



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 3 mai 2007

Revenu 1^{er} Trimestre 2007 :

- **Revenu : 1 059 millions d'euros, + 6,5%**
- **New-Business net : 2,5 milliards de dollars**

“Comme nous l'avions prévu, le profil du revenu de l'année 2007 sera très différent de celui de 2006. En effet le premier semestre 2006 intégrait des revenus de budgets perdus fin 2005 et début 2006 rendant toute comparaison sur cette période peu pertinente; c'est ainsi que la croissance organique ressort à près de 3% ne reflétant ni le dynamisme réel de nos opérations, ni la croissance organique annuelle attendue.

Ce premier trimestre très actif a apporté de bonnes nouvelles : le New Business net s'élève à 2,5 milliards US dollars. L'intégration de Digitas se déroule idéalement, confirmée par une croissance de 16,8% de ses revenus sur les 3 premiers mois de l'année. Enfin, l'exécution de notre stratégie de croissance externe se réalise comme prévu.

Je suis confiant pour cette année 2007, et confirme nos objectifs de croissance organique de l'ordre de 5% sur l'ensemble de l'année avec une accélération progressive au fil des trimestres.»

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe



PUBLICIS GROUPE

I. Un revenu en croissance

Le revenu du Groupe s'est élevé à 1 059 millions d'euros au premier trimestre, en progression de 11,7% à change constant et 6,5% sur celui de 2006.

Ce montant inclut une variation de périmètre positive de 83 millions d'euros et un impact négatif de 46 millions d'euros dû à l'appréciation de l'Euro face à diverses devises, notamment vis-à-vis du Dollar US (36 millions).

La croissance organique ressort à 3% sur cette période, la comparaison étant toutefois peu pertinente du fait que le trimestre comparable 2006 intégrait des budgets perdus fin 2005 et début 2006, alors que celui de 2007 n'intègre pas encore les gains du début de l'année.

II. Faits marquants du premier trimestre 2007

▪ Un new business en forte croissance : *2,5 milliards de dollars*

La forte activité en New Business de ce premier trimestre 2007 confirme ainsi la tendance observée au quatrième trimestre 2006.

La progression du New Business en Amérique du Nord et en Amérique Latine est d'autant plus satisfaisante qu'elle est le résultat conjugué de gains de nouveaux budgets et de l'extension de collaboration avec nos clients existants.

▪ Des acquisitions stratégiques :

La dynamique de croissance externe du premier trimestre 2007, en ligne avec la stratégie présentée, vient conforter les positions de leader de Publicis Groupe aussi bien dans les SAMS que dans les zones et les marchés en forte croissance :

- **Digitas (USA)**: finalisée le 29 janvier 2007 au terme de l'Offre Publique d'Achat annoncée le 20 décembre 2006, Digitas est désormais détenu à 100% par le Groupe (consolidé à compter de la date de prise de contrôle soit le 25 janvier 2007). L'intégration de Digitas se déroule de façon optimale, sans perte de budgets ni de collaborateurs. Les synergies annoncées lors de l'acquisition sont confirmées.

Le premier trimestre tient toutes les promesses de croissance de Digitas. Sur une base comparable le revenu ressort à 113 millions de dollars et une croissance organique à 16,8%

- **Pharmagistics (USA)**, agence de communication santé, spécialiste en marketing digital et multicanaux auprès des médecins et des praticiens.
- **Yong Yang (Chine)**, agence spécialisée dans les Marketing Services (avec 29 agences).
- **The McGinn Group (USA)**, spécialiste en communication Corporate, (« issues et crisis management »), et Relations Presse.



PUBLICIS GROUPE

III. Commentaires de l'activité du 1^{er} trimestre 2007

Toutes les zones géographiques progressent de façon organique avec des situations contrastées :

(en millions d'euros)	T1 2006	T1 2007	Croissance organique	Croissance à taux de change constants	Croissance
Europe	374	389	+ 1,8%	+ 3,7%	+4,0%
Amérique du Nord	445	492	+ 3,1%	+ 20,6%	+10,6%
Asie Pacifique	108	108	+1,0%	+ 4,9%	ns
Amérique Latine	47	47	+ 9,8%	+ 9,3%	ns
Moyen-Orient	20	23	+ 17,7%	+ 21,1%	+ 15,0%
Total	994	1 059	+ 3.0%	+ 11,7%	+ 6,5%

- **Europe** : La progression supérieure à 10% de l'Europe du Sud, de l'Europe Centrale et de la Russie et la relative bonne performance de l'Allemagne compensent en partie le recul des autres pays de l'Ouest.

- **Amérique du Nord** : Progression satisfaisante malgré l'impact occasionné par les pertes de certains budgets. Les gains de budgets enregistrés en début d'année 2007 devraient largement compenser ces effets au cours des prochains trimestres.

- **Région Asie-Pacifique**: On observe des croissances supérieures à 10% en Asie du Sud Est et en Inde et un recul en Corée et en Thaïlande. La Chine affiche une croissance de 5,7% au 1^{er} trimestre, premiers résultats de la politique commerciale sélective opérée en 2006.

- **Amérique Latine**: les croissances sont supérieures à 10%.

- **Moyen-Orient** : croît très fortement.

Alors que les activités de média et interactives sont en forte hausse, celles de la communication santé connaissent un tassement par la fin de contrats temporaires dans les « Selling Solutions ».

IV. Perspectives

L'activité du premier trimestre 2007 permet de confirmer l'objectif de croissance organique de l'ordre de 5% pour l'année. En matière de marge opérationnelle, l'année 2007 sera marquée par la poursuite des actions de réduction de nos coûts à travers le programme Horizon et par l'effet de l'intégration de Digitas. Celle-ci se traduira par la prise en charge de coûts exceptionnels en relation avec l'acquisition qui doivent désormais figurer dans le compte de résultat 2007, selon les normes IFRS. Les synergies réalisées lors de l'intégration de Digitas auront leur plein effet sur l'année 2008, ce qui nous conforte sur la réalisation de notre objectif d'une marge opérationnelle de 16,7% en 2008.



PUBLICIS GROUPE

* *
*

Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577 et NYSE : PUB) est le 4^{ème} groupe mondial de communication et le 2^{ème} groupe mondial de conseil et achat média, avec une présence dans 104 pays sur les 5 continents, il compte près de 42 000 collaborateurs.

Les activités de communication du Groupe comprennent à la fois la publicité, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome : Leo Burnett, Publicis, Saatchi & Saatchi; deux réseaux multi-hubs : Fallon Worldwide et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; le conseil et l'achat d'espace à travers deux réseaux mondiaux : ZenithOptimedia et Starcom MediaVest Group ; le marketing interactif et digital, et les marketing services et la communication spécialisée : marketing relationnel, relations publiques, communication corporate et financière, communication ethnique, communication événementielle et leader en communication santé ...).

Site internet : www.publicisgroupe.com

Contacts :

Relations Investisseurs : Martine Hue - + 33 (0)1 44 43 65 00
Corporate Communication : Eve Magnant - + 33 (0)1 44 43 70 25



PUBLICIS GROUPE

Annexe 1

New Business Net du premier trimestre 2007 2,5 milliards US Dollars

Gains de budgets

Publicis :

Procter & Gamble/ Oral B (global), Airbus (Royaume-Uni), Renault (ext.7 pays), Newell Rubbermaid (Etats-Unis), Sparkasse (Allemagne), FastWeb (Italie), ANIA (Italie), Girard-Perregaux (Allemagne)

Leo Burnett :

Learning and Skills Council (Royaume-Uni), Orange (Roumanie), Seek (Australie), Coke/Red Lounge (Chine), Wrigley (Chine), Mirae (Inde), Mirae Asset (Corée), Courts (Singapour)

Saatchi & Saatchi :

Wendy's (Etats-Unis), MSIG Insurance (Singapour/Asie), Asia Pacific Breweries (Malaysia/Asie), La Halle (France), Electrolux (Brésil)

Fallon :

Asda (Royaume-Uni), Eurostar (Royaume-Uni), Cadbury (Royaume-Uni), Fox Motion Pictres (Japon)

Kaplan Thaler Group (US) :

TiVo (Etats-Unis)

Starcom MediaVest Group (conseil et achat média) :

Wal-Mart (Etats-Unis), Wendy's (Etats-Unis), GlaxoSmithKline (Europe), Unilab (Philippines), Cranium (Etats-Unis), Future Group (Inde), Rhene Pharmaceutical (Chine)

ZenithOptimedia (conseil et achat média) :

Twentieth Century (Etats-Unis), Sabanci (Turquie), Mio Technology (Europe)

SAMS (agences spécialisées et marketing services) :

PHCG:

Schering/Respiratory (Etats-Unis), Amylin-Lilly/Symlyn/Byetta (Etats-Unis)

PRCC:

Loblaw Companies (Canada), General Mills (Etats-Unis), Royal and Sun Alliance (Royaume-Uni)



PUBLICIS GROUPE

Principales pertes de budgets

Publicis :

Post Office (Royaume-Uni), Sprint (Etats-Unis)

Leo Burnett :

COI (Royaume-Uni), McDonald's (Royaume-Uni), Saudi Telecom Company (Arabie Saoudite), Joe (Roumanie), Kooperativa (République Tchèque)

Starcom:

Macy's/Federated Department Stores (Etats-Unis), Masterfoods (Italie), Sony Australie (Australie)

ZenithOptimedia :

Leapfrog (Etats-Unis), Kerr McGee (Etats-Unis)



PUBLICIS GROUPE

Annexe 2

Calcul de la croissance organique du premier trimestre 2007 (millions d'euros)

Revenu T1 2006	994
Impact des taux de change	(46)
<hr/>	
Revenu T1 2006 au taux de change 2007(a)	948
Revenu T1 2007 avant impact des acquisitions ⁽¹⁾ (b)	976
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	83
<hr/>	
Revenu T1 2007 (c)	1 059
Croissance organique (b/a)	+3,0%
Croissance à taux de change constants (c/a)	+11,7%

(1) Nettes des cessions

Note : Le revenu de la période intègre le revenu des entités acquises à partir de la date effective d'acquisition. Pour le calcul de la croissance organique :

- le revenu de l'année précédente est d'abord recalculé au taux de change moyen de la période en cours
- le revenu des acquisitions (nets de celui des sociétés cédées lorsqu'il y en a) est retranché du revenu de l'année en cours en vue de neutraliser l'impact des changements de périmètre sur la croissance.

La différence entre le revenu de l'année précédente (reconverti au taux de change de la période en cours) et le revenu de l'année en cours, après déduction du revenu des acquisitions (net de celui des sociétés cédées), est rapportée au revenu de la période précédente pour déterminer le pourcentage de croissance organique.