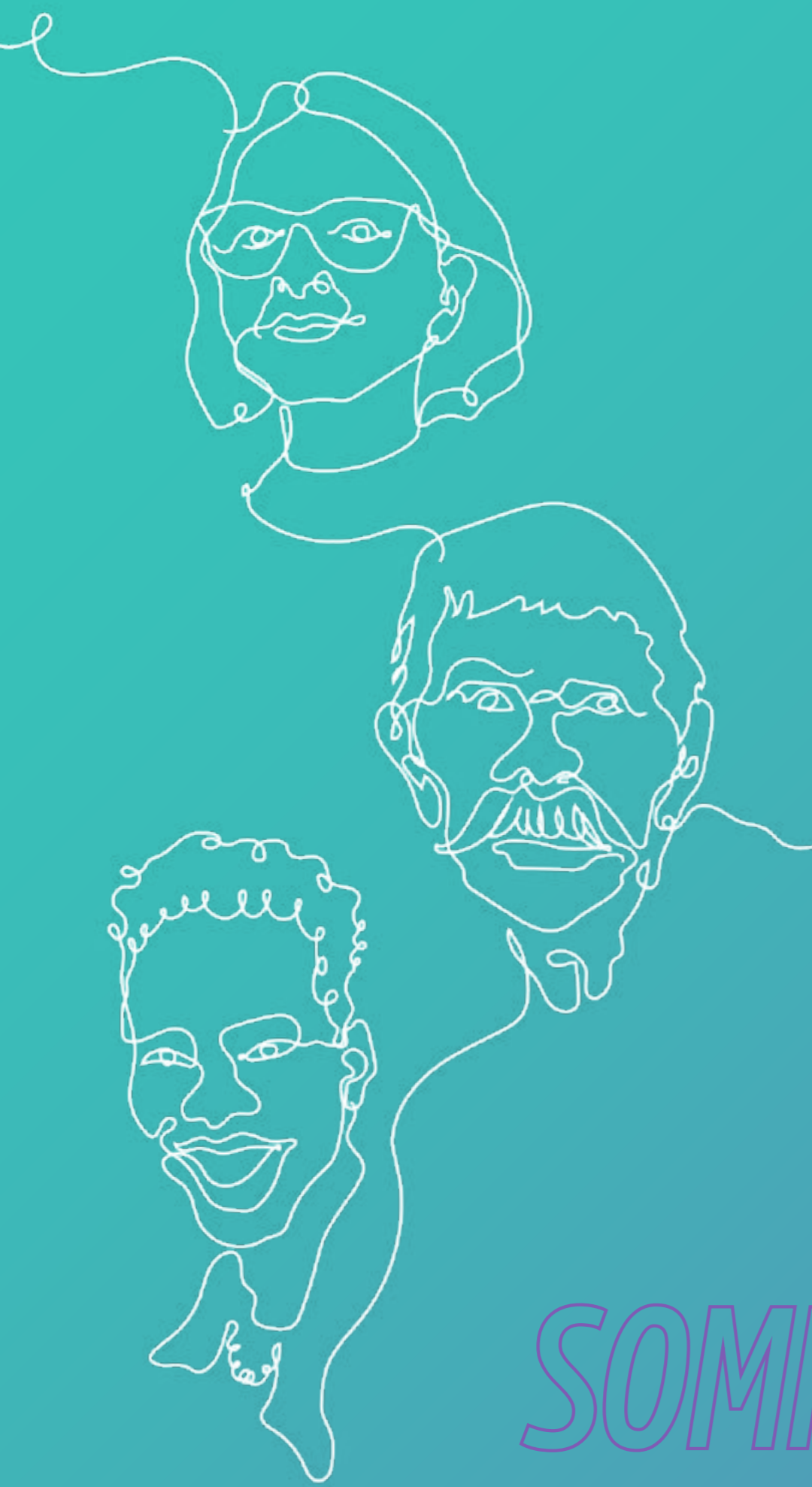


RAPPORT **RSE** **2021**





SOMMAIRE

4	01 Édito de Yannick Bolloré	
6	03 Havas Impact+ en quelques dates	02 Édito de Lorella Gessa 5
10	05 Labels & Certifications	04 Havas et les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies 8
13	07 Pilier "Environment"	06 Éthique et Anti-Corruption 12
28	09 Pilier "Meaningful Communication"	08 Pilier "People" 20

01

Edito de Yannick Bolloré

Le 23 septembre 2021 au Havas Village de Puteaux, nous recevions Valérie Masson-Delmotte du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), rattaché aux Nations Unies, pour discuter avec nos collaborateurs des derniers éléments de l'édifiant rapport du GIEC. Une énième preuve, s'il en fallait, de l'urgence de lutter contre le réchauffement climatique, après une année marquée par une canicule meurtrière au Canada, des feux de forêts à Chypre et en Californie, des coulées de boue géantes au Japon... autant de catastrophes naturelles qui nous pressent à agir. Face à ces défis, Havas Group qui n'est certes pas le groupe le plus polluant, ne produisant pas de biens et ne disposant pas d'usines, est plus que jamais engagé pour contribuer aux enjeux sociaux et environnementaux auxquels le monde est confronté.

La mission de Havas Group est de faire la différence au service des marques, des entreprises et des personnes. Pour y parvenir, le sens doit être l'essence même de ce que nous sommes en tant qu'entreprise et de ce que nous faisons en tant que groupe de communication. Or, nous sommes convaincus que la quête de sens doit toujours être associée à la responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE).

L'industrie de la communication influence durablement la société et le comportement des individus. Chez Havas Group, nous sommes conscients du rôle que nous avons à jouer pour faire face au défi du développement durable et améliorer le monde dans lequel nous vivons. Dès lors, notre objectif est d'être leader de cette dynamique durable et d'encourager notre industrie à pratiquer une communication responsable et à élever les standards de la profession.

À travers notre programme RSE Havas Impact+ parfaitement intégré dans la stratégie du Groupe, nous encourageons nos agences à impulser des changements positifs dans la société via leur créativité et le pouvoir d'influence de leurs campagnes. Notre but est d'intégrer les enjeux RSE au cœur de nos métiers et d'aider nos clients à mieux engager leurs communautés par le biais de messages et d'expériences authentiques, se développer durablement et améliorer la vie des gens.

Pour que les recommandations que nous faisons à nos clients soient crédibles et efficaces, nous devons d'abord nous les appliquer à nous-mêmes. Notre Groupe a ainsi démontré son engagement à plusieurs reprises : Havas Group a obtenu la médaille d'or EcoVadis au titre de ses performances RSE. 30% de l'effectif global opère désormais sous l'égide de la certification ISO 14001. Trois de nos agences ont obtenu la certification B-Corp : Havas London, Havas New York, et Havas Lemz aux Pays-Bas.

Ces succès sont le fruit de l'engagement de nos équipes à travers le monde, de la contribution individuelle de chaque membre de la famille Havas et de nos efforts collectifs sans cesse renouvelés. Vous découvrirez dans ce rapport nos objectifs, progrès et principales actions en la matière.



Yannick Bolloré

02

Edito de Lorella Gessa

Chez Havas, nous n'avons pas attendu que la RSE soit à la mode pour agir : dès 2009, le Groupe a pris des engagements concrets, avec des ambitions claires et des objectifs mesurables. Chaque jour, nous nous efforçons d'être plus responsables dans une logique d'amélioration continue mais également pour servir l'intérêt des parties prenantes.

En 2020, nous avons modifié notre approche en matière de durabilité, prenant nos distances avec les politiques RSE « traditionnelles » et repensant notre impact positif sur la planète. C'est ainsi qu'est né Havas Impact+, le programme RSE du Groupe, articulé autour de 3 piliers.

En 2021, l'anniversaire du lancement de Havas Impact+ coïncidait avec la COP26, qui s'est terminée par le Pacte de Glasgow pour le climat, tout un symbole ! Pour l'occasion, nous avons célébré la première année de notre programme RSE en dévoilant un nouveau visage "éco-brandé". En effet, nous avons fait évoluer l'identité visuelle de Havas Impact+ pour réduire son empreinte numérique. En tant que Groupe présent dans le monde entier, il est essentiel qu'à travers nos initiatives RSE, nous pratiquions ce que nous prêchons. Nous encourageons désormais nos clients à se soucier de leur impact environnemental en faisant évoluer à leur tour leurs identités visuelles de manière éco-brandée.

Plus récemment, nous avons lancé un site web dédié à Havas Impact+, afin de garantir que nos engagements RSE soient clairs et visibles pour tous, que nos progrès soient suivis et que nos succès soient valorisés en continu. Tout comme notre nouvelle identité visuelle, notre site est lui-aussi éco-brandé.



Lorella Gessa
LORELLA GESSA



03

HAVAS IMPACT+ EN QUELQUES DATES

2003

Pacte Mondial des Nations Unies

Nous avons été le premier groupe de communication à signer l'UN Global Compact (Pacte Mondial des Nations Unies) pour soutenir les objectifs de Développement Durable de l'Agenda 2030.

2009

TCK TCK TCK

Avec les Nations Unies et Kofi Annan, nous avons participé au lancement de la campagne « Tck tck tck, Time for Climate Justice », première pétition musicale mondiale ayant réunie plus de 50 artistes de renom. L'année 2009 a aussi été marquée par le déploiement de notre stratégie de développement durable et la mise en place de 6 objectifs ambitieux pour orienter nos actions afin d'être une entreprise toujours plus responsable.

2016

Common Ground des Nations Unies

Nous avons rejoint l'initiative Common Ground lancée par les Nations Unies et adopté l'Objectif de Développement Durable n°13 : prendre des mesures urgentes pour lutter contre les changements climatiques.

2018

Grand Prix for Good

Nous avons remporté le Grand Prix for Good à Cannes pour la campagne "Palau Pledge" tandis que les Nations Unies nous ont remis la Médaille de la Paix pour la campagne "Making Friends Across Religions" (Se faire des amis au-delà des religions). 2018 a aussi été l'année du lancement de l'initiative Havas Solidarité Climat pour compenser l'empreinte carbone des campagnes réalisées pour nos clients.

2020

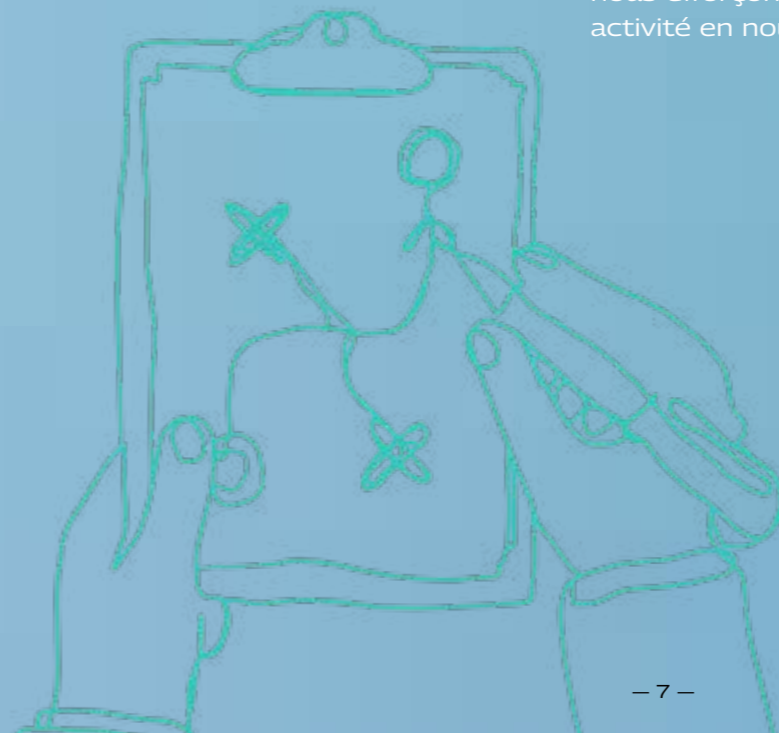
Havas Impact+

Nous avons lancé Havas Impact+, un programme unique composé de 6 engagements durables articulés autour de 3 piliers : l'environnement, l'humain et la communication responsable. Nous avons également mis en place le premier calculateur d'impact carbone des campagnes plurimédia.

2021

Destination 2025

Nous avons pris l'engagement de contribuer à l'objectif de neutralité carbone collective dès 2025. D'ici là, nous nous efforçons de réduire l'empreinte carbone de notre activité en nous appuyant sur des mesures concrètes.



04

Havas et les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies

En 2015, l'ONU a créé l'Agenda 2030 qui répertorie 17 Objectifs de Développement Durable (ODD) visant à mettre fin à la pauvreté, protéger la planète et s'assurer que le monde entier vive dans la paix et la prospérité. Dans le cadre de Havas Impact+, le Groupe a axé ses engagements en priorisant certains de ces ODD et contribue, à son échelle, à faire avancer ce programme. Vous les retrouverez dans les différents piliers tout au long de ce rapport.

LET'S
BE THE
CHANGE



LES ODD NOUS ENGAGENT TOUS À CONSTRUIRE UNE PLANÈTE PLUS SÛRE, DURABLE ET PROSPÈRE, ET NOUS ENCOURAGENT À AMÉLIORER LA VIE DES GÉNÉRATIONS FUTURES.



ODD 3

BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE



ODD 5

ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES



ODD 7

ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE



ODD 8

TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



ODD 12

CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



ODD 13

MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



ODD 15

VIE TERRESTRE



ODD 16

PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES



ODD 17

PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS

05

Labels & Certifications

Les labels et certifications obtenus par le Groupe viennent valider notre démarche RSE, distinguent sa performance et nous poussent à sans cesse progresser. Ils servent de repères tant pour nos équipes que pour nos interlocuteurs externes.



Havas Group a reçu la médaille d'or Ecovadis en reconnaissance de ses performances en matière de RSE. Le Groupe est classé parmi les meilleurs fournisseurs dans la catégorie « Publicité et études de marché ».



Les entités du Groupe en Espagne, en France et au Royaume-Uni ont mis en œuvre un Système de Management Environnemental (SME) certifié ISO 14001. Quand une entreprise obtient cette certification, elle cadre son impact environnemental, accroît l'efficacité de son fonctionnement et s'engage dans un processus d'amélioration continue. La norme est attribuée par un organisme indépendant garantissant à la direction, aux employés et aux parties prenantes externes, que l'entreprise, consciente de son empreinte carbone, met en place des solutions concrètes pour réduire son impact sur l'environnement. 30% des effectifs du Groupe à travers le monde opèrent sous l'égide de la certification ISO 14001. Plus d'informations [ici](#).



Trois agences du Groupe sont certifiées B-Corp : Havas Londres, Havas New-York et Havas Lemz aux Pays-Bas. Elles font partie des 4 000 entreprises certifiées B Corp dans le monde, qui s'engagent à réconcilier le profit et l'intérêt collectif, et à avoir un impact positif sur la société.



Notre agence américaine Havas New York a décroché sa certification B Corp, après deux ans d'un processus rigoureux pour atteindre (et même dépasser) les standards de responsabilité et de transparence édictés par B Lab. Dans le même temps, notre agence anglaise Havas London a obtenu sa re-certification B Corp, trois ans après avoir obtenu sa certification initiale. Pour l'occasion, nous avons posé quelques questions à Laura Maness, CEO Havas New York, et Xavier Rees, CEO Havas London, sur leur aventure B Corp. Découvrez leur conversation inspirante dans cette [vidéo](#). Plus d'infos [ici](#).



Vous voulez en savoir plus sur B Corp ? Vicki Maguire, Chief Creative Officer Havas London, a abordé avec Adweek ce que signifie être certifié B Corp pour l'agence, les collaborateurs et les clients, son impact sur la créativité et en quoi il s'agit du moyen le plus rapide pour contribuer à la neutralité carbone collective. Visionnez l'interview [ici](#).



Havas Group et Vivendi ont intégré le palmarès des Entreprises Socialement Responsables 2022, publié par Le Point et l'institut de recherche Statista. Ce label reconnaît les 250 entreprises les plus responsables de France, couvrant 22 secteurs, sur la base d'indicateurs de performance accessibles au public, notamment leurs rapports RSE. Une enquête en ligne indépendante a également été menée auprès de 5000 citoyens français, permettant de compléter l'analyse des indicateurs de performance. Les entreprises ont ainsi été examinées sur trois différents domaines : environnemental, social et gouvernance d'entreprise. Le titre « Entreprise Socialement Responsable 2022 » renforce la réputation de Havas Group en tant qu'entreprise citoyenne et engagée, et met en avant les efforts déployés à travers notre démarche RSE Havas Impact+.

06

Éthique & Anti-Corruption



Havas Group a mis en place un programme de conformité dans le cadre de celui de Vivendi. Il couvre les dispositifs relatifs aux mesures de lutte contre la corruption, aux obligations en matière de vigilance et à celles relatives à la protection des données personnelles. En 2020, le Groupe a poursuivi le déploiement du dispositif anticorruption, en coordination avec la Direction RSE et Compliance de Vivendi. Havas est conscient que la détection et la prévention des risques de corruption contribuent à protéger sa réputation et à préserver la confiance de ses partenaires. Depuis 2018, le Groupe applique le Code anticorruption établi par Vivendi. Traduit dans 24 langues, il est disponible sur l'intranet Havas. Il est également intégré aux règlements intérieurs des filiales françaises du Groupe et remis à chaque nouveau collaborateur à son arrivée. Enfin, un module de formation obligatoire en ligne dédié aux bonnes pratiques et à la détection des situations de corruption a été mis en place.



Le développement, les pratiques de travail au quotidien et les différentes politiques du Groupe se fondent sur des principes éthiques détaillés dans le code d'éthique de Havas Group, distribué à tous.

07



HAVAS IMPACT+ ENVIRONNEMENT

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

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. 

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	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2020
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 Lenz et Justdiggitt Own the Ocean par Havas Chicago et Moen

NOTRE PLAN D'ACTION ENVIRONNEMENTAL

Pour atteindre ces objectifs, nous mettons en place les actions suivantes :

Réduire les voyages non essentiels et privilégier le train par rapport à l'avion quand cela est possible

Mettre en place des programmes de tri au sein de nos agences pour favoriser le recyclage

Augmenter la part d'énergies renouvelables dans le mix énergétique du Groupe.

Mettre en place des plans pour limiter la consommation de papier et augmenter la dématérialisation

Multiplier les programmes visant à améliorer la performance énergétique de nos Villages

Limiter l'utilisation du plastique à usage unique

Nos produits et services à faible émission de carbone

Le programme Havas Meaningful Impact est un élément clé de notre stratégie environnementale. Ce programme a pour ambition de maîtriser et de réduire les émissions de gaz à effet de serre générées par nos produits et services. Pour atteindre nos objectifs, nous mettons en place des pratiques respectueuses de l'environnement dans la production et la diffusion de nos campagnes, ainsi que des calculateurs d'impact carbone pour mesurer et identifier les postes principaux d'émissions de GES, et proposer des solutions de réduction à nos clients.



HAVAS EN ACTION

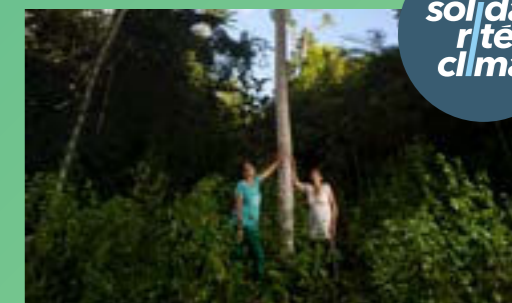


CRÉATION ET DIFFUSION DE GUIDELINES POUR L'ÉCOCONCEPTION DE NOS CAMPAGNES ET ÉVÈNEMENTS

Afin d'automatiser l'écoconception de nos campagnes et de nos événements, nous avons choisi de diffuser des bonnes pratiques grâce à des recommandations pour réaliser des éco-campagnes créatives et media, ainsi que des événements éco-responsables.

HAVAS SOLIDARITÉ CLIMAT

Lancée en 2018, cette initiative offre la possibilité d'estimer l'empreinte carbone liée à la production d'une campagne. Nous sommes partenaires de Pur Projet qui aide les entreprises à restaurer les écosystèmes dont elles dépendent, à travers des projets de compensation carbone dans les domaines de l'agroforesterie, de l'agriculture régénératrice et de la conservation des forêts au Pérou et en France.



HAVAS IMPACT CARBONE

En 2020, Havas Media France a mis en place le premier Calculateur d'Impact Carbone destiné aux campagnes plurimédia de ses clients. L'agence est désormais en mesure d'estimer l'empreinte carbone liée à la diffusion d'une campagne.



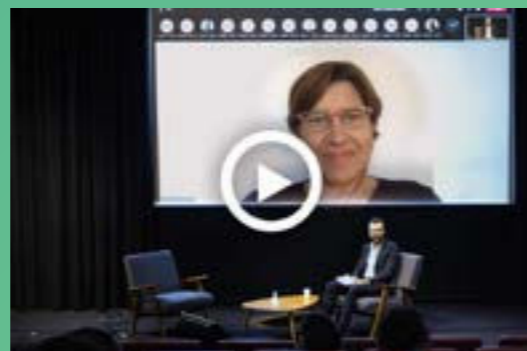
POWER DOWN

A l'occasion de la Journée de la Terre de 2021, Havas Impact+ a proposé à ses équipes l'initiative Power Down. Le concept était simple : se déconnecter de toutes technologies pendant une heure durant sa journée de travail. L'objectif était de réduire sa consommation d'électricité tout en permettant à nos collaborateurs de faire une pause sans écran dans leur journée de travail.



RENCONTRE AVEC VALÉRIE MASSON-DELMOTTE (GIEC)

Le 23 septembre dernier, Havas Village Puteaux recevait Valérie Masson-Delmotte, paléoclimatologue, directrice de recherche au CEA et co-présidente du groupe n°1 du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), rattaché aux Nations Unies. Elle a évoqué avec nous le dernier rapport du GIEC et l'urgence de lutter contre le réchauffement climatique. Visionnez la conférence en [replay](#).



QUAND LES VILLAGES HAVAS CÉLÈBRENT LA SEMAINE EUROPÉENNE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE



Chaque année, la semaine du développement durable est l'un des temps forts de la rentrée dans les villages Havas. Pour l'édition 2021, les collaborateurs du Havas Village Puteaux se sont vu proposer des ateliers DIY de cosmétiques naturels, recettes à base de fleurs comestibles et cours de désencombrement avec la méthode Marie Kondo. Ils ont également retroussé leurs manches pour nettoyer les berges du bassin de la Villette et participé à des conférences inspirantes sur la réduction de l'empreinte numérique et la lutte contre le changement climatique. Retour en [images](#).



Pendant ce temps au Havas Village Madrid, on organisait une journée sans voiture, une discussion en ligne avec un expert en réduction des déchets et la promotion de programmes de bénévolat et de dons. Quelques images [ici](#).

ROAD TO COP26

Pendant 10 semaines durant lesquelles se tenaient la semaine européenne du développement durable, la COP15 Biodiversité en Chine et la COP26 en Ecosse, Havas et Vivendi ont joint leurs forces pour proposer un programme abordant différentes thématiques environnementales à travers des conférences, des ateliers, du e-learning et des jeux-concours.



ECOUTER ET FORMER



L'avis de nos collaborateurs sur les actions RSE menées par le Groupe est essentiel. En juin 2021, nous les invitons à prendre part à l'enquête Havas & l'Environnement sur leur perception de la prise en compte des problématiques environnementales et de la démarche eco-responsable du Groupe. Ils ont reconnu la qualité de la communication et plébiscité les initiatives Havas Impact+ sur le sujet, avaient une bonne connaissance de la certification ISO 14001 et jugeaient globalement satisfaisante la gestion des déchets dans nos locaux. Ces retours appelaient également à l'amélioration de la gestion de l'empreinte numérique, une meilleure pédagogie autour de la consommation énergétique et une meilleure valorisation d'ISO 14001 auprès de nos parties prenantes. Nous avons également pris en compte leurs suggestions et leurs nombreuses idées.



En novembre 2021, nous leur redonnons l'opportunité d'exprimer leurs attentes sur les enjeux de développement durable via une enquête de matérialité conjointe Vivendi & Havas, afin de renforcer nos démarches RSE respectives Creation for the Future et Havas Impact+, et dans le but de mieux cibler nos actions et améliorer leur impact positif.



Parce qu'on a tous un rôle à jouer pour protéger la planète, nous encourageons nos collaborateurs à suivre la formation en ligne 'Sensibilisation ISO 14001' sur notre plateforme de digital learning Havas University. Ils découvrent ainsi plus en détails la démarche éco-responsable du Groupe et apprennent les gestes nécessaires pour améliorer tous ensemble notre impact environnemental.



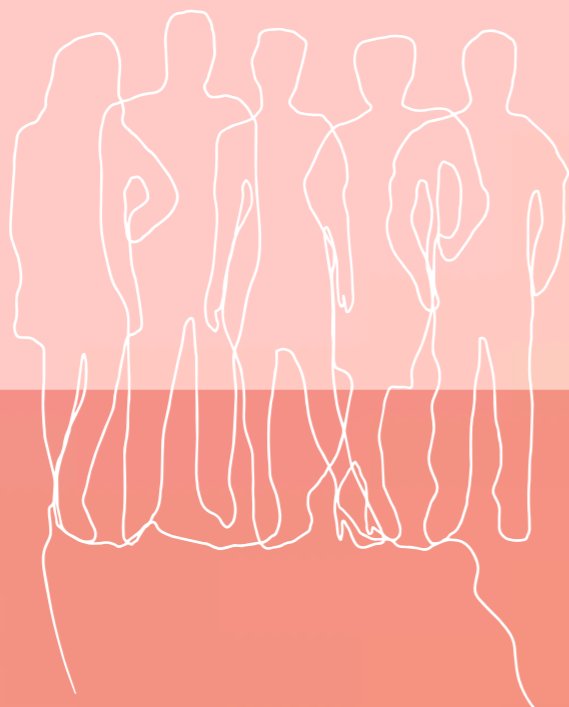
En novembre, durant la COP26, nous avons lancé une nouvelle formation en ligne développée par Vivendi pour Havas University pour tester nos connaissances sur les principaux enjeux environnementaux, apprendre comment ceux-ci s'appliquent aux activités de Vivendi et Havas, et découvrir comment contribuer à la lutte contre le réchauffement climatique en adoptant un mode de vie plus respectueux de l'environnement.

GUIDER AU QUOTIDIEN

L'agence Havas New York a créé un guide du développement durable pour son bureau, afin de formaliser son engagement responsable. L'agence a également élaboré une politique d'achats qu'elle a déployée l'année dernière avec un questionnaire sur les fournisseurs responsables. Elle s'engage à privilégier les achats auprès de fournisseurs locaux. Découvrez le guide [ici](#).



OS



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

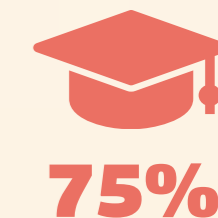


ODD 12
CONSOMMATION
ET PRODUCTION
RESPONSABLES



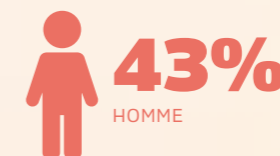
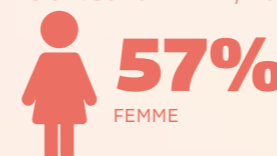
ODD 16
PAIX, JUSTICE ET
INSTITUTIONS
EFFICACES

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



ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2020

	Nombre de personnes en situation de handicap travaillant au sein de Havas Group	119 collaborateurs sont en situation de handicap	↗
Lutter contre les discriminations au sein de nos agences	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%	→

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



GOLD

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

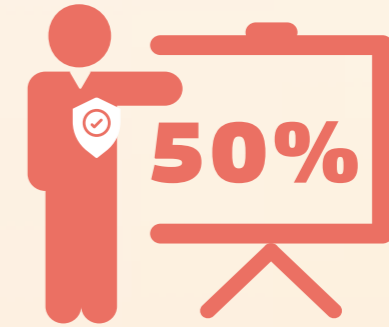
Note de Havas Group
69/100
Certification
Gold



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 EN ACTION

S'ENGAGER POUR LA DIVERSITÉ ET FAVORISER L'INCLUSION

En 2018, Havas a créé All In, un programme de Diversité, Équité et Inclusion (DE&I), portant sur un large éventail d'initiatives allant de la représentation ethnique et culturelle, à l'égalité des genres, en passant par l'inclusion des personnes LGBTQIA+, l'invalidité, le bien-être, l'âge et bien d'autres sujets. All In offre une approche novatrice des questions de DE&I qui n'est pas imposée par la direction mais engage tous les niveaux de l'organisation. Nous privilégions une approche "locale" pour mettre en place notre programme DE&I, prenant en compte les différences entre les pays, les cultures et les agences. L'année dernière, All In a lancé 100 actions dans 39 agences et villages.

Cependant, la pandémie de Covid-19 a eu pour conséquence de modifier le programme en axant les initiatives sur l'aménagement du temps de travail, les gardes d'enfants pour les soignants, les problématiques de santé mentale des professionnels, et la célébration des "Pride and Black History Months" à travers des séances d'enseignement à distance et des expériences divertissantes en ligne.

Lancé en 2018, Femmes Forward est un programme d'accélération de carrière destiné aux collaboratrices Havas afin de les préparer à une évolution professionnelle plus rapide. Conjuguant trajectoire de carrière, bilan de compétences managériales, coaching en leadership et puissance du réseau, ce dispositif comprend également des présentations et des moments d'échanges avec d'autres collaboratrices Havas, des leaders d'opinion, des experts et des entrepreneurs inspirants. Femmes Forward représente l'engagement de Havas Group à faire progresser les carrières de ses collaboratrices. A ce jour, 150 femmes ont participé au programme dans 23 pays où le Groupe est présent, 30% d'entre elles ont été promues, dont 50% un an après le programme.

En 2021, le programme s'est adapté au contexte sanitaire avec Femmes Forward ON AIR, une édition en ligne offrant aux femmes du monde entier l'opportunité d'améliorer leurs compétences en leadership, de réfléchir à ce qu'elles veulent faire de leur carrière et de construire un plan pour y parvenir. À ce jour, Femmes Forward ON AIR a accueilli plus de 100 participantes dans 20 pays. Alors que le programme continue de se développer, nous constatons un taux de promotion de 15% et un taux de rétention de 96%.



ŒUVRER POUR LA SANTÉ MENTALE ET LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

La santé mentale est une composante fondamentale d'une vie saine et épanouie. La période de pandémie sans précédent que nous venons de traverser a largement intensifié le stress quotidien dans notre secteur. Augmentation du temps d'écran, frontière floue entre travail et vie privée, relations à distance avec les clients, adaptation rapide à de nouveaux défis... Notre santé mentale a été plus que jamais soumise à rude épreuve. Chez Havas, nous avons décidé d'offrir des programmes de soutien pour le bien-être de nos collaborateurs.



En 2021, Havas All In lançait Be Kind to Your Mind, un programme de bien-être mental pour sensibiliser les collaborateurs à l'importance de la santé mentale et s'approprier les bons réflexes. (Re)découvrez le programme [ici](#).

Récemment, les habitudes de travail ont été radicalement modifiées et ce sont désormais les logiciels qui dictent notre ponctualité. Partant du constat que ce sont toujours les petits gestes qui font les grands changements, les équipes de Havas Health & You ont imaginé un concept original qui consiste à programmer ses réunions à 5 plutôt qu'à pile. Découvrez le [Take Five](#).



La pandémie a précipité le développement de nouveaux modes de travail et beaucoup de nos Villages à travers le monde ont réimaginé le rôle des bureaux, en lançant de vastes chantiers pour créer de nouveaux espaces de travail, plus collaboratifs, durables et agréables. Au Havas Village de Puteaux, ROOTS incarne cette nouvelle tendance d'espaces polyvalents et respectueux de l'environnement, favorisant la créativité et le bien-être au travail. Les collaborateurs peuvent désormais profiter d'un déjeuner de qualité, mais aussi y organiser des réunions et des événements le reste de la journée. Voici la [vidéo](#) de son inauguration en septembre 2021.



L'industrie de la publicité est loin d'être épargnée par les sujets du harcèlement et des violences sexistes. Être meaningful, c'est aussi s'assurer que chacune et chacun se sente serein(e), confiant(e) et libre d'être soi-même dans un environnement de travail de qualité. Dès lors, aucun écart de comportement ne peut être toléré en la matière et la lutte contre le harcèlement fait partie des priorités d'Havas. Tous les deux ans, nous sélectionnons une formation obligatoire de sensibilisation au harcèlement et à la discrimination que nous demandons à tous nos collaborateurs de suivre sur notre plateforme Havas University. Nous organisons également des plénières ouvertes à tous et des sessions spécifiques pour les managers sur ces thématiques. Cela vient s'ajouter aux dispositifs locaux de signalement anti-harcèlement, ainsi qu'aux modules de formation sur les biais cognitifs, la sensibilisation anticorruption et la protection des données personnelles, eux aussi obligatoires.



Dans une démarche visant à élargir le concept traditionnel de parentalité, Havas Village Australia a introduit une série de changements dans sa politique de congé familial afin de soutenir les futurs parents dans leur parcours vers la parentalité. Ils ont également mis en place des politiques visant à soutenir les employés transgenres et non binaires, ainsi que les victimes de violences domestiques et familiales. [Lire l'article](#).

HAVAS
UNIVERSITY

**MY
COACH
VILLAGE**

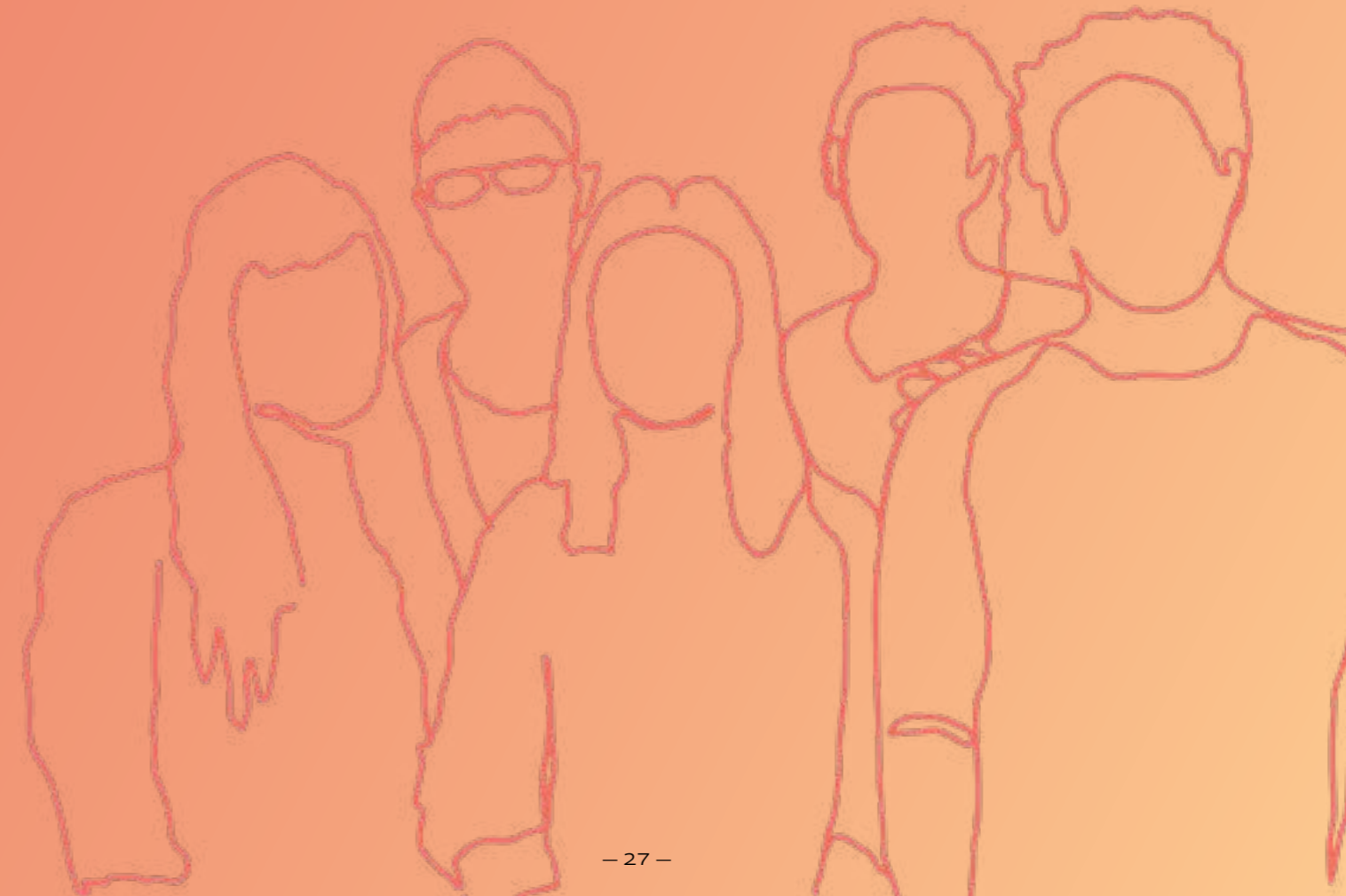
FORMER ET ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DES TALENTS

Havas University est la plateforme de learning de Havas Group qui accompagne le développement de nos collaborateurs en mettant à leur disposition un panel de cours et d'activités en ligne. Cette démarche s'inscrit dans l'engagement qu'a pris Havas Group de favoriser le développement professionnel et personnel de chaque collaborateur et de promouvoir une culture commune fondée sur le partage des connaissances. Havas University propose des cours en plusieurs langues, sur différents sujets, allant de l'expertise media aux insights business, en passant par la prise en main d'outils, des certifications réglementaires et des soft-skills.

Face à la transformation de nos métiers et de nos environnements de travail, Havas a lancé parmi les solutions d'accompagnement au service du développement et de la performance de ses collaborateurs le programme de coaching interne MyCoach Village. Les collaborateurs peuvent solliciter deux coachs certifiées qui les aident à trouver leurs propres solutions aux challenges professionnels rencontrés, en les écoutant et en les questionnant.

Havas Kids est un programme d'égalité des chances créé en 2017, proposant à des élèves de 3ème issus principalement d'établissements des Réseaux d'Education Prioritaire de réaliser leur stage d'observation au sein de nos agences. Havas s'est associé à ViensVoirMonTaf, le « réseau des jeunes sans réseau », une initiative visant à rapprocher des jeunes plein d'envie, d'ambition et d'enthousiasme, mais sans réseau de professionnels pour leur stage de 3ème. L'édition 2021 fut riche en découvertes, en belles rencontres et en franches rigolades : création radio, animation des réseaux sociaux, atelier TikTok, conférence surprise de Messaoud Benterki, etc.

Havas Impact+ propose aux collaborateurs français Havas Solidaires, un programme de mécénat de compétences leur permettant de consacrer un peu de leur temps de travail à soutenir une cause qui leur tient à cœur via un réseau d'associations partenaires, à raison de deux jours tous les deux ans. Mieux prendre en compte les enjeux sociétaux et avoir un réel impact sur le monde qui nous entoure, c'est aussi faire de chaque collaborateur un acteur engagé et citoyen.



09



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 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 EN ACTION

En temps qu'acteur majeur de l'industrie des idées, nous croyons que la créativité a le pouvoir d'accompagner, voire d'impulser, des changements positifs dans la société en changeant les mentalités, les perceptions et influant sur les comportements à l'égard de problématiques sociétales et environnementales. Nous sommes convaincus de la valeur de la communication responsable au service du progrès.

ÊTRE LEADER D'UNE COMMUNICATION RESPONSABLE



Chaque année, le festival des Cannes Lions célèbre le meilleur de la créativité mondiale et s'est imposé comme un événement incontournable pour déceler les nouvelles tendances qui façonnent notre industrie et la société en général. Les marques ont compris au cours de la dernière décennie que pour fidéliser les consommateurs, elles devaient se montrer généreuses et œuvrer à un « monde meilleur ». En 2021, le jury a une fois de plus récompensé des étoiles montantes qui ont créé des campagnes dont l'impact positif sur la planète et la société résonnera durablement. Découvrez quelques créations des lauréats Havas de cette année.



En février 2021, les filiales chiliennes d'Havas et Universal Music se sont associées pour produire le festival virtuel Desafío Play x Chile. En réunissant des artistes du monde entier, l'événement a permis de lever des fonds nécessaires pour atténuer la fracture numérique, en nette augmentation au Chili en raison de la pandémie, et fournir à des millions d'enfants un accès à une éducation digitale. En tant que premier événement social de grande ampleur organisé au Chili, largement couvert par différents médias, la levée de fonds a dépassé l'objectif initial. Ce projet réussi démontre le pouvoir collaboratif de Vivendi sur des causes d'envergure.



Havas Media a collaboré sur trois campagnes à Chicago, New York et Londres avec le partenaire Good-Loop permettant aux internautes de générer des cotisations pour des œuvres caritatives en regardant simplement une publicité en ligne. C'est un exemple intéressant d'une de nos initiatives axées sur la création de valeur, qui illustre notre stratégie Meaningful Media.



En 2021, Ben Downing a été promu à de nouvelles fonctions au sein d'Havas Media afin d'accompagner les filiales du Groupe dans le déploiement du Ethical Media Manifesto, en renforçant les bonnes pratiques au sein de chaque entité et en favorisant les investissements sur des médias plus éthiques. Découvrez son approche [ici](#).



Les responsables de Black at Work à Havas Chicago ont réalisé un documentaire percutant à destination des étudiants et professionnels de la publicité, intitulé Just Like Me. Just Like Me partage le récit de sept créatifs afro-américains qui racontent leurs parcours respectifs, leurs difficultés et leurs succès dans l'industrie de la pub, afin d'inspirer la génération à venir. Ils y décrivent le sentiment d'être parfois seul - à apprendre et à tracer son chemin - sans hommes et femmes qui leur ressemblent.

l'agenceverte

Havas Paris a fait l'acquisition de l'Agence Verte, agence parisienne spécialisée dans la communication responsable et d'intérêt général. Depuis près de 30 ans, l'Agence Verte accompagne différents acteurs - entreprises privées, institutions publiques, ONG, fondations - sur des thématiques environnementales, sociétales, digitales, avec pour ambition de construire un avenir plus responsable dans un monde meilleur. Voici le [communiqué de presse](#).



Les consommateurs sont-ils prêts pour le shopping circulaire ? En 2020, 74% d'entre eux indiquaient vouloir consommer moins afin de préserver l'environnement pour les générations futures. Cela tombe bien : la campagne Generation Rewear! créée par Havas London pour Vanish vise à faire prendre conscience aux consommateurs des comportements vertueux pour préserver l'environnement lorsqu'ils achètent, portent, entretiennent ou se débarrassent de leurs vêtements.

Découvrez nos campagnes pro-bono [ici](#).

ILS NOUS FONT CONFIANCE



Fabrice Beaulieu
Chief Marketing, Sustainability
& Corporate Affairs Officer, Reckitt

☐ Ce qui est formidable dans notre collaboration avec Havas, c'est qu'ensemble, nous créons de puissantes campagnes pour Finish et Vanish, qui ont un impact significatif sur les comportements. Havas est un partenaire très précieux pour nous, car il nous permet d'utiliser le rayonnement de nos marques comme une voix positive en faveur du changement sociétal. Je suis impatient de poursuivre l'aventure ensemble. ☐☐

L'ÉVOLUTION DES PUBS : DE LA PUB CLICHÉ À LA PUB RESPONSABLE

La puissance des messages et le pouvoir des images sur les mentalités, s'il fallait encore s'en convaincre...

Voici une sélection de pubs Avant et Après pour se représenter l'évolution du secteur.

LES FEMMES ET LA VOITURE



AVANT



APRÈS



LE FOOT



AVANT



APRÈS

LE PRODUIT VAISSSELLE



AVANT



APRÈS

LE COUPLE



AVANT



APRÈS

LA PILOSITÉ AU FÉMININ



AVANT



APRÈS



LORELLA GESSA

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



CONTACTS

**COMMUNICATION -
RELATIONS PRESSE**

PIERRE MORICONI
pierre.moriconi@havas.com

RSE

JÉRÔME MARTIN
jerome.martin@havas.com

PAUL KRAMMERICH
paul.krammerich@havas.com

HAVAS GROUP

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