



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 24 juillet 2008

Résultats semestriels 2008

Bonnes performances : Croissance, Marges, New Business

REVENU / CROISSANCE

Deuxième trimestre 2008

▪ Revenu	1 165 MEUR
<i>Hors effet de change ⁽¹⁾</i>	1 272 MEUR
▪ Croissance Organique	+ 5,5%
▪ Croissance hors effet de change ⁽²⁾	+ 7,1%

Premier semestre 2008

▪ Revenu 1 ^{er} semestre	2 226 MEUR
<i>Hors effet de change ⁽¹⁾</i>	2 419 MEUR
▪ Croissance organique 1 ^{er} Sem.	+ 5,4%
<i>Hors Healthcare</i>	+ 7,1%
▪ Croissance 1 ^{er} Sem. hors effet de change ⁽²⁾	+ 7,6 %

MARGE OPERATIONNELLE

▪ 1 ^{er} semestre	334 MEUR
<i>Hors effet de change ⁽¹⁾</i>	369 MEUR
▪ Taux de marge opérationnelle	15,0%

NUMERO 1 MONDIAL EN NEW BUSINESS AVEC DES GAINS NETS DE 3 MILLIARDS DE US \$

▪ Résultat net (part du Groupe)	192 MEUR
▪ BNPA courant dilué (Post remboursement OCEANE)	0,99 EUR

⁽¹⁾ 2008 au taux de change 2007 - ⁽²⁾ 2007 au taux de change 2008



Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe, déclare :

« Le premier semestre 2008 a tenu toutes ses promesses que ce soit en terme de croissance organique, de New Business ou de maintien de nos marges.

La croissance organique ressort à + 5,4%, un très bon niveau, bien que nous subissions encore la baisse du secteur santé (hors cette activité, la croissance organique serait de +7,1%).

Nos gains de parts de marché, aussi bien dans le digital, les médias que la publicité s'accroissent comme le montre le niveau de New Business Net (à 3 Milliards de dollars) et notre rang de N°1 mondial.

La marge de 15% est très satisfaisante et supérieure à nos propres attentes. Il faut souligner la part croissante du numérique dont la rentabilité s'améliore tout en restant en-dessous de la moyenne du Groupe.

La transformation continue du groupe, les initiatives stratégiques comme la création de VivaKi, l'accélération de notre développement dans le digital et les pays émergents, nos performances créatives une nouvelle fois largement récompensées à Cannes ou encore notre esprit de conquête, restent la meilleure réponse à la morosité ambiante.

Nous avons engagé très tôt une adaptation de notre groupe aux nouvelles données du marché qui nous permet non seulement de mieux servir nos clients mais également d'offrir une bien meilleure résistance aux bas de cycle de l'économie.

Ainsi dans le contexte quelque peu déprimé de l'économie mondiale sur fond de crise financière, nous avons toutes les raisons de penser pouvoir mieux résister, en particulier grâce à nos positions fortes sur les marchés ou disciplines à forte croissance.

Nos anticipations pour le deuxième semestre sont confiantes et ce, de façon très raisonnée.»

*

* *



Bonnes performances des activités

Le premier semestre de l'année 2008 a été caractérisé par la poursuite de la dégradation du contexte économique général. Les effets négatifs de la crise financière, une baisse continue du dollar américain, les tensions sur les prix du pétrole, des matières premières et des produits alimentaires n'ont cessé d'aggraver les anticipations de récession aux Etats-Unis d'abord puis en Europe.

Malgré ce climat économique, Publicis Groupe a réalisé une bonne performance sur le premier semestre 2008.

Compte de résultat simplifié

<i>(en millions d'euros)</i>	1^{er} semestre 2008	1^{er} semestre 2007
Revenu	2 226	2 248
Marge opérationnelle	334	337
Taux de marge opérationnelle	15,0%	15,0%
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(14)	(15)
Perte de valeur	(4)	
Autres produits et charges non courants	4	9
Résultat opérationnel	320	331
Résultat financier	(42)	(38)
Impôts sur le résultat	(84)	(88)
Mises en équivalence	5	6
Intérêts Minoritaires	(7)	(13)
Résultat net part du Groupe	192	198
Bénéfice net par action⁽¹⁾	0,94	0,95

(1) Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action s'élève à 210 447 414 actions pour le premier semestre 2006, 208 854 265 actions pour le premier semestre 2007 et 204 487 173 actions pour le premier semestre 2008. Le BNPA courant dilué post remboursement Oceane 2008 ressort à 0,99€ (simulation du remboursement de l'Oceane 2008 au 1^{er} janvier 2008) contre un BNPA courant dilué de 0,92€ au 30 juin 2007.



□ Revenu 1^{er} semestre 2008

Le revenu consolidé de Publicis Groupe au 30 juin 2008 s'est élevé à 2 226M€ contre 2 248M€ au 30 juin 2007, un léger recul imputable essentiellement à la dépréciation du dollar depuis le début de l'année.

Hors effet de change (avec 2008 au taux de change 2007) il se serait situé à 2 419M€ (+ 7,6%)

La croissance organique pour l'ensemble du semestre (après un premier trimestre à + 5,4%) est ainsi maintenue à un niveau élevé de **+ 5,4%**.

Cette croissance est le résultat de la solide performance de tous les réseaux publicitaires (Publicis, Saatchi & Saatchi, Leo Burnett) et des très remarquables succès de Digitas et de Publicis Groupe Media.

Toutes les zones géographiques reportent des croissances satisfaisantes, y compris les Etats-Unis qui affichent + 5,5% de croissance sur la période. L'Europe est contrastée, mais la France affiche de très belles performances grâce en particulier à Publicis Conseil et ZenithOptimedia.

Certaines activités dans le domaine de la santé restent encore faibles.

Hors ces activités, la croissance organique du Groupe pour le 1^{er} semestre 2008 serait de **+ 7,1%**.

Le changement d'échelle de notre offre numérique à la suite de l'acquisition de Digitas et de son déploiement mondial, a provoqué une véritable explosion de ces activités et confirmé la place de leader du groupe.

Les activités numériques et les pays émergents restent deux accélérateurs de croissance et les résultats du premier semestre 2008 confirment l'efficacité des décisions stratégiques mises en œuvre pour atteindre les objectifs fixés à l'horizon 2010 : réaliser 25% des revenus dans le digital et 25% sur les pays émergents.

Pour le premier semestre 2008, les activités digitales représentent ainsi 18,8% des revenus contre 12,7% au 1^{er} semestre 2007.

Pour leur part les pays émergents contribuent désormais à hauteur de 22,3% des revenus contre 20,3% au 1^{er} semestre 2007, avec un taux de croissance de + 11,2%.

Répartition du revenu du 1^{er} semestre 2008 par zone géographique

(en millions d'euros)	Revenu		Croissance organique
	S1 2008	S1 2007	
Europe	873	846	+3,5%
Amérique du Nord	942	1 008	+5,5%
Asie-Pacifique	243	235	+8,8%
Amérique latine	111	104	+6,9%
Afrique et Moyen-Orient	57	55	+16,9%
Total	2 226	2 248	+ 5,4%



➤ Revenu du 2^{ème} trimestre 2008

Le 2^{ème} trimestre a maintenu un taux de croissance élevé après celui du 1^{er} trimestre. Avec des revenus consolidés à 1 165M€, la croissance organique du 2^{ème} trimestre s'établit à +5,5% et + 6,8% hors activités santé.

Répartition du revenu 2^{ème} trimestre par zone géographique :

(en millions d'euros)	Revenu		Croissance organique
	2 ^{ème} trimestre 2008	2 ^{ème} trimestre 2007	
Europe	470	457	+3,8%
Amérique du Nord	476	516	+5,8%
Asie-Pacifique	127	127	+6,2%
Amérique latine	59	57	+7,5%
Afrique et Moyen-Orient	33	32	+18,8%
Total	1 165	1 189	+5,5%

L'Amérique du Nord et l'Europe ont encore amélioré leur croissance organique au 2^{ème} trimestre, soulignant la pertinence des options stratégiques choisies par le Groupe pour dégager de la croissance dans des économies matures en bas de cycle.

□ Marge opérationnelle et Résultat opérationnel

La Marge opérationnelle atteint 334M€ au 1^{er} semestre 2008 contre 337M€ pour la même période en 2007. Hors effet de change (2008 au taux de change 2007), elle s'établit à 369M€ en hausse de + 9,5%.

Le Taux de marge opérationnelle du Groupe ressort à 15%, au-dessus des attentes du Groupe et au même niveau que celui du 1^{er} semestre 2007.

Ce taux prend en compte les effets dilutifs dus à des acquisitions récentes, les coûts d'intégration et une part fortement croissante du numérique qui dégage une marge moyenne plus faible même si elle est en constante amélioration. Ainsi cette stabilité apparente reflète en réalité le progrès continu réalisé par toutes les entités du Groupe dans le contrôle de leurs coûts.

Hors effet de change le taux de marge opérationnelle ressort à 15,2%.

Le résultat opérationnel s'élève à 320M€ au 1^{er} semestre 2008 contre 331M€ au 1^{er} semestre 2007.

□ Résultat net

Le Résultat net (part du groupe) s'élève à **192 millions d'euros** en recul de 3% sur celui du 1^{er} semestre 2007 après notamment impact des effets de change.

□ Free Cash Flow

Le Free cash flow du Groupe (hors variation du besoin en fonds de roulement) est en diminution par rapport au premier semestre 2007 du fait de l'impact défavorable des taux de change, passant de 289 millions d'euros (au premier semestre 2007) à 266 millions d'euros (au premier semestre 2008).

Hors effet de change le Free cash flow s'améliore de 4%.



□ Capitaux propres

Les capitaux propres consolidés part du Groupe s'élèvent à 1 923M€ au 30 juin 2008 contre 2 198M€ au 31 décembre 2007 en raison de l'impact du taux de change (196 millions d'euros), du rachat de 8 millions d'actions pour compte propre (197 millions d'euros) sur la période et de l'affectation du dividende prélevé sur le résultat 2007 (106M€), ces impacts étant partiellement compensés par le résultat net du 1^{er} semestre 2008.

□ Endettement net

L'endettement financier net s'établit à 1 118€ au 30 juin 2008 en augmentation de 281M€ par rapport au 31 décembre 2007, en raison du rachat d'actions propres (197M€) et la baisse habituelle des ressources de trésorerie à chaque premier semestre. La dette nette moyenne du Groupe ressort en amélioration de 130M€, à 1 036M€ pour le 1^{er} semestre 2008.

Si l'on reconvertit la dette moyenne 2008 aux taux de change 2007 (soit une dette moyenne de 927M€), l'amélioration ressort à 239M€.

Le ratio Dette nette / fonds propres passe de 0,38 au 31 décembre 2007 à 0,57 au 30 juin 2008.

□ Impact des effets de change

Pour favoriser les comparaisons avec les entreprises du secteur dont les comptes sont tenus dans d'autres devises, les principaux indicateurs de Publicis Groupe seraient :

	En US \$		En £	
	Montant	Var	Montant	Var
Revenu	3 406 M\$	+ 14,0%	1 725 M£	+ 13,7%
Croissance de la marge opérationnelle	511 M\$	+ 14,1%	259 M£	+ 13,8%

Faits marquants premier semestre 2008

□ Initiatives stratégiques

➤ **Création et Lancement de VivaKi : une initiative stratégique majeure**

En janvier, Publicis Groupe avait annoncé sa collaboration avec Google, un tournant marquant le choix du groupe dans l'univers du numérique, pour des systèmes ouverts encourageant le développement de collaborations multiples.

En juin, à l'occasion du « Digital Day » organisé par le Groupe, la création de VivaKi a été annoncée. Le Groupe franchit une étape décisive vers sa transformation en modifiant profondément son organisation et son approche des métiers, afin de mieux servir ses clients et de tirer le meilleur parti de la forte croissance de ce secteur.

VivaKi accueille Digitas, Starcom MediaVest, Denuo et ZenithOptimedia qui bien que demeurant indépendants, développeront de nouveaux services, de nouveaux outils et de nouveaux partenariats.



En regroupant les forces de Publicis Groupe dans les domaines des medias, qu'ils soient analogiques ou numériques, le Groupe se positionne de façon tout à fait originale et prend une avance décisive sur ses concurrents.

En créant VivaKi avec plus de 14 000 collaborateurs et un revenu supérieur à 1,3Md€ (2Mds de US\$) Publicis Groupe s'impose comme le leader mondial sous un management unique, avec la possibilité d'agir de façon rapide, forte et cohérente dans un marché où la taille des acteurs joue un rôle essentiel.

Cette création, pièce maitresse de la stratégie du groupe, permet :

- de mieux répondre aux besoins des annonceurs en leur offrant des solutions qui intègrent tous leurs besoins de communication sans silo et de manière très performante, rapide et actuelle. Les clients de Publicis Groupe bénéficieront ainsi d'un accès au futur avant leurs concurrents

- de regrouper tous les moyens d'études, de recherches, les outils et les talents (rares dans cet univers) au sein du VivaKi Nerve Center, offrant ainsi à toutes les structures du Groupe les solutions numériques les plus avancées.

- Grâce à la taille offerte par VivaKi, de favoriser une collaboration avec les grandes plateformes électroniques. Après l'accord avec Google, plusieurs autres accords de collaboration viennent d'être conclus avec les « majors » du numérique évitant ainsi d'engager des investissements massifs dans les technologies éphémères et offrant une avancée au bénéfice des clients :

- « Audience on Demand » avec Yahoo! Microsoft et Platform A (AOL)
- « Mobile Communication » avec Yahoo! et PhoneValley, filiale de Publicis Groupe.

- D'attirer et de retenir les meilleurs talents dans un marché de pénurie avec la création d'un pôle « Talent et Innovation », au sein de VivaKi. De premières pistes de réflexion innovantes ont déjà été esquissées dans les domaines du recrutement, de la mise en réseau, de la mobilité, de la formation ou de la diversité.

➤ **Saatchi & Saatchi : JV avec Energy Source (China)**

Aux acquisitions réalisées et annoncées au premier trimestre s'est ajoutée la création en Chine de Saatchi & Saatchi Energy Source Integrated Interactive solutions, co-entreprise fondée par Saatchi & Saatchi et le leader chinois des solutions interactives Energy Source.

➤ **Digitas Expansion (India, Singapore, China)**

Dans le même temps, afin d'étendre la présence de Digitas dans le monde, l'agence Solutions présente en Inde et à Singapour a rejoint Digitas prenant le nom de Solutions | Digitas.

□ **Création**

L'excellence créative de Publicis Groupe a été à nouveau remarquée.

Le Groupe a remporté nombre de succès dans les différents concours dont le très convoité Grand Prix du Film au Festival de Cannes, couronnant une moisson de 101 Lions (dont 16 d'or). Aux Clio Awards, le groupe remporte le Grand Prix Innovation Media et 5 Clios d'or sur un total de 51 Clios s'ajoutant à la brillante moisson de 81 prix du « One Show ».

Dans toutes ces manifestations Publicis Groupe s'est systématiquement classé deuxième, ce qui, ramené à sa taille relative, le place clairement en tête.



□ **New Business : Publicis Groupe N°1 mondial avec 3 Mds \$**

La performance créative, la position forte des différents réseaux, le repositionnement du groupe et son leadership dans l'univers numérique/interactif valident l'attractivité de l'offre du Groupe : Publicis Groupe se classe N°1 mondial sur le semestre en New Business (classement Lehman Brothers) avec des conquêtes très spectaculaires et un total de 3 Mds\$. Cette performance s'est poursuivie au mois de juillet.

□ **Nominations**

A la suite de la création de VivaKi, plusieurs nominations ont eu lieu :

- David Kenny et Jack Klues tous deux membres du Directoire du Groupe, dirigeront VivaKi en qualité de Managing Partners,
- Renetta Mc Cann prend en charge le pôle « Talents et Innovation »,
- Laura Desmond est nommée CEO de SMG Worldwide, Laura Lang CEO de Digitas Worldwide
- Curt Hecht est promu Président de VivaKi Nerve Center

□ **Evénements postérieurs au 30 juin 2008**

➤ **Remboursement OCEANE 2008**

Le 17 juillet 2008, le Groupe a procédé au remboursement de l'Océane 2008 pour un montant total de 677 millions d'euros (dont 5 millions d'euros d'intérêts).

En supprimant une dilution potentielle de 23 172 413 actions, ce remboursement en numéraire améliorera nettement le bénéfice net par action dilué du second semestre et donc de l'année 2008.

A titre d'information, le bénéfice par action dilué au 30 juin 2008, en prenant l'hypothèse d'un remboursement intervenu au premier janvier 2008, aurait été de 0,94 euro, en progression de 6% (contre 0% pour le dilué publié).

Pour financer ce remboursement, le Groupe a utilisé 450M€ sur le 1,5 Milliard d'€ de crédit syndiqué multidevises dont il dispose et 227M€ sur la trésorerie disponible du Groupe.

➤ **Nouvelles acquisitions**

- **Kekst and Company Incorporated**

Début juillet le Groupe a annoncé l'acquisition de Kekst and Company Incorporated, agence américaine de tout premier rang et mondialement reconnue dans les domaines des relations publiques, stratégiques et financières.

- **Portfolio (Korea – digital)**

Le 23 juillet, Publicis Groupe a annoncé l'acquisition de Portfolio, agence coréenne, pionnière dans les services numériques intégrés et proposant une offre complète de services en marketing numérique.

Leader sur un marché Coréen en pleine explosion, Portfolio joint Publicis Modem, la branche numérique du réseau mondial Publicis, et prend le nom de Publicis Modem Korea.



Perspectives

Toutes ces initiatives, qu'il s'agisse de réorganisations de nos actifs, d'opérations de croissance externe ou bien d'accords, traduisent la volonté du Groupe d'accélérer son développement dans les activités porteuses : le numérique, les medias, les marchés émergents et la communication holistique.

Ainsi sur le 1^{er} semestre 2008, les chiffres réalisés attestent de l'efficacité des options stratégiques retenues : Très forte croissance dans les medias et le digital, solide croissance des réseaux publicitaires et un excellent New Business.

Le mois de juillet se déroule sous de bons auspices, avec notamment de nouveaux gains de contrats (Homebase, Holcim, Disney et de nombreux budgets dans le numérique dont Nissan en Europe).

Le contexte économique mondial est marqué par la crise financière et le renchérissement du pétrole et des matières premières. Des baisses d'investissements marketing sont attendues dans certains secteurs comme l'automobile ou la finance.

Le deuxième semestre 2008 sera fortement influencé par les investissements publicitaires liés aux Jeux Olympiques.

Les prévisions établies notamment par ZenithOptimedia tendent à montrer que les secteurs ou marchés en croissance compensent les baisses attendues ; Publicis Groupe reste, à ce stade, bien orienté et devrait dégager une bonne croissance au deuxième semestre 2008.

Les premières indications pour 2009 confirment le traditionnel fléchissement post année olympique anticipé.

En ce qui concerne Publicis Groupe les premières tendances sont encourageantes.

Les marges se sont situées au premier semestre à un niveau plus élevé qu'attendu, malgré les effets de change et l'augmentation de la part du numérique dans nos chiffres.

Le deuxième semestre devrait avoir une configuration à peu près semblable, l'objectif étant de consolider la marge à son niveau élevé pour 2008 et 2009.

#

#



CONTACTS :

Publicis Groupe:

Peggy Nahmany, Communication Externe :

+ 33 (0)1 44 43 72 83

peggy.nahmany@publicisgroupe.com

Martine Hue, Relations Investisseurs :

+ 33 (0)1 44 43 65 00

martine.hue@publicisgroupe.com

Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577) est le 4^{ème} groupe mondial de communication, le deuxième groupe mondial en conseil et achat media, ainsi que le leader mondial en communication digitale et dans la santé. Le Groupe est présent dans 104 pays sur les 5 continents et compte environ 45 000 collaborateurs.

L'offre de services en communication du Groupe, auprès de clients locaux aussi bien qu'internationaux, comprend la publicité, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome, Leo Burnett, Publicis et Saatchi & Saatchi, ainsi que deux réseaux multi-hubs : Fallon et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; le conseil et l'achat d'espace media, à travers deux réseaux mondiaux : Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia; une expertise dans la communication numérique et interactive grâce notamment au réseau Digitas ; les marketing services et la communication spécialisée, comme la communication santé, la communication corporate et financière, les relations publiques, le marketing relationnel et direct, la communication événementielle et sportive, ainsi que la communication ethnique.

Site internet : www.publicisgroupe.com



Annexe

New Business du 1^{er} semestre 2008

3 Milliards USD (net)

Leo Burnett:

AAPT (Australie), Aviva Insurance (Taiwan), AXN – Sony (Italie), Carrefour Telecom (Taiwan), China Mobile (Grande Chine), Coke (Etats-Unis), Comitato Moda (Italie), Confitecol (Amérique Latine), Eidos – software game (Royaume-Uni), Ferreti Group (Italie), GMR Sports Pvt Ltd (India), Heineken (Hong-Kong), Home Retail Group (Royaume-Uni), Hongguo (Chine), ING Direct (Italie), ING Insurance (Malaysia), Intesa (Italie), Jumeirah (Dubai), Kuwait Telecom Company (Kuwait), Master Foods (Dubai), Mayfair (Maroc), McDonald's (Royaume-Uni), McDonald's (UK), Night Fever (France), Norumbi Shopping (Brésil), Oracle (Italie), P&G Clearblue (Italie), Q House Real Estate (Thaïlande), SAB Miller (Royaume-Uni), SAMS Club (Brésil), Samsung – B2C (Global), Sberbank (Russie), Sino Diamond Outlander (Taiwan), Tommy's Children's Charity (Royaume-Uni), Veinsa – Mitsubishi (Amérique Latine), Waitrose (France)

Publicis:

Citibank (Brésil), Garnier Fructis (Canada), HP (Europe & Middle-East), LG Electronics (Italie), Lion Nathan (Australie), Manpower (France), Slendertone (Royaume-Uni), PMU (France), Virgin (Australie), Yoplait (France)

Saatchi & Saatchi:

Alpitour travel agency (Italie), Amplifon (Italie), ArcelorMittal (Royaume-Uni), Asia Five Nations (Hong Kong), Atlantis (Royaume-Uni), Australia - Dept of the Prime Minister & Cabinet (Australie), AXA (Royaume-Uni), Comedy Central TV Chanel (Italie), Fresh Retail Ventures/Jamie Oliver (Royaume-Uni), GDF Suez (France/Global), Guinness (Royaume-Uni), Kerzner Group (Royaume – Uni & Emirats Arabes Unis), Miller Chill (Etats-Unis), Mondadori (Italie), Oesterreichisches Verkehrsbuero (Autriche), ParalympicsGB (Royaume-Uni), Pinko - Skelanimals (Italie), Sanyo Electronics (Nouvelle-Zélande), Senior's Money (Canada), MengNiu (Chine), Videocon (Inde), Volvo (Allemagne), Wal-Mart (Etats-Unis), WellPoint (Etats-Unis)



Starcom MediaVest Group:

Avon Cosmetics (Colombie), Bank of America (Etats-Unis), Bauer (Royaume-Uni), Cadbury (France), Coca-Cola (Asie-Pacifique), Emirates (Royaume-Uni), Emirates (France), Heineken (République Tchèque), E-on (Italie), Inbev (Roumanie), Samsung (Enero'08) (Argentine), Samsung (Afrique du Sud & Taiwan), Samsung (Emirats Arabes Unis), Snieszka (Roumanie), Strauss (Roumanie), Wisconsin Milk (Etats-Unis)

ZenithOptimedia :

2XL (Emirats Arabes Unis), Aerogal (Ecuador), Al Majid Motors (Emirats Arabes Unis), Ali & Sons (Emirats Arabes Unis), AMVIX (Grèce), Aspial-Lee Hwa (Singapour), Aston Martin (Royaume-Uni), Banyan Tree Hotels & Resorts Pte Ltd (Singapour), Barclay's (Espagne), Berker Mama (Turquie), Bratz (Espagne), Campofrio (Espagne), Chicco (Espagne), Collective Brands, Inc. (Etats-Unis), Control (Espagne), DASK (Turquie), Darden Restaurants (Etats-Unis), Doğuş Tea (Turquie), Dopod (Grande Chine), Dominos Pizza (Turquie), Dubai Investments (Emirats Arabes Unis), European Lease Fund (Pologne), Evyap (Turquie), FHB (Hongrie), Galata Town (Turquie), Godfrey's (Australie), Goldas (Turquie), Guangzhou Mobile (Chine), Hertz (International), Honda (Emirats Arabes Unis), Hyundai (Chine), James Boags (Australie), Jazeera Children's Channel (Emirats Arabes Unis), Kervan (Turquie), Kiler (Turquie), Kilim (Turquie), Lamoivan, Inc. (Philippines), Lievitalia (Italie), L'Oréal - Media Buying (France), Masvision (Espagne), Mega Brands (Royaume-Uni), Ministère de l'Agriculture (Pologne), Multiópticas (Espagne), O2 Digital (Royaume-Uni), Opfermann (Allemagne), Panasonic (Emirats Arabes Unis), Panasonic (Nouvelle-Zélande), Pertamina Pas (Indonésie)PGA (Grèce), Poltronesofa (Italie), Schering Plough (Royaume-Uni), Swarovski Special Store (Chine), Tadiran Carrier (Israel), Typhoo (Royaume-Uni), Viajes Iberia (Espagne), Warner Music Group (Royaume-Uni), WWF (Royaume-Uni), Wyeth (Chine), Zhuhai Mobile (Chine)

Publicis Healthcare Communications Group (PHCG):

GTx / Acadopene -- Medicus (Etats-Unis), Solvay/Zolip (Etats-Unis), Sanofi-Aventis/Multag – Saatchi & Saatchi Consumer Health and Wellness (Etats-Unis), UCB/brivaracetam - Medicus (Etats-Unis), Auxilium/Testim - Medicus (Etats-Unis)

Publicis Public Relations and Corporate Communications Group (PRCC):

AXA (Pays-Bas), Bouygues (France), Bureau Veritas (France), EBSCO (Etats-Unis), EU-China (Europe / Chine), GDF Suez (France), Groupama (France), Jardiland (France), Meedat (France), Ministère de l'Economie et du Travail (France), Moer Dijk Region (Pays-Bas), Morgan (France), Saison Culturelle (France), Theolia (France)



Digitas:

Delta (Global), Marks & Spencer (Royaume-Uni), Samsung (Global), Total (France)

Fallon:

Kerry Foods (Royaume-Uni), Rock Corps (Royaume-Uni)

Kaplan Thaler Group (United States):

Aflac (Etats-Unis), Lunesta (Etats-Unis)

PUBLICIS GROUPE

Compte de résultat consolidé

<i>en millions d'euros</i>	30 juin 2008	30 juin 2007	2007
Revenu	2 226	2 248	4 671
Charges de personnel	(1 389)	(1 402)	(2 829)
Autres charges opérationnelles	(453)	(454)	(954)
Marge opérationnelle avant amortissements	384	392	888
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(50)	(55)	(109)
Marge opérationnelle	334	337	779
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(14)	(15)	(30)
Perte de valeur	(4)	-	(6)
Autres produits et charges non courants	4	9	3
Résultat opérationnel	320	331	746
Coût de l'endettement financier net	(40)	(35)	(73)
Autres charges et produits financiers	(2)	(3)	(5)
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	278	293	668
Impôt sur le résultat	(84)	(88)	(201)
Résultat net des entreprises consolidées	194	205	467
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	5	6	9
Résultat net	199	211	476
Dont intérêts minoritaires	7	13	24
Dont part du Groupe	192	198	452

Données par action <i>(en euros)</i>			
<i>Nombre d'actions</i>	204 487 173	208 854 265	207 599 301
Bénéfice net par action	0,94	0,95	2,18
<i>Nombre d'actions dilué</i>	233 788 676	241 572 582	239 365 113
Bénéfice net par action – dilué	0,89	0,89	2,02

PUBLICIS GROUPE

Bilan consolidé

<i>en millions d'euros</i>	30 juin 2008	31 décembre 2007
Actif		
Ecarts d'acquisition nets	3 378	3 546
Immobilisations incorporelles nettes	772	826
Immobilisations corporelles nettes	470	501
Impôts différés actifs	95	148
Titres mis en équivalence	46	49
Autres actifs financiers	109	112
Actifs non courants	4 870	5 182
Stocks et en-cours de production	388	391
Clients et comptes rattachés	4 859	4 926
Autres créances et actifs courants	602	432
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 015	1 313
Actifs courants	6 864	7 062
Total de l'actif	11 734	12 244

Passif		
Capital	78	81
Réserves consolidées, part du Groupe	1 845	2 117
Capitaux propres, part du Groupe	1 923	2 198
Intérêts minoritaires	23	27
Total capitaux propres	1 946	2 225
Dettes financières à plus d'un an	1 245	1 293
Impôts différés passifs	220	240
Provisions à long terme	342	449
Passifs non courants	1 807	1 982
Fournisseurs et comptes rattachés	5 552	5 662
Dettes financières à moins d'un an	833	819
Dettes d'impôts sur les sociétés	104	99
Provisions à court terme	97	107
Autres dettes et passifs courants	1 395	1 350
Passifs courants	7 981	8 037
Total du passif	11 734	12 244

PUBLICIS GROUPE

Tableau des flux de trésorerie consolidés

<i>en millions d'euros</i>	30 juin 2008	30 juin 2007	2007
I- Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net	199	211	476
Impôt sur le résultat	84	88	201
Coût de l'endettement financier net	40	35	73
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(4)	(9)	(3)
Dotation aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	68	70	145
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	9	14	22
Autres produits et charges calculés	3	4	9
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	(5)	(6)	(9)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	5	3	11
Impôt payé	(102)	(84)	(197)
Intérêts financiers payés	(34)	(39)	(87)
Intérêts financiers encaissés	23	28	51
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	(219)	(183)	106
Flux net de trésorerie généré par l'activité	67	132	798
II- Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(43)	(35)	(88)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	23	9	11
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(2)	6	(6)
Acquisitions de filiales	(48)	(842)	(1 006)
Cessions de filiales	-	20	10
Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement	(70)	(842)	(1 079)
III- Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Augmentation (Réduction) de capital de Publicis Groupe SA	-	2	2
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	-	-	(92)
Dividendes versés aux minoritaires des sociétés consolidées	(15)	(12)	(26)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	9	-	12
Remboursement des emprunts	(9)	(15)	(24)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et Bons de souscription d'actions	(197)	(29)	(162)
Encaissement provenant des opérations de couverture	-	-	52
Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement	(212)	(54)	(238)
IV- Incidence des variations de taux de change	(80)	(1)	(82)
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	(295)	(765)	(601)
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1er janvier	1 313	1 920	1 920
Soldes créditeurs de banques au 1er janvier	<u>(24)</u>	<u>(30)</u>	<u>(30)</u>
Trésorerie à l'ouverture	1 289	1 890	1 890
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	1 015	1 166	1 313
Soldes créditeurs de banques à la clôture	<u>(21)</u>	<u>(41)</u>	<u>(24)</u>
Trésorerie à la clôture	994	1 125	1 289
Variation de la trésorerie consolidée	(295)	(765)	(601)

⁽¹⁾ *Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité*

Variation des stocks et en-cours de production	(18)	(96)	32
Variation des créances clients et autres créances	(274)	(60)	(689)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	<u>73</u>	<u>(27)</u>	<u>763</u>
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(219)	(183)	106

PUBLICIS GROUPE

Tableau de variation des capitaux propres

Nombre d'actions en circulation	<i>en millions d'euros</i>	Capital social	Réserves liées au capital	Réserves et résultats consolidés	Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	Total part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total capitaux propres
183 603 878	31 décembre 2006	79	2 631	(645)	15	2 080	27	2 107
	Gains et pertes enregistrés en capitaux propres				(23)	(23)	-	(23)
	Résultat net du semestre			198		198	13	211
	Total des produits et charges du semestre			198	(23)	175	13	188
212 970	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA	1	1			2		2
	Dividendes			(92)		(92)	(12)	(104)
	Rémunérations fondées sur des actions			14		14		14
	Juste valeur des stock-options intégrée dans le coût d'acquisition de Digitas			64		64		64
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(1)		(1)		(1)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de minoritaires						1	1
299 677	Achats/Ventes d'actions propres			(29)		(29)		(29)
184 116 525	30 juin 2007	80	2 632	(491)	(8)	2 213	29	2 242

Nombre d'actions en circulation	<i>en millions d'euros</i>	Capital social	Réserves liées au capital	Réserves et résultats consolidés	Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	Total part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total capitaux propres
183 600 411	31 décembre 2007	81	2 742	(411)	(214)	2 198	27	2 225
	Gains et pertes enregistrés en capitaux propres				(167)	(167)		(167)
	Résultat net du semestre			192		192	7	199
	Total des produits et charges du semestre			192	(167)	25	7	32
21 000	Augmentation (Réduction) de capital de Publicis Groupe SA et Annulation d'actions propres	(3)	(189)	192		-		-
	Dividendes			(106)		(106)	(15)	(121)
	Rémunérations fondées sur des actions			6		6		6
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(3)		(3)		(3)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de minoritaires						4	4
(7 667 019)	Achats/Ventes d'actions propres			(197)		(197)		(197)
175 954 392	30 juin 2008	78	2 553	(327)	(381)	1 923	23	1 946

PUBLICIS GROUPE

Détail des gains et pertes de la période enregistrés directement en capitaux propres

<i>en millions d'euros</i>	30 juin 2008	30 juin 2007
Réévaluation des titres disponibles à la vente	2	(3)
Couverture d'investissements nets	-	-
Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies	27	12
Réserve de conversion	(196)	(32)
Total des gains et (pertes) de la période enregistrés directement en capitaux propres	(167)	(23)

Détail du calcul du bénéfice par action

Bénéfice par action (de base et dilué)

		Proforma ⁽¹⁾ 30 juin 2008	30 juin 2008	30 juin 2007
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA <i>(en millions d'euros)</i>				
Résultat net part du Groupe	a	195 ⁽²⁾	192	198
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt		2	16	16
Résultat net part du Groupe – dilué	b	197	208	214
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA				
Nombre d'actions moyen en circulation (après déduction des actions propres)		181 055 238	181 055 238	183 860 201
Actions à remettre en remboursement des Oranes		23 431 935	23 431 935	24 994 064
Nombre d'actions moyen d'actions retenu pour le calcul	c	204 487 173	204 487 173	208 854 265
<i>Impact des instruments dilutifs ⁽³⁾:</i>				
- Effet des levées de stock-options dilutives		644 756	644 756	3 478 916
- Effet de l'exercice des BSA (Bons de Souscription d'Actions)		-	-	582 654
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles		5 484 334	28 656 747	28 656 747
Nombre d'actions dilué	d	210 616 263	233 788 676	241 572 582
<i>(en euros)</i>				
Bénéfice net par action	a/c	0,95	0,94	0,95
Bénéfice net par action – dilué	b/d	0,94	0,89	0,89

(1) Simulation remboursement Oceane 2008 au 1^{er} janvier 2008.

(2) Résultat net part du groupe corrigé du différentiel de frais financiers nets d'impôts (club deal et cash vs Oceane 2008).

(3) Seuls les Bons de Souscription d'Actions, les stock-options et les emprunts convertibles ayant un effet dilutif sont pris en considération. Au 30 juin 2008, les emprunts convertibles et quelques plans de stock-option, dont le prix d'exercice est inférieur au cours moyen de la période, ont un effet dilutif.

Il convient de noter qu'une annulation de 8 millions d'actions propres autodétenues est intervenue le 28 février 2008. Cette annulation a été suivie du rachat d'un nombre équivalent d'actions (8 millions) entre mars et juin 2008

PUBLICIS GROUPE

Bénéfice courant par action (de base et dilué)

		Proforma ⁽¹⁾ 30 juin 2008	30 juin 2008	30 juin 2007
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽³⁾ (en millions d'euros)				
Résultat net part du Groupe		195 ⁽²⁾	192	198
<i>Eléments exclus :</i>				
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt		9	9	9
- Perte de valeur, nette d'impôt		3	3	-
Résultat net courant part du Groupe	e	207	204	207
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt		2	16	16
Résultat net courant part du Groupe – dilué	f	209	220	223
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA				
Nombre d'actions moyen en circulation (après déduction des actions propres)		181 055 238	181 055 238	183 860 201
Actions en remettre en remboursement des Oranes		23 431 935	23 431 935	24 994 064
Nombre d'actions moyen d'actions retenu pour le calcul	c	204 487 173	204 487 173	208 854 265
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Effet des levées de stock-options dilutives		644 756	644 756	3 478 916
- Effet de l'exercice des BSA (Bons de Souscription d'Actions)		-	-	582 654
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles		5 484 334	28 656 747	28 656 747
Nombre d'actions dilué	d	210 616 263	233 788 676	241 572 582
<i>(en euros)</i>				
BNPA courant ⁽³⁾	e/c	1,01	1,00	0,99
BNPA courant – dilué ⁽³⁾	f/d	0,99	0,94	0,92

(1) Simulation remboursement Oceane 2008 au 1^{er} janvier 2008

(2) Résultat net part du groupe corrigé du différentiel de frais financiers nets d'impôts (club deal et cash vs Oceane 2008).

(3) BNPA avant amortissement des incorporels liés aux acquisitions et perte de valeur.