



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 10 février 2011

Résultats Annuels 2010

4^{ème} trimestre 2010

Millions d'euros

▪ Revenu	1 560	+23,0%
▪ Croissance organique		+12,5%

2010

Millions d'euros

▪ Revenu	5 418	+19,8%
▪ Croissance organique		+8,3%
▪ Marge opérationnelle	856	+25,9%
▪ Taux de marge opérationnelle (2009 : 15,0%)	15,8 %	
▪ Résultat net (part du Groupe)	526	+30,5%
▪ Free Cash Flow ⁽¹⁾	646	+23,3%
▪ BNPA courant ⁽²⁾ dilué (euros)	2,39	+21,0%
▪ Trésorerie nette positive	106	
▪ Dividende par action ⁽³⁾ (euros)	0,70	+16,7%

(1) Avant variation du BFR

(2) Avant amortissement des intangibles liés aux acquisitions, perte de valeur, plus values sur opérations de cession d'immeubles

(3) Sous réserve de l'approbation de l'Assemblée des actionnaires du 7 juin 2011



PUBLICIS GROUPE

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :

« Les chiffres parlent d'eux-mêmes : une croissance organique de 8,3% réalisée sur l'ensemble de l'année avec une forte accélération au 4^{ème} trimestre (12,5%), portant ainsi les revenus annuels du Groupe bien au-delà de la barre des cinq milliards d'euros (5 418 millions d'euros). A 15,8%, la marge opérationnelle a été améliorée de 80 points de base par rapport à 2009 et le profit net a été porté à 526 millions d'euros (en hausse de 30,5%).

Devant de telles performances ma première réaction est d'adresser mes remerciements les plus vifs à nos clients pour leur confiance et à nos collaborateurs pour le talent montré dans l'exercice de leurs fonctions, leurs efforts continus et leur dévouement au service de nos clients.

Notre situation financière très solide nous permet d'affronter l'avenir de façon sereine. Les investissements seront prioritairement dirigés pour consolider nos deux piliers de croissance : le numérique dans lequel nous souhaitons accroître notre leadership et les pays à forte croissance où nous devons accélérer notre présence.

Depuis quelques années, nous surperformons de façon régulière notre marché et je suis convaincu que nous saurons continuer sur cette lancée pour les années à venir. Et ce, pour plusieurs raisons : le profil de nos activités parfaitement adaptées aux besoins des annonceurs en particulier dans la communication numérique (internet, réseaux sociaux, mobile...), notre portefeuille d'activités bien équilibré, notre culture de service à nos clients et de contrôle des coûts et, faut-il le souligner, l'exceptionnelle motivation de nos équipes. Les excellents résultats de 2010 mettent un terme à l'impact de la crise mondiale dont Publicis Groupe sort grandement renforcé. »

* * *



Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe réuni le 9 février 2010, sous la présidence de Madame Elisabeth Badinter, a examiné les comptes de l'exercice 2010 présentés par Monsieur Maurice Lévy, Président du Directoire.

Principaux chiffres clés

<i>en millions d'euros, à l'exception des % et des données par action (en euros)</i>	2010	2009	2010/2009
Données extraites du compte de résultat consolidé			
Revenu	5 418	4 524	+19,8%
Marge opérationnelle avant amortissements	967	772	+25,3%
<i>En % du revenu</i>	<i>17,8%</i>	<i>17,1%</i>	
Marge opérationnelle	856	680	+25,9%
<i>En % du revenu</i>	<i>15,8%</i>	<i>15,0%</i>	
Résultat opérationnel	835	629	+32,8%
Bénéfice net (Part du Groupe)	526	403	+30,5%
Bénéfice net par action ⁽¹⁾	2,60	1,99	+31,0%
Bénéfice net par action (dilué) ⁽²⁾	2,35	1,90	+23,0%
Dividende attribué à chaque action	0,70	0,60	
Données extraites du bilan			
	31 décembre 2010	31 décembre 2009	
Total de l'actif	14 941	12 730	
Capitaux propres, part du Groupe	3 361	2 813	

⁽¹⁾ Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action s'élève à 202,1 millions d'actions pour l'année 2010, 202,3 millions d'actions pour l'année 2009 et 202,5 millions d'actions pour l'année 2008.

⁽²⁾ Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action (dilué) s'élève à 235,5 millions d'actions pour l'année 2010, 220,9 millions d'actions pour l'année 2009 et 220,7 millions d'actions pour l'année 2008. Il comprend les stock-options et les actions gratuites, les bons de souscription d'actions et les emprunts convertibles ayant un effet dilutif. Pour ce qui est des stock-options et les bons de souscription d'actions, sont dilutifs ceux dont le prix d'exercice est inférieur au cours moyen de la période. En 2010, tous ces instruments sont dilutifs.

Analyse des chiffres clés

I. Activité 2010 : Performance de toutes les activités, dans toutes les zones

Au cours de cette année de stabilisation, puis de reprise, Publicis Groupe a réalisé de très bons résultats dans toutes ses activités et partout dans le monde.

- **Revenu 2010**

Le revenu consolidé 2010 s'est élevé à **5 418** millions d'euros contre **4 524** millions d'euros en 2009, en hausse de 19,8% (les effets de change ont un impact de +242 millions d'euros).

La croissance organique de 8,3 % pour l'année, témoigne de la très forte croissance du dernier trimestre. Cette croissance se compare à un recul de 6,5% en 2009. Il faut noter que Razorfish n'est pris en compte dans la croissance organique qu'à compter du 13 octobre 2010.



Pour l'année 2010, toutes les activités sont en progression. Les activités numériques représentent 28,0% du revenu total comparé à 22,4% en 2009 et bénéficient d'une croissance très supérieure à celle du marché.

Les économies à croissance rapide représentent 22,7% du revenu total. Cette part serait de 23,8% hors Razorfish, ce dernier contribuant à renforcer la part de revenus du Groupe en Amérique du Nord.

Le revenu consolidé 2010 par activité se répartit comme suit : 32,6% des revenus sont issus de la publicité (35,0% en 2009), 20,0% des media (21% en 2009), 47,4% des SAMS qui incluent toutes les activités numériques (44% en 2009).

- Répartition du revenu 2010 par zone géographique

<i>(en millions d'euros)</i>	Revenu		Croissance Organique	2010/2009
	2010	2009		
Europe	1 761	1 579	+6,0%	+11,5%
Amérique du Nord	2 606	2 094	+9,9%	+24,4%
Asie-Pacifique	617	498	+7,0%	+23,8%
Amérique Latine	284	218	+13,7%	+30,4%
Afrique et Moyen-Orient	150	135	+4,8%	+12,3%
Total	5 418	4 524	+8,3%	+19,8%

Toutes les régions sans exception affichent une croissance en 2010.

L'Europe qui avait été durement touchée par la crise de 2009, notamment l'Europe du Sud, renoue avec la croissance à +6%. La presque totalité des pays d'Europe de l'Ouest y contribuent, la meilleure performance revenant à la France avec +11,2%. L'Europe du Nord, en amélioration, reste légèrement négative et l'Europe du Sud revient à une situation positive. L'Europe de l'Est et la Russie sont à +7,2%.

L'Amérique du Nord qui avait démontré une résistance importante, due à une forte proportion d'activités numériques dans le revenu de cette région, fait un retour remarqué avec +9,9% de croissance. Celui-ci est dû pour une large part au poids important des activités numériques qui représentent, en 2010, 42,6% des revenus de cette région du monde.

L'Asie-Pacifique a également connu un retour significatif de l'activité. La quasi-totalité des pays sont en croissance.

Tous les pays d'Amérique Latine montrent une forte croissance en 2010, que ce soit au Mexique, en Argentine, au Venezuela ou en Colombie.

Enfin, la région Afrique et Moyen-Orient, qui avait été lourdement pénalisée par la crise financière affectant Dubai, renoue avec la croissance.



- **Revenu du 4^{ème} trimestre 2010 : croissance organique exceptionnelle de +12,5%**

Le revenu consolidé du 4^{ème} trimestre a été de 1 560 millions d'euros, soit une hausse de 23,0 % par rapport à des revenus de 1 268 millions pour la période équivalente de 2009 (l'impact des effets de change est de +97 millions d'euros). Pour mémoire, les croissances organiques des 1^{er}, 2^{ème} et 3^{ème} trimestres étaient respectivement de 3,1%, 7,1% et 9,2%.

- Répartition du revenu 4^{ème} trimestre 2010 par zone géographique

(en millions d'euros)	Revenu		Croissance Organique	2010/2009
	4 ^{ème} trimestre 2010	4 ^{ème} trimestre 2009		
Europe	556	483	+11,3%	+15,1%
Amérique du Nord	683	545	+14,0%	+25,2%
Asie-Pacifique	180	146	+6,4%	+23,1%
Amérique Latine	87	51	+22,1%	+70,9%
Afrique et Moyen-Orient	54	43	+15,3%	+26,4%
Total	1 560	1 268	12,5%	23,0%

Le 4^{ème} trimestre 2010 a enregistré une croissance exceptionnelle dans presque tous les pays et régions du monde. Cette performance s'inscrit dans l'amélioration continue observée au fil des trimestres de l'année et traduit une activité robuste du Groupe dans tous les segments de marchés et toutes les régions du monde.

Marge opérationnelle

La marge opérationnelle avant amortissements est en hausse de 25,3%, à **967 millions d'euros** en 2010 par rapport à un montant de 772 millions réalisés en 2009.

La marge opérationnelle s'élève à 856 millions d'euros, en amélioration de 25,9% par rapport à 2009.

Les charges de personnel, de **3 346 millions d'euros**, comparées à 2 812 millions en 2009, augmentent de 19% et représentent 61,8% du revenu total consolidé. Le retour à la croissance a imposé une accélération des recrutements. Des efforts importants ont été déployés afin de contenir la partie fixe des coûts de personnel, ce qui a pu être réalisé au cours de cette année de redéploiement et de croissance.

Grâce aux performances réalisées par le Groupe et aux efforts déployés par les équipes, les compléments de rémunération (bonus) liés aux objectifs de performance pourront être versés normalement.

Les autres coûts opérationnels, soit **1 105 millions**, augmentent de 17,6% par rapport à 2009, dus essentiellement à une augmentation des coûts commerciaux, à la reprise des voyages, à une augmentation des amortissements. Les coûts administratifs étant en baisse grâce à la



poursuite de l'optimisation de divers coûts conformément au programme des centres de ressources partagés.

Le taux de marge opérationnelle pour l'année 2010 s'établit à 15,8%. Ce taux, en amélioration par rapport à 2009, reflète la forte amélioration du revenu, dont la très bonne performance du dernier trimestre et en particulier celle du mois de décembre, alors même qu'elle inclut le poids des coûts d'intégration de Razorfish.

Par ailleurs, **les charges de restructuration** pour la seule année 2010 pèsent pour **49 millions d'euros**, en réduction de 31 millions par rapport à 2009.

La gestion rigoureuse des coûts pour l'ensemble du Groupe, indépendamment des fluctuations du revenu est un atout compétitif indéniable et permet d'absorber à la fois les coûts d'intégration de diverses acquisitions et du déploiement accéléré des activités numériques dans le monde.

Résultat net

Après une charge financière nette de 76 millions d'euros, une charge d'impôts de 216 millions, un résultat des sociétés mises en équivalence de 8 millions et des intérêts minoritaires de 25 millions, le **résultat net**, part du Groupe, s'élève à **526 millions d'euros** pour l'année 2010 contre 403 millions en 2009 soit une hausse de **30,5%**.

Free Cash Flow

Hors variation BFR, le **free cash flow du Groupe** est de **646 millions d'euros** pour la période, en augmentation de 23% par rapport à 2009.

Endettement net

L'endettement financier net a été amélioré de 499 millions d'euros, passant d'une dette nette de 393 millions d'euros au 31 décembre 2009 à une situation de trésorerie nette positive au 31 décembre 2010 de 106 millions d'euros, qui reflète la forte amélioration des flux de trésorerie générés par l'activité.

Cette réduction de l'endettement a permis de totalement faire disparaître la dette nette, alors que le Groupe avait encore fin 2009 un ratio d'endettement de 0,14. La dette nette moyenne du Groupe en 2010 a été réduite de plus de 300 millions d'euros, passant de 929 millions d'euros en 2009 à 608 millions d'euros en 2010.

Il est important de noter que le niveau de liquidités disponibles du Groupe a encore été amélioré par rapport au 31 décembre 2009 (3 968 millions d'euros) pour se fixer à 4 531 millions d'euros à la fin de l'année (4 319 millions en ne tenant compte que des lignes confirmées).



Capitaux propres

Les capitaux **propres consolidés** y compris intérêts minoritaires sont passés de 2 838 millions d'euros au 31 décembre 2009 à **3 382 millions d'euros au 31 décembre 2010**.

Dividende : un dividende de **0,70 euro par action** sera proposé à l'assemblée générale du 7 juin prochain. Sous réserve de l'approbation de l'assemblée des actionnaires, ce dividende sera mis en paiement le 5 juillet 2011.

La vie du Groupe en 2010

Distinctions/création

Depuis 2004, Publicis Groupe détient la première place pour Performance Créative dans le *Gunn Report*. Dans son classement des réseaux publicitaires les plus primés, nos réseaux se classent 4^{ème} (Leo Burnett), 8^{ème} (Saatchi & Saatchi), 12^{ème} (Publicis) et 14^{ème} (BBH).

- Publicis Worldwide est arrivé deuxième parmi les réseaux les plus primés, avec 22 *Eurobest*.
- PHCG a été reconnu meilleur réseau santé aux Etats Unis par *Advertising Age*
- Kekst & Company (MSLGROUP) a été couronné *Corporate & Financial agency* de la décennie par *The Holmes Report*
- Leo Burnett a connu une année spectaculaire et a été nommé réseau de l'année aux festivals : *Young Guns, International Andy Awards, Cristal Awards, Kinsale Shark Awards et New York International Festival*.

Festivals

Les entités de Publicis Groupe ont remporté des *Top Prizes* dans tous les festivals majeurs de l'industrie mondiale, notamment les *ADDY Awards, Cannes Lions International Advertising Festival, CLIO Awards, Cresta, D&AD, Dubai Lynx Festival, Effie Awards, Eurobest, Festival of Media Awards, FIAP, Golden Drum, IPA Effectiveness Awards, M&M Awards, MM&M Awards, New York Festivals, Spikes, The One Show, et The One Show Interactive*.

Nos entités ont également reçu de nombreuses récompenses aux prix et aux festivals locaux : *American Advertising Federation (AAF) Awards, ADDY Awards, Adfest, Adictivo, Anvil Awards, Aspid Awards, Association of National Advertisers (ANA) Awards, BTA Craft Awards, CAANZ Awards, China Advertising Annual Awarding Ceremony, CLIO Healthcare Awards, Creative Circle, Cristal, El Sol Iberoamerican Festival of Advertising Communication, Epica, Eurobest, European Excellence Awards, Hatch Awards, HSMAI Adrian Awards, International Business Awards, Internationalist Awards, Internet Advertising Competition (IAC) Awards, Kinsale Shark Awards, Latin Spots, London International Awards, M&M Awards, MM&M Awards, Media Federation of Australia (MFA) Awards, Mena Cristal Awards, MIXX Awards, Mobi Awards, OMMA Awards, PMAA Dragons, PRSA Del Oro Awards, Quill Awards (IABC), REGGIE Awards, Rx Club Show, SABRE Awards, Singapore Media Awards et Webby Awards*.

Grand Prix

Aux Cannes Lions 2010, Publicis Groupe a remporté deux Grand Prix (Del Campo/Nazca Saatchi & Saatchi, Buenos Aires pour Andes Beer et Leo Burnett Sydney pour Canon) et 116 Lions, dont



24 Or, 39 Argent et 51 Bronze. Aux *Clio Awards* 2010, Publicis Groupe a gagné 33 prix, dont 1 Grand Clio (Publicis Mojo, Walsh Bay pour James Boag's Draught), 4 Or, 16 Argent et 12 Bronze. Les autres Grand Prix incluent : le Grand Prix au New York Festivals pour Duval Guillaume Antwerp et Touring Mobilis, le Grand Prix au *Dubai Lynx Festival* pour SMG Dubai et GM Chevrolet, le Grand Prix au *Spikes* pour Starcom New Zealand et Yellow Pages, le Grand Prix au *Media Federation Awards* pour Starcom Australia et Mars Pedigree, le Grand Prix aux *International Digital Awards* pour Starcom Netherlands et Samsung, le prix Grand Cristal pour Publicis Conseil pour PMU et un Grand *Effie* pour Leo Burnett et le Detroit Publics Schools.

Agency of the Year Awards

De plus, nombre d'agences du Groupe dans le monde ont été élues « Agence de l'Année » : Argentine, Australie, Belgique, Chine, Equateur, Etats-Unis, France, Porto Rico, Royaume-Uni, Russie, Singapour (région Asie du Sud-Est), Slovaquie, Slovénie. Les gagnants comprennent Badillo Nazca Saatchi & Saatchi, BBH London, Conill, Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi, Duval Guillaume Antwerp-Modem, Leo Burnett Moscow, Leo Burnett Sydney, Phonevalley, Publicis Slovenia, Publicitas Nazca Saatchi & Saatchi, Saatchi & Saatchi Los Angeles, Saatchi & Saatchi Slovakia, Saatchi & Saatchi X ainsi que ZenithOptimedia UK.

Talents

Dans les événements marquants de l'année 2010 il faut souligner l'effort porté sur le sujet des compétences avec la revue des talents du Groupe (analyse de la performance, étude des plans de succession) et la poursuite des actions de formation avec la mise en œuvre de trois sessions de formation EDP (Executive Development Program) sur les continents américains, européens et en Asie aux dirigeants à fort potentiel de l'ensemble de ses réseaux.

Par ailleurs, Publicis Groupe a élargi le plan « 50 actions gratuites » avec la mise en place du plan aux Etats-Unis après la réalisation de ce plan en France en 2009, et a mis en place un nouveau plan « LTIP 2010 » (Long Term Incentive Plan) après une interruption de deux ans.

Responsabilité sociale et développement durable

Publicis Groupe a poursuivi son engagement dans le domaine de la responsabilité sociale et environnementale en publiant un rapport RSE suivant le référentiel international GRI et a réalisé le premier bilan carbone à l'échelle du Groupe. Pour mémoire, le plan d'action s'articule autour de 4 grands axes avec pour objectif l'amélioration dans différents registres de manière simultanée :

-Social : accroître les actions concrètes en faveur des collaborateurs : formation, diversité, incentive. Le *Publicis Groupe Diversity Council* aux Etats-Unis a poursuivi son action de promotion et de coordination des actions des différents réseaux en faveur de la diversité sous toutes ses formes.

-Sociétal : maintenir une participation active au sein de la société, avec les Ecoles et Universités, et les organisations professionnelles. Poursuivre notre soutien à des causes grâce à des campagnes *pro bono*.

-Gouvernance/Economie : renforcer l'application de « Janus » code de déontologie interne,



accompagner les nouveaux enjeux de nos métiers d'un point de vue éthique et améliorer notre reporting RSE...

-Environnement : réduire les impacts du Groupe.

II. Gestion des coûts

Poursuivant sa gestion opérationnelle dans le souci constant de croissance et d'amélioration de la rentabilité, le Groupe s'est comme à l'accoutumée concentré sur ses coûts :

- d'une part, pour gérer avec rigueur les besoins de talents supplémentaires, nés du retour à la croissance des activités publicitaires mais aussi du développement dans les activités numériques.

- d'autre part, pour poursuivre la mise en place de son plan Horizon. Le programme de déploiement de centres de services partagés s'est poursuivi tout au long de l'année sur tous les continents et la création de plateformes régionales initiée sur le continent américain ainsi que dans le sud-est asiatique en 2009 est satisfaisant. La plateforme « *Americas* » qui desservira les continents américains est en voie de finalisation. Les programmes de consolidation de l'immobilier ont été développés de façon très active en 2010 sur les principaux marchés du Groupe (Etats-Unis, Grande-Bretagne, Allemagne, France, Italie, Espagne, Pologne, Australie, Argentine...) tout comme les programmes d'achats au niveau mondial et régional, tant pour ce qui concerne les dépenses propres que les coûts de production.

La mise en place d'un ERP, permise par l'intégration d'un très grand nombre d'agences dans les centres de services partagés ainsi que par la mise en place de processus standardisés et communs, se poursuit. Une fois en place, ce projet permettra dans les années à venir de réduire très sensiblement les coûts opérationnels.

III. New Business : 5,9 milliards de dollars de gains nets

Publicis Groupe engrange **5,9 milliards de dollars US de New Business** net au cours de l'année, prouvant ainsi l'attractivité de son offre (liste en annexe).

IV. Acquisitions

Au cours de l'année Publicis Groupe a réalisé plusieurs acquisitions dans le monde et une prise de participation minoritaire (Taterka Comunicações agence de publicité brésilienne, basée à São Paulo qui couvre 18 pays de la région Amérique Latine). Toutes ces opérations s'inscrivent dans la politique de Publicis Groupe de poursuite du développement des activités numériques, du renforcement de sa présence dans les pays à forte croissance, de ses activités dans le domaine de la santé et de l'expansion d'activités de relations publiques.

-Acquisition dans le numérique : **AG2**, une des plus grandes agences numériques et interactives au Brésil, apportant une expertise en matière d'intelligence économique et de nouvelles compétences en gestion de marques dans l'univers interactif.

-Acquisitions dans l'univers de la santé :

- **In-Sync**, basée à Toronto, agence spécialisée dans la communication de la santé et du bien-être et spécialisée dans les études de marché



- **Resolute Communications**, agence de communication santé basée à Londres et à New York. Resolute Communications offre des programmes de communication santé englobant le conseil stratégique, la formation médicale et les relations publiques. Resolute a été fusionnée avec Publicis Life Brands à Londres
- **Digital District**, agence basée en Allemagne et qui se spécialise dans la définition et la réalisation de stratégies de communication
- **Healthcare Consulting** en décembre. Sous le nom de Publicis Healthcare Consulting, cette agence basée à Paris et implantée à New York, propose un large éventail de solutions de conseil dans plusieurs pôles d'expertise tels que l'accès au marché, la promotion, la distribution, les nouvelles technologies, les marchés émergents, la valorisation de la recherche et le transfert industriel ainsi que les nouveaux acteurs industriels.

-Acquisitions dans les activités de relations publiques, ciblées dans les économies à forte croissance :

- **20:20Media et 20:20Social**, deux agences spécialisées dans les relations publiques et les médias sociaux en Inde. 20:20 Media est leader pour la communication des clients du monde des technologies, domaine où l'agence fut pionnière, 2020Social apportant l'expertise de la première agence indienne spécialisée dans le conseil stratégique en médias sociaux. Cette acquisition permet de lancer MSLGROUP India qui devient ainsi le premier réseau de communication spécialisée en relations publiques et medias sociaux.
- **Eastwei Relations** en Chine. Spécialisée en relations publiques et communication stratégique, forte d'outils, processus et logiciels propriétaires spécifiques à la Chine pour la gestion de campagnes de communication stratégique, l'agence, renommée Eastwei MSL, rejoint le réseau MSLGROUP.

Ces deux acquisitions sont destinées à dynamiser le savoir-faire de MSLGROUP, principal réseau de communication spécialisée, relations publiques et événementiel en Asie.

- Toujours dans le domaine des relations publiques, Publicis Groupe a renforcé sa participation dans **Andreoli MS&L** au Brésil, devenant ainsi actionnaire majoritaire de l'une des cinq plus importantes agences de relations publiques pluridisciplinaires au Brésil, créant une plateforme de référence pour MSLGROUP en Amérique du Sud.

-Acquisitions dans l'univers de la communication intégrée

- L'agence **G4**, basée à Pékin, l'agence propose des solutions en communication intégrée dont la publicité, le design et le conseil pour Nestlé en Chine. L'agence a pris le nom de Publicis G4 et s'est enrichie de l'équipe Nestlé de Publicis Beijing permettant d'offrir à ce grand client un accompagnement renforcé sur tout le territoire chinois.
- **W&K Beijing Advertising Co.**, en Chine : rachat du solde du capital portant ainsi la participation de Publicis Groupe à 100%. Renommée Leo Burnett Beijing Communications Co. Ltd, cette agence contribue au développement de Leo Burnett sur le marché de Pékin.
- **Talent Group**, au Brésil : prise de participation de 49% dans l'un des groupes publicitaires les plus importants avec le projet de devenir l'actionnaire majoritaire dans une étape ultérieure. Talent Group comprend deux agences, Talent et QG, basées à São Paulo. Le groupe offre l'ensemble des services de communication media et hors media, opère dans la formation d'équipes commerciales et de terrain, les programmes d'incitation et d'activation promotionnelle et s'est engagé dans le développement de la communication numérique.



- Enfin, Publicis Groupe a acquis fin novembre trois agences en Roumanie. Affiliées de longue date, Publicis Roumanie, Focus Advertising et Publicis Events seront réunies dans **Grupul Publicis Communication Services Bucarest**. Ce nouvel ensemble offre une palette complète de services de communication en matière de publicité, stratégie de marque, création, promotion des ventes, marketing événementiel et numérique.

Les acquisitions du Groupe, très ciblées, dans les activités comme dans les zones géographiques doivent satisfaire aux besoins nouveaux de ses clients, apporter la réponse attendue par le consommateur et assurer la croissance du Groupe.

V. 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. Au travers de ce programme, 2 487 959 actions ont été acquises.

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 218 millions d'euros, soit 29 euros par action. Ces actions ont été immédiatement annulées.

V. Année 2011 : Evénements Récents

Acquisitions

Publicis Groupe a annoncé son intention d'acquérir via une Offre Publique d'Achat, tous les titres de **Chemistry**, agence de communication intégrée indépendante, pour un montant d'environ 14,45 millions de livres. Le Conseil d'administration de Chemistry a recommandé l'offre publique d'achat aux actionnaires de Chemistry, à 37 pence par titre, payés en numéraire.

Chemistry, est l'une des agences leaders du Royaume-Uni spécialisée dans les services de marketing intégrée, en particulier dans le numérique. Son offre comprend la communication publicitaire, le conseil en stratégie et marketing numérique, le marketing direct et le marketing promotionnel.



New Business

Le début de l'année 2011 reste actif et fructueux en gains de nouveaux budgets. Depuis le 1^{er} janvier, le Groupe est fier de compter ADP, C&A China, Carl Zeiss Sports Optic, la FNAC, Guerlain, Lenovo, Pages Jaunes et Sonic parmi ses nouveaux clients.

VI. Perspectives

Les tendances du marché anticipées depuis la fin de l'année 2009 se sont concrétisées au cours de l'année 2010, confirmées par une nette reprise du marché publicitaire au deuxième semestre dans toutes les régions du monde et un dernier trimestre exceptionnel.

Dans ce contexte amélioré Publicis Groupe a réalisé d'excellents résultats tirant notamment parti de son positionnement dans les activités numériques et bénéficiant de son exposition grandissante dans les pays à expansion rapide, ces deux vecteurs de croissance représentant déjà près de la moitié des revenus du Groupe.

Le Groupe entend poursuivre le développement d'une stratégie bien en place reposant sur deux piliers : le numérique qui continue à croître très fortement avec les réseaux sociaux et la mobilité et les marchés à forte croissance.

Ainsi le succès avéré de cette stratégie incite le Groupe à poursuivre les investissements dans les activités numériques en veillant à accélérer leur développement hors des Etats-Unis. L'expansion dans les pays à croissance rapide demeure également une priorité avec le projet de doubler la taille de l'activité du Groupe en Chine, mais aussi de renforcer ses positions en Inde et en Amérique Latine.

Un très bon niveau d'activité et une gestion rigoureuse des coûts a permis au Groupe de terminer l'année avec une situation financière très robuste.

Le montant des nouveaux budgets engrangés en 2010, très satisfaisant, témoigne du dynamisme de Publicis Groupe, de sa présence auprès de ses clients et conforte ses objectifs de gains de parts de marché. Cette dynamique permet au Groupe d'envisager une croissance supérieure aux estimations actuelles du marché et de continuer à améliorer sa marge opérationnelle.

L'objectif du Groupe est d'atteindre à moyen terme 35% de ses revenus dans le numérique et 30% provenant des marchés à forte croissance. Le Groupe entend focaliser son action en vue d'atteindre ces objectifs tant par la croissance organique que par des acquisitions ciblées. Ainsi, près de deux tiers de ses revenus seront réalisés sur des activités ou pays à forte croissance.

* * *

« 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

Publicis Groupe (Euronext Paris - FR0000130577) est le troisième groupe mondial de communication, présent dans 104 pays sur les 5 continents et compte environ 49 000 collaborateurs. L'offre publicitaire s'adresse à des clients locaux aussi bien qu'internationaux, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux : Leo Burnett, Publicis et Saatchi & Saatchi ainsi que plusieurs agences dont : Fallon, Bartle Bogle Hegarty (participation à 49 %) et Kaplan Thaler Group. La connexion avec les consommateurs est organisée de façon holistique par VivaKi qui comprend les réseaux mondiaux d'agences médias Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia; et pour la communication numérique et interactive, les réseaux leaders Digitas et Razorfish. VivaKi développe de nouveaux services et outils, et des plateformes numériques de prochaine génération. L'offre du Groupe comprend également la communication santé avec Publicis Healthcare Communications Group (PHCG, premier réseau mondial). MSLGROUP, l'un des cinq plus grands réseaux mondiaux dans son secteur, propose une expertise en communication corporate et financière, relations publiques, marketing social, développement des marques et événementiel.
Site internet : www.publicisgroupe.com

CONTACTS PUBLICIS GROUPE

Peggy Nahmany, Communication Corporate : + 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 2010

5.9 milliards (net)

Principaux Gains

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), Nestlé (Inde), Renault ZE (France), Zimmer (Etats-Unis), Brickell (Brésil), Chrysler (Brésil), Whirlpool (Brésil), ConocoPhillips (Etats-Unis), American Red Cross (Etats-Unis), Cadillac (Etats-Unis), Emerson (Etats-Unis), Harley Davidson (Etats-Unis), Intuit (Etats-Unis), 1-800 Contacts (Etats-Unis), Azul Linhas Aereas (Etats-Unis), Itau (Brésil), Maphre (Brésil), M Dias Branco (Brésil), Mead Johnson (Brésil), Procter & Gamble (Brésil), Samsung (Brésil)

FALLON

Cadbury Flake (Royaume-Uni), French Connection (mondial), Nokia (mondial), The Cosmopolitan of Las Vegas (Etats-Unis), Cadillac (Etats-Unis), H&R Block (Etats-Unis)

LEO BURNETT

Chrysler (Grande-Bretagne, Allemagne, Turquie, Japon Brésil, Venezuela), Samsung (Malaisie, République Tchèque, Thaïlande, Kazakhstan), COI/BIS (Royaume-Uni), Research in Motion-Blackberry (Royaume-Uni), 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), SFR (France), Delipapier Sofidel (France), Campero (Guatemala, Salvador), V-Inspired (Royaume-Uni), Cemex (Costa Rica), World Gold Council (Turquie), Dubai International Film Festival, Tele2 (Kazakhstan), Fiat (Mexique), Cipher Lab (Taiwan), Lenovo (Japon), Lindt & Sprungli (Royaume-Uni), British Film Institute (Royaume-Uni), P&G (Royaume-Uni), Samsung (Malaisie, République Tchèque, Thaïlande, Kazakhstan, Inde), Mc Donald's (Japon), Boon Rawd (Thaïlande), Oishi (Vietnam), ZDF (Allemagne), Vera Bradley (Japon), Merial (Japon), Innocent (Royaume-Uni), Travelocity (Etats-Unis), Seek Think (Australie), FFSA -French Federation of Insurance Societies- (France), Milkmaid (Inde), Gruma (Mexique), Coca-Cola (Thaïlande, Colombie), Wines of Turkey (Turquie), Groupama (France), WWF (France), Moët Hennessy Diageo (France), VLCC Health Care Lanka (Inde), Commonwealth Bank (Indonésie), Airtricity (Irlande), Honda (Indonésie), Cruicer (Mexique), McDonald's (Philippines), Information Communication Technology Agency of Sri Lanka (ICTA), Mead Johnson (Thaïlande), Captain Coating (Thaïlande), Fathai Seasoning Powder (Thaïlande), Ziraat Bankasi (Turquie), Covidien (Turquie), Miller (Royaume-Uni), Reliance Telcomm (Inde), United Overseas Bank (Singapour), Wataniya Telcomm (Sri Lanka), P&G/ Hard Surface Cleaners Brand Agency Leader Assignment, P&G/ Pampers Brand Agency Leader Assignment, Invesco (Etats-Unis & Royaume Uni), Sealy (Etats-Unis), White Wave (Etats-Unis)



MSLGROUP

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), Brand South Africa (Chine), United Technologies Corporation (Inde), Fortis Healthcare (Inde), Nike (Inde), Tim Hortons (Canada), Schiesser (Allemagne), ICBC (France), L'Oréal for Women & Science (France), UPS (Etats-Unis), Nestle (USA), eLab (Etats-Unis), OCI (Etats-Unis)

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), Café do Brasil (Italie), Orogel (Italie), J.K. Helene Curtis (Inde), Reserve Bank of Inde / VIP Bags (Inde), SCMP Classified Post / Branding brief (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 Côte d'Azur (France), Nestlé (Mexique), Bupa / *Social Media* (Royaume-Uni), Concha y Toro / VCT Brésil, Hamburger / *Financial* (Allemagne), Bud Light (Canada), Beefeater Gin (Royaume-Uni), Randstad (Royaume-Uni), 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), Little Liushen (Chine), V-Guard (Inde), Procter & Gamble (Brésil), Microsoft (Roumanie) ALJ Group (Malaisie), Burger King (Singapour), Common Wadden Sea Secretariat / Wadden Sea Unesco World Heritage (Allemagne), CBID- China Business Intelligence (Chine), Aegis Global Academy (Inde), Nestlé (Thaïlande), Yun He Soy Milk (Chine), Edenred (Italie), Renault Zero Emissioni (Italie), Zambon Italia / Fluimucil Orosolubile (Italie), Movi (Italie), U Mobile Malaysia (Malaisie), Amway (Chine), HP (Chine), Yu He Soy Milk (Chine), SuperB of Skoda (Chine), GDB brand TVC (Chine), Lucky Lotto of DJI Holding (Chine), The Hill of CMPD (China), CongDu of Kingold (Chine), Dinghu (Chine), Oenobiol (France), Ministère de l'Economie (France), Orange Challenge (France), Luxottica (France), Nestlé (Ghana), Rider Levett Bucknall (Royaume-Uni), Edelweiss (Allemagne), Randstad (Allemagne), Orange Challenge (France), Orange Pro (France) Nestle (Mexique), Swiss Post (Suisse), Air Asia (Royaume-Uni), Fresco (Italie), Bernina International (Suisse), Subway Restaurants (Nouvelle Zélande), Nestlé (Singapour), PMU/digital (France), RATP (France), Paypal/digital (Brésil), Cleartrip (India), Haco Group of Thailand (Thaïlande), Virgin Unite (Royaume-Uni), LG/digital (Publicis Modem WW)

RAZORFISH

The Hollywood Reporter (Etats-Unis), Pattex (Allemagne), Home Depot (Etats-Unis)

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), Harley-



Davidson (Inde), CIBIL (Inde), Sony Playstation (Amérique Latine), (and Sony Cyber-shot (Argentina with Conill/Latin America), Honda (Brazil), Procter & Gamble Digital Communications (Brazil), Chivas Regal (China), York Timbers (South Africa), Diageo Global Travel (UK), Tuffy (Afrique du Sud), LaForet Department Store (Japon), Electoral Commission (Nouvelle-Zélande), Coca-Cola (Argentine/ Amérique Latine), CartaSi (Italie), FMG (Nouvelle-Zélande), Record Bank (Belgium), Essent (Belgique), Pioneer Foods/Nulaid (Afrique du Sud), Dubai Global Energy Forum 2011 (UAE), Agorex (Argentine), Berlingske Media (Danemark), Danske Bank (Danemark), Gillette (Argentine), Healthy Weight Commitment Foundation (Etats-Unis), Mead Johnson (Moyen-Orient), Mead Johnson/Enfamil (Pays-Bas/ Europe), Pacena beer (Argentine), Scotts (Canada), Timberland (Argentine), Toyota (République Tchèque/Slovaquie, Danemark, Italie et Hongrie), Vestas - S&S (mondial)

STARCOM MEDIAVEST GROUP

Honda (Allemagne, Italie, Norvège, Pologne, Suède, Royaume-Uni), 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), Adidas (Emirats Arabes Unis), Aflac (Etats-Unis), Avon (Etats-Unis), American Egg Board (Etats-Unis), Kraft/Cadbury (mondial), GlaxoSmithKline (Europe), Westin (Inde), IDA (Irlande), ABN Amro (Pays-Bas), Singapore Navy, TMB Bank (Thaïlande), Comcast (Etats-Unis) Darden Restaurants (Etats-Unis, Canada), Amar Remedies (Inde), Yahoo (Taiwan), Cineworld (Royaume-Uni), Dreams (Royaume-Uni), 1-800 Contacts (Etats-Unis), Best Buy (Pologne), Harry Winston (Moyen-Orient, Afrique du Nord, Inde)

THE KAPLAN THALER GROUP

Aflac (Etats-Unis) Shire (Etats-Unis), Pfizer (nouvelles marques) (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), BGL Group (Royaume-Uni), Travelocity (Etats-Unis), Asia Pacific Breweries (Singapore), O2 (Europe), Orbitz (Etats-Unis) Reckitt Benckiser (Pologne), Canal + (Pologne), Inco-Veritas (Pologne), Triumph (Pologne), Sonic (Etats-Unis), Deutsche Post/DHL (Allemagne), CartaSi (Italie), Raiffeisen Bank (Russie), HTC (Chine), Sanofi-Aventis (France, Amériques, Asie), Travelocity (Etats-Unis), Pinnacle Foods (Etats-Unis), Square Enix (Etats-Unis)



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. Ltd
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
29/07/10	Publicis Groupe : Résultats du 1 ^{er} Semestre 2010
02/08/10	Publicis Groupe poursuit son expansion dans le numérique avec l'acquisition d'AG2, agence leader interactive au Brésil
09/09/10	Publicis Groupe et Lov Group décident de mettre un terme aux négociations sur l'ouverture du capital de France Télévisions Publicité
01/10/10	Publicis Groupe acquiert les agences 20:20 Media et 2020Social, créant ainsi MSLGROUP India - Leader en RP, media sociaux et services de communication spécialisés en Inde
06/10/10	Publicis Groupe acquiert 49% du groupe brésilien Talent Group et renforce sa présence sur les marchés à forte croissance



- 21/10/10 Publicis Groupe publie son revenu du 3ème trimestre 2010
- 17/11/10 Publicis Groupe acquiert Eastwei Relations en Chine
- 29/11/10 Publicis Groupe acquiert Publicis Roumanie, Focus Advertising et Publicis Events et renforce son offre globale sur le marché roumain
- 13/12/10 Publicis Groupe acquiert Digital District
- 16/12/10 Publicis Groupe prend une participation majoritaire dans Andreoli MS&L au Brésil
- 20/12/10 Publicis Groupe acquiert Healthcare Consulting et crée une nouvelle agence de conseil en stratégie
- 26/01/11 Publicis Groupe lance une OPA amicale sur Chemistry au Royaume-Uni
- 27/01/11 Publicis Groupe renforce sa participation dans Wefcos - Véronique Morali nommée présidente

Pour plus d'informations: www.publicisgroupe.com



Définitions

Dette nette : la dette financière nette (ou dette nette) est égale à la somme des dettes financières long et court terme et des dérivés de couverture associés, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie.

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

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.

Marge Opérationnelle : La marge opérationnelle est égale au revenu après déduction des charges de personnel, autres charges opérationnelles (hors autres produits et charges non courants et dotations aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)).

Taux de marge opérationnelle : Le taux de marge opérationnelle, qui est égal à la marge opérationnelle exprimée en pourcentage du revenu, est un indicateur suivi par le Groupe dans le but de mesurer la performance des unités génératrices de trésorerie et du Groupe dans son ensemble.

Calcul du Revenu et de la Croissance Organique

(Millions €)	S1 2010	S2 2010	Q4 2010	2010
Revenu 2009	2 209	2 315	1 268	4 524
Impact des taux de change	55	187	97	242
Revenu 2009 au taux de change 2010 (a)	2 264	2 502	1 365	4 766
Revenu 2010 avant impact des acquisitions ⁽¹⁾ (b)	2 383	2 778	1 536	5 161
Revenu des acquisitions	155	102	24	257
Revenu 2010	2 538	2 880	1 560	5 418
Croissance organique (b/a)	+5,3%	+11,0%	12,5%	+8,3%

⁽¹⁾ Nettes de cessions

Taux de change moyen au 31 Déc. 2010 : 1 USD = 0,7551 EUR 1 GBP = 1,1660 EUR



Publicis Groupe

Comptes consolidés- exercice 2010

(Non audités)

Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Revenu	5 418	4 524	4 704
Charges de personnel	(3 346)	(2 812)	(2 852)
Autres charges opérationnelles	(1 105)	(940)	(963)
Marge opérationnelle avant amortissements	967	772	889
Dotations aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(111)	(92)	(104)
Marge opérationnelle	856	680	785
Dotations aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(34)	(30)	(29)
Pertes de valeur	(1)	(28)	(13)
Autres produits et charges non courants	14	7	8
Résultat opérationnel	835	629	751
Charges financières	(81)	(73)	(110)
Produits financiers	16	12	29
Coût de l'endettement financier net	(65)	(61)	(81)
Autres charges et produits financiers	(11)	(9)	2
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	759	559	672
Impôt sur le résultat	(216)	(146)	(196)
Résultat net des entreprises consolidées	543	413	476
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	8	4	2
Résultat net	551	417	478
Dont :			
- Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle (Intérêts minoritaires)	25	14	31
- Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe (part du Groupe)	526	403	447

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

Nombre d'actions	202 149 754	202 257 125	202 536 963
Bénéfice net par action	2,60	1,99	2,21
Nombre d'actions dilué	235 470 461	220 867 344	220 728 941
Bénéfice net par action – dilué	2,35	1,90	2,12

Etat de résultat global consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	2010	2009	2008
Résultat net de la période (a)	551	417	478
Autres éléments du résultat global			
- Réévaluation des titres disponibles à la vente	12	12	(15)
- Gains et pertes actuariels sur régime à prestations définies	(10)	(4)	(45)
- Réserve de conversion	297	(59)	(5)
- Impôts différés relatifs aux autres éléments du résultat global	4	1	16
Total des autres éléments du résultat global (b)	303	(50)	(49)
Résultat global de la période (a) + (b)	854	367	429
Dont :			
- Résultat global de la période attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	33	17	28
- Résultat global de la période attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe (part du Groupe)	821	350	401

Bilan consolidé

(en millions d'euros)

31 décembre 2010

31 décembre 2009

31 décembre 2008

	31 décembre 2010	31 décembre 2009	31 décembre 2008
Actif			
Écarts d'acquisition nets	4 278	3 928	3 693
Immobilisations incorporelles nettes	856	835	794
Immobilisations corporelles nettes	464	458	480
Impôts différés actifs	75	73	91
Titres mis en équivalence	140	49	44
Autres actifs financiers	113	94	101
Actifs non courants	5 926	5 437	5 203
Stocks et en-cours de production	326	290	319
Clients et comptes rattachés	5 953	4 875	4 843
Autres créances et actifs courants	572	548	628
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 164	1 580	867
Actifs courants	9 015	7 293	6 657
Total de l'actif	14 941	12 730	11 860
Passif			
Capital	77	79	78
Réserves consolidées, part du Groupe	3 284	2 734	2 242
Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe (part du Groupe)	3 361	2 813	2 320
Participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	21	25	30
Total capitaux propres	3 382	2 838	2 350
Dettes financières à plus d'un an	1 783	1 796	1 323
Impôts différés passifs	219	214	232
Provisions à long terme	458	449	459
Passifs non courants	2 460	2 459	2 014
Fournisseurs et comptes rattachés	7 216	5 835	5 802
Dettes financières à moins d'un an	290	214	218
Dettes d'impôts sur les sociétés	39	63	68
Provisions à court terme	118	100	110
Autres dettes et passifs courants	1 436	1 221	1 298
Passifs courants	9 099	7 433	7 496
Total du passif	14 941	12 730	11 860

Tableau des flux de trésorerie consolidés

	2010	2009	2008
<i>(en millions d'euros)</i>			
Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net	551	417	478
Neutralisation des produits et charges calculés :			
Impôt sur le résultat	216	146	196
Coût de l'endettement financier net	65	61	81
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(14)	(10)	(2)
Dotation aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	146	150	146
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	26	24	9
Autres produits et charges calculés	6	11	8
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	(8)	(4)	(2)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	14	9	10
Impôt payé	(219)	(157)	(169)
Intérêts financiers payés	(76)	(75)	(89)
Intérêts financiers encaissés	17	16	37
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	287	59	12
Flux net de trésorerie générés par l'activité (I)	1 011	647	715
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(103)	(74)	(92)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	25	10	28
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	5	10	(1)
Acquisitions de filiales	(166)	(273)	(155)
Cessions de filiales	1	1	-
Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissement (II)	(238)	(326)	(220)
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Augmentation de capital	-	-	1
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(107)	(107)	(106)
Dividendes versés aux participations ne donnant pas le contrôle	(21)	(26)	(24)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	7	744	482
Remboursement des emprunts	(52)	(108)	(1 128)
Rachats de participations ne donnant pas le contrôle ⁽²⁾	(9)	(25)	(17)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et de BSA	(198)	5	(174)
Flux net de trésorerie liés aux opérations de financement (III)	(380)	483	(967)
Incidence des variations de taux de change (IV)	188	(94)	19
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	581	710	(452)
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	1580	867	1 313
Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	(33)	(30)	(24)
Trésorerie à l'ouverture (V)	1 547	837	1 289
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 31 décembre	2 164	1 580	867
Soldes créditeurs de banques au 31 décembre	(36)	(33)	(30)
Trésorerie à la clôture (VI)	2 128	1 547	837
Variation de la trésorerie consolidée (VI – V)	581	710	(452)
<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	(14)	29	64
Variation des créances clients et autres créances	(855)	160	(110)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	1 156	(130)	58
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	287	59	12

(2) Consécutivement à l'application d'IFRS 3 révisée, les rachats de participations ne donnant pas le contrôle, antérieurement présentés dans les opérations d'investissement, sont à présent classés dans les opérations de financement.

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
183 600 411	31 décembre 2007	81	2 742	(436)	(313)	124	2 198	27	2 225
	Résultat net			447			447	31	478
	Autres éléments du résultat global :								
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente					(15)	(15)		(15)
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies ⁽¹⁾			(29)			(29)		(29)
	Ecart de change				(2)		(2)	(3)	(5)
	Total des autres éléments du résultat global	-	-	(29)	(2)	(15)	(46)	(3)	(49)
	Total des produits et charges de la période	-	-	418	(2)	(15)	401	28	429
1 633 629	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA et annulation d'actions propres	(3)	(189)	192			-		-
	Dividendes			(106)			(106)	(25)	(131)
	Rémunérations fondées sur des actions ⁽¹⁾			8			8		8
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(7)			(7)		(7)
(6 379 739)	Achats/Ventes d'actions propres			(174)			(174)		(174)
178 854 301	31 décembre 2008	78	2 553	(105)	(315)	109	2 320	30	2 350
	Résultat net			403			403	14	417
	Autres éléments du résultat global :								
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente					12	12		12
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies ⁽¹⁾			(3)			(3)		(3)
	Ecart de change				(62)		(62)	3	(59)
	Total des autres éléments du résultat global	-	-	(3)	(62)	12	(53)	3	(50)
	Total des produits et charges de la période	-	-	400	(62)	12	350	17	367
1 562 129	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA	1	47	(48)			-		-
	Composante capitaux propres de l'OCEANE 2014			49			49		49
	Dividendes			(107)			(107)	(26)	(133)
	Rémunérations fondées sur des actions ⁽¹⁾			26			26		26
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(6)			(6)		(6)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de minoritaires						-	4	4
6 752 338	Achats/Ventes d'actions propres			181			181		181
187 168 768	31 décembre 2009	79	2 600	390	(377)	121	2 813	25	2 838
	Résultat net			526			526	25	551
	Autres éléments du résultat global :								
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente					12	12		12
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies ⁽¹⁾			(6)			(6)		(6)
	Ecart de change				289		289	8	297
	Total des autres éléments du résultat global	-	-	(6)	289	12	295	8	303
	Total des produits et charges de la période	-	-	520	289	12	821	33	854
(5 937 871)	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA et annulation d'actions propres	(2)	(168)	(48)			(218)		(218)
	Dividendes			(107)			(107)	(21)	(128)
	Rémunérations fondées sur des actions ⁽¹⁾			39			39		39
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(7)			(7)		(7)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de minoritaires						-	(16)	(16)
1 140 173	Achats/Ventes d'actions propres			20			20		20
182 371 070	31 décembre 2010	77	2 432	807	(88)	133	3 361	21	3 382

(1) Les gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies ainsi que les rémunérations fondées sur des actions sont présentés compte tenu de l'incidence des impôts différés associés.

Détail du calcul du bénéfice net par action

Bénéfice net par action (de base et dilué)

<i>(en millions d'euros, sauf les actions)</i>		2010	2009	2008
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA				
Résultat net part du Groupe	a	526	403	447
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Economies de frais financiers liées à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt ⁽¹⁾		27	16	20
Résultat net part du Groupe – dilué	b	553	419	467
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA				
Nombre d'actions moyen composant le capital social		192 754 345	196 020 983	196 277 148
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(10 912 268)	(15 633 664)	(16 651 410)
Actions à remettre en remboursement des Oranes		20 307 677	21 869 806	22 911 225
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	202 149 754	202 257 125	202 536 963
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Actions gratuites et stock-options dilutifs ⁽¹⁾		4 389 680	1 770 247	137 404
- Bons de Souscription d'Actions (BSA) ⁽¹⁾		480 327	-	-
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles ⁽²⁾		28 450 700	16 839 972	18 054 574
Nombre d'actions diluées	d	235 470 461	220 867 344	220 728 941
<i>(en euros)</i>				
Bénéfice net par action	a/c	2,60	1,99	2,21
Bénéfice net par action – dilué	b/d	2,35	1,90	2,12

(1) 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 l'exercice, sont pris en considération. En 2010, tous les stock-options et BSA non encore exercés à la clôture de l'exercice ont un effet dilutif.

(2) Sur les trois années 2010, 2009 et 2008, les Oceanes ont toutes un caractère dilutif et sont donc prises en compte dans le calcul du BNPA dilué.

Bénéfice net courant par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

		2010	2009	2008
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾				
Résultat net part du Groupe		526	403	447
<i>Eléments exclus :</i>				
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt		21	18	18
- Perte de valeur, nette d'impôt		1	27	11
- Plus (moins) values nettes de cession de terrains, d'immeubles et baux immobiliers à long terme		(12)	(6)	(5)
- Impôt différé actif lié à l'Océane 2014 ⁽²⁾		-	(23)	-
Résultat net courant part du Groupe	e	536	419	471
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt		27	16	20
Résultat net courant part du Groupe – dilué	f	563	435	491
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA				
Nombre d'actions moyen composant le capital social		192 754 345	196 020 983	196 277 148
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(10 912 268)	(15 633 664)	(16 651 410)
Actions à remettre en remboursement des Oranes		20 307 677	21 869 806	22 911 225
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	202 149 754	202 257 125	202 536 963
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Actions gratuites et stock-options dilutifs		4 389 680	1 770 247	137 404
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		480 327	-	-
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles		28 450 700	16 839 972	18 054 574
Nombre d'actions diluées	d	235 470 461	220 867 344	220 728 941

(en euros)

Bénéfice net courant par action ⁽¹⁾	e/c	2,65	2,07	2,33
Bénéfice net courant par action - dilué ⁽¹⁾	f/d	2,39	1,97	2,22

(1) BNPA avant amortissement des incorporels liés aux acquisitions, perte de valeur, plus (moins)-value sur opérations de cession d'immeubles et terrains, 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.