

RAPPORT
RSE
2022



SOMMAIRE

4	01 Édito de Yannick Bolloré	
6	03 L'histoire d'un Groupe engagé	02 Édito de Stéphanie Bertrand-Tassilly 5
10	05 Labels et Certifications	04 Havas et les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies 8
14	07 Pilier "Environment"	06 Éthique et Anti-Corruption 12
34	09 Pilier "Meaningful Communication"	08 Pilier "People" 22

01

Edito de Yannick Bolloré

Je suis originaire de Bretagne, dans l'Ouest de la France, une région d'ordinaire associée dans l'imaginaire collectif à ses étés tempérés par la brise marine et à ses pluies abondantes. L'été dernier pourtant, la Bretagne a viré au rouge, enregistrant des températures caniculaires inédites, en proie à des incendies ravageurs.

Malheureusement, la Bretagne n'a pas été la seule à expérimenter un été sans précédent qui, à en croire les experts, devrait devenir la norme dans les années à venir. Vagues de chaleur, sécheresses prononcées et incendies se sont multipliés à travers le monde. C'est une nouvelle preuve de la crise environnementale à laquelle notre civilisation est confrontée et de l'urgence de notre lutte collective contre le réchauffement climatique.

Des solutions existent et la transformation RSE des entreprises en fait partie. Je suis par ailleurs convaincu qu'elle sera aussi importante et impactante que la révolution informatique dans les années 1980 ou la révolution digitale dans les années 2000 et 2010.

Chez Havas, sous sommes conscients de notre influence évidente et de l'impact des contenus que nous produisons. Cette responsabilité nous oblige depuis près de 15 ans maintenant : nous avons été pionniers dans notre secteur en plaçant la quête de sens au cœur de tout ce que nous faisons et en nous positionnant comme un partenaire de choix dans la transformation durable des acteurs que nous accompagnons, privés comme publics.

Dans les 100 pays dans lesquels nous sommes présents, et au sein de toutes nos entités et pôles d'expertise, notre mission est de construire des marques porteuses de sens et de contribuer à la construction d'un monde durable et responsable grâce à la puissance de nos idées créatives. Par ailleurs, nous mettons un point d'honneur à faire d'Havas un leader de cette dynamique afin d'élever les standards de notre profession. C'est ce qui nous a conduits, en 2020, à renforcer nos efforts au niveau du Groupe avec notre stratégie de développement durable Havas Impact+, structurée autour de trois piliers clés : l'environnement, les talents et la communication responsable.

Ce présent rapport présente nos objectifs, nos progrès et quelques initiatives phares de l'année 2022. Nos premiers résultats nous honorent et nous incitent à continuer nos actions : depuis 2018, nous avons réussi à réduire nos émissions de gaz à effet de serre de 29 %.

Je tiens à remercier nos équipes talentueuses à travers le monde, qui travaillent d'arrache-pied pour donner vie à nos engagements. Notre démarche est un processus d'amélioration continue qui commence par les actions que nous pouvons concrètement mener dans notre vie quotidienne, tout en conduisant un changement systémique plus profond de l'économie, et en aidant les marques à naviguer dans un monde en constante évolution.



Yannick Bolloré

02

Edito de Stéphanie Bertrand-Tassilly

Au-delà de la continuité des actions initiées depuis plusieurs années, l'année 2022 a été particulièrement riche en nouvelles actions environnementales.

Ainsi, nous avons augmenté de près de 10% la part d'énergies renouvelables dans nos consommations d'électricité à l'échelle globale, atteignant les 47%.

En juin dernier, Havas a souscrit volontairement un contrat climat couvrant l'ensemble de ses entités en France. Ce contrat climat est un code de bonne conduite formalisant les engagements pris par l'entreprise pour des publicités plus vertueuses sur le plan du climat et de l'environnement. Nous nous sommes imposé les mêmes obligations que celles auxquelles nos clients sont confrontés. Nous nous mettons à leur place pour mieux les accompagner.

Après Havas London, Havas Lemz et Havas NY, c'est au tour de Havas Immerse en Malaisie d'être certifiée B Corp. Nous travaillons activement à faire entrer le Havas Village France dans le processus de certification.

Nous avons également rejoint l'initiative Ad Net Zero, la réponse du secteur de la communication pour décarboner ses opérations et utiliser son pouvoir d'influence afin d'encourager les changements dans les modes de vie et de consommation.

Notre industrie doit être capable de se remettre en cause et de changer sa façon de penser. En effet, notre rôle aujourd'hui n'est plus simplement de développer l'économie et de générer de la croissance, mais aussi de proposer un nouveau monde tout aussi désirable, qui prend en considération les limites de la planète.

Tout l'enjeu est de faire rimer rentabilité et durabilité.

Nous avons la chance de pouvoir être un acteur majeur du changement pour un monde plus durable et plus désirable.



Stéphanie Bertrand-Tassilly

STÉPHANIE
BERTRAND-TASSILLY

03

L'histoire d'un Groupe engagé

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

6 objectifs de développement durable

L'année 2009 a 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.

2022

Accélération

Nous nous sommes engagés à aller au-delà de l'objectif de l'Union Européenne d'une réduction de 55 % des émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030. D'ici là, nous nous efforçons de réduire l'empreinte carbone de nos activités grâce à des mesures concrètes que vous découvrirez dans ce rapport.

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.



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



LET'S
BE THE
CHANGE



05

Labels et 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 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 réduit non seulement 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 le réchauffement climatique. Près d'un tiers des effectifs du Groupe à travers le monde opèrent sous l'égide de la certification ISO 14001.



Cinq agences du Groupe sont certifiées B-Corp : Havas Londres et Search Laboratory au Royaume-Uni, Havas New-York, Havas Lemz aux Pays-Bas et Immerse en Malaisie. 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 contribuer positivement à la société.



Havas 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 en tant qu'entreprise citoyenne et engagée, et met en avant les efforts déployés à travers notre démarche RSE Havas Impact+.

06

Éthique et Anti-Corruption



Havas 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. 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.



Les différentes politiques du groupe ainsi que les pratiques de travail au quotidien se fondent sur des principes éthiques détaillés dans le code d'éthique de Havas, distribué à tous.

ILS NOUS FONT CONFIANCE



Erwan SOQUET
Leader Communication
DECATHLON France



Decathlon est un acteur historiquement engagé dans une innovation de sens et de valeur, que ce soit sur nos produits, nos services ou l'expérience client, tels que les dispositifs de reprise et location, ou encore la démarche d'ecodesign. Depuis plusieurs années, notre leadership nous oblige en matière de responsabilité. C'est pourquoi nous cherchons à approfondir notre modèle pour le rendre encore plus durable. Havas est ainsi un allié de choix pour Decathlon dans son positionnement d'acteur responsable et engagé, et notre collaboration nous permet de nous adapter aux enjeux actuels et de demain.



07

HAVAS IMPACT+ ENVIRONNEMENT

Notre ambition est de devenir le groupe de communication leader sur les questions environnementales et d'aller au-delà de l'objectif de l'Union Européenne d'une réduction de 55 % des émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030. 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.



RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DIRECT DU GROUPE



36 384 T.ÉQ CO2, SOIT 1,64 T.ÉQ CO2 PAR COLLABORATEUR.

CELA REPRÉSENTE UNE DIMINUTION DE 29% PAR RAPPORT À 2018 (ANNÉE DE RÉFÉRENCE DE CET OBJECTIF)

21 273
MWH D'ÉLECTRICITÉ CONSOMMÉS (TOUTES SOURCES CONFONDUES) À L'ÉCHELLE DU GROUPE, SOIT -68% PAR RAPPORT À 2018.



47%
DE LA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ DU GROUPE PROVIENT D'ACHATS D'ÉLECTRICITÉ ISSUE DE SOURCES RENOUVELABLES, COUVERTE PAR DES GARANTIES D'ORIGINE.

OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	UNITÉ	2022	2018	TENDANCE
Réduire la consommation totale de papier au bureau par salarié de 40% entre 2018 et 2024	Consommation totale de papier de bureau Groupe (usage interne/externe)	Tonnes	244	253	-4%
	Consommation totale de papier de bureau / collaborateur	Kg	11,10	12,90	-14%
Utiliser 100% de papier recyclé ou certifié FSC/ PEFC	Ratio de la quantité de papier certifié / quantité de papier totale	%	54	61	-7 points
Réduire la quantité de déchets non dangereux par employé de 20% entre 2018 et 2024	Quantité de déchets non-dangereux Groupe	Tonnes	1 002	1 620	-38%
	Quantité de déchets non-dangereux / collaborateur	Kg	45	83	-46%
Mettre en place des programmes de tri sélectif dans l'ensemble des agences du Groupe Havas	Nombre d'agences Effectifs concernés	Nombre d'agences	153	-	-
	Taux de couverture/effectif total	Nombre de personnes	16 327	-	-
		%	74	-	-
Réduire la consommation d'électricité du Groupe de 5% entre 2018 et 2024	Consommation d'électricité Groupe	MWH	21 273	66 150	-68%
S'approvisionner en électricité issue d'ENR à hauteur de 25%, à horizon 2024	Ratio d'électricité consommée issue d'ENR / électricité consommée, toutes sources confondues	%	47	7	+40 points
S'inscrire dans une trajectoire de sobriété énergétique, en France, en Europe, et dans le reste du monde	Nombre de pays ayant rédigé un plan de sobriété énergétique pour leurs agences	—	16	—	—

Nos chiffres sont à considérer en tenant compte de la crise sanitaire, qui a fortement contribué à diminuer nos différentes consommations par rapport à 2018. Les habitudes du Groupe s'en sont trouvées changées sur le long terme, ce qui explique la baisse de nos différentes consommations depuis 2018. Cependant, la pleine reprise de l'activité après la crise sanitaire a mené à une augmentation de notre impact environnemental entre 2021 et 2022.

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 à l'avion quand cela est possible

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

Multiplier les programmes visant à améliorer la performance de notre parc immobilier

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

Limiter l'utilisation du plastique à usage unique

Havas, membre de Ad Net Zero

La crise climatique est l'un des enjeux majeurs de l'humanité et nous concerne tous. A son niveau, le secteur de la publicité a un rôle significatif à jouer dans la conduite du changement positif. C'est pourquoi, en 2022, Havas a décidé de se joindre à une démarche globale menée par des annonceurs, des agences, des médias et des organismes professionnels pour impulser un changement rapide et puissant. Nous sommes désormais membre du programme Ad Net Zero, une initiative secteur visant à décarboner nos opérations et à utiliser le pouvoir d'influence de la publicité pour faire évoluer les comportements. Pour en savoir plus, cliquez [ICI](#).



HAVAS IN ACTION



HAVAS CAFÉ @CANNES LIONS 2022 : THE PLACE TO B!

Juin 2022 a marqué le retour de Havas au festival des Cannes Lions. Pour l'occasion, le Havas Café était The place to B ! (B comme B Corp). En plus des nombreux panels et événements autour du développement durable et de l'impact social tout au long de la semaine, le Havas Café a été éco-conçu en utilisant des méthodes respectueuses de l'environnement et Havas Espagne a aidé nos équipes à mesurer notre empreinte carbone à l'aide de leur calculateur.

TOUTE LA VÉRITÉ SUR L'URGENCE CLIMATIQUE : DISCUSSION AVEC UN EXPERT

Nous avons eu l'honneur de recevoir au Havas Café Wolfgang Cramer, spécialiste du climat et de la biodiversité, co-auteur du rapport du GIEC (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat), pour discuter de l'urgence climatique. Des observations édifiantes, des scénarii glaçants, mais une nécessaire discussion pour réaliser à quel point la lutte contre le réchauffement climatique ne peut plus attendre et pourquoi nous devons agir ensemble pour un avenir plus vertueux et plus respectueux de l'environnement.



BE THE CHANGE. STOP GREENWASHING

L'industrie de la publicité est-elle condamnée au greenwashing ? Au Havas Café, nous avons dit NON au greenwashing ! En tant que groupe de communication, nous sommes conscients du pouvoir de nos idées créatives et de l'influence de nos campagnes. Nous croyons pouvoir apporter des changements positifs dans la société. Notre rôle est de parler davantage de RSE, d'encourager des modes de vie plus durables, de célébrer les réalisations vertueuses de nos clients. Comment aborder ces sujets en plein essor sans franchir la ligne rouge du greenwashing ? Nous avons organisé un débat animé entre les panélistes - Isa Kurata, co-fondatrice d'Act Responsable, Matt Bourn, directeur de la communication de l'Advertising Association et Thomas Kolster, fondateur de l'agence Goodvertising, activiste et auteur - de la définition du greenwashing à quelques conseils pour l'éviter dans nos publicités.

DARK MODE POUR UN AVENIR LUMINEUX

A l'occasion de la Journée de la Terre 2022, Havas Impact+ a lancé l'initiative Dark Mode, encourageant les collaborateurs du monde entier à activer le mode sombre sur leurs navigateurs et appareils électroniques, pour économiser de l'énergie.



HAVAS A SOUSCRIT UN CONTRAT CLIMAT EN FRANCE



Dans le cadre de la loi Climat & Résilience, Havas en France a formalisé ses engagements et renforcé sa démarche en faveur de l'environnement, en souscrivant volontairement un Contrat Climat couvrant l'ensemble de ses entités en France. Plus d'infos [ICI](#)

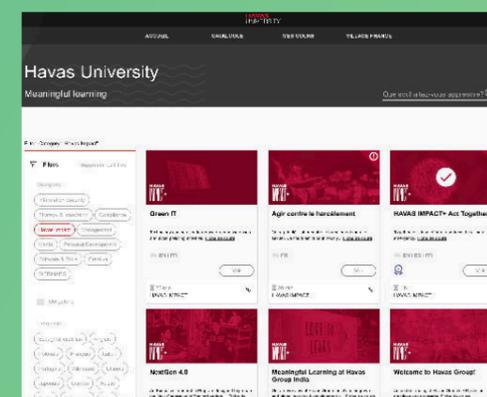
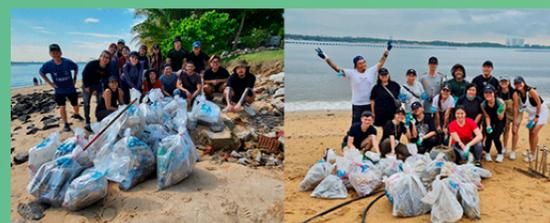
QUAND LES HAVAS VILLAGES CÉLÈBRENT LA SEMAINE EUROPÉENNE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE



Chaque année, la semaine du développement durable est l'un des temps forts de la rentrée dans les villages Havas. En septembre 2022, les collaborateurs du Havas Village de Puteaux ont participé à des ateliers DIY de cosmétiques naturels, des cours de désencombrement avec la méthode Marie Kondo, des balades en vélos électriques, des projections de films engagés, etc. Ils ont également retroussé leurs manches pour nettoyer les berges du bassin de la Villette.

OPÉRATION NETTOYAGE DE PLAGES À SINGAPOUR

Dans le cadre de la Journée mondiale de l'environnement, l'équipe de Havas Media Singapour s'est associée à Green Nudge, une organisation qui aide les entreprises à renforcer leur impact positif sur l'environnement, pour mener une opération nettoyage de la plage de Sembawang. L'opération organisée sur deux jours a été une expérience révélatrice au vu de la quantité énorme de déchets plastiques et d'ordures rejetés par la mer, notamment des boîtes en polystyrène et des pailles en plastique. Ensemble, nos collègues ont collecté plus de 150 kg de déchets !



ÉCOUTER ET FORMER

L'avis de nos collaborateurs sur les actions RSE menées par le Groupe est essentiel. En 2022, nous les invitons à prendre part à l'enquête Havas & l'Environnement sur leur perception de la stratégie RSE 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 une meilleure prise en compte des problématiques environnementales dans les campagnes et dans la sélection des fournisseurs.

Nous avons tous un rôle à jouer dans la protection de la planète. C'est pourquoi nous avons continué en 2022 à encourager nos collaborateurs à suivre la formation en ligne "Sensibilisation à la norme ISO 14001", et nous avons développé une catégorie Havas Impact+ dédiée sur notre plateforme de cours en ligne Havas University, comprenant des modules et des ressources additionnelles sur le développement durable. Cette catégorie leur permet d'en savoir plus sur l'approche éco-responsable du Groupe et sur la manière d'améliorer ensemble notre impact environnemental.

LE BONHEUR EST DANS LA RUCHE



Havas Media Group Italy est Golden Sponsor de Call for Impactability, un concours lancé par la startup agritech 3Bee, qui développe des systèmes intelligents de surveillance et de diagnostic de la santé des abeilles. Le Call for Impactability vise à financer des idées innovantes basées sur les principes du développement durable. Ce concours a offert au gagnant la possibilité de concrétiser une idée à fort impact positif, en mettant à sa disposition jusqu'à 50 000 euros d'investissement. Les projets présélectionnés ont été évalués par un panel d'experts.

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.



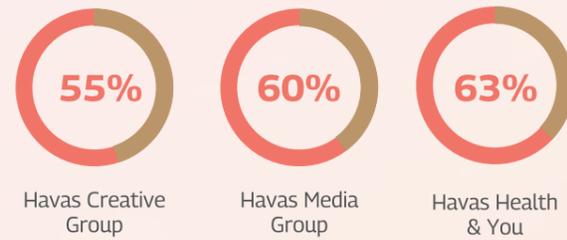
FAVORISER UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL SAIN ET APAISE AU SEIN DUQUEL NOS TALENTS PEUVENT S'EPANOUIR ET PROGRESSER

COLLABORATEURS
22 018

PART DES FEMMES PAR RÉGION*

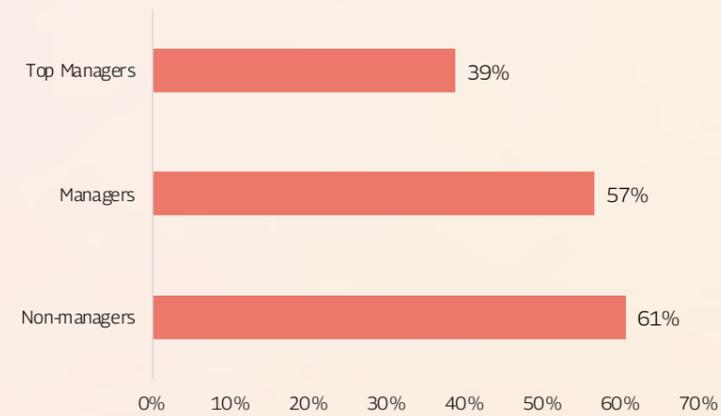


Parité par division*



*Périmètre concerné : 22 018 personnes

Parité par niveau managérial**



**Périmètre concerné : 20 954 personnes



78%

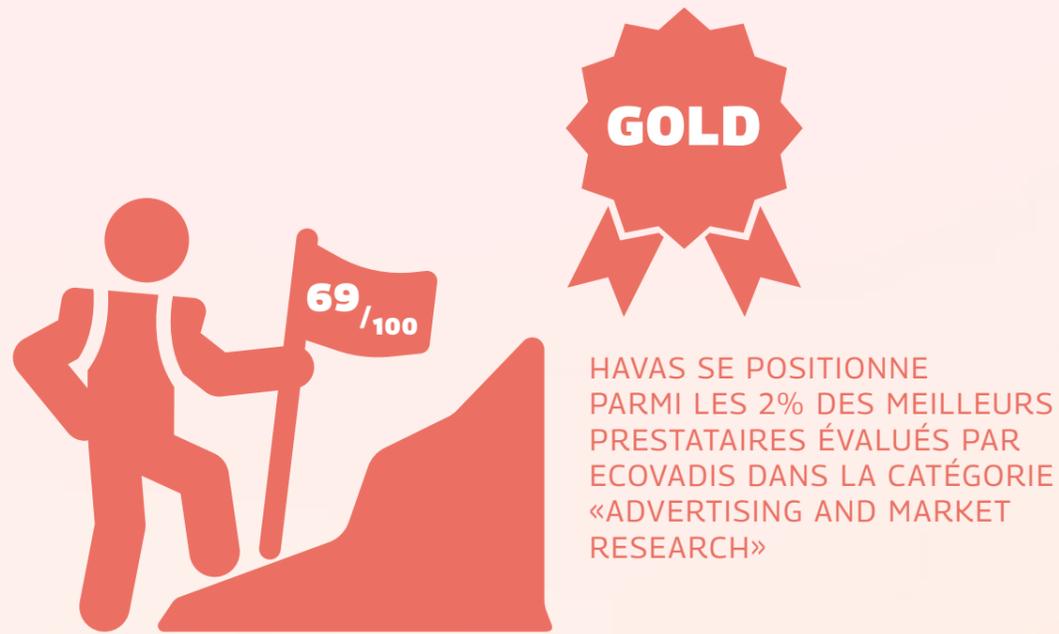
DES COLLABORATEURS
ONT PARTICIPÉ
À UNE FORMATION



ÂGE MOYEN
36 ans

OBJECTIFS	ENJEUX	INDICATEURS DE SUIVI	UNITÉ	2022	2021	TENDANCE
Lutter contre les discriminations au sein de nos agences	Formation de nos effectifs aux sujets relatifs à la DE&I	Nombre de collaborateurs formés	Nombre de personnes	4 658	4 436	+
			%	21	22	-
Attirer et fidéliser nos talents en leur offrant des perspectives de carrière attrayantes et des programmes de développement	Développer des programmes globaux de promotion et de développement des talents	Nombre de participants à ces programmes	Nombre de personnes	6 564	6 564	+
			%	30	30	=
	Donner une opportunité de formation aux talents (toutes thématiques confondues)	Nombre total d'heures de formation	Nombre d'heures	182 130	159 319	+
			Nombre de personnes	17 226	15 045	+
			%	78	75	+
Mesurer les taux de turnover volontaire et d'absentéisme	Turnover volontaire	%	24,6	25,4	-	
		Taux d'absentéisme	%	3	3	=
Valoriser les talents	Taux de collaborateurs ayant bénéficié d'une promotion	%	14	15	+	
		...dont femmes ayant bénéficié d'une promotion	%	63	61	+

RENFORCER NOTRE EXIGENCE
**EN MATIÈRE DE RSE DANS
 NOTRE SUPPLY CHAIN**



OBJECTIFS	ENJEUX	INDICATEURS DE SUIVI	UNITÉ	2022	2021	TENDANCE
S'inscrire en tant que fournisseur engagé vis-à-vis de nos clients et de nos partenaires	Répondre annuellement au questionnaire EcoVadis	Note Niveau de certification	- -	69/100 Gold	64/100 Silver	+ +
	Mettre en place et développer un Système de Management Environnemental (SME) certifié ISO 14001 au sein de nos agences	Effectif certifié par rapport à l'effectif total	Nombre de personnes %	6 256 28	5 566 28	+
	Obtenir la certification BCorp	Effectif certifié par rapport à l'effectif total	Nombre de personnes %	684 3	479 2	+ +

PROMOUVOIR L'ÉTHIQUE DANS LA PRATIQUE

DE NOS MÉTIERS



90%

DES COLLABORATEURS
FORMÉS À LA PRÉVENTION
DE LA CORRUPTION

OBJECTIFS	ENJEUX	INDICATEURS DE SUIVI	UNITÉ	2022	2021	TENDANCE
S'assurer que tout nouveau collaborateur incorpore le code de déontologie Havas dans chaque aspect de son travail	Former nos collaborateurs sur les sujets relatifs à la lutte contre la corruption	Taux de collaborateurs ayant suivi la formation dédiée sur Havas University	%	90	78	+
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	Former nos collaborateurs sur les sujets relatifs à la sécurité des données (RGPD)	Taux de collaborateurs ayant suivi la formation dédiée sur Havas University	%	53	54	+

HAVAS EN ACTION

PLUSIEURS NOUVEAUX PROGRAMMES ONT VU LE JOUR EN 2022
EN PLUS DE NOS PROGRAMMES TALENTS EXISTANTS, FEMMES FORWARD, ALL IN, NEXTGEN...



FEMMES FORWARD ACADEMY

Une série de modules en ligne pour les collaboratrices entre 1 et 4 ans d'expérience, afin de guider leur développement personnel et professionnel, autour des sujets suivants : renforcer la confiance, stress et bien-être, cultiver sa voix et bénéficier d'un réseau d'alumni.

LA NOUVELLE ÈRE DU MANAGEMENT

Des sessions en présentiel offrant à nos dirigeants l'opportunité de faire évoluer leurs compétences en matière de leadership et de répondre aux attentes des employés et des équipes d'aujourd'hui, en mettant l'accent sur : Le travail hybride, la confiance et l'autonomisation des employés, la vie professionnelle et le bien-être, la communication efficace et les échanges sur la carrière.

HEFORSHE

Il y a quelques années, Yannick Bolloré acceptait le rôle de Champion HeForShe, une initiative de l'ONU Femmes, s'engageant aux côtés d'autres PDG, leaders internationaux, universitaires et représentants d'ONG pour améliorer l'égalité entre les sexes. À ce jour, Havas a mis en place un conseil consultatif composé de femmes créatives et a augmenté de 42 % à 45 % la part des femmes dans les fonctions créatives.

The New Era of Management

A Toolkit & Training for People Leaders



BEST PLACES TO WORK

Trois agences Havas au Royaume-Uni (Cake, Havas London et Havas Media) ont été désignées comme "meilleurs endroits où travailler" en 2022 par le magazine Campaign. C'est la première fois pour Cake, la troisième année consécutive pour Havas Media et la quatrième fois en cinq ans pour Havas London. Selon Campaign : "Créer un lieu de travail attrayant où les employés sont motivés pour donner le meilleur d'eux-mêmes au quotidien est un défi. Figurer dans ce classement démontre que votre organisation a ce qu'il faut pour recruter et fidéliser des talents très engagés".



TROIS COLLABORATEURS HAVAS UK SUR LA ILIST IPA

Ari Humirang (Conciergerie), Gerald Appau-Bonsu (fondateur et responsable des investissements, Havas Boost) et Ewen MacPherson (Group Chief People Officer) de Havas UK ont tous été nommés sur la iList de l'IPA, qui récompense trente personnes changeant la donne grâce à leur engagement en faveur de l'inclusion et de la diversité dans le secteur.

L'iList désigne les "phares" de notre secteur lorsqu'il s'agit de faire évoluer la culture d'entreprise et d'exiger une meilleure représentativité dans la création, par le biais de diverses initiatives. Les sujets concernés sont la lutte contre le harcèlement sexuel, plus de diversité en fonction du genre, de l'âge, de l'origine ethnique et de la situation socio-économique, entre autres. Pour en savoir plus, cliquez [ICI](#).

HAVAS KIDS



En février 2022, les Havas Kids ont investi le Village pour la cinquième édition de cette initiative au cours de laquelle nous accueillons en stage des élèves de 3e, dont certains issus d'établissements classés REP, pour une semaine d'activités. Cette année encore, nous avons eu l'occasion de leur faire découvrir notre secteur d'activité et de renforcer leur confiance en eux, tout en passant de bons moments. La marraine de cette cinquième édition n'était autre que Sarah El Haïry, secrétaire d'État en charge de la jeunesse et de l'engagement.

HAVAS PRIDE

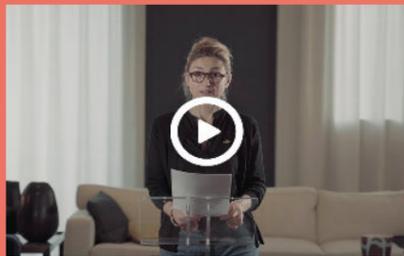


En 2022, Havas Pride a mis en avant les contributions des employés de la communauté LGBTQ+ et de leurs alliés lors d'une campagne mondiale en juin, mais aussi tout au long de l'année, notamment via du contenu sur les réseaux sociaux et à travers des sessions de sensibilisation.



WOMEN: THE FUTURE IS BRIGHT!

Dans le cadre du Mois de la Femme, Mercedes Erra, fondatrice de BETC, a échangé avec les collaborateurs du Havas Village à Puteaux sur le féminisme, son combat pour l'égalité des sexes et son espoir d'un avenir radieux. Un échange plein d'énergie, de rires et d'émotions.



THE LETTERS OF EVERY POSSIBLE

En mars 2022, Mercedes Erra a organisé une belle initiative à l'Expo 2020 de Dubaï pour célébrer la Journée internationale des droits des femmes, lors de laquelle elle a demandé aux participantes de tous les pavillons de chaque pays représenté à l'Expo de partager les lettres qu'elles écriraient à des bébés filles. C'est ainsi qu'est née l'initiative The Letters of Every Possible. Voici la lettre que Mercedes Erra a écrite à sa petite-fille Nùria, lue par l'actrice Julie Gayet.



MARK HER WORDS

Toujours dans le cadre du Mois de la Femme, Laura Maness, CEO de Havas New York, a animé Mark Her Words, une conversation puissante avec des panélistes qui ont redéfini le récit du rôle que jouent les femmes en entreprise et dans le monde : Shelley Paxton, autrice et fondatrice de Soulbbatical, Ronda Racha Penrice, autrice et créatrice de contenu, et Lorraine Marchand, autrice et directrice générale des sciences de la vie chez IBM Watson Health.

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.



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



OBJECTIFS	ENJEUX	INDICATEURS DE SUIVI	UNITÉ	2022	2021	TENDANCE
Mettre notre expertise au service de l'intérêt général	Réaliser des campagnes pro bono	Nombre de campagnes pro bono réalisées par les agences du Groupe	Nombre de campagnes	154	78	+
		Nombre de collaborateurs impliqués dans des actions pro bono / mécénat de compétences	Nombre de personnes	1 118	475	+
		Nombre de jours de travail correspondants	Nombre de jours	4 668	2 492	+
Lutter contre les stéréotypes dans nos réalisations	Ne pas faire l'objet d'une intervention des autorités de régulation après la diffusion de nos campagnes	Nombre de campagnes ayant fait l'objet d'une intervention d'un régulateur de la publicité pour violation des règles éthiques, après diffusion.	Nombre de campagnes	0	1	+
		Former nos collaborateurs à l'intégration des enjeux sociaux et environnementaux dans les contenus	Nombre d'heures de formation dispensées	1 977	7 903	-
	FRANCE : Former nos collaborateurs à la Fresque du Climat	Nombre de collaborateurs formés à la Fresque du Climat	Nombre de personnes	522	-	-
		Nombre d'animateurs formés	Nombre de personnes	40	-	-

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.



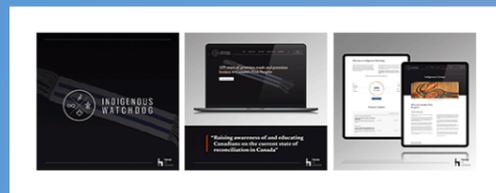
BEST OF CANNES LIONS: DES CAMPAGNES MEANINGFUL

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 oeuvrer à un « monde meilleur ». En 2022, 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.



UNE NOUVELLE OFFRE RSE À HAVAS UK

Havas UK a créé Havas Genus, un collectif d'experts internes et externes dont l'objectif est d'aider les entreprises à mettre en œuvre une durabilité systémique. Qu'il s'agisse de la stratégie de développement durable, de la transformation de l'entreprise, de l'engagement des employés, de la communication de marque et des parties prenantes, Havas Genus est un catalyseur et un partenaire pour accélérer la transformation. Plus d'informations sur le site de Havas Genus [ICI](#)



HAVAS CX CANADA'S INDIGENOUS WATCHDOG

Havas CX Canada a créé Indigenous Watchdog, un projet d'un an adressant les relations souvent compliquées entre les Premières Nations du Canada et le gouvernement canadien. Indigenous Watchdog se veut être une bibliothèque numérique de contenu humanitaire accessible et éducatif, destiné à un large public. Alex Chepovetsky, président de Havas CX Canada, a déclaré : "Notre équipe est fière de son travail et de son rôle pour informer le public sur les progrès de la réconciliation ; elle est fière de pouvoir mettre ses compétences au service d'une cause importante pour notre nation." Découvrez le site [ICI](#)



HAVAS MEDIA GROUP X INSTITUTE FOR ADVERTISING ETHICS

Poursuivant sa stratégie de leadership éthique dans le secteur publicitaire, Havas Media Group s'est associé à l'Institute for Advertising Ethics (IAE) afin d'offrir gratuitement son cours Certified Ethical Advertising Executive (CEAE) à ses collaborateurs et ses clients dans le monde entier. Plus de détails en écoutant ce podcast Meaningful Media [ICI](#)



CREATIVE WOMEN'S ADVISORY COUNCIL

Havas a mis en place un Creative Women's Advisory Council, un conseil consultatif composé de femmes créatives de tout le réseau Havas afin de promouvoir l'égalité des sexes. Elles soutiennent Yannick Bolloré dans son rôle de champion HeForShe et veillent à ce que l'environnement de travail chez Havas permette aux femmes d'accéder à des postes de direction créative.

HAVAS GERMANY & JUSTDIGGIT

L'auteur de best-sellers Frank Schätzing ("Der Schwarm") incarnait la campagne de sensibilisation de Havas Media Germany pour Justdiggit, dans sa lutte contre le réchauffement climatique. Cette campagne a été largement diffusée en Allemagne (OOH et TV).



#MARSCANWAIT PAR HAVAS TURKEY

L'édition 2022 de la Journée mondiale de l'eau était consacrée à l'importance des eaux souterraines. Saviez-vous que nous pourrions contrer le réchauffement climatique simplement en creusant ? Les eaux souterraines sont peut-être invisibles, mais ce trésor caché est essentiel pour refroidir la planète.





POSITIVELY IMPACTING THE WORLD

**STÉPHANIE
BERTRAND-TASSILLY**

Global Chief CSR Officer
stephanie.bertrand-tassilly@havas.com

CONTACTS

Communication

PIERRE MORICONI

Global Communications Manager
pierre.moriconi@havas.com

RSE

MARGOT LEDUN

Global CSR Coordinator
margot.ledun@havas.com

PAUL KRAMMERICH

Global CSR Officer
paul.krammerich@havas.com

HAVAS

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