

HAWAAS



ÉDITO

Édito

1. Édito Yannick Bolloré
2. Édito Stéphanie Bertrand-Tassilly

Havas en un coup d'œil

1. Modèle d'affaires
2. Histoire d'un Groupe engagé

Stratégie & gouvernance

1. Notre gouvernance durable
2. Analyse de double matérialité
3. Stratégie Impact+
4. Certifications et labels

People

People Experience:
Nos 5 engagements clés

1. Belonging
2. Learning
3. Wellbeing
4. Career
5. Impact

Environment

1. Analyse des risques climatiques
2. Trajectoire de décarbonation
3. Actions climatiques
4. Comprendre notre empreinte carbone
5. Mesurer nos campagnes sur l'ensemble de la chaîne de valeur

Responsible communication

1. Former nos équipes à la communication responsable
2. La durabilité au cœur de nos processus et métiers
3. Mettre notre créativité au service de grandes causes
4. Dons et mécénat
5. Havas Sustainable Awards
6. IA responsable

Gouvernance

1. Éthique et anti-corruption
2. Protection des données personnelles

HAVAS
EN UN COUP
D'ŒIL

STRATÉGIE
ET GOUVERNANCE

PEOPLE

ENVIRONMENT

RESPONSIBLE
COMMUNICATION

GOUVERNANCE



Chez Havas, nous sommes convaincus depuis longtemps que la créativité est un puissant moteur de changement positif.

Elle façonne les mentalités, suscite le dialogue et contribue à relever les défis sociaux et environnementaux qui définissent notre époque. En 2025, cette conviction a plus que jamais guidé notre action, alors que nous avons continué à accompagner nos clients dans leur transition durable et à renforcer les fondements de nos propres engagements.

Nos efforts collectifs ont également été reconnus à l'externe. Nous avons obtenu la médaille d'or EcoVadis, avec un score de 78/100, nous plaçant parmi les 5 % des entreprises les mieux notées. Nous avons également reçu la note B du Carbon Disclosure Project, l'une des évaluations environnementales les plus exigeantes.

Reconnaissant une nouvelle fois la solidité de nos engagements ESG, Havas a été intégré en mars 2026 à l'indice AEX ESG, qui regroupe les 25 entreprises cotées sur Euronext Amsterdam présentant les meilleures pratiques environnementales, sociales et de gouvernance (ESG), reflétant ainsi notre vision et nos ambitions pour l'année à venir.

Cette année, nous avons accéléré le déploiement du Havas Carbon Impact calculator, qui mesure l'empreinte carbone de nos campagnes sur toute la chaîne de valeur. L'outil a déjà permis d'évaluer

plus de 2 500 projets pour des clients majeurs tels que la BBC, EDF et Orange. Pour aller plus loin, nous avons doté nos agences du Sustainable Media Guide, un guide pratique visant à réduire l'impact carbone des campagnes média.

Nous avons également lancé l'initiative Opt-Out en France, qui intègre par défaut des critères de durabilité dans nos communications. Enfin, nous avons étendu Havas Genus, notre réseau d'experts en développement durable, après le succès du modèle au Royaume-Uni.

Nos campagnes créatives ont une nouvelle fois démontré cette année la capacité des idées à inspirer le changement. Des projets tels que « Ink of Democracy » d'Havas Creative India illustrent comment nos équipes continuent à porter des enjeux sociaux et environnementaux avec sens et créativité.

Pour valoriser cet engagement au sein du Groupe, nous avons lancé la première édition des Havas Sustainable Awards, qui récompensent les agences utilisant la créativité pour impulser un changement porteur de sens. Parmi les lauréats figuraient « Scholarship in Books » (BETC Brazil), « The Unsafest Journey » (Havas London) et « The Missing Issue » (Havas New York).

Ces résultats témoignent de l'engagement de nos équipes, de nos partenaires et de nos clients. Ensemble, nous continuerons à construire un avenir plus durable et inspirant pour notre industrie et pour les communautés que nous servons.

Yannick Bolloré, Chairman et CEO



Chez Havas, nous sommes convaincus que les transformations naissent de l'intelligence collective.

C'est dans nos talents, dans notre créativité réinventée en permanence, et dans la responsabilité que nous assumons face aux défis sociaux et environnementaux de notre époque que cette intelligence s'exprime pleinement.

Placée au cœur de notre stratégie, la durabilité est aujourd'hui un puissant moteur de valeur, de confiance et d'innovation. Aux côtés de nos clients, nous allons au-delà du rôle de partenaire : nous sommes un allié stratégique engagé dans leur transition durable.

Ils attendent de nous transparence, expertise et accompagnement pour transformer leurs communications, leurs modèles et leurs récits.

Nous leur répondons en mettant la mesure, la donnée et la créativité au service d'un impact concret et mesurable. Le déploiement du Havas Carbon Impact calculator ou le lancement d'Havas Opt-Out en sont des illustrations concrètes.

Pour nos talents, notre ambition est claire : permettre à chacun de trouver sa place, de s'épanouir, d'être reconnu, écouté et protégé. L'inclusion, le bien-être et l'équité sociale constituent les fondements essentiels d'une performance durable et d'un engagement sincère.

C'est dans cet esprit que, chaque année, Havas All In mobilise nos agences autour d'initiatives à fort impact, au niveau local comme global. Mais l'une des forces les plus singulières d'Havas demeure notre capacité à façonner les imaginaires.

Nous croyons profondément que la communication peut transformer les comportements, ouvrir de nouveaux possibles et rendre la transition non seulement nécessaire, mais véritablement désirable.

Stéphanie Bertrand-Tassilly, Global Chief Sustainability Officer



ÉDITO

HAVAS
EN UN COUP
D'ŒIL

STRATÉGIE
ET GOUVERNANCE

PEOPLE

ENVIRONNEMENT

RESPONSIBLE
COMMUNICATION

GOUVERNANCE

Présence dans plus de

100
marchés

Près de

23 000
collaborateurs

Accompagnement de

4 000
clients

73
villages

- ≡
- ÉDITO
- HAVAS EN UN COUP D'ŒIL**
- STRATÉGIE ET GOUVERNANCE
- PEOPLE
- ENVIRONNEMENT
- RESPONSIBLE COMMUNICATION
- GOUVERNANCE

2003

PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES
 Havas a été le premier groupe de communication à signer l'UN Global Compact (Pacte Mondial des Nations Unies) afin de soutenir les Objectifs de Développement Durable de l'Agenda 2030.

2016

UN COMMON GROUND
 Le Groupe a rejoint l'initiative Common Ground lancée par les Nations Unies et adopté l'Objectif de Développement Durable (ODD) n° 13: prendre des mesures urgentes pour lutter contre les changements climatiques.

2020

IMPACT+
 Havas a lancé Impact+, sa stratégie RSE reposant sur 3 piliers : People, Environment et Responsible Communication. Le Groupe a également mis en place le premier calculateur d'impact carbone de campagnes plurimédias en France.

2024

VERS DE NOUVEAUX ENGAGEMENTS
 En décembre 2024, Havas a été introduit en bourse sur Euronext Amsterdam à la suite de la scission de Vivendi. En 2025, le Groupe s'est engagé auprès de la Science Based Targets initiative (SBTi) à définir de nouveaux objectifs de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre, afin de les aligner avec son nouveau statut d'entreprise cotée.

2009

TCK TCK TCK
 Havas s'est associé aux Nations Unies et à Kofi Annan pour lancer la campagne « TCK TCK TCK : Time for Climate Justice », conjointement à la première pétition musicale au monde réunissant plus de 50 artistes.

2018

GRAND PRIX FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
 Havas a remporté le Grand Prix « Sustainable Development Goals » des Cannes Lions pour la campagne « Palau Pledge », ainsi que la Médaille de la Paix des Nations Unies pour sa campagne « Making Friends Across Religions ». L'agence a également lancé l'initiative Havas Solidarité Climat.

2023

PROMOUVOIR DES TRANSFORMATIONS DURABLES

Havas Carbon Impact calculator
 Lancé en novembre au sein de toutes les agences du Groupe, l'Havas Carbon Impact calculator est un outil interne permettant de calculer l'impact carbone d'une campagne média, d'une campagne créative ou d'un événement réalisé pour un client. Il permet à tous nos talents d'accompagner leurs clients dans leur transformation durable.

Grand Prix for Good - Anne de Gaulle
 Havas a remporté le Grand Prix for Good à Cannes pour la campagne menée par Havas Paris mettant en lumière l'action de la Fondation Anne de Gaulle. Créée par Yvonne et Charles de Gaulle, son but est d'accompagner les personnes ayant un handicap intellectuel.

2025

SUSTAINABLE AWARDS
 Les Havas Sustainable Awards promeuvent la durabilité au sein du Groupe en encourageant les agences à intégrer les impacts environnementaux et sociaux dans leurs métiers. Ces Awards récompensent les comportements responsables et les campagnes pro bono, contribuant à l'ancrage de pratiques durables dans nos opérations.

La **Direction Durabilité du Groupe** définit la feuille de route de durabilité d’Havas et en pilote le déploiement dans l’ensemble des marchés. Dirigée par la Global Chief Sustainability Officer, membre du Comité Exécutif, elle veille à ce que la durabilité soit pleinement alignée avec les ambitions stratégiques d’Havas. La direction pilote les initiatives ESG à l’échelle mondiale, coordonne des projets transverses clés et supervise le reporting extra-financier en collaboration avec la direction financière et un réseau de contributeurs dédié au reporting à travers le monde.

Afin de renforcer la collaboration interne et d’amplifier l’engagement local, la Direction Durabilité Groupe a lancé le Global Sustainability Committee en juillet 2023. Composé d’environ 30 représentants RSE issus des principaux marchés, ce comité se réunit tous les deux mois pour assurer le déploiement de la stratégie globale, la remontée des initiatives locales et l’alignement des actions de durabilité avec les attentes des clients.



ÉDITO

HAVAS
EN UN COUP
D'ŒIL

STRATÉGIE
ET GOUVERNANCE

PEOPLE

ENVIRONMENT

RESPONSIBLE
COMMUNICATION

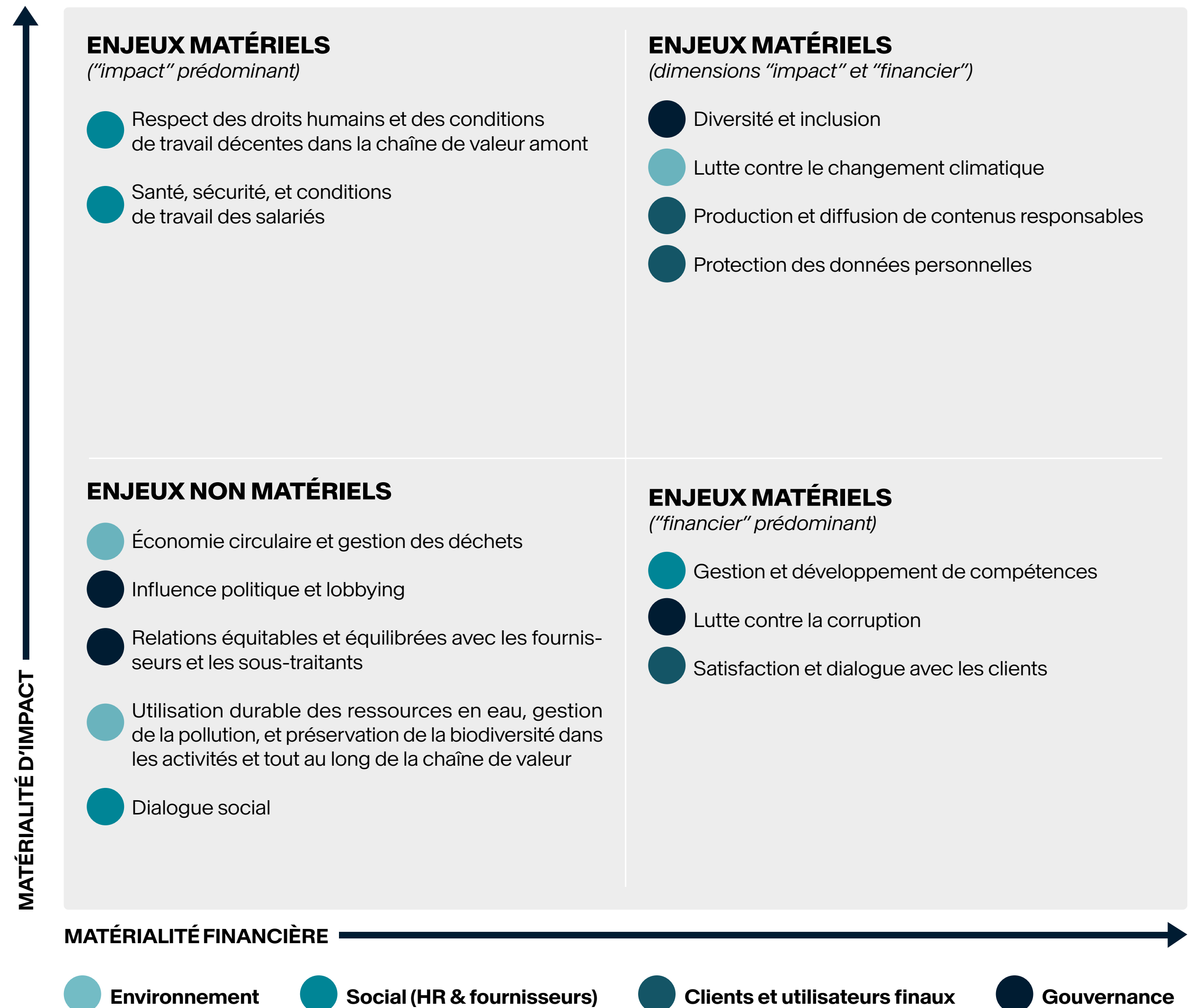
GOUVERNANCE

En 2024, Havas a réalisé une analyse de double matérialité de ses impacts, risques et opportunités (IROs) ESG, conformément aux normes ESRS et aux lignes directrices associées. Cette analyse couvre l'ensemble des activités du Groupe dans tous les pays où il opère, y compris ses trois principales divisions : Havas Creative, Havas Media, et Havas Health.

Havas ayant appartenu au groupe Vivendi jusqu'à la fin de l'année 2024, le Groupe s'est appuyé sur l'analyse de double matérialité réalisée par Vivendi afin de garantir l'utilisation d'une méthodologie robuste et cohérente. Sur la base des cartographies des risques RSE et du devoir de vigilance de Vivendi, Havas a réévalué ses propres impacts, risques et opportunités (IROs) ainsi que ses enjeux ESG, avant de les aligner sur les normes ESRS, de manière à couvrir l'ensemble des enjeux de durabilité pertinents.

Cette analyse a permis d'identifier **15 impacts, risques et opportunités matériels, comprenant 6 impacts négatifs, 7 risques et 2 opportunités.**

Pour plus d'informations, veuillez-vous référer au Chapitre 7 de notre [Document d'Enregistrement Universel \(DEU\)](#).



- HAVAS EN UN COUP D'ŒIL
- STRATÉGIE ET GOUVERNANCE
- PEOPLE
- ENVIRONNEMENT
- RESPONSIBLE COMMUNICATION
- GOUVERNANCE

People

Environment

Responsible communication

Inclusion & belonging

Favoriser une culture dans laquelle chaque personne se sent respectée, incluse, et encouragée à être elle-même.

80%
De nos talents se sentent eux-mêmes au travail (HAVASay 2025)

79%
De nos talents se sentent respectés au sein de leur agence (HAVASay 2025)

Développement professionnel

Déployer des parcours d'évolution équitables pour accompagner la montée en compétences et permettre à tous d'accéder, à terme, à plus de responsabilités.

59%
Des managers sont des femmes (+2% vs 2024)

25,70%
Les femmes occupent 25.70% des postes de direction de création en 2025 (vs. 20.30% in 2024)

Notre ambition: réduire notre empreinte carbone

Depuis 2023, Havas s'inscrit dans une trajectoire de décarbonation alignée avec l'Accord de Paris. En 2025, nous avons réalisé des avancées significatives dans l'atteinte de nos objectifs climatiques :

-47%
De réduction des émissions de CO₂ des scopes 1 et 2 par rapport à 2024

86%
De l'électricité consommée est issue d'énergies renouvelables en 2025

Notre engagement en faveur de campagnes responsables

En 2025, Havas a renforcé sa démarche de communication responsable, en veillant à la transparence, à l'inclusivité et à la durabilité de ses campagnes.

+1 200
Plus de 1 200 projets mesurés par notre Havas Carbon Impact calculator en 2025

Pour Havas, les notations et labels de durabilité constituent des leviers essentiels pour valoriser des pratiques responsables et renforcer la confiance de l'ensemble de ses parties prenantes. Ils contribuent à asseoir la crédibilité du Groupe dans un marché qui accorde une importance croissante à une communication éthique et porteuse de sens. Une performance durable robuste soutient également la résilience à long terme d'Havas et éclaire des choix stratégiques plus pertinents.



EcoVadis : EcoVadis est une plateforme internationale d'évaluation qui analyse la performance environnementale, sociale, et éthique des entreprises sur l'ensemble de leur chaîne de valeur. Havas a obtenu une note globale de 78/100, dont 96/100 en Environnement et 82/100 en Social, témoignant de progrès significatifs. Pour la deuxième année consécutive, le Groupe a reçu la médaille d'or, confirmant sa position parmi les 5% des entreprises les mieux notées. La médaille obtenue par Havas est consultable sur la plateforme officielle d'Ecovadis [ici](#).



CDP : CDP évalue la transparence des entreprises dans la manière dont elles déclarent et gèrent leur impact climatique, en utilisant un système de notation allant de A à D, devenu un critère clé pour les clients et les appels d'offres. En 2025, Havas a soumis pour la première fois sa notation de manière indépendante et a obtenu **la note B**.



ISO 14001 : ISO 14001 est une norme internationale visant à améliorer la gestion environnementale des organisations. Au sein d'Havas, plus d'un tiers des collaborateurs sont couverts : en France, le Royaume Uni, l'Espagne, et l'Inde.

Par ailleurs, Havas estime que les partenariats avec les organisations **Ad Net Zero, Circul'R, l'ORSE** et la **Tolson Sustainability Business Community** sont essentiels pour faire progresser ses ambitions en matière de durabilité et renforcer son leadership en communication responsable. Ils permettent au Groupe de rester aligné sur les standards les plus exigeants, de bénéficier d'expertises clés et de contribuer activement aux avancées collectives du secteur tout en accélérant sa transition et en accompagnant plus efficacement ses clients vers une communication plus durable et transparente.





Céline Merle Beral, Global Chief HR Officer

« Nous développons une culture dans laquelle l'inclusion est un moteur d'innovation, l'apprentissage un levier d'excellence, et chaque parcours professionnel une contribution à une performance durable. Nous concevons l'intelligence artificielle comme un catalyseur du potentiel humain, permettant d'accélérer le développement des compétences et de réinventer, de manière responsable, nos façons de créer de la valeur. »

Nous croyons en la solidarité, l'ouverture d'esprit et le respect de toutes et tous,

et nous sommes fiers du fort sentiment d'appartenance qui anime nos équipes. Nous sommes très attachés au bien-être de nos talents et nous aspirons à faire de nos Villages des lieux où chacun et chacune peut s'épanouir, grandir et partager des moments de convivialité. Notre ambition est d'offrir l'excellence aux marques et aux entreprises qui nous font confiance, tout en ayant un impact positif sur la société.

En intégrant ces priorités, Havas contribue à l'atteinte des Objectifs de Développement Durable (ODD) suivants :



People Experience : nos 5 engagements clés



Belonging

Renforcer nos atouts en matière d'équité et de sentiment d'appartenance afin que chaque personne se sente pleinement membre de l'équipe, libre d'être authentique et d'exprimer ses idées.



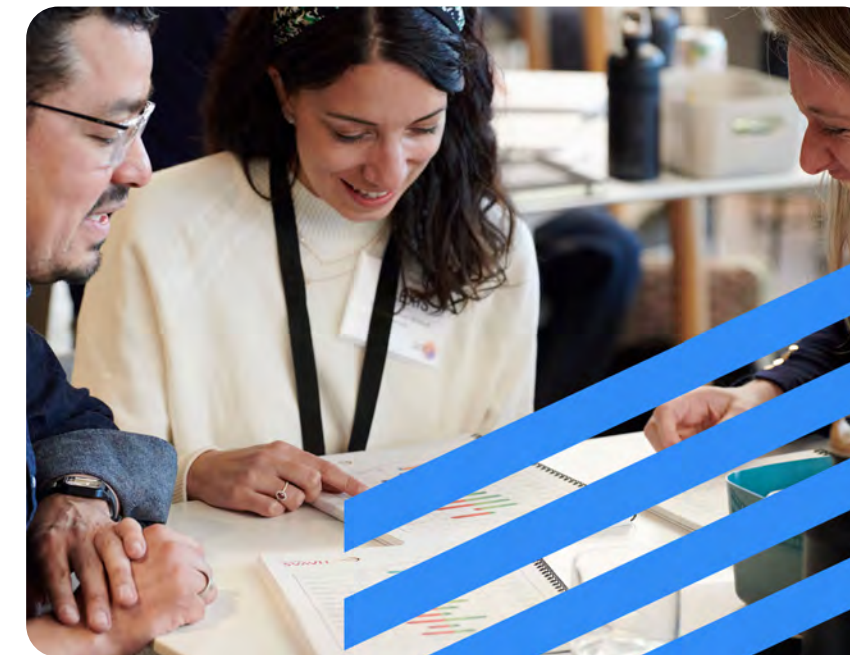
Learning

Favoriser un environnement qui encourage la curiosité et l'apprentissage continu, tout en investissant dans le développement des compétences clés et l'accès aux innovations influençant notre activité.



Wellbeing

Placer la santé et le bien être au cœur de l'environnement de travail, en favorisant le dialogue ainsi qu'une culture de bienveillance et de sensibilisation.



Career

Proposer des parcours professionnels enrichissants et favorisant la mobilité, fondés sur la diversité des expériences et accompagnés par des leaders engagés et à l'écoute, afin de répondre au mieux aux aspirations de chacun.



Impact

Agir avec confiance à notre échelle, en plaçant la collaboration et l'excellence au cœur de nos actions, afin de générer un impact positif au sein de nos communautés et au delà, grâce aux partenariats, au bénévolat et à la sensibilisation.

L'inclusion et l'appartenance sont des valeurs fondamentales de notre culture, profondément ancrées dans la manière dont nous accompagnons et engageons nos collaborateurs.



Notre approche globale, Havas All In, ambitionne de créer des environnements inclusifs favorisant l'authenticité, la diversité des points de vue et un accompagnement équitable du développement de carrière pour toutes et tous. Conçue pour mobiliser l'ensemble des niveaux de l'organisation, l'initiative permet à nos agences et à nos Villages de déployer des actions d'inclusion adaptées aux réalités locales, tout en participant, tout au long de l'année, à des programmes de sensibilisation internationaux.

À l'échelle du Groupe, trois domaines sont identifiés comme prioritaires : l'égalité des genres, l'inclusion des personnes LGBTQIA+, ainsi que le handicap et l'accessibilité.

D'autres thématiques, telles que la représentation ethnique et culturelle, l'inclusion intergénérationnelle, ou encore des priorités propres aux différents contextes locaux, sont abordées au niveau des agences et des Villages, afin de répondre aux enjeux et aux réalités de chaque territoire.

Nos efforts en matière d'appartenance font l'objet d'une évaluation annuelle à travers l'enquête collaborateurs HavaSay. Nous sommes fiers d'y obtenir, de manière constante, des résultats élevés sur les indicateurs liés à l'inclusion et au sentiment d'appartenance, notamment :

80%

"Je peux être moi-même au travail"

79%

"Je me sens respecté(e) dans mon agence"

74%

"Je me sens à ma place dans mon agence ou mon groupe"

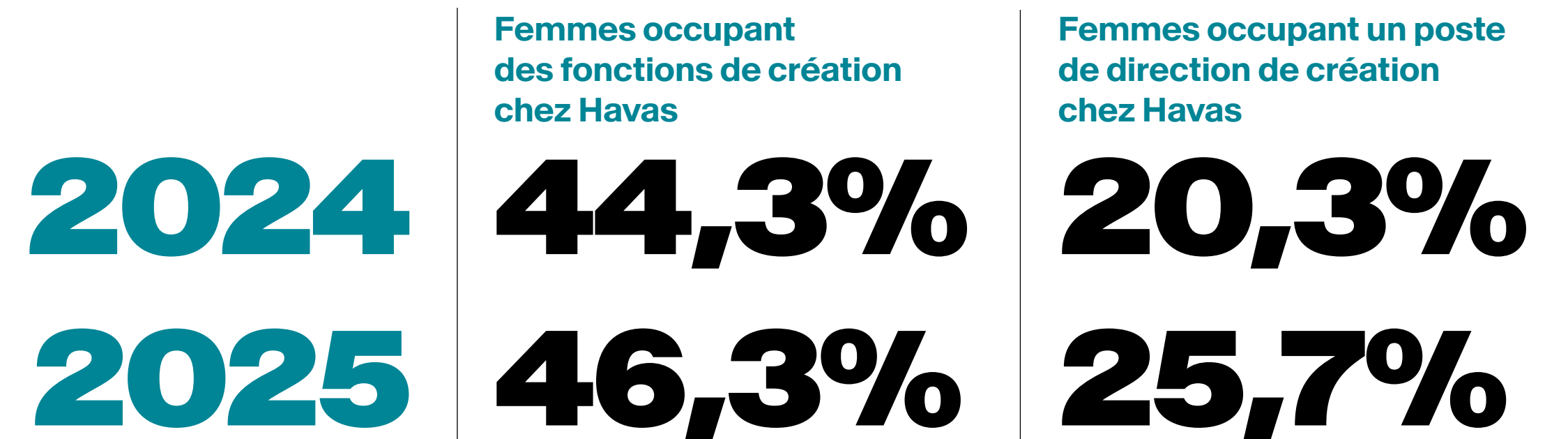
Soutenir et accompagner les femmes tout au long de leur carrière constitue une priorité pour l'ensemble du Groupe Havas. Les femmes représentant 60 % de nos effectifs et plus de la moitié des postes managériaux, nos actions se concentrent sur le développement continu du leadership, l'inspiration et la création de communautés, tout en poursuivant les efforts visant à renforcer leur représentation au sein des fonctions de direction et des postes créatifs à responsabilités.

Depuis 2018, notre programme emblématique de développement de carrière dédié aux femmes, Femmes Forward, a permis à plus de **600** femmes occupant des postes de direction de bénéficier d'outils, d'inspiration et d'accompagnement ciblé pour progresser professionnellement au sein d'Havas. En 2025, le programme a rassemblé **148** participantes issues de **26** pays.



FEMMES FORWARD **FRIDA**

Notre engagement à renforcer la présence des femmes dans les métiers de la création se poursuit, en particulier dans leur représentation au sein des fonctions de direction de création. Le programme sélectif Femmes Forward FRIDA s'inscrit pleinement dans cette démarche en accompagnant des directrices de création à fort potentiel à travers des ateliers de développement de compétences animés par des experts, et la possibilité de participer au prestigieux Festival de Cannes Lions. **En 2025, le programme a retenu 11 participantes issues de 5 pays.**





Nous rendons également hommage aux femmes d’Havas tout au long de l’année sur les réseaux sociaux. En 2025, notre campagne pour la Journée Internationale des droits des femmes a recueilli plus de 200 candidatures pour le titre de « Havas Superwomen », mettant en avant les femmes du Groupe qui ont un impact significatif au quotidien. Les profils sélectionnés ont été postés sur Instagram.



The KITA Initiative
Havas Ortega x SPARK! Philippines

L’initiative KITA a été conçue pour transformer des enseignes de magasins, souvent reléguées au second plan, en un symbole culturel fort de l’autonomisation économique des femmes aux Philippines. En réinventant ces signalétiques du quotidien, chaque devanture devient une prise de position visible, affirmant avec fierté qu’une entreprise est dirigée par une femme. Portée au delà des commerces de proximité, KITA s’est étendue à des marques locales et internationales, donnant naissance à un réseau de femmes entrepreneures qui se soutiennent mutuellement et font de la visibilité un levier d’émancipation et d’impact collectif.

Le soutien à la communauté LGBTQIA+ et à ses alliés constitue un engagement durable au sein du Groupe, visant à renforcer le sentiment d'appartenance, l'authenticité et la sécurité psychologique.

Chaque année en juin, la Global Pride se célèbre à travers une programmation dédiée mêlant actions éducatives et témoignages de collaborateurs.

En 2025, la campagne Pride U a renforcé cet engagement en créant des espaces d'échange et d'apprentissage via des webinaires interactifs et des sessions de questions réponses animées par des éducateurs LGBTQIA+ de We Create Space.



Le concours photo « Colors of Pride » organisé par Havas Mexico a invité les collaborateurs à s'exprimer librement et de manière créative à travers des images célébrant les valeurs de la communauté LGBTQIA+. Les lauréats, sélectionnés par le comité DEI, ont été annoncés lors d'une table ronde organisée dans le cadre de la Global Pride.



Havas RED Australia a organisé un panel consacré à **l'inclusion des personnes queer dans les médias**, explorant l'évolution de la représentation LGBTQIA+ et la responsabilité des marques et des professionnels de la communication. L'événement a souligné que l'inclusion repose avant tout sur l'intention, l'éducation et l'action.



Havas Village India s'est réuni pour peindre des messages d'amour, d'identité et d'alliance. Cette **célébration vibrante de la communauté LGBTQIA+** a illustré la culture inclusive que le Village s'attache à construire et à faire vivre au quotidien.

En 2025, l'inclusion des personnes en situation de handicap a continué de progresser au sein d'Havas, devenant une composante plus visible et intentionnelle de nos pratiques. Dans le Groupe, des actions de formation ont permis aux équipes de développer des réflexes inclusifs et d'acquérir des outils concrets pour concevoir des environnements de travail accessibles et favoriser une meilleure collaboration.

En mars 2025, Havas a lancé **Neuroverse**, le Centre d'Excellence dédié à la neurodiversité, mettant à disposition des expertises en stratégie, formation et développement des talents pour les équipes et les clients, afin de renforcer les compétences internes et accélérer la diffusion de pratiques plus inclusives au sein du Groupe.

Si la majorité des initiatives en faveur de l'inclusion des personnes en situation de handicap se déploient à l'échelle locale (aménagement sur le lieu de travail, environnements accessibles, soutien individualisé), notre priorité reste la sensibilisation et l'éducation à l'accessibilité à grande échelle. En 2025, des sessions animées par des experts ont ainsi été proposées aux collaborateurs.



Le bootcamp « Marketing sem Fronteira » de BETC Brésil, déployé en partenariat avec Reckitt, a formé 50 personnes en situation de handicap aux métiers de la performance média digitale, à travers un programme de 12 semaines combinant 240 heures de cours en direct ainsi que des compétences pratiques pour intégrer les secteurs du marketing et des médias.



Havas Village Paris a inauguré **Kawafuté**, une cafétéria inclusive employant des personnes avec des troubles cognitifs et intellectuels, co créée avec Sogeres et l'association Afuté pour soutenir leur insertion professionnelle dans la restauration.



Havas Village Italy intègre des talents neurodivergents grâce à l'appui de partenaires spécialisés, en proposant un accompagnement dédié pour le recrutement, la formation et l'intégration, ainsi que des environnements de travail plus inclusifs et numériques.



ÉDITO

HAVAS
EN UN COUP
D'ŒIL

STRATÉGIE
ET GOUVERNANCE

PEOPLE

ENVIRONMENT

RESPONSIBLE
COMMUNICATION

GOUVERNANCE



StreetNav

Havas Paris x StreetCo

Havas Paris a développé une campagne pro bono pour promouvoir StreetNav, une application de navigation axée sur l'accessibilité et créée par StreetCo.

Cette initiative répond aux principaux défis de mobilité rencontrés par les personnes à mobilité réduite, qui sortent 6 fois moins souvent. StreetNav propose des itinéraires accessibles et adaptés à de nombreux profils confrontés à des obstacles quotidiens, notamment les personnes en fauteuil roulant, utilisant un déambulateur ou des béquilles, malvoyantes, les femmes enceintes et les parents avec des poussettes.

Depuis son lancement, StreetNav a permis à ses utilisateurs de sortir 50 jours supplémentaires par an, améliorant ainsi leur inclusion sociale. Avec un impact potentiel sur 200 millions d'européens, le projet a une forte pertinence sociétale.

À l'échelle du Groupe, nos environnements de travail favorisent continuellement la curiosité et l'apprentissage. Des formations aux ateliers dédiés à l'intelligence artificielle, en passant par les programmes de développement du leadership, nous proposons des parcours d'apprentissage approfondis sur les compétences, les tendances et les innovations qui façonnent notre activité.

HAVAS NEXTGEN

Depuis 2015, notre programme phare de développement du leadership exécutif, Havas NextGen, réunit des dirigeants de l'ensemble de notre Groupe autour d'une expérience d'apprentissage dynamique. À travers trois modules en présentiel, les participants approfondissent leur développement personnel, s'approprient des outils pour renforcer la dynamique des équipes et des relations clients, et apprennent à mettre en place des stratégies pour diriger avec confiance dans un secteur en constante évolution.

HAVAS University

Notre plateforme d'apprentissage en ligne, HAVAS University, concrétise cet engagement en offrant à tous les collaborateurs un large catalogue de formations et de certifications portant sur les compétences professionnelles, les tendances émergentes, le leadership, l'inclusion, la conformité, et bien d'autres sujets. En 2025, nous avons atteint un niveau de complétion historique, avec plus de 135 000 certifications obtenues par nos collaborateurs.

+135 000

Certifications de formation délivrées en 2025



Partnership Ekino x Sistech

Ekino, l'une des agences digitales et technologiques d'Havas, est guidée par la conviction que tout changement porteur de sens repose avant tout sur le lien humain.

Grâce à son partenariat avec Sistech, l'agence soutient des femmes réfugiées en leur permettant d'accéder à des parcours de formation et de développement de compétences dans les métiers du digital et de la technologie, favorisant ainsi leur inclusion, leur confiance et leur indépendance professionnelle.

Le bien-être des collaborateurs est une priorité quotidienne, et leur santé mentale est au cœur de nos préoccupations.

Notre série internationale de sensibilisation à la santé mentale, Havas Minds, a permis à plus de 7 000 collaborateurs d’acquérir des outils pour mieux comprendre la santé mentale, engager le dialogue et agir en faveur du bien-être :

Les dirigeants contribuent activement à instaurer une culture de bien-être en favorisant le dialogue, les prises de pauses et congés, et le partage d’expérience. En octobre 2025, 74 % des collaborateurs dans le monde déclaraient ainsi, dans l’enquête HAVASay, que leur manager se soucie sincèrement de leur bien-être.

Des webinaires mondiaux organisés tout au long de l’année complètent les actions de formation sur le bien-être, en offrant des espaces de sensibilisation et d’échange animés par des experts.

Havas Minds a formé

+7 000

Collaborateurs aux enjeux de la santé mentale, aux bonnes pratiques de dialogue sur ces sujets et à la mise en place de plans d’action dédiés au bien-être.



**A Reminder to be Kinder
Havas People**

« A Reminder to Be Kinder » est une campagne dédiée à la santé mentale, conçue pour soutenir les collaborateurs en relation avec les clients, souvent exposés à une montée de l’agressivité. En utilisant les canaux de communication de l’entreprise, les clients découvrent des témoignages d’agents de centres d’appels à la place des musiques d’attente habituelles, favorisant ainsi l’empathie envers les personnes à l’autre bout du fil.

Cette initiative prend tout son sens dans un contexte où la dégradation de la santé mentale au travail représente plus de 39 milliards de dollars de perte de productivité pour l’économie australienne, les travailleurs en première ligne étant les plus affectés. La campagne vise ainsi à rapprocher clients et collaborateurs et à rappeler l’importance de la bienveillance.

Menu sidebar with categories: ÉDITO, HAVAS EN UN COUP D'ŒIL, STRATÉGIE ET GOUVERNANCE, PEOPLE (highlighted), ENVIRONMENT, RESPONSIBLE COMMUNICATION, GOUVERNANCE.



ÉDITO

HAVAS
EN UN COUP
D'ŒIL

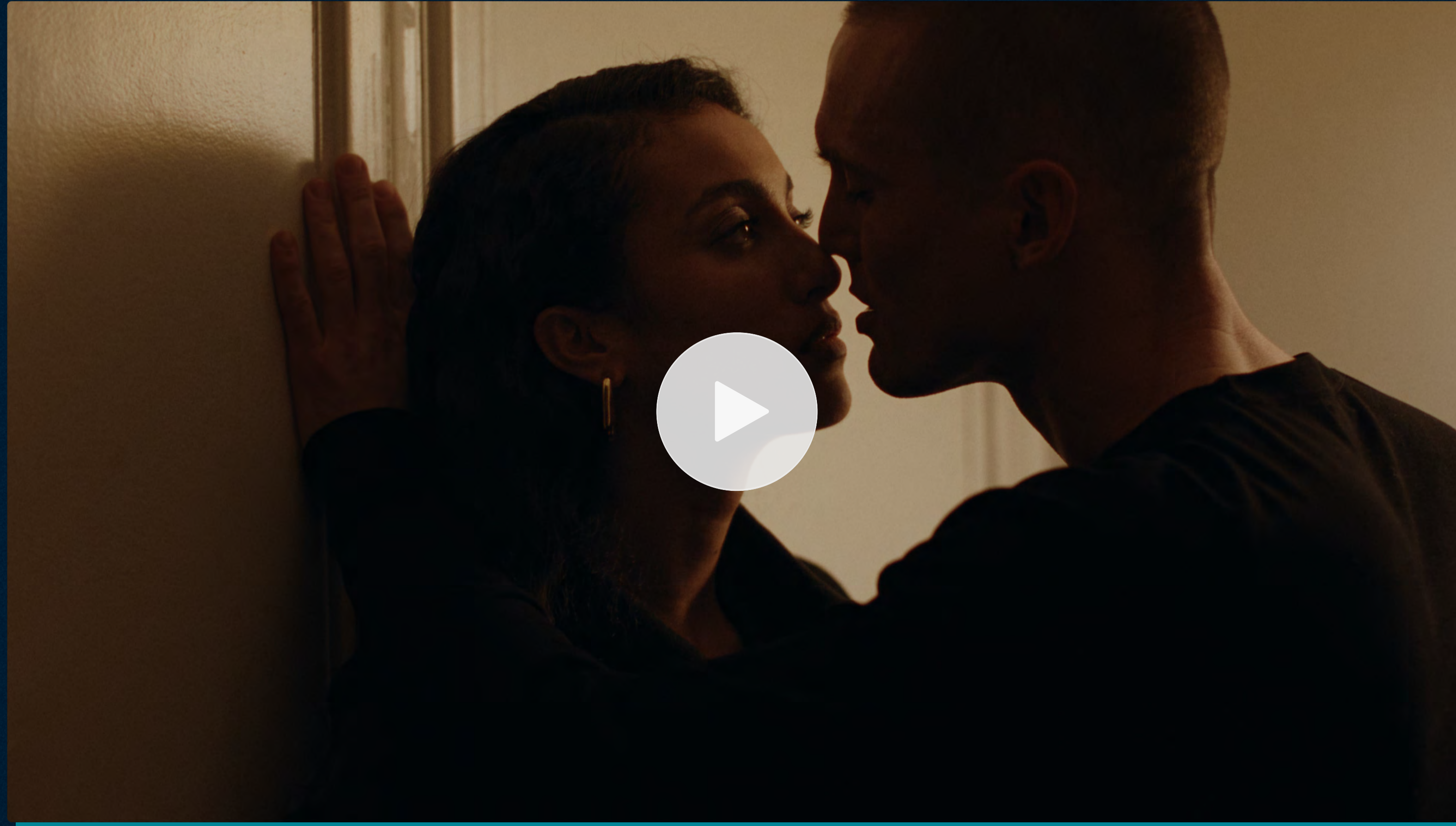
STRATÉGIE
ET GOUVERNANCE

PEOPLE

ENVIRONMENT

RESPONSIBLE
COMMUNICATION

GOUVERNANCE



Don't Call It Love
BETC x YSL Beauty

La campagne « Don't Call It Love » est une initiative puissante et stratégique qui déconstruit habilement les codes des publicités pour parfums afin de donner aux jeunes les outils nécessaires à la reconnaissance des signes de violence dans les relations amoureuses.

Chez Havas, nos programmes de développement professionnel visent à créer des opportunités, renforcer la confiance en soi et accompagner chaque étape du parcours, de la découverte des métiers à l'accès aux fonctions de direction. Parmi nos expériences dédiées au développement professionnel figurent notamment :

Havas doorway

Une journée immersive d'initiation aux univers de la publicité et du marketing, destinée aux étudiants et aux communautés locales.

Platform

Un programme intensif de trois mois destiné à de jeunes talents en début de carrière, offrant une immersion concrète sur des projets menés avec de vrais clients.

Career compass

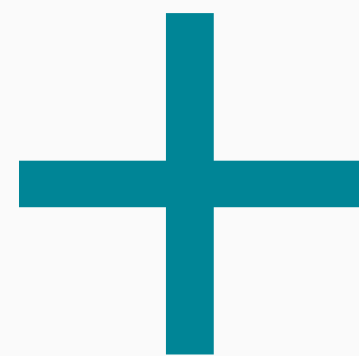
Un dispositif offrant des repères clairs sur les perspectives d'évolution afin d'aider chacun et chacune à se projeter dans les prochaines étapes de son parcours.

Emerge

Une expérience d'apprentissage hybride destinée aux nouveaux managers, axée sur le développement des compétences managériales, l'exposition aux enjeux de direction et le renforcement de la communauté.

Elevate

Un programme hybride offrant les outils, les connexions et la confiance nécessaires pour réussir au sein d'Havas et du secteur.



En complément de ces programmes, les entretiens de performance annuels jouent un rôle clé dans l'accompagnement du développement professionnel, en favorisant des échanges constructifs entre managers et équipes. Par ailleurs, des parcours de carrière structurés sont déployés pour aider chacun à mieux se projeter dans son évolution.

La mobilité constitue un axe clé de notre développement, qu'il s'agisse d'évoluer au sein d'une agence, de participer à des projets transverses ou de vivre une expérience internationale au sein du Groupe.

☰

ÉDITO

HAVAS EN UN COUP D'ŒIL

STRATÉGIE ET GOUVERNANCE

PEOPLE

ENVIRONNEMENT

RESPONSIBLE COMMUNICATION

GOUVERNANCE

L'impact étant au cœur de notre action quotidienne, nous sommes fiers de contribuer à des changements positifs au sein de nos communautés locales et dans le monde. En 2025, cet engagement s'est traduit par de nombreuses initiatives philanthropiques, portées par des partenariats engagés, des actions de bénévolat et de sensibilisation, ainsi que des rencontres avec les populations les plus vulnérables.



Havas North America s'est associé au programme F.Y. Eye's Nonprofit Co Lab, un accélérateur de quatre mois reliant des organisations à but non lucratif new yorkaises aux experts créatifs d'Havas afin de concevoir **des campagnes de sensibilisation à fort impact**, touchant des milliers de New Yorkais grâce à des messages porteurs de sens.



Havas UK s'appuie sur la plateforme Matchable pour connecter les compétences de ses collaborateurs aux besoins d'associations caritatives à l'échelle mondiale. En 2025, 571 bénévoles ont consacré plus de 900 heures à des causes variées, de la santé mentale à la protection de l'environnement et de la faune.



Au sein d'Havas Village France, **Havas Solidaires permet aux collaborateurs de consacrer jusqu'à deux jours par an à une cause caritative** de leur choix. En 2025, 113 collaborateurs ont ainsi soutenu 12 organisations à but non lucratif à travers 120 missions.



Havas Espagne s'est associé à la fondation **Quiero Trabajo** pour **accompagner des femmes en situation de vulnérabilité** à travers un mentorat dédié à la préparation aux entretiens d'embauche. En 2025, 81% des 25 femmes accompagnées ont ainsi retrouvé un emploi grâce à ce programme.

Environment

Havas déploie une trajectoire de décarbonation ambitieuse alignée sur l'Accord de Paris, visant à réduire les émissions liées à la consommation d'énergie ainsi qu'aux principales activités de l'entreprise, telles que les déplacements. Le Groupe implique également ses fournisseurs afin de s'assurer de leur alignement avec ses engagements de décarbonation d'ici 2026, faisant de la durabilité une responsabilité partagée sur l'ensemble de sa chaîne de valeur.

En parallèle, Havas accompagne ses clients dans la réduction de l'impact environnemental de leurs campagnes en mesurant les émissions grâce au Havas Carbon Impact calculator et en proposant des solutions éco-conçues. Le Groupe sensibilise également ses clients aux enjeux de durabilité spécifiques à leur secteur et promeut des récits responsables qui encouragent des modes de vie durables et soutiennent la transition écologique.

En intégrant ces priorités, Havas contribue à l'atteinte des Objectifs de Développement Durable (ODD) suivants :



En 2025, Havas a réalisé une analyse des risques et opportunités liés au changement climatique, couvrant les risques physiques et de transition. Fondée sur les scénarios du GIEC (Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat) SSP1 2.6 et SSP5 8.5, l'étude a évalué des horizons de court, moyen et long terme et hiérarchisé les risques selon leur probabilité et leur impact financier.

Les risques physiques (stress thermique, inondations, incendies) ont été évalués à partir de l'exposition géographique des sites, tandis que les risques de transition (réglementaires, technologiques, de marché et de réputation) ont fait l'objet d'une analyse qualitative. La méthodologie s'appuie sur des modèles scientifiques, l'alignement avec la taxonomie européenne et les principes de double matérialité.

Dans un scénario de réchauffement à +4 °C, les risques physiques pour Havas augmentent fortement, les événements climatiques extrêmes représentant la principale menace en raison des perturbations d'activité et des dommages aux actifs, tandis que les vagues de chaleur ont un impact notable. À l'inverse, dans un scénario à +1,5 °C, les risques de transition deviennent prédominants à long terme, sous l'effet du renforcement des réglementations climatiques et de l'évolution des attentes des consommateurs et des collaborateurs, les risques de réputation liés au greenwashing constituant la principale préoccupation.

Pour faire face à ces risques, Havas anticipe les évolutions réglementaires grâce à une veille continue et à son engagement dans des initiatives sectorielles, tout en renforçant sa résilience face aux risques physiques par l'amélioration de son efficacité énergétique et l'accélération du recours aux énergies renouvelables.

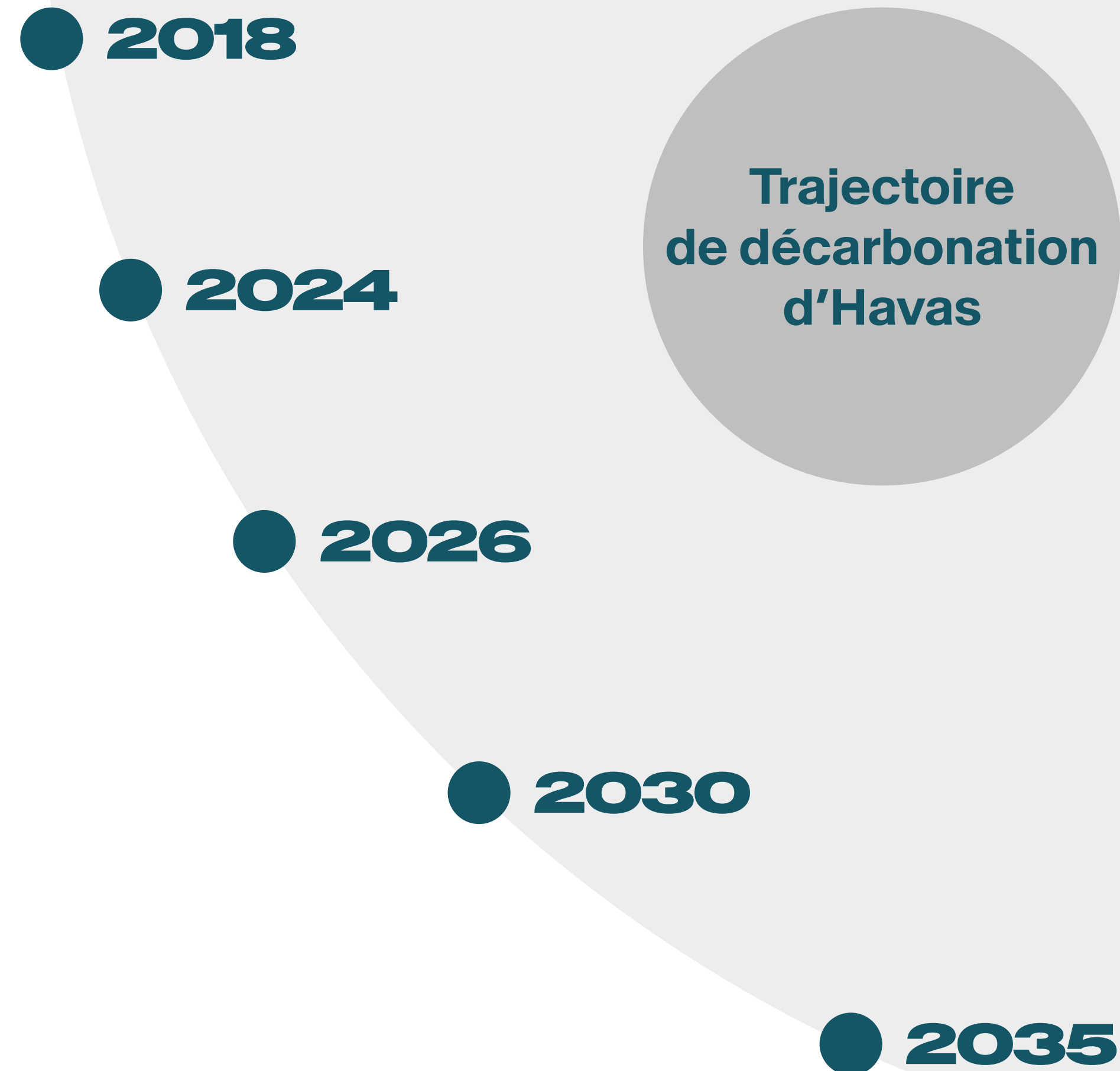
RISQUE	Niveau du Risque	
	2030	2050
Perte de productivité des collaborateurs due aux températures extrêmes et à l'augmentation des épisodes de vagues de chaleur	MODÉRÉ	MODÉRÉ
Dommages aux bâtiments loués causés par des événements météorologiques extrêmes	MODÉRÉ	MODÉRÉ
Renforcement des réglementations climatiques applicables au secteur de la publicité	MODÉRÉ	POTENTIELLEMENT SIGNIFICATIF
Atteinte à la réputation et à l'image de marque liée à des accusations de greenwashing	MODÉRÉ	POTENTIELLEMENT SIGNIFICATIF

- ☰
- ÉDITO
- HAVAS EN UN COUP D'ŒIL
- STRATÉGIE ET GOUVERNANCE
- PEOPLE
- ENVIRONMENT**
- RESPONSIBLE COMMUNICATION
- GOUVERNANCE

À la suite de sa scission avec Vivendi en décembre 2024, Havas a réaffirmé son engagement envers l'initiative Science Based Targets (SBTi) et a décidé de réévaluer sa trajectoire de décarbonation afin de se fixer de nouveaux objectifs climatiques. Dans le même temps, Havas s'inscrit dans une trajectoire structurée autour de quatre objectifs majeurs.

Nos Objectifs*:

- 1. Réduire** significativement nos émissions de gaz à effet de serre associées à la consommation d'énergie (scopes 1 et 2) **d'ici 2035**
- 2. Utiliser 100 % d'électricité issue de sources renouvelables d'ici 2030**
- 3. Réduire** significativement nos émissions liées aux opérations (déplacements professionnels, immobilisations, déchets, etc) **d'ici 2035**
- 4. Engager nos fournisseurs dans une stratégie de décarbonation** alignée avec les engagements du Groupe **d'ici 2026**



*Ces objectifs ont été définis en prenant 2018 comme année de référence. Toutefois, ils seront prochainement réévalués sur la base d'une nouvelle année de référence.

- ÉDITO
- HAVAS EN UN COUP D'ŒIL
- STRATÉGIE ET GOUVERNANCE
- PEOPLE
- ENVIRONMENT**
- RESPONSIBLE COMMUNICATION
- GOUVERNANCE

Havas concentre son action climatique sur les scopes 1 et 2 en privilégiant le recours aux énergies renouvelables et la mise en place de mesures d'efficacité énergétique.

Énergie Renouvelable

Havas ambitionne d'alimenter l'ensemble de ses opérations avec 100 % d'électricité d'origine renouvelable d'ici 2030. En 2025, 86 % de l'électricité consommée provenait déjà de sources renouvelables. La feuille de route du Groupe privilégie les pays les plus énergivores et guide les équipes locales vers les solutions les plus adaptées, de la production sur site aux contrats d'électricité verte, complétés si nécessaire par des Garanties d'Origine pour en assurer la traçabilité, en cohérence avec les objectifs climatiques mondiaux.

Plan de Sobriété Énergétique

Havas agit pour améliorer l'efficacité énergétique de ses bureaux et promouvoir un usage responsable de l'énergie. Plusieurs pays, dont la France, le Royaume Uni, l'Espagne et l'Inde, ont déployé des dispositifs en faveur des énergies renouvelables et obtenu la certification ISO 14001. En France, le plan de sobriété énergétique 2025 combine améliorations techniques, pilotage opérationnel et évolution des comportements, tandis que dans de nombreux marchés, le Groupe réduit également les émissions de sa flotte en favorisant des mobilités plus propres et l'électrification.

86%

De la consommation d'électricité provient de sources renouvelables

-47%

D'émissions de gaz à effet de serre sur les scopes 1 et 2 (« market-based ») entre 2024 et 2025

-20%

D'émissions liées aux voitures de fonction par rapport à 2024

Menu vertical with categories: ÉDITO, HAVAS EN UN COUP D'ŒIL, STRATÉGIE ET GOUVERNANCE, PEOPLE, ENVIRONMENT, RESPONSIBLE COMMUNICATION, GOUVERNANCE.

Havas s’engage à réduire ses émissions de scope 3 en actionnant des leviers clés tels que l’implication des fournisseurs, la politique voyages, la réduction des déchets et la promotion de mobilités plus durables, contribuant ainsi à l’intégration de la durabilité sur l’ensemble de sa chaîne de valeur.

Politique Voyages

Les déplacements professionnels constituant une part significative des émissions d’Havas, une nouvelle Politique Voyages a été déployée en 2025 pour l’ensemble des collaborateurs, encadrant le recours à l’avion et privilégiant l’utilisation du train.

Approvisionnement Responsable

En 2025, Havas a renforcé l’engagement de ses fournisseurs en faveur de la réduction des émissions de carbone, notamment grâce à la collecte de données sur leurs engagements climatiques. Un programme dédié aux petites et moyennes entreprises (PME) ne disposant pas encore d’objectifs de réduction a également été lancé, tandis que la Charte des Achats Responsables, récemment mise à jour, est désormais obligatoire pour tous les nouveaux fournisseurs dès leur intégration.



Partenariat GOONJ x Havas India

Havas India s’est associé à Goonj pour promouvoir l’économie circulaire en collectant des matériaux urbains sous utilisés afin de les redistribuer à des communautés rurales défavorisées. Les collaborateurs de trois Havas Villages ont donné des articles propres et réutilisables, appuyés par la mise en place de points de collecte et d’actions de sensibilisation dans les bureaux. L’initiative a permis de collecter 316 kg de vêtements, d’articles ménagers et d’équipements utilitaires, prolongeant la durée de vie des matériaux et encourageant des pratiques plus responsables.



ÉDITO

HAVAS
EN UN COUP
D'ŒIL

STRATÉGIE
ET GOUVERNANCE

PEOPLE

ENVIRONMENT

RESPONSIBLE
COMMUNICATION

GOUVERNANCE



The Impossible Shots

BETC Fullsix x GEO Magazine

BETC Fullsix, en collaboration avec GEO, a redonné vie à cinq espèces disparues grâce à des images générées par l'intelligence artificielle, développées aux côtés de paléontologues, de biologistes et de journalistes scientifiques. Ce projet marque une avancée majeure en matière de « journalisme augmenté » responsable, en préservant la mémoire d'espèces disparues à cause des activités humaines et en renforçant la mission de documentation de la biodiversité de GEO au delà des limites de la photographie traditionnelle.



Gestion des déchets

Havas a mis en place un système de gestion des déchets visant à en assurer le traitement adéquat sur l'ensemble de ses sites. Cette approche privilégie notamment l'achat de produits de nettoyage concentrés à diluer, limitant les emballages et la production de déchets plastiques. Elle inclut également le tri des déchets recyclables sur site ainsi que le recours à des filières spécialisées pour le traitement des contenants vides et des lavettes en microfibre souillées.

Mobilité durable

En France, Havas propose une prime de mobilité durable pouvant aller jusqu'à 600 euros par an afin d'encourager les collaborateurs à adopter des modes de transport domicile travail à faibles émissions, tels que la marche, le vélo ou les transports en commun. Ce dispositif vise à promouvoir des pratiques de déplacement plus durables, en complément ou en alternative aux remboursements traditionnels.



L'Économie circulaire Havas Village Spain

L'initiative Havas Re Vive 2025 a renforcé notre engagement en faveur de la circularité : 772 objets ont été collectés, dont 64 % réutilisés en interne, permettant d'éviter l'émission de 4 tonnes de CO₂. Le programme a également généré un impact social positif, avec 105 vêtements donnés à l'ONG AERESS pour favoriser la réinsertion professionnelle et 170 livres remis à AIDA Books pour soutenir des projets de développement. Par ailleurs, un atelier de réparation mené avec Repair Café a contribué à la réduction des déchets électroménagers.

☰

ÉDITO

HAVAS EN UN COUP D'ŒIL

STRATÉGIE ET GOUVERNANCE

PEOPLE

ENVIRONMENT

RESPONSIBLE COMMUNICATION

GOUVERNANCE



ÉDITO

HAVAS
EN UN COUP
D'ŒIL

STRATÉGIE
ET GOUVERNANCE

PEOPLE

ENVIRONMENT

RESPONSIBLE
COMMUNICATION

GOUVERNANCE



**IF YOU CAN'T
BIN IT, BAG IT.**

If you can't bin it, bag it

Havas Host Australia x Tourism Fiji

Cette campagne encourage les habitants des Fidji à limiter les déchets dans l'espace public en utilisant des sacs réutilisables lorsque des poubelles ne sont pas disponibles. Développés localement, ces sacs permettent de stocker temporairement les déchets avant de les jeter de manière appropriée. À ce jour, plus de 40 000 sacs ont été distribués à l'échelle nationale, avec le soutien de marques comme McDonald's et Burger King, qui ont relayé la campagne via 5 000 stickers apposés sur leurs emballages à emporter.

- ☰
- ÉDITO
- HAVAS EN UN COUP D'ŒIL
- STRATÉGIE ET GOUVERNANCE
- PEOPLE
- ENVIRONNEMENT
- RESPONSIBLE COMMUNICATION
- GOUVERNANCE



Chaque année, Havas calcule ses émissions de gaz à effet de serre (GES) à partir des données issues de son reporting extra financier.

En 2025, Havas a réalisé une analyse approfondie de son bilan carbone 2024 avec l'appui d'un cabinet externe, afin d'assurer sa conformité avec les exigences européennes en matière de reporting ESG en tant qu'entreprise cotée. Cette démarche a permis une couverture complète du scope 3, incluant désormais la catégorie 3.1 « Achats de biens et services ». En conséquence, l'empreinte carbone déclarée a plus que doublé par rapport à 2024 ; toutefois, à périmètre constant, les émissions ont diminué de 3 % entre 2024 et 2025.

Afin de renforcer sa gouvernance du reporting, Havas a créé une équipe dédiée au reporting extra financier, en collaboration avec les directions Durabilité et Finance du Groupe. Celle-ci pilote l'outil de reporting, la formation des coordinateurs régionaux, la consolidation et le contrôle de qualité des données ainsi que l'élaboration du protocole de reporting environnemental 2025, aligné sur le GHG Protocol, les normes GRI et leur supplément sectoriel dédié aux médias.

Deloitte a été mandaté comme tiers indépendant pour fournir une assurance limitée sur un large éventail d'informations ESG, tant qualitatives que quantitatives. Pour le pilier environnemental, les indicateurs matériels sont sélectionnés sur l'ensemble des scopes 1, 2 et 3.

Sur la base des données auditées, Havas déclare 86 860 tCO₂e émises en 2025 pour l'ensemble des entités juridiques incluses dans le champ du reporting environnemental (98% de l'effectif total). Les émissions sont calculées conformément au GHG Protocol, à partir de facteurs d'émission reconnus (ADEME, AIE, AIB).

L'inventaire des indicateurs environnementaux est présenté en tonnes équivalent CO₂ (tCO₂e), par catégorie de scope :

GHG EMISSIONS	(TCO ₂ E)	PÉRIMÈTRE INTÉGRAL 2025	PÉRIMÈTRE INTÉGRAL 2024	DONNÉES 2024 PUBLIÉES **	VARIATION (%) DU PÉRIMÈTRE INTÉGRAL 2025 VS 2024	
SCOPE 1	Bureaux (fioul, gaz naturel)	601	595	560	1%	
	Groupes électrogènes (essence, gazole)	149	2 574	2	-94%	
	Sources mobiles (essence, gazole, GPL)	1 480	1 848	1 725	-20%	
	Gaz réfrigérants	411	304	292	35%	
TOTAL SCOPE 1		2 641	5 321	2 579	-50%	
SCOPE 2	Electricité <i>location-based</i>	5 530	6 468	6 167	-15%	
	Electricité <i>market-based</i>	1 565	3 136	2 895	-50%	
	Réseau de chaleur	523	428	407	22%	
	Réseau de froid	22	40	39	-45%	
	TOTAL SCOPE 2 LOCATION-BASED		6 076	6 936	6 613	-12%
	TOTAL SCOPE 2 MARKET-BASED		2 110	3 604	3 341	-41%
TOTAL SCOPES 1 ET 2 LOCATION-BASED		8 716	12 258	9 192	-29%	
TOTAL SCOPES 1 ET 2 MARKET-BASED		4 751	8 926	5 920	-47%	
SCOPE 3	3.1 Achats de biens et services*	50 159	47 266	197	6%	
	3.2 Immobilisations	6 789	5 182	5 182	31%	
	3.3 Activités liées aux combustibles et à l'énergie (hors scopes 1 et 2)	971	2 967	2 267	-67%	
	3.4 Transport et distribution amont	N/A	N/A	N/A	N/A	
	3.5 Déchets générés par les opérations	240	260	251	-8%	
	3.6 Déplacements professionnels	10 401	12 556	12 055	-17%	
	3.7 Déplacements domicile-travail	13 549	12 073	11 549	12%	
	3.8 Actifs loués en amont	N/A	N/A	N/A	N/A	
	3.9 Transport et distribution aval	N/A	N/A	N/A	N/A	
	3.10 Transformation des produits vendus	N/A	N/A	N/A	N/A	
	3.11 Utilisation des produits vendus	N/A	N/A	N/A	N/A	
	3.12 Fin de vie des produits vendus	N/A	N/A	N/A	N/A	
	3.13 Actifs loués en aval	N/A	N/A	N/A	N/A	
	3.14 Franchises	N/A	N/A	N/A	N/A	
	3.15 Investissements	N/A	N/A	N/A	N/A	
TOTAL SCOPE 3		82 109	80 305	31 501	2%	
TOTAL SCOPES 1 ET 2 LOCATION-BASED & 3		90 825	92 562	40 693	-2%	
TOTAL SCOPES 1 ET 2 MARKET-BASED & 3		86 860	89 230	37 421	-3%	

(*) PUBLICATION À PÉRIMÈTRE COMPLET EN 2025

(**) LES DONNÉES PUBLIÉES POUR 2024 NE COUVRERAIENT QUE LES ENTITÉS COMPTANT PLUS DE 25 COLLABORATEURS. À COMPTER DE LA PUBLICATION 2025, L'ENSEMBLE DES ENTITÉS EST INCLUS DANS LE PÉRIMÈTRE. DANS UN SOUCIS DE COMPARABILITÉ DES DONNÉES, LES RECALCULS INTITULÉS « PÉRIMÈTRE INTÉGRAL 2024 » SONT PRÉSENTÉS

N/A: NON APPLICABLE ; ÉVALUÉ COMME NON PERTINENT AU REGARD DES ACTIVITÉS DE SERVICES B2B D'HAVAS

Havas s'engage à accompagner ses clients dans leur transformation et à contribuer à la décarbonation du secteur publicitaire, à travers des actions concrètes et mesurables. Cet engagement se décline autour des axes suivants :

Mesurer les émissions de gaz à effet de serre liées à la production et à la diffusion des campagnes, et sensibiliser les clients à ces impacts grâce à notre outil interne, l'Havas Carbon Impact calculator.

Proposer des alternatives plus durables en promouvant des solutions éco conçues, adaptées aux exigences et aux besoins des clients.

Sensibiliser l'ensemble des parties prenantes au rôle qu'elles peuvent jouer face aux enjeux environnementaux.

En novembre 2023, Havas a lancé l'Havas Carbon Impact calculator, un outil développé en interne pour mesurer l'empreinte carbone des campagnes sur l'ensemble de la chaîne de valeur : création, production, médias et événements. Fondé sur des méthodologies reconnues (GHG Protocol, SRI, SNPTV, ACV), il fournit des évaluations fiables, enrichies de données spécifiques à Havas. Celles-ci s'adaptent aux réalités locales grâce à l'intégration de facteurs locaux d'émission de l'électricité (AIE, DEFRA, ADEME) et de données issues des régions et des fournisseurs médias dans plus de 60 pays, garantissant ainsi des calculs carbone harmonisés entre les agences.

Conçu comme un outil d'aide à la décision, il permet, lorsqu'il est utilisé en amont des campagnes, de recommander des alternatives à plus faible impact afin d'optimiser la performance carbone. Les clients bénéficient ainsi d'analyses détaillées mettant en évidence les

principales étapes émettrices de carbone, leur permettant de prendre des décisions plus éclairées et d'aligner davantage leurs communications avec leurs engagements en matière de durabilité.

Tout au long de l'année 2025, Havas a renforcé sa méthodologie et optimisé son outil afin de mieux accompagner agences et clients, notamment en intégrant la mesure des impacts liés à la 3D et aux logiciels de retouche pour les tournages, séances photo et spots radio. Le Groupe a également amorcé l'intégration du Global Media Sustainability Framework (GMSF), le nouveau standard sectoriel de mesure carbone des campagnes médias, afin d'aligner pleinement sa méthodologie avec les évolutions du marché. D'ici 2026, l'outil sera entièrement conforme à ce référentiel, notamment grâce à une mesure plus fine des publicités programmatiques.



+2 500

Campagnes mesurées via l'outil depuis son lancement

+2 200

Utilisateurs à travers le monde

Navigation sidebar with menu icon, 'ÉDITO', 'HAVAS EN UN COUP D'ŒIL', 'STRATÉGIE ET GOUVERNANCE', 'PEOPLE', 'ENVIRONMENT', 'RESPONSIBLE COMMUNICATION', and 'GOUVERNANCE'.

« Avec EDF, nous réduisons le CO₂ en produisant en Europe, en privilégiant le train et en limitant les déplacements. Nous adoptons un catering éco-responsable et tournons en décors naturels. C'est une décision commune et une demande de la part d'EDF d'infléchir sur les émissions CO₂ de leur production. »

David Green, Executive Creative Producer, EDF

Depuis 2024

48

campagnes ont été mesurées avec l'Havas Carbon Impact calculator



Eva Mobilité
BETC x EDF

Depuis 2024, BETC s'est associé à EDF pour mesurer l'impact carbone de ses productions, avec pour priorité la sensibilisation des clients à l'importance de mesurer leur impact et d'établir une base de référence carbone fiable.

Le calculateur carbone a ensuite été déployé sur l'ensemble des productions d'EDF, accompagné d'un suivi continu visant à optimiser les tournages. Cette démarche a permis la mise en place de pratiques concrètes de réduction de l'empreinte carbone des productions audiovisuelles, telles que le groupement des tournages pour limiter les déplacements, la réalisation de plusieurs films au sein d'une même production, la priorité donnée au train plutôt qu'à l'avion, la réduction des déplacements internationaux, et l'adoption d'une restauration écoresponsable sur les plateaux.

THE INK of DEMOCRACY

POWERS INDIA'S HIGHEST EVER VOTER TURNOUT



Responsible communication

La communication responsable constitue une priorité stratégique pour Havas, car elle répond aux attentes sociétales croissantes en matière de transparence et d'impact positif.

Notre démarche vise à réduire l'empreinte environnementale des campagnes grâce à l'éco conception et des outils de mesure carbone, tout en encourageant des récits inclusifs et durables. Grâce à des programmes de formation obligatoires et au respect des normes internationales, nous garantissons notre crédibilité et prévenons les risques de greenwashing. La communication responsable crée de la valeur à long terme pour nos clients, nos équipes et la société, tout en anticipant les évolutions réglementaires et les attentes de nos parties prenantes.

En intégrant ces priorités, Havas contribue à l'atteinte des Objectifs de Développement Durable (ODD) suivants :



À travers des programmes de formation déployés à l'échelle du Groupe et des sessions internes locales, nous accompagnons nos talents dans l'adoption de pratiques de communication responsables

+31 000

Collaborateurs ont complété la formation « Act Together » depuis sa mise en ligne

Act Together

Dans le cadre de sa stratégie RSE, Havas a lancé « Act Together », un programme de formation mondial obligatoire visant à sensibiliser les collaborateurs et à renforcer leurs compétences sur les enjeux clés du développement durable. La formation aborde notamment les enjeux climatiques, les principes de communication responsable – dont la prévention du greenwashing – ainsi que les engagements stratégiques du Groupe, afin de permettre à l'ensemble des collaborateurs d'accompagner les clients dans leur transition environnementale et de contribuer aux efforts de décarbonation d'Havas.



Accompagner les clients dans des secteurs comme l'énergie, la santé et l'agroalimentaire requiert une compréhension approfondie des leviers de la transition écologique. Grâce à la Net Zero School, déployée avec AXA et dispensée par Havas University, près de 200 cadres supérieurs en contact direct avec les clients ont développé une vision prospective et des compétences pratiques, renforçant la capacité des équipes à guider efficacement leurs clients vers la décarbonation.

Impacters - Havas France

En France, le programme « Impacters » s'articule autour de trois niveaux d'expertise :

- **Niveau 1**

Sensibilise les collaborateurs à la transition écologique à travers l'atelier « Fresque du Climat » et la formation « Act Together ».

- **Niveau 2**

Met l'accent sur les pratiques spécifiques à chaque métier, à travers des formations adaptées. Il débute par un module commun sur la communication responsable, complété par des contenus spécifiques pour les équipes créatives, médias, production et autres fonctions. Par exemple, les équipes créatives ont suivi la formation « Imagine 2050 », conçue pour aider à identifier les risques de greenwashing et développer des récits favorisant des comportements plus responsables.

- **Niveau 3**

S'adresse aux collaborateurs souhaitant approfondir leur expertise, par exemple pour devenir animateurs de la « Fresque du Climat » ou coordinateurs du système de management environnemental ISO 14001.

HAVAS GENUS

Sustainability Network

Les entreprises abordent un tournant décisif, où la réussite à long terme dépend de leur capacité à concilier résilience de leur modèle et impact positif. En France, Havas accompagne cette transformation grâce à Havas GenUs, un réseau d'experts en communication déjà implanté au Royaume-Uni et en Irlande depuis 2022. Il combine conseil stratégique et créatif, outils data et connaissance des consommateurs pour accompagner les marques dans leur transformation (évolution du modèle d'affaires, feuille de route climatique) et leur engagement (storytelling, audits, communication responsable).

The Sustainability Gain - Havas Media Ireland

Publié en 2025, « The Sustainability Gain : How Impactful Creative Takes You Further with Less » est un rapport, commandité par Ad Net Zero Ireland et élaboré par Havas Media Ireland, WPP Media Ireland, Future Proof Insights et Amárach Research. Cette étude pionnière analyse comment des créations publicitaires plus intelligentes et plus durables dans le temps peuvent réduire l'empreinte carbone du secteur.

Les résultats remettent en question le concept d'« usure publicitaire », montrant qu'une création forte reste performante dans le temps, même en cas de forte exposition. Attention, clarté, émotion et mémorabilité apparaissent comme des leviers clés à long terme, démontrant que la durabilité en publicité repose aussi sur la pérennité, la réutilisation et la conception des messages, au delà des seules pratiques de production responsables.



HAVAS

Opt-Out

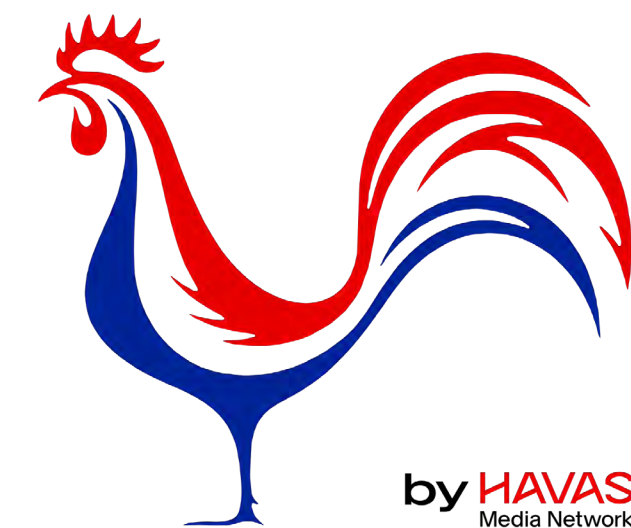
Havas a mis au point une approche standardisée baptisée « **Havas Opt Out** », qui intègre par défaut des critères stricts de communication responsable dans les stratégies média et créatives, afin d'aider les clients à adopter des pratiques plus durables.

Cette approche s'appuie sur un écosystème de solutions conçu pour limiter les impacts négatifs, notamment le Havas Carbon Impact calculator, des pratiques de compression des fichiers digitaux et la modélisation économétrique sous contrainte carbone (M4).

Afin de maximiser davantage l'impact positif, Havas mobilise des outils tels que l'Havas Impact Score, French Touch (un marché programmatique favorisant des connexions directes avec des SSP engagées afin de limiter le nombre d'intermédiaires), MOMA (une solution qui identifie le chemin le plus court en priorisant un inventaire performant sur les KPI média (VTR, CTR, visibilité) mais aussi d'attention et d'empreinte carbone), ainsi que d'autres offres déployées à l'échelle du Groupe.

MOMA
by **HAVAS**

LA FRENCH TOUCH



Dans le cadre de nos missions pro bono, nous collaborons avec des ONG et des associations afin de mettre en lumière des enjeux sociaux et environnementaux et de susciter des changements positifs.



Lost childhood
Havas Germany, Havas Media Germany x WAAU

« Childhood Ends When War Begins » est une campagne pro bono de sensibilisation et de collecte de fonds pour WeAreAllUkrainians (WAAU), mettant en lumière les résultats d'une étude sur le lien entre la guerre et le vieillissement émotionnel et biologique des enfants. À travers des portraits générés éthiquement par une IA, montrant un vieillissement accéléré en quelques secondes, la campagne illustre l'impact psychologique invisible de la guerre, sans exposer de vrais enfants. Elle transforme la compassion en action afin de soutenir des initiatives de santé mentale, notamment un chatbot de premiers secours émotionnels, une ligne d'écoute ouverte 24 h/24 et 7 j/7, et des centres « Hope & Healing » pour les enfants en Ukraine.



Betclic sefer gaming 2025
Havas Africa x Betclic Ivory Coast

Cette campagne sensibilise aux risques liés aux paris sportifs. Diffusée sur des panneaux d'affichage urbains, sur les réseaux sociaux et à travers une vidéo phare, elle raconte l'histoire d'un jeune homme aux prises avec une addiction aux paris. La vidéo met en scène des artistes ivoiriens de renom, dont la participation renforce la visibilité et l'impact émotionnel de la campagne. Celle-ci vise à susciter une prise de conscience collective autour du jeu. Au-delà d'informer, son objectif est de susciter un changement des comportements sur le long terme.

En 2025, Havas a consacré près d'**1,2 million d'euros**, en soutien financier ou en nature, à des organisations œuvrant dans les domaines culturel, éducatif et de la santé. Ces actions reflètent l'engagement de longue date du Groupe en faveur de l'équité, de l'inclusion, de la culture et du changement positif, tout en renforçant sa mobilisation pour l'équité en santé, l'accessibilité à l'éducation, l'autonomisation des communautés et le bien-être social. Plusieurs entités ont contribué activement à cette mobilisation :

Havas Health US

Havas Health US a apporté un soutien caritatif ciblé à des organisations telles que Project HOPE, Understood For All et la Coalition for Healthcare Communication.

Havas Media Network Spain

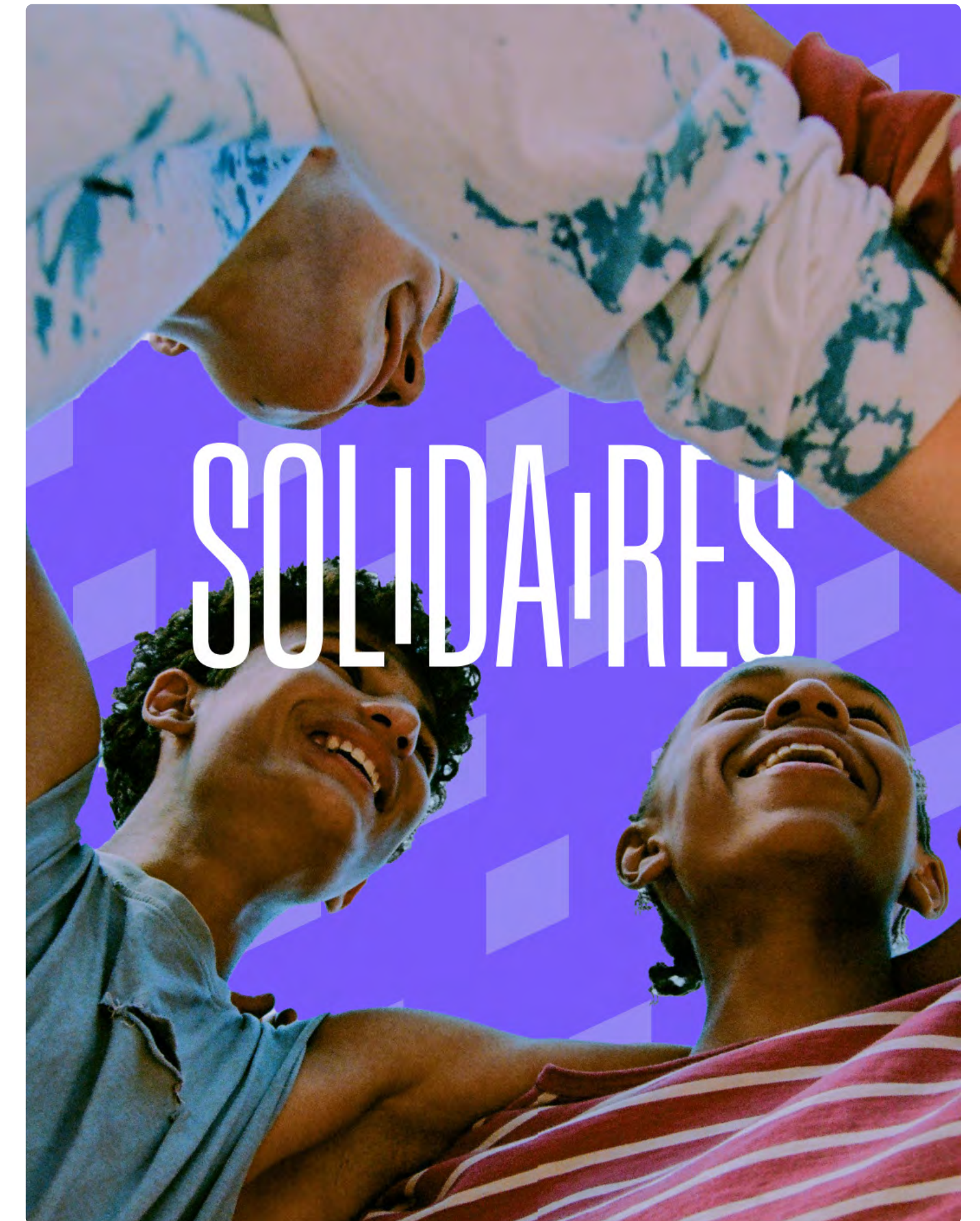
Havas Media Group Spain a soutenu des organisations culturelles, éducatives, et communautaires telles que la Fundació Foto Colectania, la Fundación CYD et l'Associació Barcelona Global, illustrant l'engagement du Groupe en faveur de l'enrichissement culturel, du développement social et de la prospérité des communautés.

Havas France

Au sein d'Havas Village France, le programme Havas Solidaires permet aux collaborateurs de s'engager jusqu'à deux jours par an au service de projets d'intérêt général. En 2025, 113 collaborateurs ont soutenu 12 organisations à but non lucratif à travers 120 missions. En France, Shortcut Event a apporté un soutien financier à la Fondation des Amis du Festival de Cannes et au Fonds de donation contre le VIH.

Havas UK

En 2025, Havas UK a soutenu des organisations caritatives en mettant gratuitement à disposition des espaces de bureaux (64 m² de janvier à juin et 33 m² de juillet à décembre), contribuant ainsi à la continuité et au développement de leurs missions sociales.



- FOREWORD
- HAVAS EN UN COUP D'ŒIL
- STRATEGY & GOVERNANCE
- PEOPLE
- ENVIRONMENT
- RESPONSIBLE COMMUNICATION
- GOVERNANCE



FOREWORD

HAVAS
AT A GLANCE

STRATEGY
& GOVERNANCE

PEOPLE

ENVIRONMENT

RESPONSIBLE
COMMUNICATION

GOUVERNANCE



Ink of Democracy

Havas Creative India x The Times of India

Lors des précédentes élections générales en Inde, près de 33 % des électeurs éligibles se sont abstenus, en raison notamment de la lassitude politique, d'un manque de sensibilisation et d'un sentiment d'aliénation politique. Cette abstention a entraîné le gaspillage de 7 500 litres d'encre électorale violette, utilisée pour marquer le doigts des électeurs afin de prévenir la fraude.

À l'occasion des élections de 2024, The Times of India et The Economic Times ont remplacé leur encre noire par cette encre violette. Pour chaque groupe de 132 électeurs absents, une page a été imprimée, représentant au total 2,28 millions d'impressions, avec un message fort : « Ne gaspillez pas une goutte d'encre électorale. Ne gaspillez pas le pouvoir de la démocratie. »

L'encre, autrefois simple marque du geste démocratique, est ainsi devenue un symbole rappelant la nécessité de le défendre. L'initiative a contribué à mobiliser l'opinion publique et à lutter contre l'apathie politique : malgré une vague de chaleur intense, l'Inde a enregistré un record mondial de participation, avec **642 millions de votants**.

HAVAS Sustainable Awards

Lancés en 2025, les **Havas Sustainable Awards** visent à **accélérer l'intégration de la durabilité à l'ensemble du Groupe et à renforcer l'adoption du Havas Carbon Impact calculator**, déployé en 2023. Les Awards distinguent à la fois les agences les plus engagées dans l'utilisation de l'outil pour mesurer et réduire l'empreinte carbone des campagnes, et les campagnes pro bono les plus impactantes sur les plans environnemental et social.

Pour cette première édition, quatre agences ont été récompensées pour leur utilisation exemplaire du Carbon Impact calculator : Havas Media Network Manchester, Havas Events France, BETC Fullsix et Havas Media Argentina.

Ces prix soulignent l'engagement des équipes à travers le monde en faveur de pratiques durables dans leurs métiers.



CAMPAGNE OR Scholarship in Books - BETC Havas Brazil

Cette campagne transforme des livres en bourses d'études afin de favoriser l'accès à l'éducation pour les élèves issus de milieux défavorisés.



CAMPAGNE ARGENT The Unsafest Journey - Havas London

Cette campagne vise à susciter une prise de conscience face aux drames vécus par les réfugiés, en transformant les trajets en transports en commun des londoniens en une expérience immersive incitant à l'action.



CAMPAGNE BRONZE The Missing Issue - Havas New York

Cette campagne aborde les problèmes liés à la consommation de substance avec compassion, en mettant en lumière le lien entre santé mentale et dépendance à travers des récits de célébrités revisités dans un numéro spécial du magazine Us Weekly.



- ☰
- ÉDITO
- HAVAS EN UN COUP D'OEIL
- STRATÉGIE ET GOUVERNANCE
- PEOPLE
- ENVIRONMENT
- RESPONSIBLE COMMUNICATION
- GOUVERNANCE



ÉDITO

HAVAS
EN UN COUP
D'ŒILSTRATÉGIE
ET GOUVERNANCE

PEOPLE

ENVIRONMENT

RESPONSIBLE
COMMUNICATION

GOUVERNANCE

.IA



Dan Hagen, Global Chief Data & Technology Officer

« Le taux d'adoption de l'IA évolue rapidement, mais la confiance ne suit pas au même rythme. De nombreuses personnes comptent sur l'IA au quotidien tout en s'interrogeant sur la responsabilité en cas de défaillance. Les préoccupations liées aux biais, à la désinformation et à l'utilisation des données sont très répandues.

En réponse, nous avons renforcé notre cadre de gouvernance de l'IA, qui définit la supervision, les contrôles des risques et les dispositifs de remontées pour l'utilisation de l'IA au sein du Groupe. Au cœur de ce cadre se trouve notre politique en matière d'IA, fondée sur des principes clairs : la responsabilité humaine, la transparence, une gouvernance solide des données, une atténuation des biais et une sécurité assurée dès la conception.

Chaque cas d'utilisation de l'IA doit être placé sous la responsabilité d'une personne. Les données doivent être traitées conformément à la loi et bénéficier du consentement explicite de leur propriétaire. Les résultats sont soumis à un examen afin de réduire le risque de préjudice ou de biais involontaire. Parallèlement, nous avons mis en place une formation obligatoire à l'IA dans l'ensemble du Groupe, avec pour objectif d'atteindre 80 % de collaborateurs sensibilisés.

L'IA continue d'évoluer rapidement. Les progrès techniques ne suffisent pas à eux seuls. Notre responsabilité est de veiller à ce que la confiance suive. »



ÉDITO

HAVAS
EN UN COUP
D'ŒIL

STRATÉGIE
ET GOUVERNANCE

PEOPLE

ENVIRONNEMENT

RESPONSIBLE
COMMUNICATION

GOUVERNANCE

Gouvernance

Chez Havas, nous appliquons une politique de tolérance zéro à l'égard de toute forme de corruption. Dans l'ensemble de nos relations internes ou externes, nous devons rester vigilants, respecter des normes éthiques strictes et nous conformer aux lois des pays dans lesquels nous opérons.

Havas conduit ses activités dans le respect des réglementations locales et internationales, en s'appuyant sur une exigence éthique forte qui guide ses relations avec les tiers, accompagne le développement de ses activités, contribue à maintenir une relation de confiance avec ses partenaires et clients, et renforce sa performance globale. Cette exigence se traduit par un programme de conformité intégrant la formation des collaborateurs et la prévention des situations à risque.

Ce programme **s'inscrit dans le cadre des principes fondamentaux du Pacte Mondial des Nations Unies**, qui structurent la démarche d'Havas en faveur des droits humains fondamentaux, des droits du travail, de la protection de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

En intégrant ces priorités, Havas contribue à l'atteinte des Objectifs de Développement Durable (ODD) suivants :





Code anti-corruption

Pilier de la politique anti-corruption du Groupe, le Code anti-corruption définit les engagements d'Havas dans sa lutte contre la corruption et s'applique à l'ensemble des collaborateurs et tiers concernés. Il précise les principes, les comportements attendus et les pratiques interdites en matière de corruption, notamment la corruption active ou passive, le trafic d'influence, les paiements de facilitation, les cadeaux et invitations, les conflits d'intérêts ainsi que les relations avec les agents publics. L'ensemble de nos partenaires commerciaux (fournisseurs, prestataires, intermédiaires, agents, sous traitants, co contractants, etc.) est tenu de respecter les principes du Code, ou à défaut, des standards équivalents, et de promouvoir l'application de ces principes auprès de leurs propres partenaires. Le Code intègre les règles et réglementations locales applicables dans les pays où le Groupe opère, notamment le Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) aux États Unis et le UK Bribery Act. Il est complété par des politiques internes détaillées couvrant

entre autres les cadeaux et invitations, les dons et le mécénat, la gestion des conflits d'intérêts, les obligations de due diligence, les dispositifs de protection des lanceurs d'alerte, ainsi que les procédures de réception et de traitement de ces alertes. Il est disponible sur [le site internet d'Havas](#) et sur [l'intranet du Groupe](#).

Code éthique Havas

Il rappelle l'engagement du Groupe en faveur des 10 principes fondamentaux définis par les Nations Unies en matière de droits humains, de droit du travail, de protection de l'environnement et de lutte contre la corruption.

L'ensemble des collaborateurs est tenu de respecter les valeurs et les principes du Code éthique dans l'exercice quotidien de leurs fonctions, indépendamment de leur rôle, de leur niveau de responsabilité ou de leur localisation géographique. Le Code est déployé dans toutes les entités du Groupe et remis à chaque nouveau collaborateur dès son intégration. Il est accessible sur le [site internet d'Havas](#) ainsi que sur l'intranet du Groupe.

Cartographie des risques de corruption

Conformément aux exigences réglementaires, la Chief Compliance Officer conduit, avec l'appui des managers opérationnels des entités et du siège, un exercice structuré de cartographie des risques de corruption. Cette démarche vise à identifier et évaluer les expositions aux risques à l'échelle des opérations mondiales du Groupe. Les dispositifs de prévention s'appuient sur des plans d'action définis à l'issue de cette cartographie et ont pour objectif de renforcer les systèmes de gestion des risques déjà en place au sein de chaque ligne de métier.

Anti-corruption

La formation de l'ensemble des collaborateurs constitue un pilier essentiel du dispositif de lutte contre la corruption. Un module e-learning dédié aux enjeux de l'anti-corruption, mis à jour en 2025, permet de renforcer la compréhension des comportements à risque ainsi que des règles définies par la politique anti-corruption du Groupe. Ce module obligatoire constitue le socle minimal de formation requis pour tous les collaborateurs, notamment dans le cadre du parcours d'intégration des nouveaux entrants. Il est complété par des formations spécifiques et régulières destinées en priorité aux collaborateurs identifiés comme exposés à un risque accru de corruption.

Fin 2025, plus de 93% des collaborateurs du Groupe étaient formés.

93%

Des talents formés à la lutte contre la corruption à la fin 2025

Devoir de vigilance

Afin de renforcer son dispositif de vigilance, la Direction de la Compliance a intensifié le déploiement de formations dédiées au devoir de vigilance. En 2025, le module e-learning a été entièrement mis à jour et, à la fin de l'année, plus de 92 % des collaborateurs avaient suivi cette formation.

92%

Des talents formés au devoir de vigilance à la fin 2025

Harcèlement

En 2025, Havas a continué de renforcer son dispositif de lutte contre le harcèlement en réaffirmant une politique de tolérance zéro à l'égard de toute forme de harcèlement, moral comme sexuel. Plusieurs actions ont été déployées, dont le renforcement des dispositifs d'alerte et des procédures d'enquête interne, et la mise en place de campagnes de sensibilisation ainsi que des actions de formation à destination des collaborateurs et des managers. Fin 2025, plus de 93% des collaborateurs avaient été formés.

93%

Des talents étaient formés à la lutte contre le harcèlement à la fin 2025

Évaluation de l'intégrité des tiers

L'intégrité des tiers avec lesquels Havas collabore fait l'objet d'une évaluation pilotée par la Direction de la Compliance. Cette démarche permet d'identifier les catégories de tiers présentant un risque, de préciser les rôles et responsabilités associés aux processus de due diligence, ainsi que de définir le circuit de décision interne encadrant l'initiation ou la poursuite des relations d'affaires. Les évaluations couvrent notamment les risques de corruption, ceux liés au devoir de vigilance, ainsi que les risques associés aux sanctions économiques internationales.

Acquisitions

Le Groupe réalise des due diligences de conformité sur l'ensemble de ses projets d'acquisition. Les équipes Compliance et Fusions Acquisitions (M&A) se réunissent trimestriellement afin d'assurer le suivi des opérations en cours, des entités récemment acquises et des risques associés. Par ailleurs, les documents transactionnels intègrent systématiquement des clauses de conformité, incluant des déclarations, garanties et mécanismes d'indemnisation, afin de limiter les risques résiduels post acquisition.

Conflits d'intérêts

Le Groupe a mis en place une politique et une procédure dédiées à la gestion des conflits d'intérêts, accessibles via l'outil interne TalentSpace.

Les collaborateurs sont tenus d'identifier et de déclarer toute situation de conflit d'intérêts, avérée ou potentielle. Ce dispositif fournit un cadre structuré pour l'analyse et le traitement de ces situations, afin de garantir l'intégrité des processus de décision à l'échelle de l'organisation.

Clauses compliance

L'établissement des relations commerciales est conditionné à la sensibilisation des partenaires aux engagements du Groupe en matière de lutte contre la corruption et au partage de sa documentation de conformité (Code anti-corruption, Charte Achats responsables, etc). Les entités veillent à intégrer dans les contrats des clauses anti-corruption et RSE précisant les engagements des parties, notamment en matière de vigilance et de respect des sanctions internationales. Le déploiement de ces clauses s'est poursuivi en 2025.

Dispositifs d'alerte professionnelle

Destiné à détecter les risques, le dispositif d'alerte professionnelle repose sur une plateforme dédiée, accessible à l'ensemble des entités du Groupe (havas.integrityline.com). Les signalements, ouverts aux collaborateurs comme aux tiers, sont traités selon des protocoles d'enquête standardisés garantissant impartialité, traçabilité et mise en œuvre rapide de mesures correctrices. Les collaborateurs peuvent également effectuer un signalement via leur hiérarchie ou contacter directement la Direction de la Compliance à l'adresse :

compliance@havas.com.

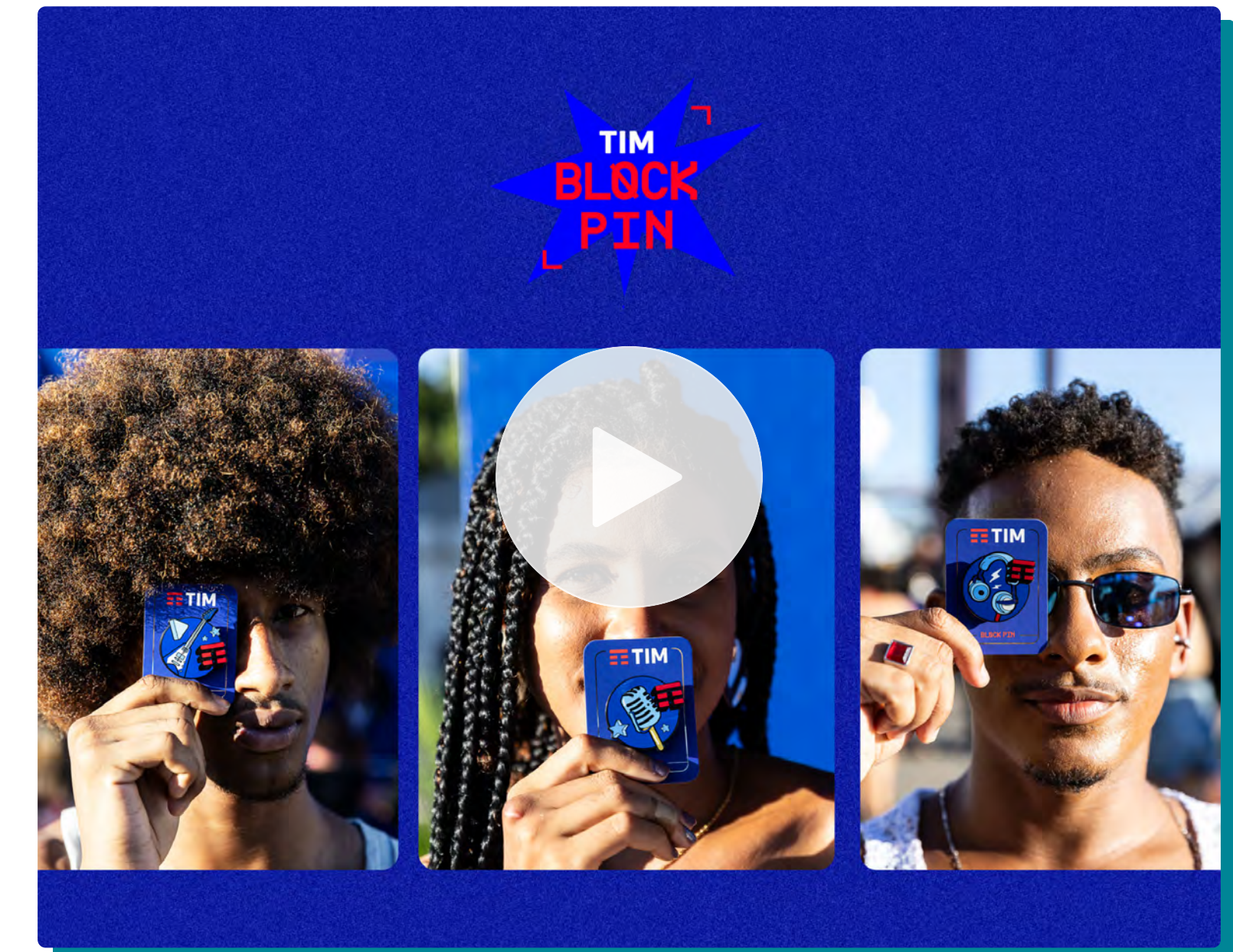
Havas s'engage à garantir la protection des données à caractère personnel, qu'il s'agisse des informations relatives au Groupe, des données traitées pour le compte de clients, ou de celles de ses fournisseurs et partenaires.

Programme de protection et gouvernance des données

Havas déploie un programme de protection des données robuste, aligné sur le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). Il s'appuie sur une gouvernance claire, des politiques internes strictes et l'intégration des principes de Privacy by Design dans chacune de ses opérations. Le Groupe facilite l'exercice des droits des personnes concernées et veille à ce que clients, fournisseurs et partenaires respectent des standards équivalents, garantissant ainsi la protection des données sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

Formation et sensibilisation à la protection des données

Partout dans le monde, Havas accompagne ses équipes à travers un programme de formation structuré visant à faire de la protection des données un pilier de la culture d'entreprise. L'ensemble des collaborateurs suit des formations RGPD obligatoires, complétées par des modules additionnels, des formations sur les réglementations locales et des parcours dédiés à la cybersécurité. Ces actions sont renforcées par des campagnes de sensibilisation déployées à l'échelle du Groupe, tandis que des indicateurs de performance permettent de suivre les taux de participation et ainsi d'assurer un impact concret.



TIM Block Pin

BETC Havas Brazil x TIM Telecom

TIM Block Pin est un objet connecté gratuit distribué par TIM Telecom au Brésil auprès de ses clients et de ceux d'autres opérateurs. Portable, il renforce la sécurité lors de grands événements culturels en verrouillant automatiquement le téléphone via Bluetooth lorsqu'il s'éloigne de son propriétaire, contribuant ainsi à prévenir le vol et à protéger les données personnelles. La campagne démontre que la technologie peut être utilisée de manière responsable pour renforcer la sécurité au quotidien, instaurer confiance et préserver l'essentiel : les liens humains.



ÉDITO

HAVAS
EN UN COUP
D'ŒIL

STRATÉGIE
ET GOUVERNANCE

PEOPLE

ENVIRONMENT

RESPONSIBLE
COMMUNICATION

GOUVERNANCE

Stéphanie Bertrand-Tassilly
Global Chief Sustainability Officer
stephanie.bertrand-tassilly@havas.com

Margot Ledun
Global Sustainability Deputy Manager
margot.ledun@havas.com

Pedro Mendes
Sustainability Information Manager
p.mendes@havas.com

Site internet

Linkedin

Crédits Photo :

PORTRAITS, STÉPHANE SBY BALMY	P3
PORTRAITS, STÉPHANE SBY BALMY	P4
FELIX MITTERMEIER, UNSPLASH	P7
MARYNA YAZBECK, UNSPLASH	P24
HAVAS CAFÉ, CHRISTOPHE PELLETIER	P28
RYOJI IWATA-WUZ, UNSPLASH	P45
CYTONN PHOTOGRAPHY, UNSPLASH	P46

POSITIVELY

IMPACTING

THE WORLD

HAVAS

29-30 Quai de Dion Bouton
92800 Puteaux
France
www.havas.com