



## PUBLICIS GROUPE

### COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 11 février 2009

### Résultats annuels 2008

- **Croissance Organique : + 3,8%**
- **Marge Opérationnelle : 16,7%**

▪ Revenu	<b>4 704 MEUR</b>	<b>+0,7%</b>
<i>Hors effet de change<sup>(1)</sup></i>	<i>4 953 MEUR</i>	<i>+6,0%</i>
▪ Croissance organique	<b>+ 3,8%</b>	
▪ Marge opérationnelle	<b>785 MEUR</b>	<b>+0,8%</b>
<i>Hors effet de change<sup>(1)</sup></i>	<i>830 MEUR</i>	<i>+6,5 %</i>
▪ Taux de marge opérationnelle	<b>16,7 %</b>	
▪ Résultat net (part du Groupe)	<b>447 MEUR</b>	
▪ Free cash flow	<b>639 MEUR</b>	<b>+4%</b>
<i>Hors effet de change<sup>(1)</sup></i>	<i>654 MEUR</i>	<i>+6%</i>
▪ BNPA courant <sup>(2)</sup> dilué	<b>2,22 EUR</b>	<b>+5%</b>
▪ Ratio d'endettement net	<b>0,29</b>	
▪ Dividende <sup>(3)</sup>	<b>0,60 EUR</b>	

(1) 2008 au taux de change 2007

(2) Avant amortissement des intangibles liés aux acquisitions, perte de valeur et cession d'un terrain

(3) Soumis à l'approbation de l'AGO du 9 juin 2009



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

« L'année 2008 restera dans toutes les mémoires comme celle de la plus grave crise systémique de l'univers financier. On laissera le soin aux économistes et historiens de l'expliquer. Aujourd'hui nous sommes confrontés à la première crise mondiale touchant à des degrés divers toutes les économies. Certains secteurs sont très endommagés, tels que la finance, l'immobilier ou l'automobile. Toutefois la raréfaction du crédit peut avoir des effets très négatifs sur d'autres secteurs.

Cette année fut également celle des élections américaines, des jeux Olympiques et de la coupe européenne de football, et c'est traditionnellement une excellente année pour le marché publicitaire. Or celui-ci n'a pas été épargné par la crise avec un quatrième trimestre négatif.

Dans ce contexte très difficile le Groupe Publicis a dégagé de bons résultats et je tiens à remercier toutes nos équipes à travers le monde qui ont su apporter avec succès des solutions créatives, efficaces et performantes à nos clients.

La croissance de 3,8% sur l'année, le maintien de la marge opérationnelle au niveau record de 16,7%, une forte génération de cash et un new-business de plus de 5Mds\$ nous classant une nouvelle fois au 1<sup>er</sup> rang mondial, attestent de la pertinence de nos choix stratégiques porteurs de promesses pour l'avenir.

L'anticipation du Groupe sur l'évolution des économies notamment émergentes et sur le développement accéléré de la communication numérique ont été fondamentaux.

Ces choix sont aujourd'hui déterminants dans le contexte ambiant et sont au cœur de l'offre de Publicis Groupe reconnue comme l'une des plus attractives du métier.

L'entrée en récession des économies matures, les premiers signes de ralentissement des économies émergentes, la modification de la donne sociale, le changement des habitudes de consommation ont défini la configuration dans laquelle tous les acteurs économiques vont devoir évoluer, contraints à une adaptation rapide.

A cet effet, l'optimisation permanente de nos organisations et de nos structures, à l'instar de la création de VivaKi, le contrôle rigoureux de nos coûts et le travail récurrent effectué sur la réduction et la simplification de la dette, nous confèrent une solidité et des ressources importantes pour affronter une année 2009, l'une des plus difficiles que le monde ait à vivre depuis des décennies.

Notre agilité et notre esprit d'innovation ont permis une adaptation continue de nos organisations, de nos structures. L'objectif de tous, et en premier lieu du management réuni au sein du Directoire et du P12, est de sortir de cette crise plus forts et plus solides. Nous abordons 2009 avec sérénité et sérieux, prêts à apporter à nos clients les solutions les plus innovantes, les plus créatives et les plus performantes. Cette année sera celle de la conquête de parts de marché et de la consolidation de nos marges. »

\*

\* \*



**Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe réuni le 10 février 2009, sous la Présidence de Madame Elisabeth Badinter, a entériné les comptes de l'exercice 2008 présentés par Monsieur Maurice Lévy, Président du Directoire.**

### Chiffres clés

en millions d'euros, à l'exception des % et des données par action (en euros)	2008	2007	Variation 2006/2007
Revenu	4 704	4 671	+0,7%
Marge opérationnelle avant amortissements	889	888	+0,1%
<i>En % du revenu</i>	18,9%	19,0%	-
Marge opérationnelle	785	779	+0,8%
<i>En % du revenu</i>	16,7%	16,7%	-
Résultat opérationnel	751	746	+0,7%
Bénéfice net (Part du Groupe)	447	452	-1,1%
Bénéfice net par action	2,21	2,18	
Bénéfice net par action (dilué)	2,12	2,02	
Dividende attribué à chaque action	0,60	0,60	
<b>Données extraites du bilan</b>	<b>31/12/2008</b>	<b>31/12/2007</b>	
Total de l'actif	11 860	12 244	
Capitaux propres, part du Groupe	2 320	2 198	

Le montant du dividende de 0,60 euro par action sera soumis à l'approbation des actionnaires lors de l'Assemblée Générale de Publicis Groupe qui se réunira le 9 juin 2009. Il sera mis en paiement le 6 juillet 2009.

### Analyse des chiffres clés

#### ▪ Revenu 2008

Le revenu consolidé 2008 s'est élevé à **4 704 millions d'euros contre 4 671 millions d'euros** en 2007, en hausse de 0,7% et de +6,0% hors effets de change (avec un revenu 2008 au taux de change 2007).

La croissance organique a été de **3,8%**, le dernier trimestre ayant été nettement plus difficile. Les activités numériques continuent de contribuer à une bonne croissance un peu partout dans le monde et très clairement aux Etats-Unis et en Europe de l'Ouest. Les activités **numériques** représentent, en 2008, **19%** du revenu total contre 15% en 2007 en ligne avec nos objectifs de leader des segments à forte croissance et de dégager 25% de nos revenus dans le numérique à fin 2010. De même les revenus issus de pays à très forte croissance dans des **économies émergentes** représentent **22,9%** du revenu total du Groupe en 2008 contre 21,3% pour l'année 2007 confirmant ainsi la volonté de Publicis Groupe d'avoir 25% de ses revenus issus de ces régions à l'horizon 2010.

Le revenu consolidé 2008 se répartit comme suit (y compris les activités numériques) : 38% des revenus sont issus de la publicité, 26% des media, 36% des SAMS.



## - Répartition du revenu 2008 par zone géographique :

Pour l'année 2008, la répartition géographique du revenu est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>Revenu</b>		<b>Croissance</b>	
	<b>2008</b>	<b>2007</b>	<b>2008 vs 2007</b>	<b>Organique</b>
Europe	1 805	1 799	0,3%	1,3%
Amérique du Nord	2 008	2 016	-0,4%	4,4%
Asie-Pacifique	519	502	3,3%	5,0%
Amérique latine	238	237	0,7%	6,5%
Afrique et Moyen-Orient	134	117	14,6%	21,8%
<b>Total</b>	<b>4 704</b>	<b>4 671</b>	<b>0,7%</b>	<b>3,8%</b>

Toutes les régions contribuent positivement à la croissance organique du Groupe pour l'année 2008. L'Europe est positive grâce à une très bonne performance de la France due pour une très grande part aux nombreux gains de budgets de Publicis Conseil, l'Europe Centrale et de l'Est, de l'Europe du Nord, l'Italie demeurant à l'équilibre, le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Espagne étant en territoires négatifs. L'Amérique du Nord avec 4,4% de croissance organique bénéficie particulièrement du dynamisme des activités numériques et media, même si l'on note un ralentissement au cours du dernier trimestre. La région Asie-Pacifique est extrêmement contrastée selon les pays, la grande région Chine et l'Inde affichant respectivement des croissances organiques de 12,8% et 17,4% qui compensent les décroissances observées au Japon et en Corée notamment. L'Amérique latine bénéficie des fortes croissances du Venezuela, de l'Argentine et d'une bonne croissance au Brésil.

La croissance organique conjuguée de la grande région Chine, de la Russie, de l'Inde et du Brésil est de 14,2% pour l'année 2008.

Exprimé en dollars US, le revenu de l'année 2008 serait de 6 900 millions de dollars, en croissance de 7,9%. Exprimé en GBP, ce même revenu s'élèverait à 3 733 millions de livres, en croissance de 16,8%.

### ▪ Revenu du 4<sup>ème</sup> trimestre 2008

Le revenu consolidé du quatrième trimestre a été de **1 373 millions** d'euros, soit une hausse de 5,5% par rapport à des revenus de 1 301 millions pour la période équivalente de 2007.

La croissance organique a été de **1,1%** au dernier trimestre. Bien que positive, cette croissance en retrait par rapport aux trimestres précédents reflète la baisse de l'économie réelle dans plusieurs secteurs et diverses régions du monde. On note cependant la poursuite d'une croissance élevée dans les activités media et numériques comme dans bon nombre de pays des économies émergentes.



## - Répartition du revenu 4<sup>ème</sup> trimestre par zone géographique

Au quatrième trimestre 2008, la répartition géographique du revenu est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>Revenu</b>		<b>Croissance</b>	
	<b>4<sup>ème</sup> trimestre 2008</b>	<b>4<sup>ème</sup> trimestre 2007</b>	<b>2008 vs 2007</b>	<b>Organique</b>
Europe	521	535	-2,6%	-1,8%
Amérique du Nord	585	521	12,3%	1,8%
Asie-Pacifique	152	142	6,3%	-1,1%
Amérique latine	65	67	-3,3%	2,8%
Afrique et Moyen-Orient	50	36	42,2%	36,7%
<b>Total</b>	<b>1 373</b>	<b>1 301</b>	<b>5,5%</b>	<b>1,1%</b>

La croissance du revenu du Groupe au quatrième trimestre marque clairement le pas à l'exception de la région Afrique et Moyen Orient. La poursuite d'une forte croissance dans la grande région Chine ne compense pas sur ce trimestre la décélération des autres pays de la région Asie-Pacifique. Si la France reste en croissance, l'Europe dans son ensemble pâtit de la poursuite de la baisse de l'Europe du Sud. La bonne tenue des activités numériques permet à l'Amérique du Nord d'avoir une croissance positive.

### ▪ **Marge opérationnelle**

La marge opérationnelle avant amortissements de **889** millions d'euros en 2008 reste stable par rapport à un montant de 888 millions réalisé en 2007.

Les effets de change ont un impact négatif de **46** millions d'euros (2007 à taux 2008) sur la marge 2008.

**Le taux de marge opérationnelle pour l'année 2008 s'établit à 16,7%.** La poursuite d'efforts continus en matière de gestion des coûts pour l'ensemble du Groupe a permis d'absorber à la fois les coûts d'intégration de diverses acquisitions et du déploiement accéléré des activités numériques dans le monde.

L'optimisation des divers coûts de fonctionnement et la maîtrise des investissements, permettent au Groupe de sécuriser sa marge opérationnelle.

### ▪ **Résultat net**

Après une charge financière de 79 millions d'euros, une charge d'impôts de 196 millions, un résultat des sociétés mises en équivalence de 2 millions et des intérêts minoritaires de 31 millions, **le résultat net, part du Groupe, s'élève à 447** millions d'euros contre 452 millions en 2007.



- **Free Cash Flow (hors variation du besoin en fonds de roulement)**

A **639 millions d'euros**, hors variation du besoin en fonds de roulement, le free cash flow du Groupe est en augmentation de 4% par rapport à l'année précédente grâce notamment à un excellent niveau d'EBITDA (18,9%).

- **Endettement net**

L'endettement financier net, en forte réduction, est passé de 837 millions d'euros au 31 décembre 2007 à **676 millions d'euros** au 31 décembre 2008 grâce à un free cash flow élevé (651 millions), et s'entend après 174 millions de rachats d'actions (nets de cessions). Il est rappelé que la dette du Groupe ne fait l'objet d'aucun « covenant ».

La dette nette moyenne du Groupe au 31 décembre 2008, également en réduction sensible, s'élève à de 1 102 millions d'euros contre 1 207 millions d'euros au 31 décembre 2007.

Il est important de noter le **niveau de liquidités** du Groupe à la fin de l'année, **2 798 millions d'euros** (2 533 millions en ne tenant compte que des lignes confirmées) malgré le remboursement de l'Océane 2008.

- **Capitaux propres**

Les capitaux propres consolidés y compris minoritaires, sont passés de 2 225 millions d'euros au 31 décembre 2007 à **2 350 millions d'euros au 31 décembre 2008**.

**Le ratio dette nette / fonds propres** est ainsi passé de 0,38 au 31 décembre 2007 à **0,29** au 31 décembre 2008.



## La vie du groupe en 2008

### ▪ Nominations/création

#### Nominations/création

Publicis Groupe se classe **N°1 au Gunn Report depuis 2004 pour la meilleure performance créative.**

Cette distinction récompense et résume l'efficacité de la création des équipes dans les agences de Publicis Groupe, et ce depuis des années, talent d'autant plus précieux qu'à l'ère du numérique la qualité des contenus diffusés acquiert un poids prépondérant.

Cette qualité créative s'est également retrouvée dans les nombreuses distinctions reçues ou classements mondiaux établis.

Sur le plan créatif, Publicis Groupe classé deuxième lors de la 55<sup>ème</sup> édition du **Festival International de la Publicité de Cannes** avec 101 Lions a remporté un Grand Prix en Film (Cadbury-Gorilla).

Aux **Clio Awards**, le Groupe a remporté la deuxième place en 2008 avec notamment un « Grand Prix Innovative Media », cinq « Or » Télévision/Cinéma et Numérique, soit au total 51 Clios.

Publicis Groupe est arrivé deuxième au « **The One Show** » avec 81 prix.

Même reconnaissance de la qualité créative de Publicis Groupe aux **Effie Awards** 2008, qui récompensent les campagnes les plus créatives et à la fois les plus efficaces.

### ▪ New Business

2008 a été à nouveau fertile en gains de budgets avec 6,9 milliards de dollars de budgets conquis soit 5 milliards de dollars, nets, dans l'année, plaçant Publicis Groupe au 1<sup>er</sup> rang mondial. (Classement Nomura-ex Lehman)

On retiendra plus particulièrement : L'Oréal, Bank of America, Emirates, Schering Plough, Cadbury pour les media, Lunesta, Samsung, Sony Bravia, Guinness, Miller Chill pour les agences.

### ▪ Croissance externe

Fidèle à sa stratégie de se développer prioritairement sur les 2 segments à forte croissance que représentent la communication numérique et les pays émergents, et complétant aussi ses réseaux d'agences spécialisées partout dans le monde, Publicis Groupe a poursuivi une politique de croissance externe active tout au long de l'année.



– **Acquisitions dans le digital :**

**Emporio Asia**, agence de marketing numérique basée à **Shanghai**, devenue Emporio Asia Leo Burnett,

**Portfolio**, agence de services en marketing numérique en **Corée**,

**PBJS**, agence leader aux **Etats-Unis** en marketing numérique et communication stratégique,

**Performics Search Marketing Business** leader du search marketing, basée à **Chicago** et présente à **San Francisco, New York, Londres, Hambourg, Sydney, Singapour** et **Pékin**,

**Tribal**, l'une des premières agences indépendantes numériques au **Brésil**.

Par ailleurs, en mars 2008 Publicis Groupe a franchi une nouvelle étape dans le déploiement international du réseau **Digitas : Solutions**, spécialiste du Groupe en marketing services en **Inde** et à **Singapour**, a pris le nom de **Solutions | Digitas**, alliant ainsi l'expertise en marketing services de Solutions sur le marché indien et l'expertise numérique internationale de Digitas.

En juin, création de **Saatchi & Saatchi Energy Source Integrated Interactive Solutions** qui réunit le réseau mondial de publicité Saatchi & Saatchi et le leader chinois des solutions interactives Energy Source. Nommée Saatchi & Saatchi Energy Source Integrated Interactive solutions la nouvelle entité spécialisée en solutions numériques intégrées, en marketing centré sur la relation client et en relations publiques est basée à **Shanghai** et **Guangzhou**.

En juin 2008, Publicis Groupe, dans un contexte de très forte croissance du numérique a annoncé le lancement de **VivaKi**, une nouvelle initiative stratégique destinée à optimiser les performances des investisseurs des annonceurs et à maximiser les gains de part de marché de Publicis Groupe. Simultanément, le Groupe a créé, dans le cadre du **VivaKi Nerve Center** une nouvelle plateforme technologique, le plus grand réseau « d'audience à la demande » adossé aux technologies de Microsoft, Google, Yahoo ! Platform A offrant aux annonceurs la possibilité de toucher des audiences définies avec précision partout dans le monde, en une seule campagne et sur des réseaux multiples.

– **Autres acquisitions :**

Publicis Groupe a acquis au début de l'année 2008 :

**Act Now**, pionnier du conseil en développement durable basé à **San Francisco** et qui a rejoint le réseau Saatchi&Saatchi.

**La Vie est Belle, à Paris**, agence dont l'offre repose sur la publicité, les relations publiques, l'événementiel et la communication en ligne acquise en février 2008, a rejoint Paname pour créer **Publicis Full Player**.

En juillet de l'année dernière, le Groupe a acquis **Kekst and Company Incorporated**, agence leader dans les domaines du conseil stratégique et financier, basée à **New York**.

Enfin en décembre 2008, Publicis Groupe a annoncé l'acquisition de **W&K Communications**, spécialiste de la publicité, la promotion, la production télévisée et l'achat d'espace, implantée en **Chine** à Pékin et Guangzhou. W&K rejoint le réseau Grande Chine de Leo Burnett et prend le nom de Leo Burnett W&K Beijing Advertising Co.



## ▪ **Gouvernance**

### – **Recommandations AFEP-MEDEF**

Lors de sa réunion du 2 décembre 2008, le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe S.A. a examiné les recommandations AFEP-MEDEF du 6 octobre 2008 sur la rémunération des dirigeants mandataires sociaux des sociétés cotées.

Il considère que ces recommandations s'inscrivent dans la démarche de gouvernement d'entreprise du Groupe et constate que les engagements existants vis-à-vis des membres du Directoire sont d'ores et déjà conformes à ces recommandations.

En application de la loi du 3 juillet 2008 transposant la directive communautaire 2006/46/CE du 14 juin 2006, le Groupe Publicis a déclaré que le code AFEP-MEDEF ainsi modifié est celui auquel il se référera pour l'élaboration du rapport prévu à l'article L. 225-68 du code de commerce à compter de l'exercice 2008.

## **Année 2009**

## ▪ **Evénements récents :**

### – **Innovations :**

En ce début d'année Starcom a dévoilé une nouvelle initiative, dans le cadre de VivaKi, pour le développement d'un nouveau format de publicité vidéo qui pourrait devenir le nouveau standard du monde de la publicité en ligne. Cette initiative nommée « The Pool » bénéficiera de la collaboration des plus grands fournisseurs de vidéo en ligne (AOL, Broadband Enterprises, CBS, Discovery, Hulu, Microsoft et Yahoo !). Parmi les annonceurs participant à ce projet on compte Applebee's, Capital One, Nestlé, Purina, ainsi que quelques autres, tous clients des agences de Publicis Groupe.

Ce projet novateur s'inscrit parfaitement dans les objectifs de VivaKi :

- accès à de nouveaux standards
- ouverture à toute forme de collaboration avec les propriétaires de media et nos clients
- bénéficiant de l'effet d'échelle afin de créer des standards pour nos clients qui prennent mieux en compte le consommateur
- un potentiel global extensible à tout nouveau canal numérique.

Six mois seulement après l'acquisition de Performics à Google, VivaKi lance la marque sur le marché français. Performics. Rattachée à VivaKi Nerve Center, le centre d'expertises numériques de VivaKi, Performics propose une offre centrée sur le « marketing à la performance » en réunissant les compétences de trois entités reconnues comme leaders dans leur domaine : iBase, Webformance et Click2Sales.



## ▪ **Finances**

Le 19 janvier 2009 Publicis Groupe a procédé au rachat de 12,7% du montant initial de l'Océane 2018 (Océane Publicis Groupe SA 2018-2,75%-FR0000180127) pour un montant de 95 millions d'euros soit 2.241.811 obligations à 42,3585 euros par obligation. Une opération similaire pourrait être faite pour tous les porteurs d'Océane 2018 à des conditions équivalentes.

## ▪ **New Business**

Le début de l'année a été fructueux pour Publicis Groupe qui s'enorgueillit de la conquête de plusieurs nouveaux budgets. Parmi ces budgets, on notera le budget media de CMCC (China Mobile) qui renouvelle sa confiance à ZenithOptimedia et le budget mondial de Carrefour.

## ▪ **Perspectives**

Avec l'intensification des problèmes du secteur financier au cours des derniers mois de l'année 2008, la crise économique a changé de dimension. Jusqu'au troisième trimestre, les économies développées évoluaient dans un environnement de faible croissance, encore persuadées qu'un découplage entre les Etats-Unis et le reste du monde était possible, et que l'économie réelle ralentirait, mais demeurerait relativement étanche à la crise financière. Après la faillite de Lehman Brothers et l'état de quasi-faillite de bon nombre de grandes institutions financières, la crise a subitement changé de dimension touchant presque tous les secteurs d'activité et de plus en plus de pays. Il s'agit de la première crise économique mondiale aux effets encore imprévisibles.

Dans un environnement difficile avec une croissance du PNB mondial de 2,5% en 2008 en fort retrait par rapport à l'année précédente, Publicis Groupe atteint quasiment tous ses objectifs, clôturant l'année sur de très bonnes performances, qu'il s'agisse des gains de nouveaux budgets, de la croissance organique, de la marge opérationnelle, du free cash flow encore en augmentation et aborde l'année 2009 avec un bilan solide, une liquidité importante et une organisation très souple et adaptable.

L'année 2009 avec une estimation de croissance mondiale du PIB de 0,9% sera très difficile. Les prévisions les plus récentes (ZenithOptimedia) font état d'une décroissance mondiale de la dépense publicitaire de 1,8%. Par région, seules les économies émergentes sont à ce jour attendues en croissance significative par rapport à 2008 : le Brésil à +10% et la Chine à +8,8%. Les Etats-Unis devraient connaître une réduction de 6,3%, le Japon de 5,7%, l'Espagne de 8%, l'Allemagne de 5,1% tandis que le Royaume Uni et la France devraient subir des réductions respectivement de 4% et 1,9%. Il importe toutefois de souligner que les estimations continuent d'être régulièrement revues à la baisse.

Dans cet environnement caractérisé par l'entrée en récession de diverses économies occidentales et d'un ralentissement attendu de la croissance des économies émergentes, Publicis Groupe entend, plus que jamais, tirer parti de ses nombreux atouts. En tout premier lieu, le Groupe a démontré sa capacité à contrôler ses coûts, ce que la progression de la marge opérationnelle au fil des années illustre clairement. Ce travail de fond est indépendant



des fluctuations de l'économie et se trouve complété par une grande flexibilité de l'organisation qui permet des adaptations rapides. La stratégie engagée de développement des activités numériques et d'expansion dans des régions à forte croissance qui commence à porter des fruits devrait compenser au moins partiellement, la baisse de certaines activités ou régions, si l'on admet que les économies émergentes restent en croissance malgré tout et que les dépenses publicitaires en ligne continueront d'afficher une progression proche ou supérieure à 10%.

Les conquêtes de nouveaux budgets réalisées ces dernières années témoignent du dynamisme et de l'attractivité de Publicis Groupe.

Devant les nombreux défis des prochains trimestres, Publicis Groupe reste confiant, conforté par ses bonnes performances opérationnelles récentes, un solide bilan, une organisation très souple et des équipes très engagées auprès des clients du Groupe.

#### **CONTACTS :**

##### **Publicis Groupe:**

Peggy Nahmany, Communication Externe :

+ 33 (0)1 44 43 72 83

[peggy.nahmany@publicisgroupe.com](mailto:peggy.nahmany@publicisgroupe.com)

Martine Hue, Relations Investisseurs :

+ 33 (0)1 44 43 65 00

[martine.hue@publicisgroupe.com](mailto:martine.hue@publicisgroupe.com)

**Publicis Groupe** (Euronext Paris : FR0000130577) est le 4<sup>ème</sup> 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 44 000 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](http://www.publicisgroupe.com)



**Annexes**  
**New Business**  
**2008**

**5 milliards USD (net)**

**Leo Burnett:**

*AC Delco (Etats-Unis), Allstate Direct (Etats-Unis), Alpina (Colombie), Ambev (Brésil), Aviva Insurance (Taiwan), AXA (Espagne), AXN – Sony (Italie), Audi (Russie), BI (Brésil), Baltimor (Russie), Bell Canada (Canada), Borges & Almeida (Venezuela), Bosch Siemens (République tchèque), CAMIL (Brésil), Carlsberg (Israël), Carrefour Telecom (Taiwan), Caterpillar (Chine), China Mobile (Grande Chine), Clear Blue Easy (Italie), COI Department of Work and Pensions (Royaume-Uni), Coke (Etats-Unis), Coca Cola Company (Russie et Royaume-Uni), Comcast (Etats-Unis), Comitato Moda (Italie), Confitecol (Amérique Latine), Credit Mutual (France), Dean Foods: Silk Soy Brand (Etats-Unis), DeVry (Etats-Unis), Don Q. Limon (Etats-Unis), Eidos – software game (Royaume-Uni), Exclusive Resorts (Etats-Unis), Ferrero Rocher (Chine), Ferreti Group (Italie), Fox (Dubai), Fundagao Energy (Brésil), GMR Sports Pvt Ltd (Inde), Govt of Ontario (Canada), Harrah's Promotions ((Etats-Unis), Hasbro (Mexique), Heineken (Hong-Kong), HP (Malaysia), Home Retail Group (Royaume-Uni), Homebase (Royaume-Uni), Hongguo (Chine), IKEA (Pologne et République tchèque), Ind. Alimenticas Corralito (Venezuela), ING Direct (Italie), Intesa (Italie), ISPA (Etats-Unis), John Middleton Tobacco (Etats-Unis), Johnnie Walker (Venezuela), Karsten (Brésil), Kellogg's – Special K (Allemagne), Kuwait Telecom Company (Koweït), Leumi Card (Israël), Mars (Dubai, Emirats Arabes Unis), Mayfair (Maroc), Mazola (Etats-Unis), McDonald's (Royaume-Uni), Mercedes (Portugal), Metlife (Mexique), Mobicom Telco (Hong Kong), Mont Blanc (Italie), MSD (Corée), Night Fever (France), Norumbi Shopping (Brésil), Novartis (Corée), Oracle (Italie), P&G Clearblue (Italie), P&G – Dash (Allemagne), P&G Digital (Colombie), PAAT (Australie), Pfizer (Italie), Phoenix (Israël), Purina Retail (Etats-Unis), Q House Real Estate (Thaïlande), Rossi (Brésil), SAB Miller (Royaume-Uni), SAMS Club (Brésil), Samsung – B2C (Global), Samsung USA ((Etats-Unis), Sanofi Aventis – Allegra (Japon), Saudi Telecom (Koweït), Sberbank (Russie), Sino Diamond Outlander (Taiwan), Sobeys (Canada), Staples (Espagne), Suzuki (Guatemala), Tesco (Pologne et République Tchèque), Thalys (France), Tommy's Children's Charity (Royaume-Uni), Trip (Brésil), Veinsa – Mitsubishi (Amérique Latine), Waitrose (France), Walgreens Hispanic (Etats-Unis)*



### **Publicis:**

*Alcatel Lucent (Royaume-Uni), ATP Tennis (Royaume-Uni), AXA (France, Nouvelle Zélande), Beam Global Spirits (Etats-Unis), BNP (Belgique), British Council (Royaume-Uni), Bundesministerium für Bildung und Forschung (Allemagne), Carfax (Allemagne), Citi (Royaume-Uni), Citibank (Brésil), COI EWDC EYPS (Royaume-Uni), Comunidad de Madrid (Espagne), Constellation Europe – Kumala (Royaume-Uni), EasyJet (Royaume-Uni), Elections Canada (Canada), Fortis (France, Belgium), General Mills (Etats-Unis), Groupe SEB (Etats-Unis), HP (Europe et Moyen-Orient), Homeaway (Etats-Unis), Investitionsbank Berlin (Allemagne), L’Oreal (Etats-Unis), LG Electronics (Italie), Life Technologies (Etats-Unis), Lion Nathan (Australie), Manpower (France), Migros Aare (Suisse), Nestlé (Mexique), New World (Chine), Orange (France), P&G (Brésil, Etats Unis), Paypal (Etats-Unis), Pernod Ricard (Glenlivet) (France), PMU (France), Qantas (Australie), Sandisk (Etats-Unis), Sanofi-Aventis (Allemagne), Sara Lee (Etats-Unis), SCA Paper (Austria), Servicemaster (United States), Shell Oil Germany (Germany), Slendertone (Royaume-Uni), Stock (Italie), Swiss Air Lines (Suisse), Swiss International Airlines (Suisse), T-Mobile (Etats-Unis), Tata Steel (Royaume-Uni), Telefonica (Brésil), Theater Bonn (Allemagne), Trugreen (Etats-Unis), Two Way Gaming Ltd (Royaume-Uni), Virgin (Australie), Yoplait (France)*

### **Saatchi & Saatchi:**

*Alpitour travel agency (Italie), Amplifon (Italie), APACS (Royaume-Uni), Appleton Estates (Canada), ArcelorMittal (Royaume-Uni), Asia Five Nations (Hong Kong), Atlantis/Kerzner Group (Royaume-Uni, Emirats Arabes Unis), Australia - Dept of the Prime Minister & Cabinet (Australie), AXA (Royaume-Uni), Banca Fideuram (Intesa S. Paolo Group) (Italie), Cadbury (Multiregional – SSF Group), Comedy Central TV Chanel (Italie), Continental Airlines (Royaume-Uni), Energy Policy and Planning Office (OPPO) (Thailande), Flybaboo (Suisse), Fresh Retail Ventures/Jamie Oliver (Royaume-Uni), GDF Suez (France/Global), General Mills/ Pillsbury Intenational (Royaume-Uni), Guinness - 250th Anniversary Celebrations (Royaume-Uni), JTI (Russie), Kroger (Canada), Merck Serono (Suisse/global excluding US), Miller Chill (Etats-Unis), Mondadori (Italie), MTS (j/v between Sistema/MTS and Shyam Telelink) (Inde), Oesterreichisches Verkehrsbuero (Autriche), ParalympicsGB (Royaume-Uni), Pillsbury – Green Giant Soup (Royaume-Uni), Pinko - Skelanimals (Italie), Sanyo Electronics (Nouvelle-Zélande), Senior’s Money (Canada), Shenzhen Mobile (Chine), Singapour Navy (Singapour), MengNiu (Chine), Videocon (Inde), Volvo (Allemagne), Wal-Mart (Etats-Unis), WellPoint (Etats-Unis)*

### **Starcom MediaVest Group:**

*Anton Sport (Norvège), Avon Cosmetics (Colombie), Bank of America (Etats-Unis), Bauer (Royaume-Uni), BBS (Norvège), Borusan Automotiv (Turquie), Cadbury (France et Turquie), CasinòLugano (Italie), City (Grèce), Coca-Cola (Asie Pacifique), Eko (Grèce), Emirates (Global), E-on (Italie), Europcar (Royaume-Uni), Evyap (Turquie), Farmatodo (Colombie), FEO (Singapour), GE-Money (Russie, Pologne, République Tchèque et Roumanie), Genting Resorts World (Malaysia), Heineken (République Tchèque et Royaume-Uni), Honda (Portugal),*



*IKEA (Grèce), IMP (Italie), Inbev (Roumanie), Inps (Italie), Korasides (Grèce), KRKA (Pologne), Kuwait National Airways (Koweït), M-Video (Russie), McCormick (France & Royaume-Uni), Media Prima (Malaysia), Nakheel (Émirats Arabes Unis), NZ Post (New Zealand), Panrico (Portugal), Regione Piemonte (Italie), Samsung (Global), Soraya (Pologne), Snieszka (Roumanie), Sberbank (Russie), Snasco (Émirats Arabes Unis), Strauss (Roumanie), TUI (Pologne), Unibet (Suède), Unibrew (Pologne), Visit Britain (Pays-Bas), Wisconsin Milk (Etats-Unis), Wyeth (Mexique)*

### **ZenithOptimedia:**

*2XL (Emirats Arabes Unis), Aerogal (Equateur), Al Barari (Emirats Arabes Unis), Al Majid Motors (Emirats Arabes Unis), Ali & Sons (Emirats Arabes Unis), Alpha Bank (Roumanie), AMVIX (Grèce), Aspiat-Lee Hwa (Singapour), Aston Martin (Royaume-Uni), AXA (Nouvelle-Zélande), Banyan Tree Hotels & Resorts Pte Ltd (Singapour), Barclay's (Espagne), Berker Mama (Turquie), Betek (Turquie), Bob-Mobile (Grèce), Bratz (Espagne), Butlins (Royaume-Uni), Cadbury Wedel (Pologne), Campofrio (Espagne), Cargill (Inde), Carrefour Online (Espagne), Changan Suzuki (Chine), Chateau d'Ax (Belgique), Chicco (Espagne), Clarks (Chine), Collective Brands, Inc. (Etats-Unis), Contender Entertainment Group (Royaume-Uni), Control (Espagne), DASK (Turquie), Darden Restaurants (Etats-Unis), Dexia (Slovaquie), Discovery (Inde), Disneyland Resorts Paris (Global), Doğuş Tea (Turquie), Dopod (Grande Chine), Dominos Pizza (Turquie), Dubai Investments (Emirats Arabes Unis), EDB (Global), Emaar / King Abdulah Economic City (Arabie Saoudite), Emperador Distillery (Philippines), Euroko Insurance (Turquie), European Lease Fund (Pologne), Evyap (Turquie), FHB (Hongrie), Galata Town (Turquie), Godfrey's (Australie), Goldas (Turquie), Guangzhou Mobile (Chine), Handelsblatt (Allemagne), Haribo (Espagne), Harrah's Entertainment (Etats-Unis), HDFC Asset Management (Inde), Hertz (Global), Honda (Emirats Arabes Unis), Hyundai (Chine), Inbev (Chine), James Boags (Australie), Jazeera Children's Channel (Emirats Arabes Unis), Kervan (Turquie), Kiler (Turquie), Kilim (Turquie), Kuvayt Turk (Turquie), Lamoïyan, Inc. (Philippines), Lievitalia (Italie), Lila Kağıt (Turquie), L'Oréal - Media Buying (France), LVMH (Inde), Marks & Spencer (Chine), Masvision (Espagne), Mavi Jeans (Turquie), MCYS (Singapour), Mega Brands (Royaume-Uni), Mail Today (Inde), Mentholatum (Chine), Ministère de l'Agriculture (Pologne), Ministerul Mediului (Roumanie), MOT (Inde), Multiopicas (Espagne), O2 Digital (Royaume-Uni), Omega (Chine), Opfermann (Allemagne), Panasonic (Emirats Arabes Unis), Orkla Foods (Roumanie), Panasonic (Nouvelle-Zélande), Pertamina Pas (Indonésie), PGA (Grèce), Pin An Insurance (Chine), Poltronesofa (Italie), Posta Romana (Roumanie), Qijing Mobile (Chine), RATP (France), Rawdah Poultry (Arabie Saoudite), RCA (Belgique), Schering Plough (Royaume-Uni), Sirvent S.A. (Espagne), Swarovski (Europe), Swarovski Special Store (Chine), Synutra (Chine), Tadiran Carrier (Israël), Telepizza (Espagne), Typhoo (Royaume-Uni), Texwood Jeans (Chine), Ubisoft (Etats-Unis), Viajes Iberia (Espagne), W. Jordans (Royaume-Uni), Wagner (Belgique), Warner Music Group (Royaume-Uni), Wirtschaftswoche (Allemagne), WWF (Royaume-Uni), Wyeth (Chine), YSL Beaute (Global), Zhuhai Mobile (Chine)*



### **Publicis Healthcare Communications Group (PHCG):**

*AstraZeneca / Recentin - Saatchi & Saatchi Healthcare Innovations (Etats-Unis), AstraZeneca / Zactima - Saatchi & Saatchi Healthcare Innovations (Etats-Unis), AstraZeneca / ZD4054 - Saatchi & Saatchi Healthcare Innovations (Etats-Unis), Auxilium/Testim - Medicus (Etats-Unis), Biovail - PSS (Etats-Unis), Eisai/Epilepsy Franchise - Saatchi & Saatchi Healthcare London (Royaume-Uni), GTx/Acadopene -- Medicus (Etats-Unis), Pierre Fabre/Javlor -- BOZ (France), Pfizer/Diversified Products - Arista (Etats-Unis), Solvay/Zolip (Etats-Unis), Sanofi-Aventis/Multag – Saatchi & Saatchi Consumer Health and Wellness (Etats-Unis), UCB/brivaracetam - Medicus (Etats-Unis), Wyeth/Enbrel - Arista (Etats-Unis)*

### **Publicis Public Relations and Corporate Communications Group (PRCC):**

*AXA (France, Pays-Bas), Bouygues (France), Bureau Veritas (France), Caisse des Dépôts (France), EBSCO (Etats-Unis), EU-China (Europe / Chine), GDF SUEZ (France), Groupama (France), Jardiland (France), Michelin (France), Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement Durable et de l'Aménagement du Territoire - Direction régionale Ile de France (France), Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi (France), Moer Dijk Region (Pays-Bas), Morgan (France), Rio Tinto (Europe), Saison Culturelle Européenne (France), National Office of Family Allocations (France), Wyeth (Etats-Unis)*

### **Digitas:**

*AOL (Etats-Unis), CDiscount (France), Comcast (Etats-Unis), Cultura (France), Disney Nature (France), Disponis – Société Générale (France), E-TF1 (France), Hindustan Petroleum Corporation Ltd (Inde), HomeAway (Etats-Unis), Kooples (France), Legrand (France), Liberation (France), Mars – Starburst (Etats-Unis), Nouvelle Frontière (France), P&G – Crest (Etats-Unis), Quick (France), Total (France), Vin-Malin (France)*

### **Fallon:**

*BoConcept (Asie), Boston Market (Etats-Unis), Cheestrings ATL and Cheestrings Digital (Royaume-Uni), DeLonghi (Asie), Diagio (Japon), Diners Club (Asie), Kerry Foods (Royaume-Uni), Herman Miller (Asie), Rock Corps (Royaume-Uni), Sony Playstation (Japon), Old Parr Scotch (Diageo Moet Hennessy) (Asie), Orange Gold Spots (Royaume-Uni), Sony Computer Entertainment – Playstation 3 (Japon), Spots (Royaume-Uni)*

### **Kaplan Thaler Group:**

*Lunesta (Etats-Unis), DRTV (Etats-Unis)*



## Définitions

**Taux de marge opérationnelle** : marge opérationnelle / revenu.

**Dettes nettes moyennes** : moyenne annuelle 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.

# Publicis Groupe

## Comptes consolidés – Exercice 2008

### Compte de résultat consolidé

<i>en millions d'euros</i>	<b>2008</b>	<b>2007</b>	<b>2006</b>
<b>Revenu</b>	<b>4 704</b>	<b>4 671</b>	<b>4 386</b>
Charges de personnel	(2 852)	(2 829)	(2 630)
Autres charges opérationnelles	(963)	(954)	(936)
<b>Marge opérationnelle avant amortissements</b>	<b>889</b>	<b>888</b>	<b>820</b>
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(104)	(109)	(107)
<b>Marge opérationnelle</b>	<b>785</b>	<b>779</b>	<b>713</b>
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(29)	(30)	(22)
Perte de valeur	(13)	(6)	(31)
Autres produits et charges non courants	8	3	29
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>751</b>	<b>746</b>	<b>689</b>
Coût de l'endettement financier net	(81)	(73)	(36)
Autres charges et produits financiers	2	(5)	(14)
<b>Résultat avant impôt des entreprises consolidées</b>	<b>672</b>	<b>668</b>	<b>639</b>
Impôt sur le résultat	(196)	(201)	(192)
<b>Résultat net des entreprises consolidées</b>	<b>476</b>	<b>467</b>	<b>447</b>
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	2	9	22
<b>Résultat net</b>	<b>478</b>	<b>476</b>	<b>469</b>
Dont intérêts minoritaires	31	24	26
<b>Dont part du Groupe</b>	<b>447</b>	<b>452</b>	<b>443</b>
<b>Données par action (en euros)</b>			
<i>Nombre d'actions</i>	202 536 963	207 599 301	209 611 690
Bénéfice net par action	2,21	2,18	2,11
<i>Nombre d'actions dilué</i>	220 728 941	239 365 113	240 064 428
Bénéfice net par action – dilué	2,12	2,02	1,97

## Bilan consolidé

<i>en millions d'euros</i>	<b>31 décembre 2008</b>	<b>31 décembre 2007</b>	<b>31 décembre 2006</b>
<b>Actif</b>			
Écarts d'acquisition nets	3 693	3 546	2 840
Immobilisations incorporelles nettes	794	826	693
Immobilisations corporelles nettes	480	501	511
Impôts différés actifs	91	148	186
Titres mis en équivalence	44	49	44
Autres actifs financiers	101	112	118
<b>Actifs non courants</b>	<b>5 203</b>	<b>5 182</b>	<b>4 392</b>
Stocks et en-cours de production	319	391	430
Clients et comptes rattachés	4 843	4 926	4 550
Autres créances et actifs courants	628	432	413
Trésorerie et équivalents de trésorerie	867	1 313	1 920
<b>Actifs courants</b>	<b>6 657</b>	<b>7 062</b>	<b>7 313</b>
<b>Total de l'actif</b>	<b>11 860</b>	<b>12 244</b>	<b>11 705</b>

<b>Passif</b>			
Capital	78	81	79
Réserves consolidées, part du Groupe	2 242	2 117	2 001
<b>Capitaux propres, part du Groupe</b>	<b>2 320</b>	<b>2 198</b>	<b>2 080</b>
Intérêts minoritaires	30	27	27
<b>Total capitaux propres</b>	<b>2 350</b>	<b>2 225</b>	<b>2 107</b>
Dettes financières à plus d'un an	1 323	1 293	1 911
Impôts différés passifs	232	240	216
Provisions à long terme	459	449	509
<b>Passifs non courants</b>	<b>2 014</b>	<b>1 982</b>	<b>2 636</b>
Fournisseurs et comptes rattachés	5 802	5 662	5 270
Dettes financières à moins d'un an	218	819	203
Dettes d'impôts sur les sociétés	68	99	149
Provisions à court terme	110	107	116
Autres dettes et passifs courants	1 298	1 350	1 224
<b>Passifs courants</b>	<b>7 496</b>	<b>8 037</b>	<b>6 962</b>
<b>Total du passif</b>	<b>11 860</b>	<b>12 244</b>	<b>11 705</b>

## Tableau des flux de trésorerie consolidés

<i>en millions d'euros</i>	<b>2008</b>	<b>2007</b>	<b>2006</b>
<b>I- Flux de trésorerie liés à l'activité</b>			
Résultat net	478	476	469
Impôt sur le résultat	196	201	192
Coût de l'endettement financier net	81	73	36
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(2)	(3)	(27)
Dotations aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	146	145	160
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	9	22	16
Autres produits et charges calculés	8	9	11
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	(2)	(9)	(22)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	10	11	19
Impôt payé	(169)	(197)	(229)
Intérêts financiers payés	(89)	(87)	(85)
Intérêts financiers encaissés	37	51	74
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité <sup>(1)</sup>	12	106	(21)
<b>Flux net de trésorerie généré par l'activité</b>	<b>715</b>	<b>798</b>	<b>593</b>
<b>II- Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement</b>			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(92)	(88)	(81)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	28	11	32
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(1)	(6)	(3)
Acquisitions de filiales	(172)	(1 006)	(58)
Cessions de filiales	-	10	11
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations investissement</b>	<b>(237)</b>	<b>(1 079)</b>	<b>(99)</b>
<b>III- Flux de trésorerie liés aux opérations de financement</b>			
Augmentation de capital	1	2	-
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(106)	(92)	(66)
Dividendes versés aux minoritaires des sociétés consolidées	(24)	(26)	(23)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	482	12	19
Remboursement des emprunts	(1 128)	(24)	(52)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et de BSA	(174)	(162)	(264)
Encaissements provenant des opérations de couverture	-	52	36
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement</b>	<b>(949)</b>	<b>(238)</b>	<b>(350)</b>
<b>IV- Incidence des variations de taux de change</b>	<b>19</b>	<b>(82)</b>	<b>(139)</b>
<b>Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)</b>	<b>(452)</b>	<b>(601)</b>	<b>5</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 <sup>er</sup> janvier	1 313	1 920	1 980
Soldes créditeurs de banques au 1 <sup>er</sup> janvier	<u>(24)</u>	<u>(30)</u>	<u>(95)</u>
Trésorerie à l'ouverture	1 289	1 890	1 885
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 31 décembre	867	1 313	1 920
Soldes créditeurs de banques au 31 décembre	<u>(30)</u>	<u>(24)</u>	<u>(30)</u>
Trésorerie à la clôture	837	1 289	1 890
<b>Variation de la trésorerie consolidée</b>	<b>(452)</b>	<b>(601)</b>	<b>5</b>
<sup>(1)</sup> <i>Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</i>			
Variation des stocks et en-cours de production	64	32	(46)
Variation des créances clients et autres créances	(110)	(689)	(526)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	<u>58</u>	<u>763</u>	<u>551</u>
<b>Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</b>	<b>12</b>	<b>106</b>	<b>(21)</b>

## Tableau de variation des capitaux propres

Nombre d'actions	<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
<b>184 069 246</b>	<b>31 décembre 2005</b>	<b>79</b>	<b>2 584</b>	<b>(725)</b>	<b>118</b>	<b>2 056</b>	<b>20</b>	<b>2 076</b>
	Gains et (pertes) enregistrés en capitaux propres				(103)	(103)	(4)	(107)
	Résultat net de l'exercice			443		443	26	469
	<b>Total des produits et (charges) de la période</b>			443	(103)	340	22	362
1 600 219	Augmentation de capital de Publicis Groupe	-	47	(47)				
	Dividendes versés			(66)		(66)	(23)	(89)
	Rémunérations fondées sur des actions			16		16		16
	Rachat de bons de souscription d'actions			(201)		(201)		(201)
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(1)		(1)		(1)
	Effet de périmètre et des engagements de rachats de minoritaires						8	8
(2 065 587)	Achats/Ventes d'actions propres			(64)		(64)		(64)
<b>183 603 878</b>	<b>31 décembre 2006</b>	<b>79</b>	<b>2 631</b>	<b>(645)</b>	<b>15</b>	<b>2 080</b>	<b>27</b>	<b>2 107</b>
	Gains et (pertes) enregistrés en capitaux propres				(229)	(229)	(3)	(232)
	Résultat net de l'exercice			452		452	24	476
	<b>Total des produits et (charges) de la période</b>			<b>452</b>	<b>(229)</b>	<b>223</b>	<b>21</b>	<b>244</b>
3 678 125	Augmentation de capital de Publicis Groupe	2	111	(48)		65		65
	Dividendes versés			(92)		(92)	(26)	(118)
	Rémunérations fondées sur des actions			22		22		22
	Juste valeur des stock-options intégrées dans le coût d'acquisition de Digitas et Business Interactif			65		65		65
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(3)		(3)		(3)
	Effet de périmètre et des engagements de rachats de minoritaires						5	5
(3 681 592)	Achats/Ventes d'actions propres			(162)		(162)		(162)
<b>183 600 411</b>	<b>31 décembre 2007</b>	<b>81</b>	<b>2 742</b>	<b>(411)</b>	<b>(214)</b>	<b>2 198</b>	<b>27</b>	<b>2 225</b>
	Gains et (pertes) enregistrés en capitaux propres				(47)	(47)	(3)	(50)
	Résultat net de l'exercice			447		447	31	478
	<b>Total des produits et (charges) de la période</b>			<b>447</b>	<b>(47)</b>	<b>400</b>	<b>28</b>	<b>428</b>
<b>1 633 629</b>	Augmentation (Réduction) de capital de Publicis Groupe et annulation d'actions propres	<b>(3)</b>	<b>(189)</b>	<b>192</b>		-		-
	Dividendes versés		(106)			(106)	(25)	(131)
	Rémunérations fondées sur des actions		9			9		9
	Intérêts complémentaires sur Oranes		(7)			(7)		(7)
(6 379 739)	Achats/Ventes d'actions propres		(174)			(174)		(174)
<b>178 854 301</b>	<b>31 décembre 2008</b>	<b>78</b>	<b>2 274</b>	<b>228</b>	<b>(261)</b>	<b>2 320</b>	<b>30</b>	<b>2 350</b>

## Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres

### a/ Variations de la période

<i>en millions d'euros</i>	<b>31 décembre 2008</b>	<b>31 décembre 2007</b>	<b>31 décembre 2006</b>
Réévaluation des titres disponibles à la vente	(15)	(16)	11
Couverture d'investissements nets	-	(1)	(8)
Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies	(29)	8	2
Impôts différés sur stock options	(1)	(8)	2
Réserve de conversion	(2)	(212)	(110)
<b>Total des gains et (pertes) de la période enregistrés directement en capitaux propres</b>	<b>(47)</b>	<b>(229)</b>	<b>(103)</b>

### b/ Soldes à la clôture

<i>en millions d'euros</i>	<b>31 décembre 2008</b>	<b>31 décembre 2007</b>	<b>31 décembre 2006</b>
Réévaluations d'immobilisations corporelles	105	105	105
Réévaluation des titres disponibles à la vente	4	19	35
Couverture d'investissements nets	-	-	1
Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies	(48)	(19)	(27)
Impôts différés sur stock options	(8)	(6)	2
Réserve de conversion	(314)	(313)	(101)
<b>Solde de clôture des gains et pertes enregistrés directement en capitaux propres</b>	<b>(261)</b>	<b>(214)</b>	<b>15</b>

## Annexes

1. Détail du calcul de la croissance organique
2. Calcul du taux effectif d'impôt
3. Calcul du taux d'impôt payé
4. Détail du calcul du bénéfice net par action (BNPA)
5. Présentation de la dette financière nette

## 1. Détail du calcul de la croissance organique

(en millions d'euros)

Revenu année 2007	4 671
Impact des taux de change	<u>(234)</u>
Revenu 2007 à taux de change 2008 (a)	4 437
Revenu 2008 avant impact des acquisitions <sup>(1)</sup> (b)	4 605
Revenu des acquisitions <sup>(1)</sup>	<u>99</u>
Revenu 2008	4 704
Croissance organique (b) / (a)	3,8%

(1) net des cessions

## 2. Calcul du taux effectif d'impôt

(en millions d'euros)	2008	2007
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	672	668
Pertes de valeur sur écarts d'acquisition à l'exclusion de la perte liée à l'utilisation de pertes fiscales non reconnues lors de l'acquisition de BCom3	4	2
Plus-value sur cession du terrain de Chicago	(5)	
<b>Résultat avant impôt retraité</b>	<b>671</b>	<b>670</b>
<b>Impôt constaté au compte de résultat</b>	<b>(196)</b>	<b>(201)</b>
<b>Taux d'impôt effectif</b>	<b>29,2%</b>	<b>30,0%</b>

## 3. Calcul du taux d'impôt payé

(en millions d'euros)	2008	2007
<b>Impôt payé durant l'exercice</b>	<b>169</b>	197
<b>Résultat avant impôt retraité</b>	<b>671</b>	670
<b>Taux d'impôt payé</b>	<b>25,2%</b>	29,4%

#### 4. Détail du calcul du bénéfice net par action (BNPA)

Bénéfice net par action (de base et dilué)

		2008	2007	2006
<b>Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA</b> <i>(en millions d'euros)</i>				
Résultat net part du Groupe	a	447	452	443
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt <sup>(1)</sup>		20	32	31
Résultat net part du Groupe – dilué	b	467	484	474
<b>Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA</b>				
Nombre d'actions moyen composant le capital social		196 277 148	200 072 094	197 648 765
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(16 651 410)	(16 946 147)	(14 072 558)
Actions à remettre en remboursement des Oranes		22 911 225	24 473 354	26 035 483
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	202 536 963	207 599 301	209 611 690
<i>Impact des instruments dilutifs : <sup>(2)</sup></i>				
- Effet des levées de stock-options dilutives		137 404	2 941 554	1 736 783
- Effet de l'exercice des Bons de Souscription d'Actions (BSA)		-	167 511	59 208
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles <sup>(1)</sup>		18 054 574	28 656 747	28 656 747
Nombre d'actions dilué	d	220 728 941	239 365 113	240 064 428

*(en euros)*

<b>Bénéfice net par action</b>	a/c	<b>2,21</b>	<b>2,18</b>	<b>2,11</b>
<b>Bénéfice net par action – dilué</b>	b/d	<b>2,12</b>	<b>2,02</b>	<b>1,97</b>

(1) En 2006, 2007 et 2008, les deux Océanes 2008 et 2018 sont prises en compte dans le calcul. ; toutefois, l'Océane 2008, suite au remboursement à la date d'échéance de l'emprunt n'est prise en compte pour le calcul du résultat dilué que sur la période 1<sup>er</sup> janvier – 17 juillet 2008.

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

Il convient de noter qu'une annulation de 8 millions d'actions auto-détenues 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.

Le remboursement à l'échéance de l'Océane 2008 entraîne de facto l'annulation de 23 172 413 actions potentiellement dilutives, et ce, à compter du 17 juillet 2008.

Bénéfice net courant par action (de base et dilué)

		2008	2007	2006
<b>Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant <sup>(1)</sup></b> <i>(en millions d'euros)</i>				
Résultat net part du Groupe		447	452	443
<i>Eléments exclus :</i>				
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt		18	18	13
- Perte de valeur, nette d'impôt		11	4	23
- Cession d'un terrain à Chicago		(5)	-	-
- Cession de l'immeuble Saatchi & Saatchi (Ile de la Jatte)		-	-	(27)
Résultat net courant part du Groupe	e	471	474	452
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt		20	32	31
Résultat net courant part du Groupe – dilué	f	491	506	483
<b>Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA</b>				
Nombre d'actions moyen composant le capital social		196 277 148	200 072 094	197 648 765
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(16 651 410)	(16 946 147)	(14 072 558)
Actions à remettre en remboursement des Oranes		22 911 225	24 473 354	26 035 483
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	202 536 963	207 599 301	209 611 690
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Effet des levées de stock-options dilutives		137 404	2 941 554	1 736 783
- Effet de l'exercice des Bons de Souscription d'Actions (BSA)		-	167 511	59 208
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles		18 054 574	28 656 747	28 656 747
Nombre d'actions dilué	d	220 728 941	239 365 113	240 064 428
<i>(en euros)</i>				
<b>Bénéfice net par action courant <sup>(1)</sup></b>	e/c	<b>2,33</b>	<b>2,28</b>	<b>2,16</b>
<b>Bénéfice net par action courant - dilué <sup>(1)</sup></b>	f/d	<b>2,22</b>	<b>2,11</b>	<b>2,01</b>

(1) BNPA avant amortissement des incorporels liés aux acquisitions, perte de valeur, plus(moins)-value sur opérations de cession de l'immeuble de l'île de la Jatte à Neuilly, en 2006, et de la cession d'un terrain à Chicago, en 2008.

Au mois de janvier 2009, la société a procédé au rachat de 2 241 811 Océanes 2018, supprimant ainsi un nombre équivalent d'actions potentiellement dilutives.

## 5. Présentation de la dette financière nette

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>31 décembre 2008</b>	<b>31 décembre 2007</b>
Dettes financières (long et court terme)	1 541	2 112
Juste valeur du dérivé de couverture sur l'Eurobond <sup>(1)</sup>	(7)	39
Juste valeur des dérivés sur prêts / emprunts intragroupe <sup>(1)</sup>	9	(1)
Total dette financière y compris valeur de marché des dérivés associés	1 543	2 150
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(867)	(1 313)
<b>Endettement financier net</b>	<b>676</b>	<b>837</b>

(1) Présentés en « Autres créances et actifs courants » et « Autres dettes et passifs courants » au bilan consolidé.

## **Communiqués année 2008 :**

- 10/01/08 Marcel Bleustein Blanchet – 1<sup>er</sup> Français honoré au « American Advertising Hall of Fame »
- 18/01/08 Maurice Lévy reçoit le prix 2008 de l'Anti-Defamation League américaine
- 22/01/08 Statement – Collaboration entre Google et Publicis Groupe
- 29/01/08 Rapport sur l'économie de l'immatériel : un an après, la moitié des mesures mises en œuvre
- 31/01/08 Acquisition de Act Now aux Etats-Unis
- 07/02/08 Publicis Groupe acquiert La Vie est Belle
- 14/02/08 Résultats annuels 2007
- 13/03/08 Annulation et rachat de 8 millions d'actions
- 26/03/08 Digitas lance Solutions | Digitas en Inde & à Singapour
- 24/04/08 Richard Attias quitte ses fonctions : John Rossant nommé Président Exécutif, Anthony Gazagne promu Directeur Général
- 29/04/08 Mise à disposition du Document de Référence 2007
- 22/05/08 Publicis Groupe acquiert Emporioasia, une des plus grandes agences numériques de Chine
- 03/06/08 Assemblée Générale des Actionnaires de Publicis Groupe - Dividende fixé à 0,60 euro par action
- 19/06/08 Publicis Groupe lance une joint venture stratégique en Chine - Création de Saatchi & Saatchi Energy Source Integrated Interactive Solutions
- 24/06/08 Publicis Groupe en deuxième position à Cannes avec 101 Lions
- 25/06/08 Publicis Groupe crée le premier réseau d'audience à la demande, en accès libre, avec les quatre plus grandes entreprises du numérique
- 25/06/08 Publicis Groupe lance VivaKi - Un nouveau moteur de croissance pour le nouvel environnement des médias et du numérique
- 25/06/08 Publicis Groupe et Yahoo! lancent plusieurs initiatives communes de grande ampleur pour améliorer l'efficacité et l'impact de la publicité en ligne et mobile
- 27/06/08 Avis aux Porteurs d'Obligations à Option de Conversion et/ou d'Echange en Actions Nouvelles ou Existantes
- 30/06/08 Résultats semestriels 2008
- 02/07/08 Acquisition par Publicis Groupe de Kekst and Company, Incorporated agence de tout premier rang, mondialement reconnue en relations publiques stratégiques et financières
- 17/07/08 Remboursement des obligations à options de conversion et/ou d'échange en actions nouvelles ou existantes
- 22/07/08 Publicis Groupe annonce l'acquisition de l'agence coréenne Portfolio, leader dans le marketing numérique
- 24/07/08 Résultats semestriels 2008 : Bonnes performances : Croissance, Marges, New Business
- 25/07/08 John Farrell démissionne de son poste de Président & CEO des SAMS Worldwide de Publicis Groupe
- 29/07/08 Jean-Yves Naouri en charge de la supervision de Publicis Healthcare Communications Group (PHCG)
- 06/08/08 Acquisition par Publicis Groupe de Performics Search Marketing Business

13/08/08 Mise à disposition du Rapport Financier Semestriel  
03/09/08 Acquisition par Publicis Groupe de PBJs, agence leader en marketing interactif et événementiel  
08/09/08 Publicis Groupe et Taschen annoncent la sortie du livre « une histoire de la publicité » par Stéphane Pincas et Marc Loiseau  
10/09/08 Publicis Groupe finalise l'acquisition de Performics search marketing business  
11/09/08 Nick Beil, de Performics, et Fred Joseph, de ZenithOptimedia, rejoignent l'équipe dirigeante de VivaKi Nerve Center  
22/09/08 Robert Namias rejoint Publicis Groupe  
22/09/08 Les professionnels de la publicité rencontrent le secrétaire général des Nations-Unies à New York  
28/10/08 Revenu du Troisième Trimestre 2008  
19/11/08 Publicis Groupe annonce l'acquisition de Tribal, leader indépendant du numérique au Brésil  
02/12/08 Publicis Groupe se renforce en Chine par l'acquisition de l'agence W & K Communications  
08/12/08 Fabrice Fries est nommé Président de Publicis Consultants | France  
10/12/08 Publicis Groupe largement récompensé au grand prix des agences de l'année  
12/12/08 Recommandations AFEP-MEDEF

Pour plus d'information : [www.publicisgroupe.com](http://www.publicisgroupe.com)