



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 29 juillet 2010

Résultats du 1^{er} Semestre 2010

2^{ème} trimestre 2010 (Millions d'euros)

▪ Revenu	1 376 (+21,3%)
▪ Croissance organique	+7,1%

1^{er} Semestre 2010 (Millions d'euros)

▪ Revenu	2 538 (+14,9%)
▪ Croissance organique	+5,3%
▪ Marge opérationnelle	369 (+28,6%)
▪ Taux de marge opérationnelle	14,5 %
▪ Résultat net (part du Groupe)	213 (+27,5%)
▪ Free Cash Flow ⁽¹⁾	277 (+42%)
▪ BNPA courant ⁽²⁾ dilué	1,00 euro (+12%)
▪ Ratio d'endettement net	0,20

(1) Avant variation du BFR

(2) Après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des intangibles liés aux acquisitions et du crédit d'impôt lié à l'impôt différé passif sur l'Océane 2014



Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :

« Avec 7,1% de croissance organique pour le 2^{ème} trimestre et 5,3% pour le semestre, un taux de marge opérationnelle de 14,5% et un résultat net en croissance de 27,5%, Publicis Groupe prouve son dynamisme et sa capacité à créer de la valeur y compris au sortir de la pire crise économique mondiale.

Cette croissance est le résultat de la stratégie exécutée avec constance et efficacité depuis plusieurs années. Nous avons pris très tôt le virage du numérique créant un écart décisif avec nos concurrents et apportant à nos clients les solutions les plus adaptées, les plus innovantes, pour faire face à la nouvelle donne créée par l'explosion du numérique.

Nous avons aussi fait le choix du développement dans les pays émergents. La crise a certes ralenti leur progression, mais les nouvelles estimations de ZenithOptimedia pour 2011 et 2012 laissent augurer de belles reprises de croissance.

Les défis qui s'imposent à nos clients nous conduisent à plus d'inventivité, de créativité, d'innovation et d'efforts opérationnels pour les aider à gagner en toutes circonstances. Je tiens à les remercier pour leur confiance et à saluer le travail de toutes nos équipes qui ont réalisé des prouesses dans le respect de contraintes d'une gestion rigoureuse permettant ainsi à Publicis Groupe de sortir renforcé de cette crise.

Les efforts de gestion réalisés depuis fin 2008 et la bonne croissance du revenu ont permis à la marge opérationnelle de faire un bond à 14,5%, et ce, bien que Razorfish soit en phase d'intégration avec un taux de marge en amélioration, mais encore très largement inférieur à la moyenne du Groupe.

Sans verser dans l'euphorie que pourraient susciter les résultats de notre groupe sur ce premier semestre, je reste persuadé que Publicis Groupe surperformera le marché tant en croissance qu'en niveau de marge. »

* * *



Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe réuni le 28 juillet 2010, sous la présidence de Madame Elisabeth Badinter, a examiné les comptes du 1^{er} semestre 2010 présentés par Monsieur Maurice Lévy, Président du Directoire.

Principaux chiffres clés

en millions d'euros, à l'exception des % et des données par action (en euros)

	1 ^{er} semestre 2010	1 ^{er} semestre 2009	2010/2009
Données extraites du compte de résultat consolidé			
Revenu	2 538	2 209	14,9%
Marge opérationnelle avant amortissements	422	333	26,7%
En % du revenu	16,6%	15,1%	
Marge opérationnelle	369	287	28,6%
En % du revenu	14,5%	13,0%	
Résultat opérationnel	353	257	37,4%
Bénéfice net (Part du Groupe)	213	167	27,5%
Bénéfice net par action ⁽¹⁾	1,04	0,83	25,3 %
Bénéfice net par action (dilué) ⁽²⁾	0,95	0,82	15,8 %
Données extraites du bilan			
	30 juin 2010	30 juin 2009	
Total de l'actif	14 458	11 408	
Capitaux propres, part du Groupe	3 090	2 418	

⁽¹⁾ Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action s'élève à 204,5 millions d'actions pour le premier semestre 2010 et 200,8 millions d'actions pour le premier semestre 2009.

⁽²⁾ Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action (dilué) s'élève à 237,1 millions d'actions pour le premier semestre 2010 et 206,3 millions d'actions pour le premier semestre 2009. Il comprend les stock-options et les actions gratuites, les bons de souscription d'actions et les emprunts convertibles ayant un effet dilutif. Pour les six premiers mois de 2010, les instruments dilutifs sont les Océanes, les bons de souscription d'actions, les actions gratuites et certaines tranches de stock options dont le prix d'exercice est inférieur au cours moyen de la période.

Analyse des chiffres clés

I. Activité du 1^{er} Semestre 2010

L'économie mondiale s'est raffermie au cours du premier semestre 2010. ZenithOptimedia qui avait publié en décembre 2009 une prévision de croissance des investissements publicitaires mondiaux de 0,9% pour l'année 2010, l'a portée à 2,2% en avril, et depuis le 19 juillet, prévoit une hausse de 3,5%. Il est encourageant de voir des estimations revues à la hausse de façon régulière.

Dans ce contexte de reprise du marché publicitaire, le revenu publié de Publicis Groupe pour le premier semestre est en hausse de **14,9%** et sa croissance organique s'établit à **+5,3%**.

Le revenu du deuxième trimestre affiche une hausse de **21,3%** et de **7,1%** pour sa croissance organique.



- **Revenu du 1^{er} Semestre 2010**

Le revenu consolidé du 1^{er} semestre 2010, en hausse de **14,9%**, s'est élevé à **2 538** millions d'euros contre 2 209 millions au 1^{er} semestre 2009 (les effets de change ont un impact de +55 millions).

La croissance organique est de **5,3%**.

La croissance du premier semestre reflète la bonne amélioration de l'investissement publicitaire, après la chute historique due à la crise en 2009. Les grands réseaux, et particulièrement Leo Burnett et Publicis Worldwide ainsi que VivaKi ont su tirer parti de cette embellie, les activités numériques poursuivant leur forte croissance.

Le revenu consolidé du 1^{er} semestre 2010 se répartit comme suit : 33% des revenus sont issus de la publicité, 20% des media, 47% des agences spécialisées et des services marketing (toutes activités numériques incluses).

- Répartition du revenu du 1^{er} semestre 2010 par zone géographique

<i>(en millions d'euros)</i>	<i>Revenu</i>		<i>Croissance Organique</i>
	1^{er} semestre 2010	1^{er} semestre 2009	
Europe	805	738	+3,1%
Amérique du Nord	1 258	1 061	+6,6%
Asie-Pacifique	286	238	+6,0%
Amérique Latine	126	109	+10,8%
Afrique et Moyen-Orient	63	63	-3,3%
Total	2 538	2 209	+5,3%

La grande majorité des régions du monde, y compris l'Europe, ont renoué avec la croissance à l'exception de la zone Afrique et Moyen Orient qui pâtit encore de la crise de Dubaï.

L'Amérique du Nord poursuit sa croissance. Les Etats-Unis affichent une croissance organique de 7,2% tirée par une bonne performance de toutes les agences et par l'importance de la contribution des activités de la santé ainsi que des activités numériques, ces dernières représentant 42,5% du revenu de cette région.

La région Asie Pacifique est en croissance grâce en particulier à l'Inde et à la Corée.

Tous les pays d'Amérique Latine sont en croissance à l'exception du Chili.

Exprimé en dollars US, le revenu du premier semestre est de 3 362 millions de dollars, en hausse de 14,3%.



- **Revenu du 2^e trimestre 2010**

Le revenu consolidé du 2^e trimestre, en hausse de **21,3%** a été de **1 376** millions d'euros par rapport à des revenus de 1 134 millions pour la période équivalente de 2009 (les effets de change ont un impact de +73 millions d'euros).

La croissance organique a été de **+7,1%**, en nette amélioration par rapport à celle du 1^{er} trimestre (+3,1%).

Le 2^e trimestre a certes bénéficié d'un effet de base favorable, mais aussi de la poursuite du regain sensible d'activité des annonceurs, observé durant le premier trimestre de l'année.

La croissance du Groupe a été nourrie par les gains de budgets de 2009 ainsi que par l'augmentation des investissements publicitaires des grands clients.

- Répartition du revenu 2^e trimestre 2010 par zone géographique

<i>(en millions d'euros)</i>	<i>Revenu</i>		<i>Croissance Organique</i>
	2^e trimestre 2010	2^e trimestre 2009	
Europe	437	381	+7,3%
Amérique du Nord	679	535	+8,1%
Asie-Pacifique	154	123	+5,3%
Amérique latine	71	58	+11,5%
Afrique et Moyen-Orient	35	37	-10,4%
Total	1 376	1 134	+7,1%

On notera la bonne performance de l'Europe au deuxième trimestre. Seule la région Afrique Moyen-Orient reste négative.

Marge opérationnelle

La marge opérationnelle avant amortissements atteint **422** millions d'euros au premier semestre 2010 contre 333 millions au premier semestre 2009, en hausse de **26,7%**.

La marge opérationnelle s'élève à **369** millions d'euros, comparée à 287 millions pour la même période de 2009, soit une hausse de **28,6%**.

Le taux de marge opérationnelle pour le premier semestre de l'année 2010 ressort à **14,5%**, contre **13%** au premier semestre 2009. Ce taux reflète la forte amélioration de l'activité, comparée au premier semestre 2009, et la poursuite d'une gestion rigoureuse des coûts. Les mesures prises en 2009, notamment dans la maîtrise des coûts de personnel, font sentir leurs effets.

Le résultat opérationnel s'élève à **353** millions d'euros contre 257 millions au premier semestre 2009, soit une hausse de **37,4%**.



Résultat net

Le résultat net (part du Groupe) s'élève à **213** millions d'euros contre un résultat net de 167 millions au premier semestre 2009, soit une hausse de **27,5%**.

Ce résultat s'entend après un coût financier net de 42 millions d'euros et une charge d'impôts de 89 millions.

Free Cash Flow

Hors variation du besoin en Fonds de Roulement, le free cash flow du Groupe s'établit à **277** millions d'euros, en forte hausse (**+42%**) par rapport à l'année précédente. Cette augmentation est directement liée à l'amélioration de la marge opérationnelle avant amortissements.

Endettement net au 30 juin 2010

L'endettement financier net est de **618** millions d'euros au 30 juin 2010 comparé à 899 millions au 30 juin 2009. Ce montant inclut l'effet du rachat d'une partie de la participation de Dentsu Inc. dans le capital de Publicis Groupe, détenue au travers de la SEP Dentsu-Badinter, pour un montant de 217,5 millions d'euros. Pour mémoire, la dette nette au 31 décembre 2009 s'élevait à 393 millions d'euros, l'augmentation au 30 juin 2010 étant due à l'effet saisonnier.

Pour le premier semestre 2010, la dette nette moyenne est de **673** millions d'euros, en forte réduction par rapport aux **1 002** millions du premier semestre 2009 et aux 929 millions de l'année 2009.

Le niveau de liquidités au 30 juin 2010 s'établit à **3,6** milliards d'euros.

Capitaux propres au 30 juin 2010

Les capitaux propres consolidés y compris minoritaires, s'élèvent à 3 111 millions d'euros au 30 juin 2010 contre 2 838 millions d'euros au 31 décembre 2009. Ils s'entendent après affectation du résultat 2009 (107 millions d'euros de dividendes distribués).

Le ratio dette nette / fonds propres est ainsi passé de 0.14 au 31 décembre 2009 à **0.20 au 30 juin 2010**.

II. LES RESEAUX

L'amélioration du marché publicitaire au cours du premier semestre est perceptible dans tous réseaux du Groupe. La part grandissante des activités numériques, soit **28,1%** du revenu du premier semestre, comparée à **20,7%** au premier semestre 2009 (à taux de change 2010) conforte le choix stratégique du groupe d'accompagner ses clients pour répondre à l'évolution des consommateurs et de la nouvelle audience numérique. Ces activités se développent dans tous les réseaux du groupe qui bénéficient des expertises et des innovations dans la plupart des domaines du numérique, qu'il s'agisse de search, de display, de réseaux sociaux, ou de mobile, rendues possibles par la création du VivaKi Nerve Center (évitant du même coup la duplication des investissements).



III. GESTION DES COÛTS

Le Groupe poursuit ses efforts sur la maîtrise de ses coûts. Les divers programmes d'optimisation des coûts font l'objet d'une attention constante et continuent d'être mis en oeuvre. Le déploiement des centres de services partagés initié depuis plusieurs années se poursuit ainsi que leur régionalisation. La plateforme « Americas », destinée à desservir le continent américain, devrait être complètement opérationnelle à la fin de cette année. Le développement d'un ERP, d'abord local, puis mondial, rendu possible grâce à l'intégration de la plupart des agences dans les centres de services partagés et l'adoption de processus communs, se poursuit. Le Groupe attend de cet investissement une réduction substantielle de ses coûts opérationnels par l'harmonisation des processus et des systèmes au niveau mondial à partir de 2012.

La solidité de son bilan, alliée à l'amélioration de la maîtrise de ses coûts, permet au Groupe de bien répondre aux nécessités du marché et d'aiguiser sa compétitivité.

IV. NEW BUSINESS: 2,1 MILLIARDS DE DOLLARS DE GAINS NETS

Publicis Groupe engrange **2,1** milliards de US dollars de New Business net au cours du 1^{er} semestre, prouvant ainsi l'attractivité de son offre (liste en annexe).

V. ACQUISITIONS

Publicis Groupe s'est engagé dans un processus de croissance pérenne en ayant fait le choix de se développer rapidement dans les activités numériques et dans les économies émergentes, moteurs de croissance d'aujourd'hui et de demain pour les métiers de la communication.

De nombreuses cibles ont été identifiées. Une attention accrue est portée aux possibilités offertes par la Chine.

Le 30 mars Publicis Groupe a annoncé une prise de participation minoritaire dans Taterka Comunicações (Taterka), agence de publicité brésilienne basée à São Paulo.

Le 6 avril le Groupe a acquis In-Sync, agence de communication santé au Canada. Fondée en 1989, In-Sync est une agence spécialisée dans la communication de la santé et du bien-être basée à Toronto. Spécialisée dans les études de marché, In-Sync offre à ses clients biopharmaceutiques des solutions marketing innovantes.

A la fin du mois d'avril, Publicis Groupe a acquis la participation détenue par les minoritaires de W&K, et détient depuis lors 100% du capital de cette agence chinoise, renommée à cette occasion Leo Burnett Beijing Communications Co., Ltd.

Le 19 mai 2010 Publicis Groupe a acquis Resolute Communications Ltd. Fondée en 2002, Resolute Communications offre des programmes de communication santé englobant le conseil stratégique, la formation médicale et les relations publiques. Resolute, dont le siège est à Londres, est également implantée à New York. Resolute sera fusionnée avec Publicis Life Brands à Londres pour former la nouvelle entité Publicis Life Brands Resolute, qui renforcera la position de leader de Publicis Healthcare Communications Group (PHCG) au Royaume-Uni.



VI. FINANCES

Le début de l'année 2010 a été marqué par le remboursement anticipé en janvier 2010 d'une partie de l'Océane 2018 encore en circulation. Conformément au contrat de l'Océane 2018, tout obligataire a pu demander le remboursement anticipé de tout ou partie de ses Océanes au prix de 45,19 euros par Océane. Ainsi, le 18 janvier 2010, 617 985 Océanes ont été remboursées par anticipation pour un montant total de 28 millions d'euros.

Le nombre de ces Océanes restant en circulation après cette date est de 2 624 538, soit 14,9% du nombre initialement émis (17 624 521).

Par ailleurs, en accord avec l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Mixte Ordinaire et Extraordinaire du 9 juin 2009, Publicis Groupe SA a conclu, en date du 8 janvier 2010, un contrat avec un intermédiaire habilité, en vue d'acquérir 2,7 millions d'actions Publicis Groupe. Le programme a été autorisé pour une durée de dix-huit mois à compter du 9 juin 2009, soit jusqu'au 8 décembre 2010. A ce jour, 2 482 440 actions ont été acquises au travers de ce programme.

Le 10 mai 2010, Publicis Groupe a racheté auprès de Dentsu Inc, en vue de leur annulation, un bloc de 7 500 000 de ses propres actions, détenues par la SEP Dentsu-Badinter, pour un prix total de 217,5 millions d'euros, soit 29 euros par action. Ces actions ont été immédiatement annulées.

VII. EVENEMENTS RECENTS

Acquisitions

Le 12 juillet 2010 Publicis Groupe a annoncé l'acquisition de G4, agence de publicité basée à Beijing. Créée en 2009, G4 propose des solutions en communication intégrée dont la publicité, le design et le conseil stratégique pour Nestlé en Chine. Elle a pris le nom de Publicis G4 et s'enrichit de l'équipe Nestlé de Publicis Beijing. La réunion au sein de Publicis G4, des compétences et des moyens dédiés à Nestlé, permettra d'offrir à ce grand client un accompagnement renforcé sur tout le territoire chinois et la région Asie.

New Business

Le début du deuxième semestre 2010 reste actif en gains de nouveaux budgets après un volume de 1 milliard de dollars engrangé au deuxième trimestre.

VIII. Perspectives

Pour la deuxième fois consécutive ZenithOptimedia vient de corriger ses prévisions de croissance de l'investissement publicitaire mondial pour 2010 à la hausse, les portant aujourd'hui à 3,5%. Cette hausse marquée des prévisions confirme l'amélioration du marché après une année 2009 qui avait vu une baisse historique des investissements publicitaires dans le monde.

Les taux de croissance de Publicis Groupe pour les deux premiers trimestres de l'année 2010 constituent une excellente performance et témoignent de choix stratégiques judicieux, les activités numériques poursuivant leur expansion dans tous les réseaux du groupe et créant les conditions



favorables à l'innovation et à la création de valeur. Les économies émergentes renouent avec des croissances plus conformes à leur développement et ouvrent de nouvelles perspectives au Groupe.

Ces deux piliers sont garants de croissance présente et à venir.

Les investissements dans les talents et le numérique restent d'actualité et sont rendus possibles par une bonne maîtrise des coûts et une situation financière très solide.

Dans ce contexte de retour à une croissance élevée dans diverses économies à forte croissance, notamment en Chine, ainsi que de reprise aux Etats-Unis, bien que stabilisée depuis le mois de mai, et de bonne tenue de certains pays européens, dont la France et le Royaume Uni, Publicis Groupe confirme ses objectifs de croissance supérieure à celle du marché pour l'année 2010.

* * *

« 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 communiqué 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 susceptibles d'affecter son activité telles que figurant dans son Document de Référence déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers. »



A propos de Publicis Groupe

(Euronext Paris : FR0000130577) est le troisième groupe mondial de communication, le deuxième groupe mondial en conseil et achat media, ainsi que le premier groupe mondial dans la communication digitale et dans la santé. Le Groupe est présent dans 104 pays sur les 5 continents et compte environ 46 000 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, Leo Burnett, Publicis et Saatchi & Saatchi, deux réseaux multi-hubs : Fallon et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %), ainsi que l'agence Kaplan Thaler Group, basée à New York. Le conseil et l'achat d'espace media est offert à travers les deux premiers réseaux mondiaux : Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia; et une expertise dans la communication numérique et interactive grâce notamment aux réseaux leaders Digitas et Razorfish. Publicis Groupe a lancé VivaKi afin de profiter des synergies des opérations autonomes de Digitas, Denuo, Razorfish, Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia. Cette entité développe de nouveaux services et outils, et des plateformes numériques de prochaine génération. L'offre du Groupe comprend également les services marketing et la communication spécialisée, comme la communication multiculturelle, la communication dans le développement durable, la communication santé avec Publicis Healthcare Communications Group (PHCG, premier réseau de communication santé), et une expertise en communication corporate et financière, relations publiques, marketing social, développement des marques, communication événementielle et sportive, par MS&LGroup, l'un des trois plus grands réseaux mondiaux en RP et événementiel. Site internet : www.publicisgroupe.com

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



Annexes

New Business - 1er Semestre 2010

2,1 Milliards USD (net)

PRINCIPAUX GAINS DE BUDGET

DIGITAS

Electronic Arts (Brésil), Topper (Brésil), CA (Etats-Unis), Goodyear (Etats-Unis), Aflac (Etats-Unis), Sears (Etats-Unis), Whitewave (Etats-Unis), Olay (Hong Kong/ Taiwan), Airtel (Inde), Nestle (Inde), Renault ZE (France)

FALLON

Cadbury Flake (Grande-Bretagne), French Connection (mondial), Nokia (mondial), The Cosmopolitan of Las Vegas (Etats-Unis), Cadillac (Etats-Unis)

LEO BURNETT

Chrysler (Grande-Bretagne, Allemagne, Turquie), Samsung (Malaisie, République Tchèque, Thaïlande, Kazakhstan), COI/BIS (Grande-Bretagne), Research in Motion- Blackberry (Grande Bretagne), DUFY- *duty free* (Mexique), Sigma Alimentos (Mexique), Koleston (Colombie), Nestlé (Guatemala), Sanofi-Aventis (Guatemala), Canon (Thaïlande), Amway (Chine), Siemens (Chine), Merrill Lynch (Corée), British Council (Sri Lanka), BMW (Malaisie), Pilipinas Shell (Philippines), Arla Food (Russie), Nycomed (Lettonie), The ITI Group (Pologne), Altıparmak (Turquie), El-Bi Electrics (Turquie), Turkcell (Turquie), Ülker (Turquie), Delipapier Sofidel (France), Campero (Guatemala, Salvador), V-Inspired (Grande-Bretagne), Cemex (Costa Rica), World Gold Council (Turquie), Dubai International Film Festival, Tele2 (Kazakhstan), Fiat (Mexique), Cipher Lab (Taiwan)

MS&L GROUP

What's on (Inde), World Gold Council (Chine), Agence centrale des organismes de Sécurité sociale (ACOSS) (France), Ministère de la défense (France), Klépierre Ségécé (France), Pernod Ricard (France), RapidShare (Allemagne), Apoteket (Suède)

PUBLICIS WORLDWIDE

Dolce Gusto (France, Etats-Unis), Chrysler (Canada), City of Toronto (Canada), Metro (Canada), Siemens Energy (Allemagne, Asie), Telefonica / Movistar (Espagne), Sky News / Online project



(Grande-Bretagne), Cafè do Brasil (Italie), Orogel (Italie), J.K. Helene Curtis (Inde), Reserve Bank of India / VIP Bags (Inde), SCMP Classified Post (Hong Kong), Le Monde (France), Ricola (France), Descamps (France), Carte d'Or (France), Cyrillus (France), GT Land Plaza (Chine), La Halle (France), Aéroports de la Cote d'Azur (France), Nestlé / Dairy Culinary (Mexique), Bupa (Grande-Bretagne), Concha y Toro / VCT (Brésil), Hamburger / Financial (Allemagne), Bud Light (Canada), Beefeater Gin (Grande-Bretagne), Randstad (Grande-Bretagne), Belle Avenue (Thaïlande), Black Canyon (Thaïlande), Wellcome / Social business (Allemagne), Emirates Airlines (Pays-Bas), Stivoro / Anti-smoking campaign (Pays-Bas), Musée du Louvre (France), Losc / Lille Football Club (France), Hammerson (France), Shanghai World Expo's / Information & communication pavilion account, Virgin Mobile (Australie), City of Dreams / Digital account (Hong Kong), Indigo Books / *Largest Canadian book retailer*, (Canada), Hasbro (Canada), Canadian Olympic Foundation (Canada), Fiat / Punto Evo Lancement international : Espagne, Portugal, Pays-Bas, Belgique, Irlande, Pologne (France), BNP Paribas / Investment Partners (Pays Bas), Nestlé Maggi (Malaisie)

SAATCHI & SAATCHI

Arla Foods - Lurpak (mondial à l'exception de la Grande-Bretagne), BNP Paribas (Pologne), Red.es *digital TV* (Espagne), Chrysler & Dodge SUV (Chine), Vinda (Chine), Carlsberg : Dali, Wusu, XiXia (Chine), Petrobras (Brésil), Sanitarium (Nouvelle-Zélande), Toyota (Italie)

STARCOM MEDIAVEST GROUP

Honda (Allemagne, Italie, Norvège, Pologne, Suède, Grande-Bretagne), CBS Film (Etats-Unis), Turner (Etats-Unis), Napa Auto Parts (Etats-Unis), Nintendo (Pays-Bas), Gouvernement des Pays-Bas, Van Haren (Pays-Bas), Silesia Voivodship (Pologne), Ministère de l'Environnement (Pologne), Skyways (Suède), FEW *Online Retail* (Suède), Prudential Direct Insurance (Taiwan), Coca-Cola (France), Mitre 10 (Australie), Mars Wrigley (Chine), in.gr (Grèce), General Mills (Chine), Supermac's (Irlande), AIB (Irlande), IKKS (Pays-Bas), Provident (Pologne), Aflac (Etats-Unis), Avon (Etats-Unis), American Egg Board (USA), Kraft/ Cadbury (mondial)

THE KAPLAN THALER GROUP

Aflac (Etats-Unis)

ZENITHOPTIMEDIA

Aviva (mondial), Reckitt Benckiser (mondial), Beijing Tourism Board, China Merchant Bank, Maoduoli (Chine), Electrolux (Vietnam), Georgia Pacific (Roumanie), Vivartia (Roumanie), BN Telecom (Turquie), Dyo (Turquie), Pegasus Airlines (Turquie), SAB Miller (Equador), Axtel (Mexique), Lindt (Emirats Arabes Unis), Gouvernement de Catalogne (Espagne), Ministère de l'Environnement (Espagne), Perfume Shop (Grande-Bretagne), Remington Consumer Products (Etats-Unis), Beijing Lan Hai Cold Mineral Water (Chine), Warner Bros (Singapour), Universal Pictures (Mexique), Hubei Mobile (Chine), Reckitt Benckiser (Chine), AS Watson (APAC)



Définitions

Taux de marge opérationnelle : marge opérationnelle / revenu.

Dette nette moyenne : moyenne semestrielle des dettes nettes moyennes mensuelles.

Free cash flow : flux de trésorerie générés par l'activité après déduction des investissements nets en immobilisations corporelles et incorporelles, hors acquisitions.

New Business net : cette donnée n'est pas issue du reporting financier mais résulte d'une estimation des investissements publicitaires média annualisés sur les budgets gagnés (nets des pertes) de clients nouveaux ou existants.

Pour plus d'information, merci de bien vouloir visiter notre site Internet :

www.finance.publicisgroupe.com



Communiqués de Presse - 2010

- 08/01/10 Programme de Rachat d'Actions
- 11/01/10 Partenariat entre le Women's Forum et Terrafemina
- 18/01/10 Océanes 2018 – Amortissement anticipé
- 05/02/10 Négociation exclusive de Lov Group et Publicis Groupe
- 17/02/10 Résultats Annuels 2009
- 16/03/10 Rémunération des Membres du Directoire
- 30/03/10 Prise de Participation minoritaire dans Taterka Comunicações
- 06/04/10 Publicis Groupe Acquiert In-Sync, Agence de Communication
- 22/04/10 Publicis Groupe : Résultats du 1er trimestre 2010 - Retour à la croissance
- 26/04/10 Renouvellement de mandats au Conseil de Surveillance de Publicis Groupe
- 29/04/10 Publicis Groupe acquiert la totalité du capital de Leo Burnett / W&K Beijing Advertising Co. Lt
- 10/05/10 Publicis Groupe annonce avoir acquis auprès de Dentsu Inc. 7 500 000 de ses propres actions en vue de leur annulation
- 19/05/10 Publicis Groupe acquiert Resolute Communications dans le secteur de la santé
- 01/06/10 Assemblée Générale des Actionnaires de Publicis Groupe - Dividende fixé à 0,60 euro par action
- 01/06/10 Conseil de Surveillance et Directoire de Publicis Groupe
- 28/06/10 Danièle Bessis rejoint Publicis Groupe en qualité de CEO de Re :Sources Worldwide
- 12/07/10 Publicis Groupe acquiert l'agence de publicité G4 en Chine

Pour plus d'information : www.publicisgroupe.com



Publicis Groupe

Comptes consolidés – 30 juin 2010 (non audité)

Compte de résultat consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2010	30 juin 2009	2009
Revenu	2 538	2 209	4 524
Charges de personnel	(1 613)	(1 423)	(2 812)
Autres charges opérationnelles	(503)	(453)	(940)
Marge opérationnelle avant amortissements	422	333	772
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(53)	(46)	(92)
Marge opérationnelle	369	287	680
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(17)	(15)	(30)
Perte de valeur	-	(20)	(28)
Autres produits et charges non courants	1	5	7
Résultat opérationnel	353	257	629
Charges financières	(40)	(34)	(73)
Produits financiers	6	9	12
Coût de l'endettement financier net	(34)	(25)	(61)
Autres charges et produits financiers	(8)	(2)	(9)
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	311	230	559
Impôt sur le résultat	(89)	(59)	(146)
Résultat net des entreprises consolidées	222	171	413
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	-	1	4
Résultat net	222	172	417
Dont :			
- Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	9	5	14
- Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe (part du groupe)	213	167	403

Données par action (*en euros*)- Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe

Nombre d'actions	204 545 563	200 760 562	202 257 125
Bénéfice net par action	1,04	0,83	1,99
Nombre d'actions dilué	237 073 116	206 261 458	220 867 344
Bénéfice net par action – dilué	0,95	0,82	1,90



Etude de Résultat global consolidé

(en millions d'euros)

	30 juin 2010	30 juin 2009	2009
Résultat net de la période (a)	222	172	417
Autres éléments du résultat global			
- Réévaluation des titres disponibles à la vente	(1)	4	12
- Gains et pertes actuariels sur régime à prestations définies	(24)	(16)	(4)
- Réserve de conversion	431	(12)	(59)
- Impôts différés relatifs aux autres éléments du résultat global	7	5	1
Total des autres éléments du résultat global (b)	413	(19)	(50)
Résultat global de la période (a) + (b)	635	153	367
- Résultat global attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle (Intérêts minoritaires)	18	7	17
- Résultat global attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe (Part du Groupe)	617	146	350



Bilan Consolidé

(en millions d'euros)	30 juin 2010	31 décembre 2009
Actif		
Écarts d'acquisition nets	4 416	3 928
Immobilisations incorporelles nettes	937	835
Immobilisations corporelles nettes	480	458
Impôts différés actifs	96	73
Titres mis en équivalence	42	49
Autres actifs financiers	113	94
Actifs non courants	6 084	5 437
Stocks et en-cours de production	406	290
Clients et comptes rattachés	5 941	4 875
Autres créances et actifs courants	609	548
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 418	1 580
Actifs courants	8 374	7 293
Total de l'actif	14 458	12 730
Passif		
Capital	76	79
Réserves consolidées, part du Groupe	3 014	2 734
Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe (Part du Groupe)	3 090	2 813
Participations ne donnant pas le contrôle (Intérêts minoritaires)	21	25
Total capitaux propres	3 111	2 838
Dettes financières à plus d'un an	1 812	1 796
Impôts différés passifs	235	214
Provisions à long terme	499	449
Passifs non courants	2 546	2 459
Fournisseurs et comptes rattachés	6 858	5 835
Dettes financières à moins d'un an	227	214
Dettes d'impôts sur les sociétés	75	63
Provisions à court terme	105	100
Autres dettes et passifs courants	1 536	1 221
Passifs courants	8 801	7 433
Total du passif	14 458	12 730



Tableau des Flux de Trésorerie Consolidés

(en millions d'euros)	30 juin 2010	30 juin 2009	2009
Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net	222	172	417
Neutralisation des produits et charges calculés :			
Impôt sur le résultat	89	59	146
Coût de l'endettement financier net	34	25	61
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(1)	(4)	(10)
Dotation aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	70	81	150
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	15	12	24
Autres produits et charges calculés	3	5	11
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	-	(1)	(4)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	11	6	9
Impôt payé	(103)	(86)	(157)
Intérêts financiers payés	(36)	(51)	(75)
Intérêts financiers encaissés	7	10	16
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	(266)	(495)	59
Flux net de trésorerie générés par l'activité (I)	45	(267)	647
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(35)	(33)	(74)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	1	-	10
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(5)	3	10
Acquisitions de filiales	(48)	(70)	(298)
Cessions de filiales	1	-	1
Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissement (II)	(86)	(100)	(351)
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Augmentation de capital	-	-	-
Dividendes versés aux propriétaires de la société mère	-	-	(107)
Dividendes versés aux minoritaires des sociétés consolidées	(14)	(15)	(26)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	13	734	744
Remboursement des emprunts	(59)	(115)	(108)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et de BSA	(249)	1	5
Encaissements provenant des opérations de couverture	-	-	-
Flux net de trésorerie liés aux opérations de financement (III)	(309)	605	508
Incidence des variations de taux de change (IV)	173	34	(94)
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	(177)	272	710
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	1 580	867	867
Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	(33)	(30)	(30)
Trésorerie à l'ouverture	1 547	837	837
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	1 418	1 162	1 580
Soldes créditeurs de banques à la clôture	(48)	(53)	(33)
Trésorerie à la clôture	1 370	1 109	1 547
Variation de la trésorerie consolidée	(177)	272	710
<i>(1) Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</i>			
Variation des stocks et en-cours de production	(73)	31	29
Variation des créances clients et autres créances	(458)	729	160
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	265	(1 255)	(130)
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(266)	(495)	59



Tableau de variation des capitaux propres consolidés

Nombre d'actions en circulation	(en millions d'euros)	Capital social	Réserves liées au capital	Réserves et résultats consolidés	Réserve de conversion	Réserve de juste valeur	Capitaux Propres attribuables aux propriétaires de la société mère	Participations ne donnant pas le contrôle (Intérêts minoritaires)	Total capitaux propres
178 854 301	1er janvier 2009	78	2 553	(105)	(315)	109	2 320	30	2 350
	Résultat net			167			167	5	172
	Autres éléments du résultat global :								
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente					4	4		4
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies			(11)			(11)		(11)
	Ecarts de change				(14)		(14)	2	(12)
	Total des autres éléments du résultat global	-	-	(11)	(14)	4	(21)	2	(19)
	Total des produits et charges de la période	-	-	156	(14)	4	146	7	153
	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA								
	Composante capitaux propres de l'OCEANE 2014			49			49		49
	Dividendes			(107)			(107)	(15)	(122)
	Rémunérations fondées sur des actions			12			12		12
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(3)			(3)		(3)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de minoritaires						-	3	3
72 910	Achats/Ventes d'actions propres			1			1		1
178 927 211	30 juin 2009	78	2 553	3	(329)	113	2 418	25	2 443

Nombre d'actions en circulation	(en millions d'euros)	Capital social	Réserves liées au capital	Réserves et résultats consolidés	Réserve de conversion	Réserve de juste valeur	Capitaux Propres attribuables aux propriétaires de la société mère	Participations ne donnant pas le contrôle (Intérêts minoritaires)	Total capitaux propres
187 168 768	1er janvier 2010	79	2 600	390	(377)	121	2 813	25	2 838
	Résultat net			213			213	9	222
	Autres éléments du résultat global :								
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente					(1)	(1)		(1)
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies			(17)			(17)		(17)
	Ecarts de change				422		422	9	431
	Total des autres éléments du résultat global	-	-	(17)	422	(1)	404	9	413
	Total des produits et charges de la période	-	-	196	422	(1)	617	18	635
	Dividendes			(107)			(107)	(14)	(121)
	Rémunérations fondées sur des actions			19			19		19
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(3)			(3)		(3)
	Effet des acquisitions et des participations ne donnant pas le contrôle						-	(8)	(8)
(7 500 000)	Annulation d'actions de Publicis Groupe SA	(3)	(215)				(218)		(218)
(807 764)	Achats/Ventes d'actions propres			(31)			(31)		(31)
178 861 004	30 juin 2010	76	2385	464	45	120	3 090	21	3111



Détail du calcul du bénéfice net par action

Bénéfice net par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

30 juin 2010

30 juin 2009

Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA

Résultat net part attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	a	213	167
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt ⁽¹⁾		13	2
Résultat net part du Groupe – dilué	b	226	169

Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA

Nombre d'actions moyen composant le capital social		195 469 852	196 020 983
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(11 231 966)	(17 130 227)
Actions à remettre en remboursement des Oranes		20 307 677	21 869 806
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	204 545 563	200 760 562
<i>Impact des instruments dilutifs : ⁽²⁾</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs		3 904 161	1 045 823
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		172 692	-
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles ⁽¹⁾		28 450 700	4 455 073
Nombre d'actions dilué	d	237 073 116	206 261 458

(en euros)

Bénéfice net par action	a/c	1,04	0,83
Bénéfice net par action – dilué	b/d	0,95	0,82

(1) En 2010 et 2009, les Océanes 2018 et 2014 sont prises en compte dans le calcul (en 2009, sur le mois de juin seulement pour l'Océane 2014, émise en juin 2009).

(2) Seuls les stock-options et BSA ayant un effet dilutif, c'est-à-dire dont le prix d'exercice est inférieur au cours moyen de la période, sont pris en considération.



Bénéfice net courant par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

30 juin 2010

30 juin 2009

Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾		
Résultat net part attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe		
	213	167
<i>Eléments exclus :</i>		
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt	10	9
- Perte de valeur, nette d'impôt	-	16
- Impôt différé actif lié à l'Océane 2014 ⁽²⁾	-	(11)
Résultat net courant part du Groupe	e	223
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>		
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt	13	2
Résultat net courant part du Groupe – dilué	f	236
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA		
Nombre d'actions moyen composant le capital social		195 469 852
		196 020 983
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(11 231 966)
		(17 130 227)
Actions à remettre en remboursement des Oranes		20 307 677
		21 869 806
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	204 545 563
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>		
- Actions gratuites et stock-options dilutifs		3 904 161
		1 045 823
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		172 692
		-
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles		28 450 700
		4 455 073
Nombre d'actions dilué	d	237 073 116
		206 261 458

(en euros)

Bénéfice net courant par action ⁽¹⁾	e/c	1,09	0,90
Bénéfice net courant par action - dilué ⁽¹⁾	f/d	1,00	0,89

(1) BNPA avant amortissement des incorporels liés aux acquisitions, perte de valeur et impôt différé actif lié à l'Océane 2014.

(2) Effet de l'impôt différé actif reconnu à hauteur de l'impôt différé passif comptabilisé sur la part de l'Océane 2014 enregistrée en capitaux propres.