

RESULTATS ANNUELS 2011



AVERTISSEMENT

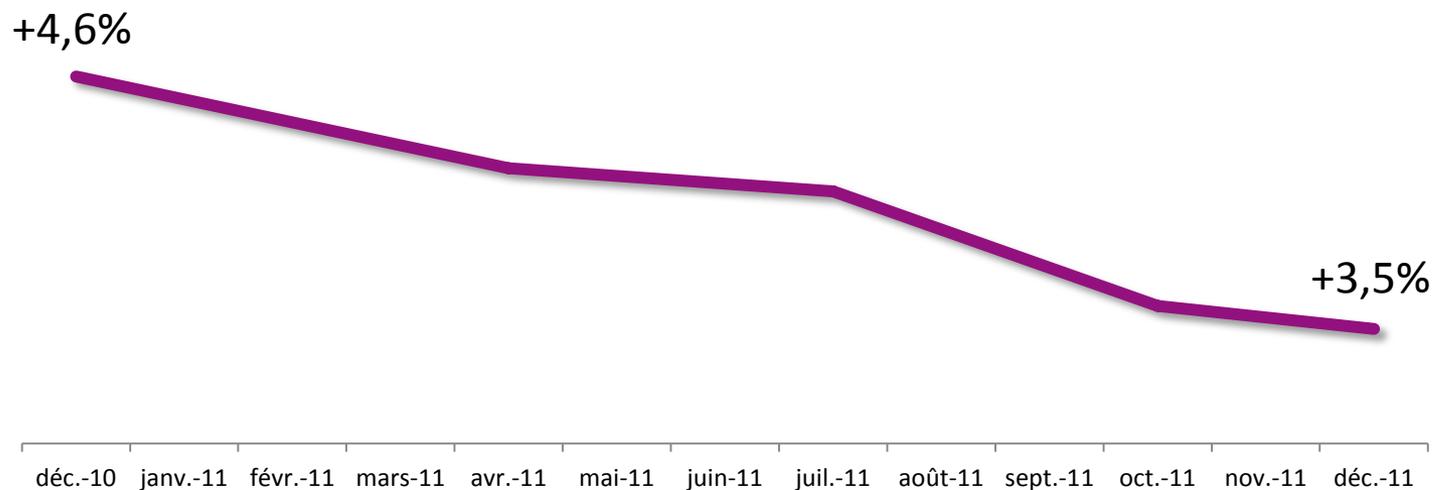
Certaines informations autres qu'historiques contenues dans le présent document sont susceptibles de constituer des données à caractère prévisionnel («forward-looking statements») ou des prévisions financières non auditées, Ces données sont sujettes à des risques et des aléas pouvant se traduire, ultérieurement, par des données réelles substantiellement différentes, Ces données sont présentées à la date du présent document et Publicis Groupe n'assume aucune obligation quant à leur mise à jour du fait d'événements nouveaux ou de toute autre raison autre que les réglementations applicables, Publicis Groupe vous invite à prendre connaissance avec attention des informations relatives aux facteurs de risque susceptibles d'affecter son activité telles que figurant dans son Document de Référence déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF), y compris une conjoncture économique défavorable, un secteur extrêmement concurrentiel, la possibilité que nos clients peuvent remettre nos contrats en cause très rapidement, une part non négligeable des revenus du Groupe provenant de clients importants, conflits d'intérêts entre annonceurs d'un même secteur, la dépendance du Groupe sur ses dirigeants et ses collaborateurs, les lois et réglementations s'appliquant aux métiers du Groupe, des actions judiciaires engagées contre le Groupe au motif que certains messages publicitaires seraient mensongers ou trompeurs ou que les produits de certains clients se révéleraient défectueux, la stratégie de développement par acquisition d'entreprises, la dépréciation des écarts d'acquisition et les actifs inscrits au bilan du Groupe, la présence du Groupe dans les marchés émergents, la difficulté de mettre en œuvre le contrôle interne, l'exposition au risque de liquidité, une baisse de la notation officielle du Group, et l'exposition aux risques de marché financier.

CONTEXTE 2011

■ Contexte économique et financier

- Croissance économique au premier semestre 2011
- Crise financière août 2011 :
 - Dettes souveraines dans l'Eurozone
 - Dégradation de la notation de la dette américaine
- Incertitudes

■ Prévisions dépenses publicitaires 2011* revues à la baisse au cours de l'année



PUBLICIS GROUPE 2011

Revenu	5 816 M€
Croissance publiée	+ 7,3%
Croissance organique	+ 5,7%
Marge opérationnelle	931 M€
% du revenu	16,0%
vs.2010	+ 8,8%

PUBLICIS GROUPE 2011

Résultat Net **600 M€**
+14,1%

BNPA* **2,64 €**
+12,3%

Free Cash Flow** **704 M€**
+9%

* BNPA dilué

** Free Cash Flow (avant variation du BFR)

PUBLICIS GROUPE DANS LE CONTEXTE 2011

- **En dépit du contexte tous les objectifs atteints ou dépassés**
- **Croissance \geq 5% dans toutes les zones**
- **Marge à 16,0% intégrant :**
 - Investissements dans les talents
 - Investissements dans les technologies
- **N°1 en New Business 2011* : année record**
- **Acquisitions majeures :**
 - Digital : Rosetta, Big Fuel
 - Brésil : Talent, DPZ
 - Chine : Genedigi

PUBLICIS GROUPE “BEST IN CLASS” SUR LE NEW BUSINESS ET DANS LES CLASSEMENTS

Créativité

	Rang par Points par \$B
PUBLICIS GROUPE	1
Omnicom	2
WPP	3
Interpublic	4

Source : Gunn report – juillet 2010

Net New Business 2011 Publicis Groupe N°1*

7,9 milliards de USD

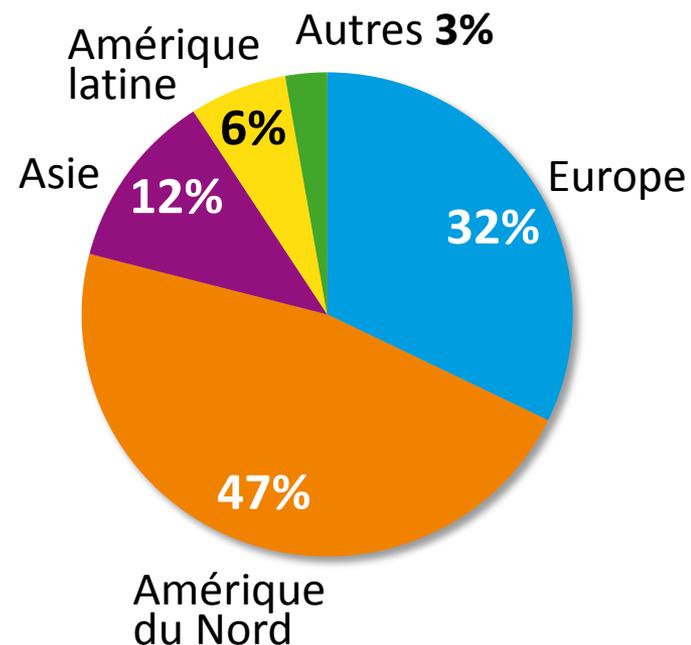
* Classement JP Morgan et Nomura publié en janvier 2012

RESULTATS FINANCIERS



REVENU 2011 PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

(millions EUR)	2011	2010	Croissance Organique 2011	Var. 2011 / 2010
Europe	1 872	1 761	+ 4,8%	+ 6,3%
Amérique du Nord	2 721	2 606	+ 5,9%	+ 4,4%
Asie Pacifique	690	617	+ 5,7%	+ 11,8%
Amérique Latine	374	284	+ 8,8%	+ 31,7%
Moyen-Orient et Afrique	159	150	+6,1%	+ 6,0%
Total	5 816	5 418	+ 5,7%	+ 7,3%



CROISSANCE SOUTENUE DANS TOUTES LES REGIONS DU MONDE

REVENU DU 4^{EME} TRIMESTRE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

(millions EUR)	T4 2011	T4 2010	Croissance Organique 2011	Var. 2011 / 2010
Europe	549	556	- 2,5%*	- 1,3%
Amérique du Nord	764	683	+ 5,0%	+ 11,9%
Asie Pacifique	211	180	+ 7,6%	+ 17,2%
Amérique Latine	116	87	+ 9,4%	+ 33,3%
Moyen-Orient et Afrique	57	54	+ 4,7%	+ 5,6%
Total	1 697	1 560	+ 2,9%	+ 8,8%

**BONNE CROISSANCE MALGRE LE FORT EFFET DE BASE
(+12,5% AU T4 2010)**

* Effet de base défavorable : Europe +11,3% de croissance organique au T4 2010

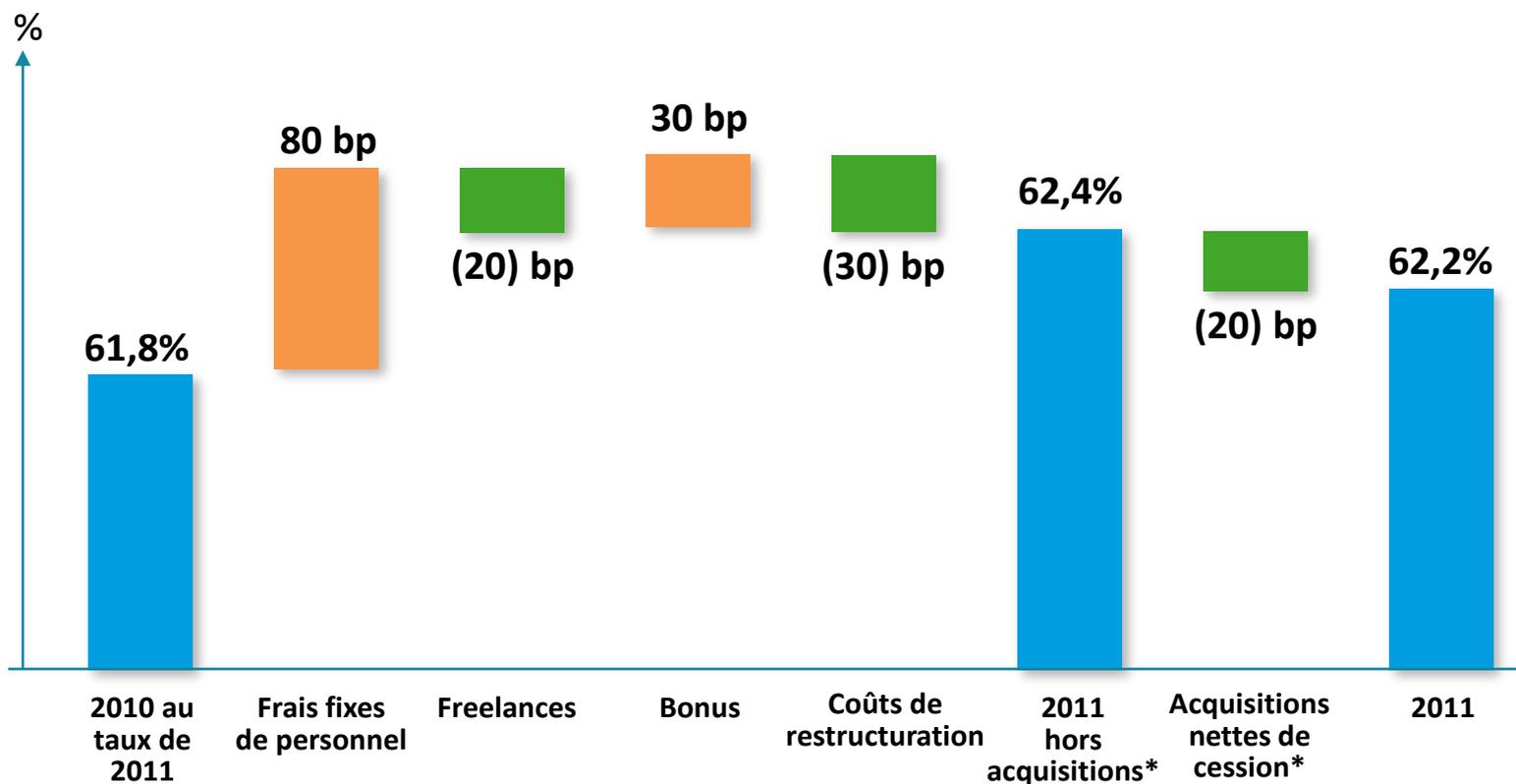
COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

(millions EUR)	2011	2010	Var. '11 / '10
Revenu	5 816	5 418	+ 7,3%
EBITDA	1 034	967	+6,9%
Marge opérationnelle	931	856	+8,8%
<i>en % du revenu</i>	<i>16,0%</i>	<i>15,8%</i>	
Amortissement des actifs incorporels liés aux acquisitions	(38)	(34)	
Perte de valeur	(0)	(1)	
Autres produits (charges) non courants	21	14	
Résultat opérationnel	914	835	+9,5%
Charge financière nette	(54)	(76)	
Impôt sur le résultat	(248)	(216)	
Mises en équivalence	17	8	
Intérêts minoritaires	(29)	(25)	
Résultat net part du Groupe	600	526	+14,1%

MARGE OPERATIONNELLE

(millions EUR)	2011	2010
Revenu	5 816	5 418
Charges de personnel	(3 615)	(3 346)
Autres charges opérationnelles	(1 167)	(1 105)
Dotation aux amortissements	(103)	(111)
Marge opérationnelle	931	856
	16,0%	15,8%

RATIO DES CHARGES DE PERSONNEL SUR REVENU - EVOLUTION 2010-2011



INVESTISSEMENTS DANS LES TALENTS

* Après élimination de l'effet des acquisitions de 2011

EVOLUTION DES EFFECTIFS

- 53 807 salariés en 2011 au 31 décembre 2011 vs. 48 531 salariés au 31 décembre 2010
- France : 5 173 salariés en hausse de 617 personnes / 2010
- 53% de la croissance totale des effectifs provient des acquisitions (nettes de cessions)
- Recrutements en croissance dans le digital pour accompagner la croissance (13,7% de croissance organique)

INVESTISSEMENTS SELECTIFS DANS LES TALENTS

RESULTAT FINANCIER

(millions EUR)	2011	2010	Var. '11 vs '10
Eurobond 2012 et 2015 ⁽¹⁾	(18)	(14)	(4)
Oceane 2014	(39)	(38)	(1)
Oceane 2018	(3)	(3)	-
Oranes	(2)	(2)	-
Autres charges financières	(16)	(12)	(4)
Produits financiers ⁽²⁾	33	16	17
	(45)	(53)	8
Gains et pertes de change	2	(5)	7
Intérêts sur "Finance lease"	(9)	(9)	-
Désactualisation des Earn Out	(2)	(3)	1
Réévaluation des Earn Out	4	-	4
Autres (provisions, dividendes hors Groupe, intérêts sur provisions long terme)	(4)	(6)	2
Résultat financier	(54)	(76)	22

(1) Taux moyen 2011 résultant du swap taux fixe/ taux variable de l'Eurobond : 2,54% comparé à 1,96% en 2010

(2) L'augmentation des produits financiers est essentiellement due à l'augmentation des taux d'intérêt dont principalement celui sur l'Euro (EONIA moyen capitalisé de 0,84% en 2011 vs 0,43% en 2010) et dans une moindre mesure à l'augmentation de la trésorerie moyenne : 1 650 m€ vs 1 411 m€ en 2010.

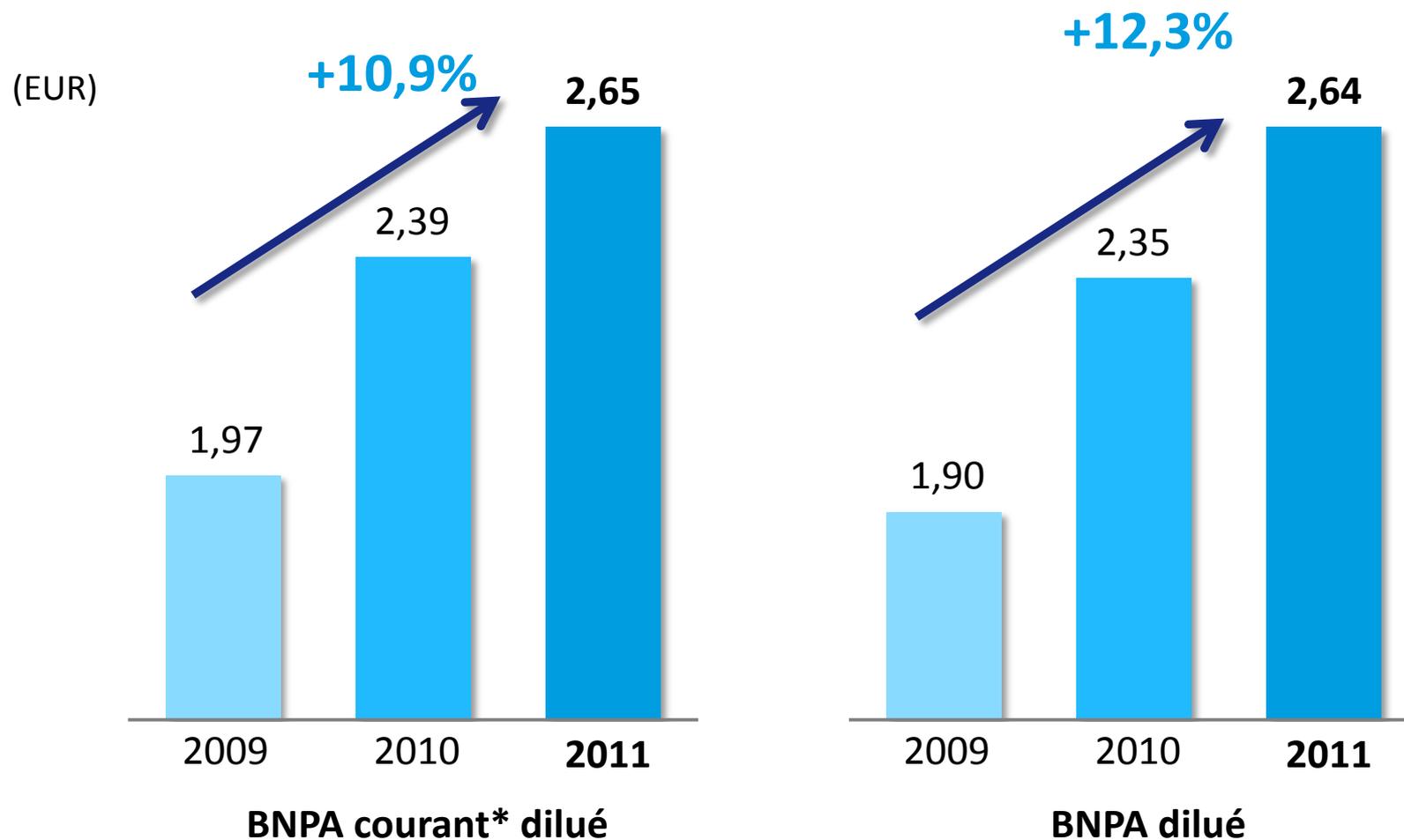
TAUX D'IMPOT EFFECTIF

	2011		2010	
	(m€)	%	(m€)	%
Impôt sur le résultat (publié)	248	28,8%	216	28,5%

+ 30 bp

Incluant les effets des nouvelles règles
fiscales françaises

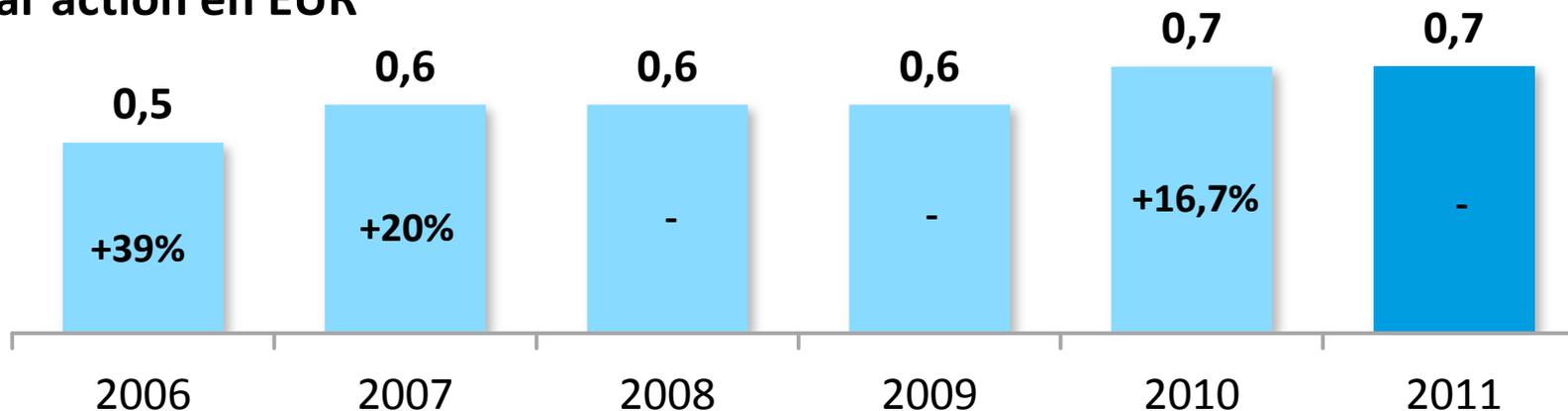
RESULTAT PAR ACTION



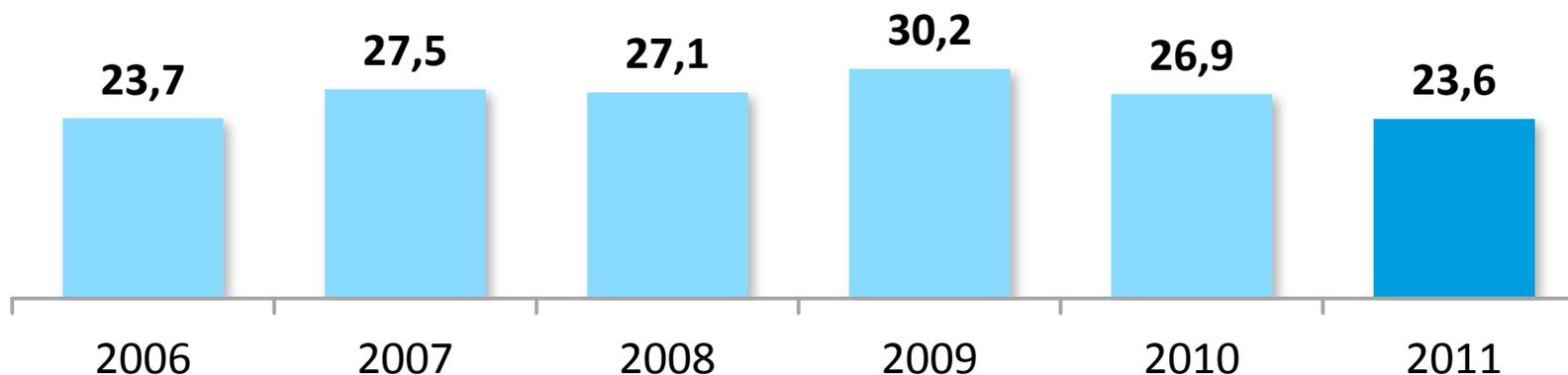
* Après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, de certaines plus-values, de la réévaluation des earn-out et du crédit d'impôt lié à l'impôt différé passif sur l'Océane 2014 (pour 2009)

DIVIDENDE

Par action en EUR



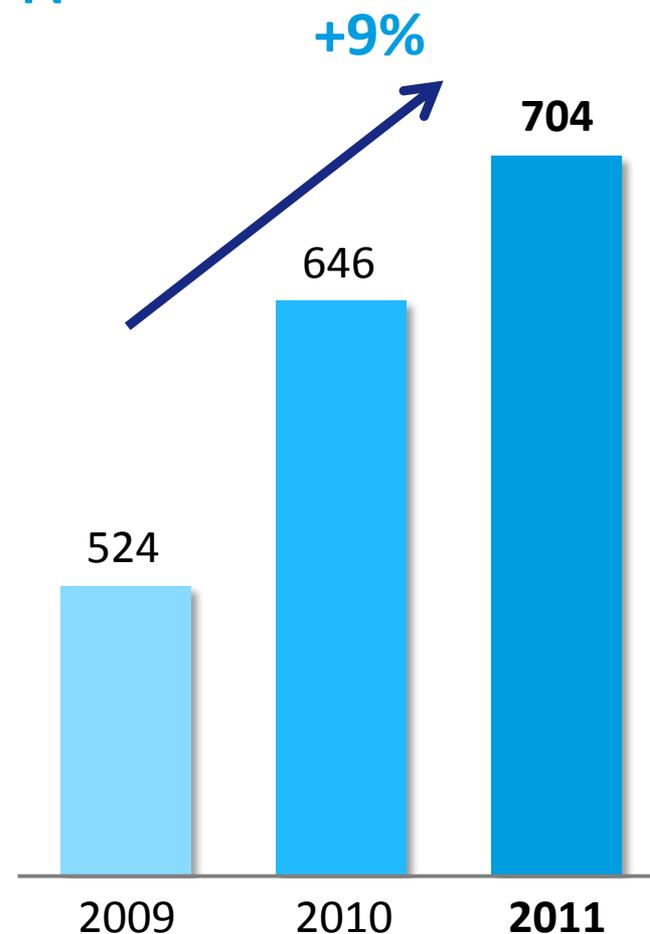
Taux de distribution du dividende (%)



FREE CASH FLOW

AVANT VARIATION DU BFR

(millions EUR)	2011	2010
Flux générés par l'activité	889	1 011
Investissements (Capex)*	(112)	(78)
Free Cash Flow	777	933
Neutralisation de la variation du BFR	(73)	(287)
Free Cash Flow courant avant variation du BFR	704	646



* Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles nettes hors participations et autres actifs financiers

UTILISATION DU CASH EN 2011

(millions EUR)	2011	2010
Free Cash Flow	777	933
Acquisitions (nettes de cessions)	(599)	(123)
Earn-out	(87)	(39)
Buy-out	(12)	(7)
Dividendes payés	(143)	(128)
Rachat d'actions	-	(291) ⁽¹⁾
Cessions d'actions propres liées à l'exercice de stock options	51	93
Effet non-cash sur la dette nette ⁽²⁾	(203)	61
Variation de la dette nette	(216)	499

(1) Y compris 218 m€ correspondant au rachat des actions à Dentsu Inc.

(2) Dont sur 2010 = 148 m€ liés à l'impact des taux de change et (75) m€ de variation non-monétaire des Earn-out / Buy-out et
Dont sur 2011 = (31) m€ liés à l'impact des taux de change et (164) m€ de variation non-monétaire des Earn-out / Buy-out

ACQUISITIONS 2011

	Société	Pays	Expertise	Effectifs
Digital	Frequence Medicale	France	Santé	8
	Airlock	UK	Publicité	14
	Holler	UK	Publicité	39
	Chemistry	UK	Publicité	181
	Rosetta	USA	Digital Consulting	1 057
	Big Fuel	USA	Réseau sociaux	156
	Kitcatt Nohr	UK	Publicité	67
	Wangfan	Chine	Publicité	50
	Gomye	Chine	Publicité	54
	Nuatt	Espagne	Santé	17
Pays en croissance rapide	Watermelon	Inde	Santé	34
	Publicis Red Lion (GP7)	Brésil	Publicité	40
	Talent	Brésil	Publicité	209
	ICL MSL Taiwan	Taiwan	PR	25
	S&S South Africa	Afrique du Sud	Publicité	136
	Dreams	Chine	Santé	58
	Genedigi	Chine	PR	332
	DPZ	Brésil	Publicité	272
	Brand Connections	Argentine	Event	47
	Ciszewski	Pologne	PR	67
Autres	Publicis Healthcare Consulting	France	Santé	7
	C4L - MVS	France	Santé	16
	Spillman Felser	Suisse	Publicité	87
	Schwartz	USA + Europe	PR	186
			Total	3 159

ACQUISITIONS 2011 - IMPACT SUR LE REVENU PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Revenus en année pleine

206 M€

dont
Rosetta : 160 M€
(3 acquisitions)

57 M€
(10 acquisitions)

45 M€
(7 acquisitions)

84 M€
(3 acquisitions)

7 M€
(1 acquisition)

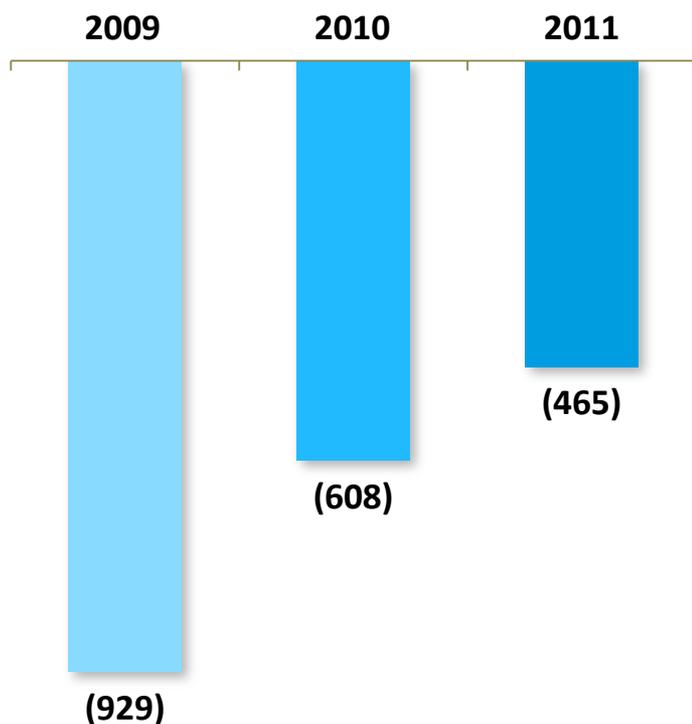
BILAN AU 31 DECEMBRE 2011

(millions EUR)	2011	2010
Ecarts d'acquisition et actifs incorporels	6 192	5 134
Autres immobilisations	651	717
Impôt courant et différé	(141)	(110)
Besoin en fonds de roulement	(2 038)	(1 889)
Total	4 664	3 852
Capitaux propres part du Groupe	3 898	3 361
Intérêts minoritaires	33	21
Total des capitaux propres	3 931	3 382
Provisions LT / CT	623	576
Dette nette (cash)	110	(106)
Total	4 664	3 852
Ratio d'endettement net	0,03	-

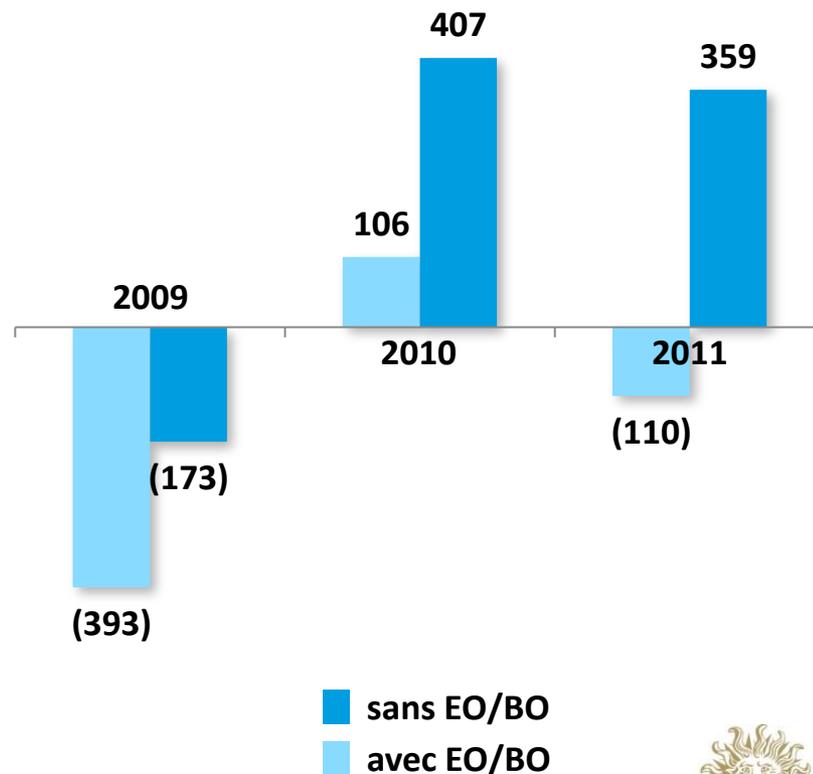
DETTE NETTE DE (110) M€

DETTE NETTE MOYENNE REDUITE DE 24%

Dette Nette Moyenne en M€



**Dette Nette en M€
(au 31 décembre)**



LIQUIDITE AU 31 DECEMBRE 2011

(millions EUR)	Montant Total	Tiré	Disponible ⁽¹⁾	Simulation après remboursement de l'Eurobond 2012
Lignes de crédit confirmées				
Lignes de crédit à 364 jours	205	-	205	205
Lignes de crédit à 5 ans	450	-	450	450
Crédit syndiqué à 5 ans (Club Deal)	1 200	-	1 200	1 200
Total des lignes confirmées	1 855	-	1 855	1 855
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 174	-	2 174	1 647
Total liquidités	4 029	-	4 029	3 502
Lignes non confirmées Groupe	230	6	224	224

(1) données à fin décembre avant remboursement Eurobond en janvier 2012 (nominal de 506M€ et impact cash 527 M€)

REMBOURSEMENT EUROBOND (JANVIER 2012)

- Euro-obligations de 506 M€ remboursées le 31 janvier 2012
- Remboursement effectué avec les liquidités disponibles
- Compte tenu de sa liquidité, Publicis Groupe n'envisage pas de refinancer, à court terme, cette obligation

R RATIOS FINANCIERS

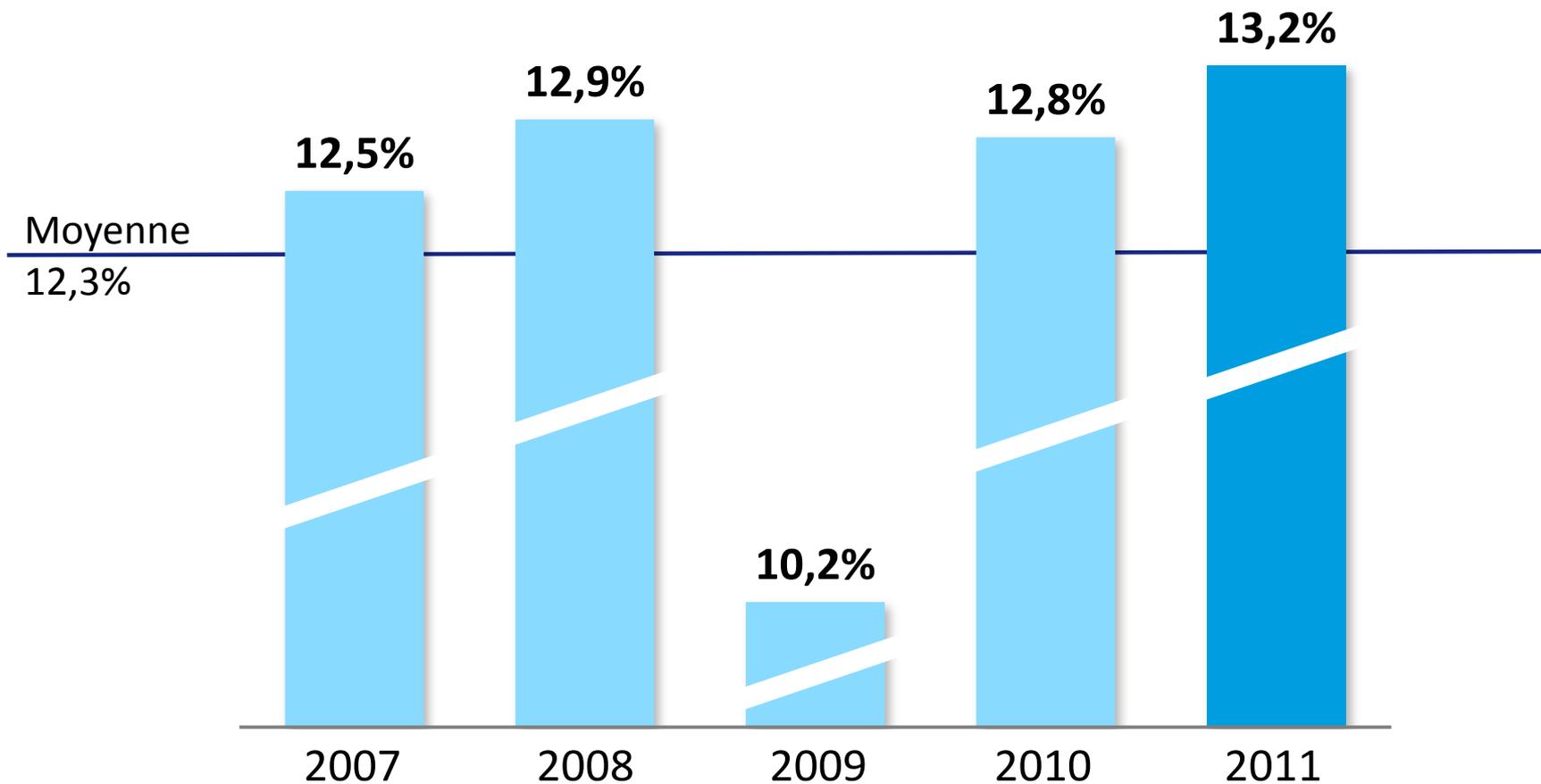
BILAN SOLIDE

	2011	2010	Ratio Optimum
Dette nette moyenne / EBITDA ⁽¹⁾	0,45	0,63	< 1,50
Dette nette / Capitaux propres ⁽²⁾	0,03	-	< 0,50
Couverture des intérêts (EBITDA ⁽¹⁾ / Coût de l'endettement financier net)	18	15	> 7

(1) EBITDA : marge opérationnelle avant amortissement

(2) N/A en 2010 car position de trésorerie nette positive de 106 M€ au 31 décembre 2010

RETOUR SUR CAPITAUX EMPLOYÉS



ROCE: Marge Opérationnelle après Impôt (calculée avec un taux d'impôt effectif) / Moyenne des capitaux employés
Les capitaux employés comprennent le Goodwill Saatchi & Saatchi non reconnu dans les comptes consolidés IFRS

ÉVÉNEMENTS RECENTS – FEVRIER 2012

RACHAT DE 18 MILLIONS D' ACTIONS DE DENTSU

- 18 millions d'actions : 10,8 millions annulées et 7,2 millions conservées en auto-contrôle
- Prix total de 644,4 millions d'euros, ou 35,80 euros par action (décote de 13,35% par rapport au cours de clôture de bourse du 16 février 2012)
- Effet positif sur le bénéfice net par action dilué de l'ordre de 7 % en année pleine

RATIOS FINANCIERS*

APRES LE RACHAT DES ACTIONS DETENUES PAR DENTSU

	2011 après rachat d'actions	2011	Ratio Optimum
Dette nette moyenne / EBITDA ⁽¹⁾	1.00	0.45	< 1.50
Dette nette / Capitaux propres ⁽²⁾	0.23	0.03	< 0.50

* Ratios 2011 retraités après le rachat des actions détenues par Dentsu au 17 février 2011

(1) EBITDA : Marge opérationnelle avant amortissement

(2) N/A en 2010 car position de trésorerie nette positive de 106 M€ au 31 décembre 2010

REPARTITION DU CAPITAL

	Après rachat d'actions au 17 fév 2012		Au 31 décembre 2011	
Elisabeth Badinter	20 072 340	10,99%	20 072 339	10,38%
Dentsu Inc	3 875 139	2,12%	18 102 255	9,36%
SEP Dentsu-Badinter	-		3 772 485	1,95%
Actions auto-détenues	13 667 403	7,49%	7 361 882	3,81%
Public	144 983 250	79,40%	144 048 984	74,50%
TOTAL	182 598 132	100%	193 357 945	100%

-10 759 813
actions annulées

PUBLICIS GROUPE

LA TRANSFORMATION S'ACCELERE



LA TRANSFORMATION S'ACCELERE
PAYS EN CROISSANCE RAPIDE

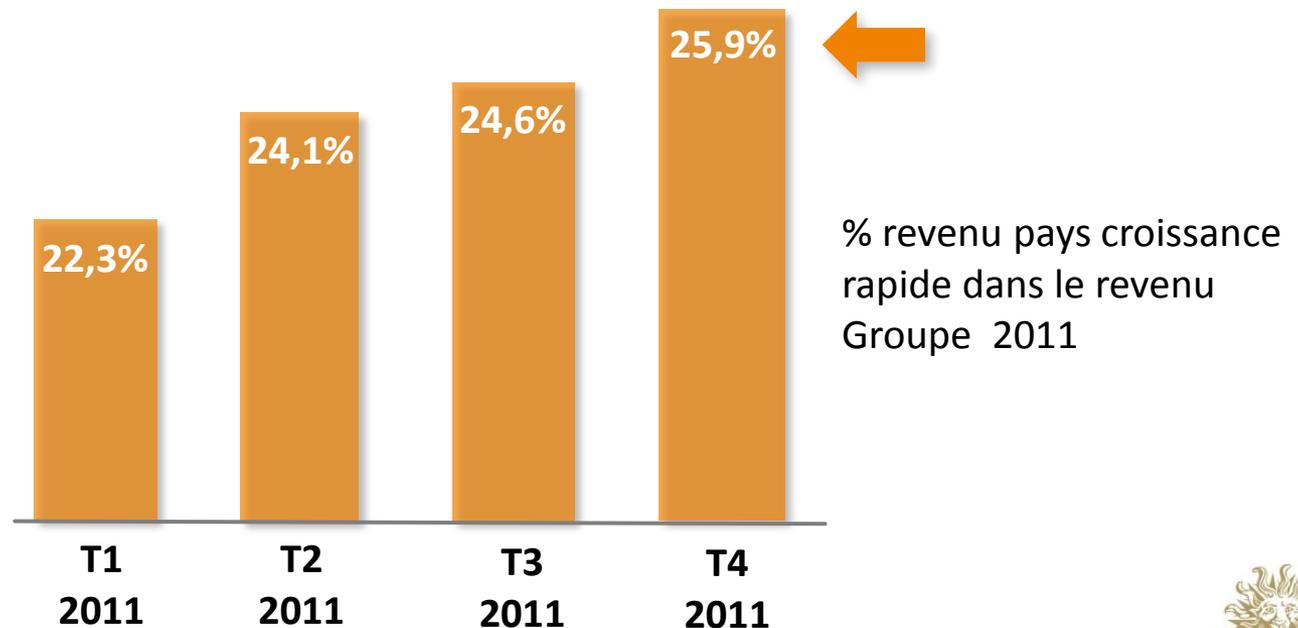


PAYS EN CROISSANCE RAPIDE AVANCEES STRATEGIQUES

Pays en croissance rapide	2006	2011
(% du revenu)	21,1%	24,3%
(en millions EUR)	925 M€	1 416 M€

PAYS EN CROISSANCE RAPIDE

- 1 an d'avance sur nos objectifs
- Priorités :
 - Croissance organique
 - New business
 - Renforcements par acquisitions



BRESIL

TAILLE DOUBLEE EN 2 ANS

- 6^{ème} marché publicitaire mondial
- Publicis Groupe :
passage du 9^{ème} rang en 2009 au 6^{ème} rang en 2011
- 1 500 collaborateurs, 12 agences
- 6 acquisitions en 2 ans :
 - Agences créatives fortes (Talent, DPZ)
 - Renforcement de nos réseaux :

Tailor Made	➔	Leo Burnett
GP7	➔	Publicis
Andreoli	➔	MSL
AG2	➔	Digital



CHINE

DOUBLER DE TAILLE ENTRE 2010 ET 2013

- 3^{ème} marché publicitaire mondial
- Publicis Groupe : 4^{ème} marché
- 5 500 collaborateurs, plus de 60 agences, plus de 300 clients
- N°1 en New Business 2011 (au total, media et créatif)
- 3 réseaux créatifs de 1^{er} rang
- Des agences media de 1^{er} plan (N°1 sur l'achat d'espace)
- Des positions de leader dans les PR et la santé
- Plan stratégique s'appuyant sur :
 - Accélération de la croissance organique
 - Renforcement des métiers

CHINE – N°1 EN NEW BUSINESS 2011

Creative (Chine) – 2011

Rang	AGENCE	Gains récents	Revenu (RMB M)
1	Ogilvy	Neusoft, Mengniu Yoghurt, Richemont	55,64
2	Saatchi & Saatchi	X-Step Sporting Apparel, Kraft Ritz	44,95
3	Publicis	Merck OTC Brands Asia Pacific, Changan Auto, Jaccar	39,47

Media (Chine) – 2011

Rang	AGENCE	Gains récents	Revenu (RMB M)
1	Starcom MediaVest	Novartis Asia Pac, Coca-Cola, Johnnie Walker, Baileys	88,74
2	MPG	Hyundai & Kia	63,52
3	OMD	Pernod Ricard, Philips Asia Pacific	52,75

Group New Business League (Chine) - 2011

Rang	Groupe	Creative (RMB M)	Media (RMB M)	Total (RMB M)	VS. 2010
1	Publicis Groupe	91,1	107,9	199,0	57,4%
2	WPP	90,0	31,2	121,2	-48,2%
3	Omnicom	45,0	47,0	91,9	-51,3%

CHINE - ACQUISITIONS

- 7 acquisitions en 18 mois
 - Digital : Wangfan, Gomye
 - PR : Eastwei, ICL, Genedigi
 - Santé : Dreams
 - Créatif : G4
- Autres acquisitions en cours de négociation

RUSSIE

- 13^{ème} marché publicitaire mondial,
14^{ème} marché pour Publicis Groupe
- 900 collaborateurs
- Publicis Groupe N°1 :
 - En media (Vivaki)
 - En créatif (Leo Burnett)
 - Publicis Worldwide dans le top 5
- Très bonne performance de toutes les agences :
croissance à deux chiffres
- Renforcement par acquisitions :
 - The Creative Factory
 - D'autres à suivre

INDE

LE PROCHAIN MOTEUR DE CROISSANCE

- 16^{ème} marché publicitaire mondial
- Publicis Groupe : 15^{ème} marché
- En 2011* :
 - N°1 en New business media (Vivaki)
 - N°2 en New business créatif (Leo Burnett)
- Des positions fortes en digital, santé, PR
- Acquisitions à l'étude
- Objectif : doubler de taille sur les trois prochaines années, approche similaire à la Chine



AU DELA DES BRIC

- Objectifs ambitieux sur plusieurs marchés :
 - Afrique du Sud
 - Turquie
 - Israël
 - Mexique

- Priorités :
 - Croissance organique
 - New business
 - Renforcement par acquisitions

LA TRANSFORMATION S'ACCELERE *DIGITAL*



LE DIGITAL

L'ESSENCE DE NOTRE METIER

	FY 2006	FY 2011
Digital (% du revenu)	7,0%	30,6%
(en millions d'EUR)	307 M€	1 782 M€

LE DIGITAL

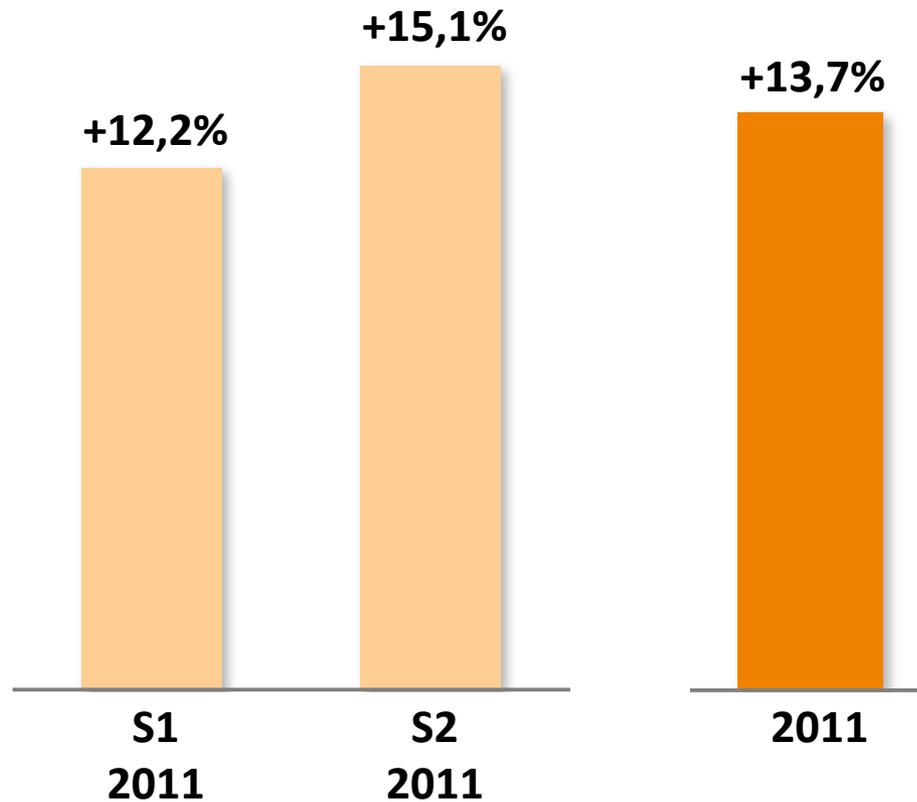
L'ESSENCE DE NOTRE METIER

Leviers de croissance

- Contenu (innovation et créativité)
- Outils exclusifs
- Partenariats avec tous les grands acteurs (open system)
(Google, Facebook, Microsoft, AOL ...)
- Expertise technologique (AOD, mobile, vidéo, cloud, e-commerce)
- Forte croissance de nouveaux segments : médias sociaux, vidéo, ...
- Talents : convergence COMMUNICATION & TECHNOLOGIE

LE DIGITAL

CROISSANCE ORGANIQUE PAR SEMESTRE



LE DIGITAL EN 2011

CROISSANCE ORGANIQUE PAR REGION

	% Revenu Digital	Croissance Organique
Amérique du Nord	46,4%	11,5%
Europe	20,8%	20,7%
Asie Pacifique	13,5%	11,3%
Amérique Latine	7,4%	39,7%
Autres	6,9%	23,2%
TOTAL	30,6%	13,7%

COMMUNICATION DIGITALE

ENJEUX

YOU TUBE
HULU
XBOX

CONTENU
EXPONENTIEL
AUTOMATISE

AMAZON
GROUPON
ALIBABA

E-COMMERCE
=
MEDIA

XBOX
ZYNGA
FACEBOOK

INTERFACE
GLOBALE
«ENTERTAINMENT»
&
«SHARING»

SEARCH
DISPLAY
AOD
MOBILE
VIDEO

CIBLAGE

EMAIL
RESEAUX
SOCIAUX
« CHAT »
MUSIQUE

PLATEFORMES DE
COMMUNICATION

COMMUNICATION DIGITALE

ENJEUX

PLATEFORMES

Google

amazon



Microsoft

facebook

UTILISATEURS

MOBILES

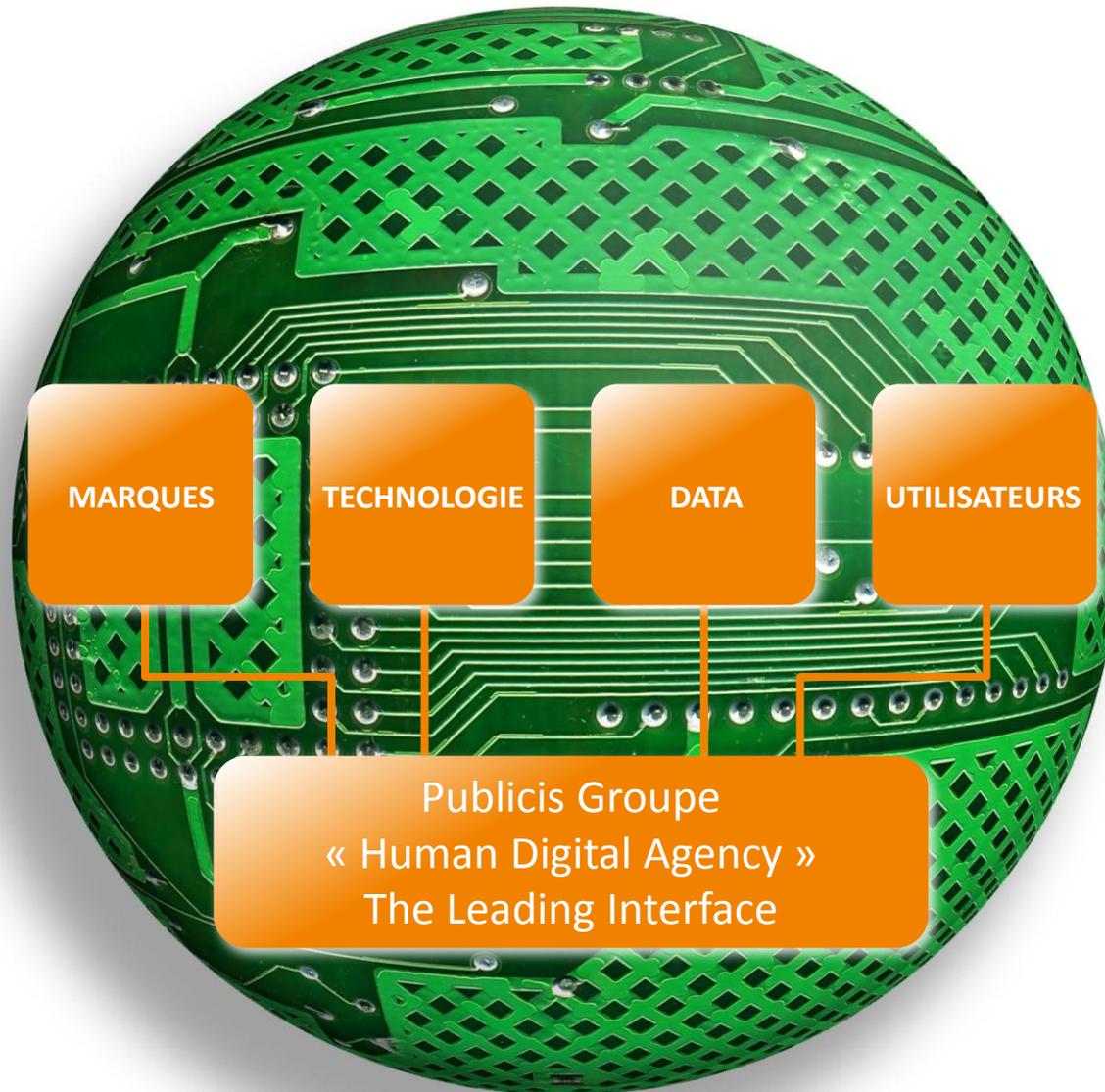
SOCIAUX

AUDIO-
VIDEO

CONSOMMATEURS

CONVERGENCE IQ/EQ

COMMUNICATION DIGITALE PUBLICIS GROUPE



PUBLICIS GROUPE *DEMAIN*



PUBLICIS GROUPE DEMAIN

- Montée en puissance du digital dans FMCG, retail...
- Investir dans les nouveaux métiers: réseaux sociaux, e-commerce

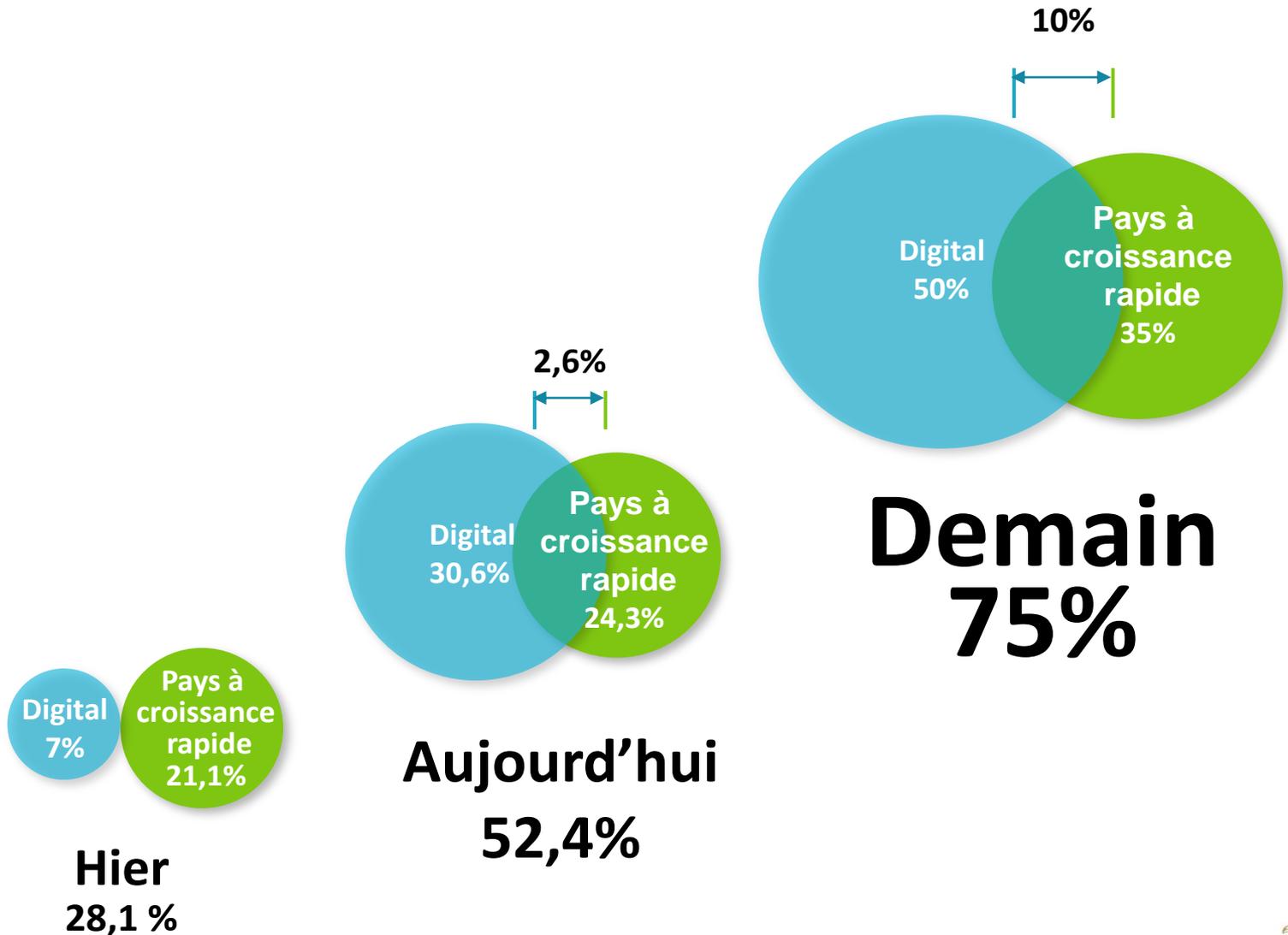


- Etre incontournable dans les marchés à forte croissance :
 - Investissements talents
 - Acquisitions
 - Croissance organique

- Attirer et retenir les talents grâce à nos valeurs
- Préparer les dirigeants de demain

- Investir dans des technologies
- Développer de nouvelles solutions (Vidéo, Mobile...)
- Développer la plateforme Nerve Center (AOD, Vidéo ...)
- Outils propriétaires

PUBLICIS GROUPE DEMAIN



DES CATALYSEURS DE CROISSANCE EN 2012

Contexte

Défavorables

- Dettes souveraines
- Crise économique et financière

Favorables

- L'effet "quadriennal"
(JO, Euro de football, Elections US)
- Leçons de 2008 :
importants gains de parts de marché
pour les marques ayant investi
pendant la crise
- Communication digitale :
croissance à deux chiffres
- Croissance MISSAT & BRIC

Atouts Publicis Groupe

- Résilience historique
dans un contexte hostile
- Culture de la performance
- Agile et mobile
- Bilan solide
- Flexibilité financière
- Avance dans le digital
- Expansion dans les pays
à croissance rapide

ANNEXES



REVENU PAR ACTIVITE

Média
19 %



SAMS*
50 %



The "Coca-Cola Enjoying Food around China" series embedded the brand throughout.



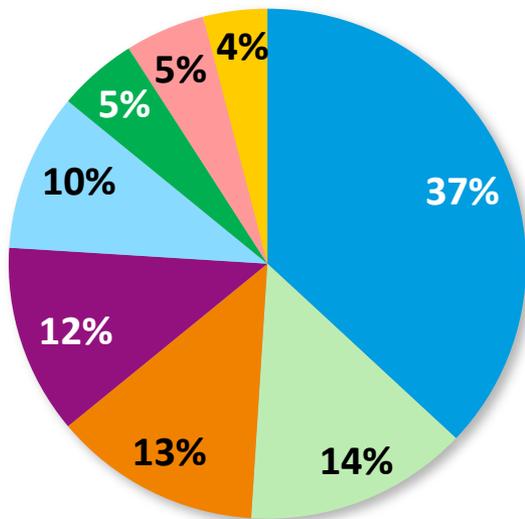
Publicité
31 %



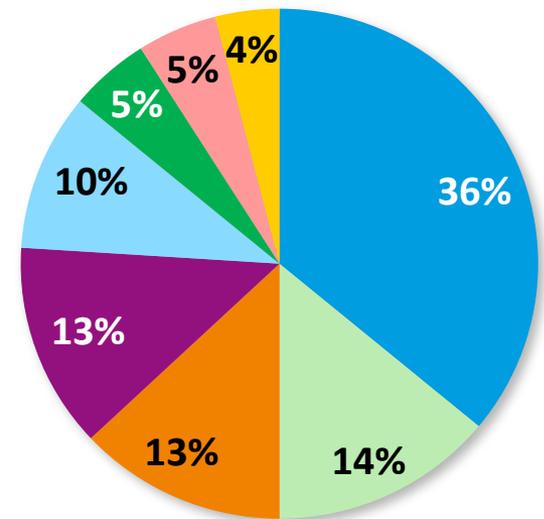
*SAMS incluant 100% Digital

REVENU PAR SECTEUR

2010

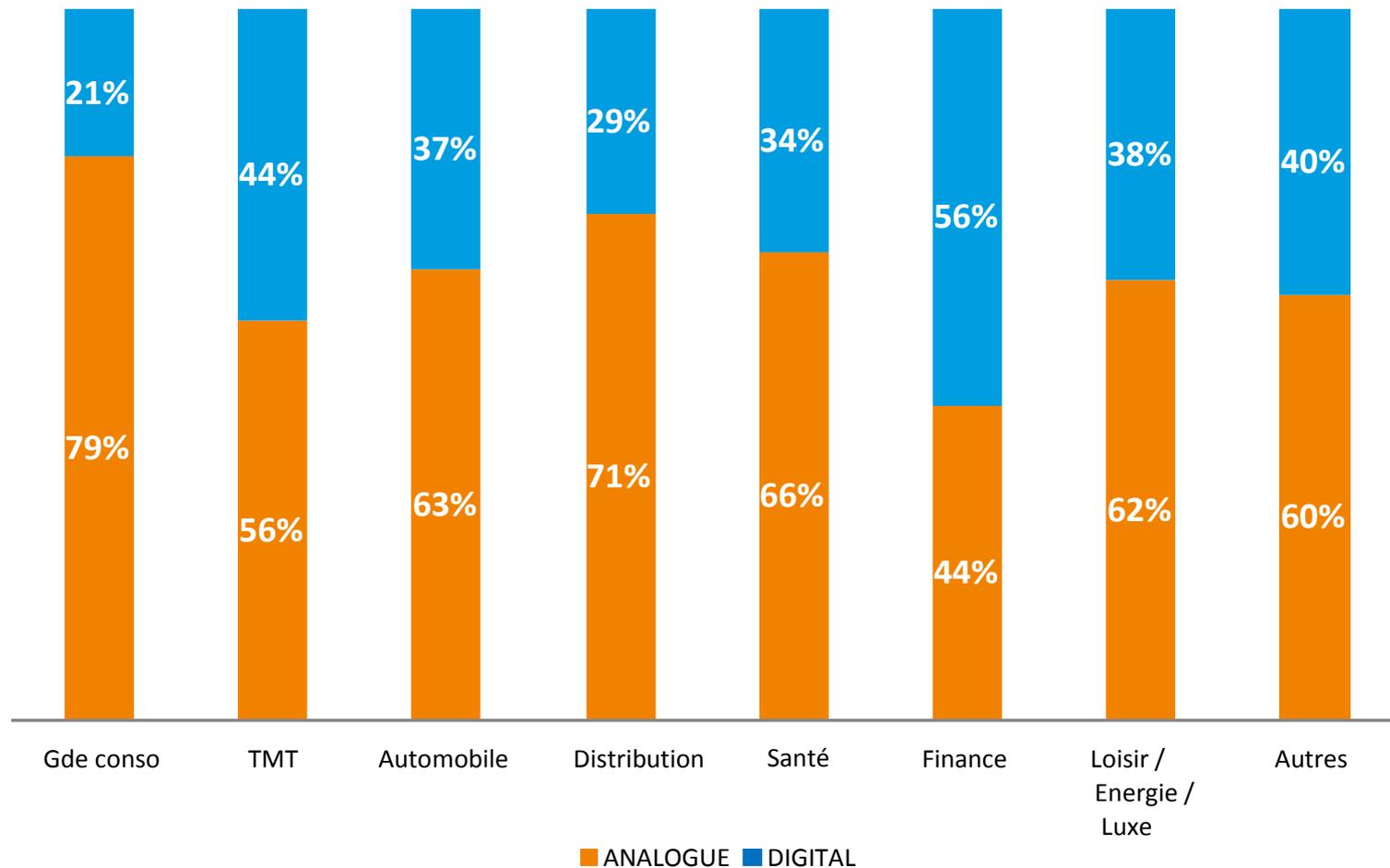


2011



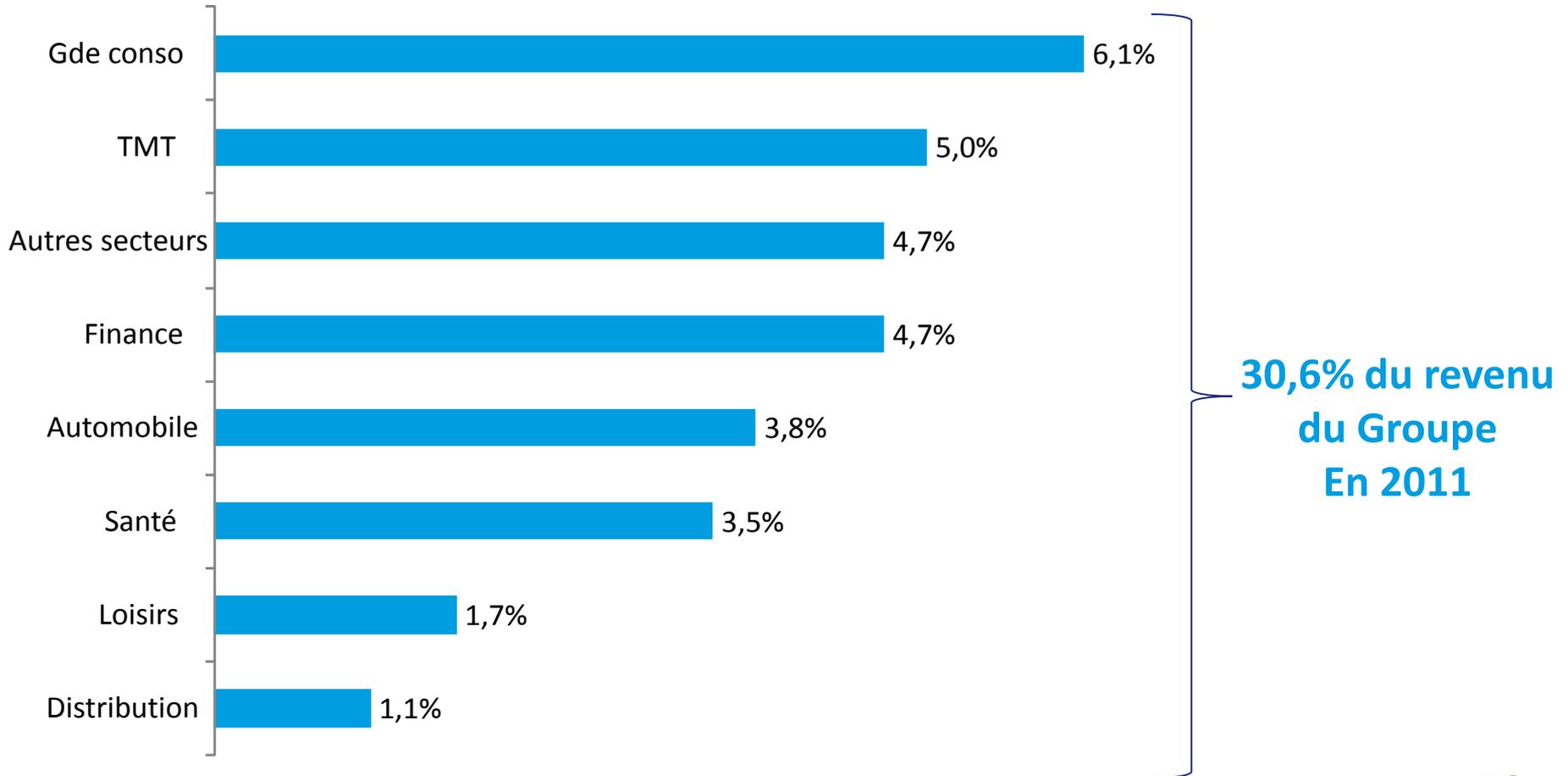
PORTEFEUILLE DE CLIENTS STABLE ET EQUILIBRE

REPARTITION DU REVENU DIGITAL/ANALOGUE PAR SECTEUR



Sur la base de 1418 clients représentant 81% du revenu total du Groupe

DIGITAL



CROISSANCE ORGANIQUE PAR PAYS

Taux de croissance organique	2011
> 10%	Argentine, Emirats-Arabes, Inde, Philippines, Russie, Singapour, Venezuela
De 5 à 10%	Allemagne, Canada, France, Grande Chine, USA
De 0 à 5%	Australie, Brésil, Espagne, Italie, Mexique, Pays-Bas, Pologne, Royaume-Uni
< 0%	Belgique, Grèce, Israël, Nouvelle-Zélande, Portugal

CALCUL DU REVENU ET DE LA CROISSANCE ORGANIQUE 2011

(millions €)	S1	S2	2011
Revenu 2010	2 538	2 880	5 418
Impact des taux de change	(58)	(68)	(126)
Revenu 2010 au taux de change 2011 (a)	2 480	2 812	5 292
Revenu 2011 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b)	2 656	2 938	5 594
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	43	179	222
Revenu 2011	2 699	3 117	5 816
Croissance organique (b/a)	+ 7,1 %	+ 4,5%	+ 5,7%

Impact des taux de change par devise (millions €)			
	S1	S2	2011
GBP	0	(4)	(4)
USD	(67)	(53)	(120)
Autres	9	(11)	(2)
Total	(58)	(68)	(126)

(1) Acquisitions (In-Sync, Resolute, AG2, G4, Amazon, Publicis Romania, 20:20, EastWei, Casablanca, Digital District, Publicis healthcare consulting, Frequence Medicale, C4L, Kitkatt Nohr, Airlock, Holler, Chemistry, Talent, ICL, GP7, Watermelon, S&S South Africa, Genedigi Group, Dreams, Rosetta Marketing Group, Big Fuel, LB Zurich Spillman/Felser, DPZ Group, Nuatt, Schwartz, Brand Connections, Gomye, Wangfan, Ciszewski) nettes de cessions

Taux de change moyen 2011 : 1 USD = 0,719 EUR

1 GBP = 1,153 EUR

REVENU PAR ZONE GEOGRAPHIQUE EN USD 2011

(Millions \$)	2011	2010	Var. 2011/2010
Europe	2 603	2 332	11,6%
Amérique du Nord	3 783	3 451	9,6%
Asie Pacifique	960	816	17,6%
Amérique Latine	519	377	37,7%
Moyen-Orient & Afrique	221	199	11,1%
Total	8 086	7 175	12,7%

Toutes les entités converties en USD avec les taux de change moyens suivants :

2011: 1 USD = 0,719 EUR

2010: 1 USD = 0,755 EUR

DETTE BRUTE PAR ECHEANCE

AU 31 DECEMBRE 2011

(millions €)	Total	2012	2013	2014	2015	A partir de 2016
Oceane 2018*	123			123		
Oceane 2014	674			674		
Eurobond 2012**	522	522				
Eurobond 2015**	257				257	
Oranes	18	3	3	2	2	8
Earn-out / Buy-out	469	175	115	99	37	43
Autres dettes**	221	136	1			84
Total dette brute	2 284	836	119	898	296	135

PAS DE COVENANTS

* Option de remboursement anticipé en 2014

** y compris la valeur de marché des dérivés associés

DETTE NETTE PAR DEVISE

AU 31 DECEMBRE 2011

(Millions €)	Total	EURO	USD	GBP	Autres
Oceane 2018	123	123			
Oceane 2014	674	674			
Eurobond 2012*	522	522			
Eurobond 2015*	257	257			
Orane	18	18			
Earn-out / Buy-out	469	58	69	24	318
Autres dettes*	221	23	85		113
Total dette financière brute	2 284	1 675	154	24	431
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(2 174)	(1 392)	174	(164)	(792)
Endettement financier net	110	283	328	(140)	(361)

* y compris la valeur de marché des dérivés associés

DETTE NETTE PAR TAUX

APRÈS SWAP DE TAUX D'INTÉRÊTS - AU 31 DECEMBRE 2011

(Millions €)	Total	Earn-out / Buy-out	Taux fixe	Taux variable
Oceane 2018	123		123	
Oceane 2014	674		674	
Eurobond 2012*	522			522
Eurobond 2015*	257			257
Orane	18		18	
Autres dettes *	221		84	137
Total dette brute hors earn-out/buy-out	1 815	-	899	916
Earn-out / Buy-out	469	469		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(2 174)			(2 174)
Endettement financier net	110	469	899	(1 258)

* y compris la valeur de marché des dérivés associés