



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 21 juillet 2011

Résultats du 1^{er} Semestre 2011

2^{ème} trimestre 2011

Millions d'euros

▪ Revenu	1 413	+2,7%
▪ Croissance organique		+7,6%

1^{er} Semestre 2011

Millions d'euros

▪ Revenu	2 699	+6,3%
▪ Croissance organique		+7,1%
▪ Marge opérationnelle	364	-1,4%
▪ Taux de marge opérationnelle (2010 : 14,5%)	13,5 %	
▪ Résultat net (part du Groupe)	231	+8,5%
▪ BNPA courant ⁽²⁾ dilué (euros)	1,08	+8%
▪ Free Cash Flow ⁽¹⁾	269	-2,9%
▪ Dette Nette	210	-66,0%

(1) Avant variation du BFR

(2) Avant amortissement des intangibles liés aux acquisitions et perte de valeur



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :

« La croissance organique a atteint un excellent 7,6% pour le 2^{ème} trimestre, portant ainsi la croissance pour l'ensemble du semestre au-dessus de nos plans, à 7,1%. Cette croissance nous confirme dans la justesse de nos choix stratégiques.

Afin d'accélérer la transformation du Groupe faisant d'internet et du numérique la part dominante de nos activités, nous avons connu un premier semestre dense en acquisitions, notamment avec Rosetta, l'une des plus importantes agences digitales et de consulting indépendantes, et plus récemment BIG FUEL, la « pépite » dans le domaine des réseaux sociaux.

Nous avançons comme prévu sur nos plans dans les marchés « BRIC », avec des objectifs ambitieux.

D'une manière générale, toutes nos acquisitions, petites ou grandes, ont en commun d'être particulièrement créatives, reconnues sur leur marché, et déterminantes dans le dispositif de croissance de nos réseaux.

Notre détermination à accélérer notre développement rentable ne peut évidemment se faire sans une priorité donnée aux investissements et aux talents, surtout après deux ans de gel des salaires et des recrutements, comme ceci avait été annoncé dès février 2011.

Notre objectif d'amélioration de la marge reste une priorité et nous recueillerons dès le 2^{ème} semestre les premiers résultats.

Notre situation financière, avec une dette nette réduite à 210 millions au 30 juin, un ratio d'endettement proche de zéro et plus de 4 milliards d'euros de liquidités disponibles, nous autorise une certaine ambition, tout en surveillant attentivement l'économie mondiale qui montre quelques fragilités.

L'année 2011 devrait confirmer notre objectif de croissance supérieure au marché et une marge en amélioration. »

* * *



Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe réuni le 20 juillet 2011, sous la présidence de Madame Elisabeth Badinter, a examiné les comptes du 1^{er} semestre 2011 présentés par Monsieur Maurice Lévy, Président du Directoire.

Principaux chiffres clés

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

	1^{er} semestre 2011	1^{er} semestre 2010	S12011/S12010
Données extraites du compte de résultat consolidé			
Revenu	2 699	2 538	+6,3%
Marge opérationnelle avant amortissements	411	422	-2,6%
<i>En % du revenu</i>	<i>15,2%</i>	<i>16,6%</i>	
Marge opérationnelle	364	369	-1,4%
<i>En % du revenu</i>	<i>13,5%</i>	<i>14,5%</i>	
Résultat opérationnel	349	353	-1,1%
Bénéfice net (Part du Groupe)	231	213	+8,5%
Bénéfice net par action ⁽¹⁾	1,14	1,04	+10%
Bénéfice net par action (dilué) ⁽²⁾	1,03	0,95	+8%
Données extraites du bilan			
	30 juin 2011	31 décembre 2010	
Total de l'actif	14 284	14 941	
Capitaux propres, part du Groupe	3 384	3 361	

⁽¹⁾ Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action s'élève à 202,2 millions d'actions pour le premier semestre 2011 et 204,5 millions d'actions pour le premier semestre 2010.

⁽²⁾ Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action (dilué) s'élève à 237,2 millions d'actions pour le premier semestre 2011 et 237,1 millions d'actions pour le premier semestre 2010. Il comprend les stock-options et les actions gratuites, les bons de souscription d'actions et les emprunts convertibles ayant un effet dilutif. Pour les six premiers mois de 2011 les instruments dilutifs sont les Océanes, les bons de souscription d'actions, les actions gratuites et certaines tranches de stock options dont le prix d'exercice est inférieur au cours moyen de la période.

Analyse des chiffres clés

I. Activité du 1^{er} semestre 2011

La croissance de l'économie mondiale a atteint 4,3% en taux annualisé au premier trimestre et les prévisions pour l'année 2011 restent dans l'ensemble inchangées malgré un ralentissement temporaire de l'activité observé au deuxième trimestre au niveau mondial.

Dans ce contexte de bonne tenue du marché publicitaire, la croissance organique de Publicis Groupe est de 7,6% pour le 2^{ème} trimestre et de 7,1% pour le 1^{er} semestre.



- **Revenu du 2^{ème} trimestre 2011**

Le revenu consolidé du 2^e trimestre a été de 1 413 millions d'euros, en hausse de 2,7 % par rapport à des revenus de 1 376 millions pour la période équivalente de 2010 (les effets de change ont un impact négatif de 87 millions d'euros).

La croissance organique a été de +7,6% au deuxième trimestre, en amélioration par rapport à la croissance organique du 1^{er} trimestre 2011 (+6,5%), et à celle du 2^{ème} trimestre 2010 (+7,1%).

-Répartition du revenu 2^{ème} trimestre 2011 par zone géographique

(en millions d'euros)	Revenu		T12011/T12010	Croissance Organique
	2 ^{ème} trimestre 2011	2 ^{ème} trimestre 2010		
Europe	487	437	+11,4%	+11,5%
Amérique du Nord	639	679	-5,9%	+5,3%
Asie-Pacifique	159	154	+3,2%	+5,5%
Amérique Latine	89	71	+25,4%	+3,7%
Afrique et Moyen-Orient	39	35	+11,4%	+17,6%
Total	1 413	1 376	+2,7%	7,6%

Le 2^{ème} trimestre 2011 a enregistré une très bonne croissance dans presque tous les pays et régions du monde malgré un ralentissement observé aux Etats-Unis, compensé par la croissance des pays en développement.

- **Revenu du 1^{er} Semestre 2011**

Le revenu consolidé du 1^{er} semestre 2011 s'est élevé à **2 699** millions d'euros contre **2 538** millions d'euros en 2010, en hausse de 6,3% (les effets de change ont un impact négatif de 58 millions d'euros).

La croissance organique de 7,1 % pour le semestre témoigne de la très bonne croissance de la période. Cette croissance se compare à une croissance de 5,3% en 2010.

Pour le 1^{er} semestre 2011, toutes les activités sont en progression. Les activités numériques représentent 29,0% du revenu total comparé à 28,1% en 2010 et bénéficient d'une croissance très supérieure à celle du marché.

Les économies à croissance rapide représentent 23,2% du revenu total.

Le revenu consolidé du 1^{er} semestre 2011 par activité se répartit comme suit : 31% des revenus sont issus de la publicité (33,0% en 2010), 20,0% des media (20% en 2010), 49,0% des SAMS qui incluent toutes les activités numériques (47% en 2010).



- Répartition du revenu du 1^{er} Semestre 2011 par zone géographique

<i>(en millions d'euros)</i>	Revenu		S12011/S12010	Croissance Organique
	1 ^{er} semestre 2011	1 ^{er} semestre 2010		
Europe	895	805	+11,2%	+9,1%
Amérique du Nord	1 272	1 258	+1,1%	+6,7%
Asie-Pacifique	307	286	+7,3%	+3,5%
Amérique Latine	157	126	+24,6%	+6,0%
Afrique et Moyen-Orient	68	63	+7,9%	+9,1%
Total	2 699	2 538	+6,3%	+7,1%

Toutes les régions du monde ont renoué avec la croissance même si à l'intérieur de ces régions certaines situations demeurent contrastées.

L'Europe fait preuve d'une croissance remarquable, même si on observe des situations très différentes selon les pays :

- forte croissance pour la France (+11,9%), l'Allemagne (+ de 10%), l'Italie (+7,7%), les pays d'Europe Centrale (+9,1%, dont plus de 20% pour la Russie).
- amélioration pour le Royaume-Uni (+3,0%) et l'Espagne (+3,0%).
- la Grèce et le Portugal restent très négatifs.

L'Amérique du Nord à +6,7% poursuit sa croissance. Malgré un léger ralentissement observé au deuxième trimestre, les Etats-Unis affichent une croissance organique de 7,2% tirée par une forte croissance des agences media et par l'importance de la contribution des activités de la santé.

L'Asie Pacifique est en croissance, essentiellement grâce à la Chine (+9,2% pour la Chine Grande Région) et malgré la faiblesse du Japon et le retard de la Corée.

La croissance de **l'Amérique Latine** est tirée par un grand nombre de pays, notamment le Brésil avec 7,3% de croissance.

L'Afrique et le Moyen orient qui continuent d'être pénalisés par la situation géopolitique affichent néanmoins une croissance soutenue grâce aux Emirats Arabes Unis.

Marge opérationnelle

La marge opérationnelle avant amortissements atteint 411 millions d'euros au premier semestre 2011 contre 422 millions au premier semestre 2010, en baisse de 2,6%.

Les amortissements sont de 47 millions pour le 1^{er} semestre comparé à 53 millions en 2010.



La marge opérationnelle s'élève à 364 millions d'euros, comparée à 369 millions pour la même période de 2010, soit une baisse de 1,4%.

Le taux de marge opérationnelle pour le premier semestre de l'année 2011 ressort à 13,5%, contre 14,5% au premier semestre 2010. Ce retrait reflète pour l'essentiel l'augmentation des coûts de personnel due d'une part à la reprise des recrutements rendus nécessaires par l'amélioration de l'activité et d'autre part à l'ajustement des rémunérations, après près de deux ans de gel des embauches et des salaires. Ces coûts s'élèvent à 1 740 millions pour le premier semestre, en augmentation de 7,9% par rapport à la période équivalente de 2010. Le ratio coûts de personnel/ revenus s'établit à 64,5% pour la période. Les autres coûts opérationnels, y compris amortissements et coûts liés aux acquisitions, sont de 595 millions d'euros, en augmentation 7,0%.

A la suite de cette période d'ajustement due au retour de la croissance, une attention accrue sera portée à la structure de coûts afin de remettre celle-ci au niveau compatible avec les objectifs fixés par le Groupe.

Les amortissements des incorporels liés aux acquisitions se sont élevés à 17 millions d'euros, de même niveau que ceux du premier semestre 2010.

Aucune perte de valeur n'a été enregistrée au cours du premier semestre 2011.

Les produits non courants nets s'élèvent à 2 millions d'euros, contre un produit net de 1 millions d'euros en 2010.

Le résultat opérationnel est de 349 millions d'euros au premier semestre 2010, contre 353 millions pour la période équivalente en 2010, en retrait de 1,1%.

Résultat net

Après une charge financière nette de 28 millions d'euros, en réduction de 33% par rapport au 1^{er} semestre 2010, une charge d'impôts de 91 millions (soit un taux d'impôt effectif de 28,2%, en amélioration de 50pb par rapport au 1^{er} semestre 2010), un résultat des sociétés mises en équivalence de 10 millions et des intérêts minoritaires de 9 millions, le **résultat net**, part du Groupe, s'élève à **231 millions d'euros** pour le 1^{er} semestre 2011 contre 213 millions en 2010 soit une hausse de **8,5%**.

Free Cash Flow

Hors variation BFR, le **free cash flow du Groupe** est de **269 millions d'euros** pour la période.



Endettement net

L'endettement financier net a été amélioré de 408 millions d'euros, passant de 618 millions d'euros au 30 juin 2010 à 210 millions au 30 juin 2011. Ainsi, au 30 juin 2011, le ratio d'endettement ressort à 0,06 contre 0,20 au 30 juin 2010.

La dette nette moyenne du Groupe en 2010 a été réduite de 482 millions d'euros, passant de 673 millions d'euros au 1^{er} semestre 2010 à 191 millions d'euros pour la même période en 2011.

Il est important de noter qu'au 30 juin 2011 le niveau de liquidités disponibles du Groupe s'élève à 4 088 millions d'euros (lignes de crédit confirmées). Un nouveau crédit syndiqué (Club Deal) a été négocié au cours du mois de juillet 2011, tel que décrit dans les événements récents.

Capitaux propres

Au 30 juin 2011 les capitaux **propres consolidés**, y compris intérêts minoritaires, sont de 3 407 millions d'euros comparés à 3 382 au 31 décembre 2010.

Distinctions/création

Lors de la 58^{ème} édition du Festival International de la Publicité de Cannes, Publicis Groupe a remporté 117 Lions dont 16 Or, 39 Argent et 62 Bronze.

Leo Burnett a remporté 40 de ces Lions, dont 7 Or, 16 Argent et 17 Bronze.

Publicis a gagné 29 Lions.

Saatchi&Saatchi a de son côté remporté 27 Lions.

Réseau le plus récompensé pour la deuxième année consécutive aux Andy Awards, Leo Burnett a également raflé l'Or au National Addys aux Etats-Unis, a été le grand gagnant aux Clios 2011 et Leo Burnet/Arc Worldwide ont gagné 10 prix Effie aux Etats-Unis.

Digitas et American Express se sont vus décerner le Grand Clio aux Clio Awards. Digitas et la campagne « Real Women of Philly » (les Vraies Femmes de Philadelphie) a pour sa part remporté l'Or aux Effies tandis que Kitcatt Nohr Digitas recevait le prix de la meilleure campagne intégrée aux Revolution Awards au Royaume-Uni.

Publicis Brésil a remporté un Grand prix dans la catégorie « Integrated Media » pour Nestlé-Purina-Proplan. Publicis a également remporté 15 trophées au Festival de New York 2011. ZenithOptimedia a été nommée agence média de l'année par Top Marketers à Singapour. Starcom MediaVest a remporté le plus grand nombre de prix à l'Internationalist Media Innovations et le Grand Prix aux Mediacat out of Home.



Croissance externe

Publicis Groupe a eu une forte activité de croissance externe au cours du premier semestre, politique croisant les activités et les zones prioritaires.

- **Renforcement de sa présence au Royaume-Uni** dans des activités de communication interactive et de relations publiques : Acquisitions de Chemistry, d'Airlock, de Holler et de Kittcat Nohr.
- **Renforcement au Brésil** : prise de contrôle de Talent, après une prise de participation minoritaire réalisée en 2010, acquisitions de Tailor Made et GP7
- **Renforcement en grande Chine** : acquisitions d'ICL, société de conseil basée à Taïwan et de l'agence Dreams (en Chine), active dans le domaine de la santé et de Genedigi, l'une des plus grandes agences et des plus renommées dans les activités de relations publiques (Chine)
- **Renforcement dans le domaine de la santé** : acquisitions de Publicis Consulting (France) de Watermelon (Inde)
- **Enfin, en mai le Groupe a annoncé l'acquisition de Rosetta aux Etats-Unis**, l'une des dernières agences interactives indépendantes de taille significative. Rosetta apportera des compétences et un positionnement nouveau dans le domaine du conseil aux clients. L'acquisition a été finalisée début juillet.

Toutes ces acquisitions s'inscrivent clairement dans la stratégie du Groupe dont les deux piliers sont l'expansion dans les pays à forte croissance, avec une priorité donnée à la Chine et au Brésil et dans le renforcement des compétences numériques permettant à Publicis Groupe d'élargir le spectre de son offre et de faire face aux évolutions rapides vécues par l'industrie de la communication.

Gestion des coûts

Après une période d'accélération des investissements, notamment afin de pourvoir au besoin de talents supplémentaires, et plus spécialement dans le numérique, et un retour à la normale des rémunérations après près de deux ans de gel des salaires et des embauches, le Groupe entend revenir à des ratios de coûts de personnel compatibles avec ses objectifs de rentabilité.

Le programme de déploiement de centres de services partagés se poursuit, avec la finalisation de la plateforme régionale « Americas » initiée pour l'ensemble du continent américain en 2009, et la création d'une nouvelle plateforme dans le sud-est asiatique en 2009. Les programmes de consolidation de l'immobilier demeurent une priorité, 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, rendue possible 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.

Ces actions mèneront le Groupe à ajuster l'ensemble de ses coûts opérationnels.



New Business : 2,4 milliards de dollars de gains net

Publicis Groupe engrange **2,4 milliards de dollars US de New Business** net au cours des six premiers mois de l'année. Depuis le 1^{er} janvier, le Groupe est fier de compter ADP, C&A China, Carl Zeiss Sports Optic, la FNAC, Guerlain, Lenovo, Microsoft, Pages Jaunes et Sonic parmi ses nouveaux clients (liste en annexe).

Evénements Récents

Acquisitions

Le 1^{er} juillet, finalisation de l'acquisition de Rosetta aux Etats-Unis. Publicis Groupe a acquis Rosetta pour un montant de 575 millions USD en numéraire prélevés sur la trésorerie du groupe. Selon les termes de l'accord, les dirigeants actionnaires de Rosetta pourront également recevoir un paiement différé en 2014, paiement lié à la performance de l'agence sur la période 2011-2013.

Rosetta continuera d'opérer comme marque autonome et indépendante de Publicis Groupe, sous la direction de son fondateur et *CEO*, Chris Kuenne, qui en conserve les commandes. Chris Kuenne dépendra directement de Jean-Yves Naouri, *Chief Operating Officer* de Publicis Groupe.

L'addition de Rosetta aux autres activités numériques de Publicis Groupe – incluant Digitas, Razorfish et Publicis Modem – renforcera sa position de grand groupe mondial de communication numérique. L'acquisition de Rosetta augmente les activités numériques du Groupe qui devraient représenter un peu plus de 30% de ses revenus.

Les résultats consolidés de Publicis Groupe incluront ceux de Rosetta à partir du 1^{er} juillet 2011. Les chiffres de la croissance organique excluront les résultats de Rosetta durant un an après la consolidation de la nouvelle acquisition, c'est-à-dire jusqu'au 30 juin 2012.

Le 11 juillet, prise de participation majoritaire dans DPZ, l'une des principales agences de publicité du Brésil. Selon les termes de l'accord, Publicis Groupe prend immédiatement une participation de 70% dans la nouvelle agence et pourra accroître celle-ci à 100% d'ici deux à trois ans. DPZ conservera le même nom et restera une entité indépendante au sein de Publicis Groupe.

Le 18 juillet, prise de participation dans l'agence new yorkaise de médias sociaux, Big Fuel. Selon les termes de l'accord, Publicis Groupe prend immédiatement une participation de 51% dans la nouvelle agence et pourra porter celle-ci à 100% à partir de 2014.

Avec plus de 170 collaborateurs, Big Fuel est la seule agence de publicité consacrée exclusivement aux médias sociaux et dont les équipes sont entièrement dédiées à la stratégie, la création, la distribution, la gestion et l'analyse des médias sociaux.

Financement

Publicis Groupe S.A. a signé en date du 13 juillet 2011 un nouveau crédit syndiqué multidevises de 1,2 milliard d'euros à 5 ans. Ce crédit syndiqué est destiné aux besoins généraux de la société et remplacera le crédit syndiqué du 17 décembre 2004.

La syndication a été lancée le 21 juin 2011 pour 1 milliard d'euros et a clôturé très largement sursouscrite, permettant à Publicis Groupe de porter le montant du crédit à 1,2 milliard d'euros. Grâce à ce crédit, Publicis Groupe améliore la gestion de la maturité de sa liquidité. Publicis Groupe a par ailleurs maintenu l'absence de covenants financiers sur ce nouveau crédit.

Gains de nouveaux budgets depuis le 1^{er} juillet

Le début du deuxième semestre 2011 reste actif en gains de nouveaux budgets avec notamment le gain du budget Burger King.

Perspectives

Après un taux de croissance organique de 6,5% au premier trimestre 2011, le taux de croissance du second trimestre s'établit à 7,6%, la croissance pour l'ensemble du premier semestre étant de 7,1%, consolidant l'amélioration du marché publicitaire observée au deuxième trimestre 2010.

Ces taux de croissance constituent une excellente performance. Les activités numériques poursuivent leur développement et créent les conditions favorables à l'innovation et à la création de valeur dans tous les réseaux. De même, le renforcement de la présence du Groupe dans les pays à forte croissance, accéléré depuis un an, notamment en Chine et au Brésil, contribue à la croissance. Ces deux piliers de la stratégie de Publicis Groupe ouvrent des perspectives nouvelles et sont garants de croissances présentes et à venir.

Les prévisions les plus récentes de ZenithOptimedia, en retrait très marginal pour 2011, de 4,2% en avril à 4,1% en juillet, traduisent l'effet possible d'un ralentissement aux Etats-Unis compensé par une situation meilleure dans d'autres régions du monde, et par une croissance continue de l'internet.

Les investissements dans les talents, les économies émergentes et le numérique restent d'actualité avec comme priorités la maîtrise des coûts et la solidité financière. Le Groupe entend améliorer sa marge opérationnelle au cours des prochains trimestres.

Dans un contexte de croissance en France et en Allemagne ainsi qu'aux Etats-Unis, malgré le léger ralentissement observé au deuxième trimestre dans cette région, et grâce à la très bonne activité des pays à forte croissance, notamment en Chine, Publicis Groupe confirme son objectif de croissance supérieure à celle du marché publicitaire pour l'année 2011.

* * *



Certaines informations autres qu'historiques contenues dans le présent document sont susceptibles de constituer des données à caractère prévisionnel («forward-looking statements») ou des prévisions financières non auditées. Ces données sont sujettes à des risques et des aléas pouvant se traduire, ultérieurement, par des données réelles substantiellement différentes. Ces données sont présentées à la date du présent document et Publicis Groupe n'assume aucune obligation quant à leur mise à jour du fait d'événements nouveaux ou de toute autre raison autre que les réglementations applicables. Publicis Groupe vous invite à prendre connaissance avec attention des informations relatives aux facteurs de risque susceptibles d'affecter son activité telles que figurant dans son Document de Référence déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF).

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 51 000 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, propose une expertise en communication corporate et financière, relations publiques, marketing social, développement des marques et événementiel.

Website: www.publicisgroupe.com | Twitter: [@PublicisGroupe](https://twitter.com/PublicisGroupe) | Facebook: www.facebook.com/publicisgroupe

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 – 1er Semestre 2011

2,4 milliards USD (net)

Principaux Gains

KAPLAN

Starwood (USA)

LEO BURNETT

MAS Institute of Management & Technology (Inde); Micro Cars Limited (Inde); POM Wonderful (Japon); Triumph International (Japon); LSH Holding (Koweït); LibanPost (Liban); Petronas Dagangan (Malaisie); Universidad Mexicana (Mexique); McDonald's (GB & Etats-Unis); Flight Network (Canada); IKEA (Canada); Samsung (Hong Kong); Sun Hung Kai Properties (Hong Kong); Six senses resorts & spas (Inde); Sinar Mas (Indonésie); Indofood (Indonésie); Allergan (Mexique); Airphil Express (Philippines); Yahoo (Singapour); Dorchester Hotel Collection (GB); Wanke Shenyang (Chine); Costa Croisieres (France); Stepper Eyewear (Hong Kong); Beit Misk (Liban); Red Cross (GB); Giant Bicycles (Australie); DHL (Colombie); APM Terminals (Costa Rica); Sri Lanka Telecom (Inde); Petronas (Malaisie); Coca Cola (Colombie); Samsung (Inde); Indofood (Indonésie); 22nd Philippine Advertising Congress (Philippines); Pernod Ricard (Thaïlande); Property Perfect (Thaïlande); Ikea (Thaïlande); Wanke Shenyang (Chine); Temposcan Pharmaceuticals (Indonésie); Parrot (Japon); Petronas Group (Malaisie); Wijeya Newspapers (Sri Lanka); Chevrolet (Thaïlande); Nongpho Dairy Co-operative Ltd. (Thaïlande); Coca-Cola (Costa Rica, India); Wikimedia (Allemagne); Lankem Ceylon Ltd (Inde); Tokyo Cement (Inde); Auro Holdings (Inde); Samsung (Indonésie); Ilusión (Mexique); Walmart (Mexique); Asia Motor Works (Inde); Gumtree (Australie); Pakistan International Airlines (Pakistan) ; Pakistan State Oil (Pakistan); TaxSpanner (Inde); Qtel (Qatar)

MSLGROUP

TAQA (GB & Dubaï); Special K (Etats-Unis); Sodexo (Etats-Unis); Keurig (Etats-Unis); Schools Serve (Etats-Unis); Mass Assn Health Plans (Etats-Unis); Home Depot (Etats-Unis); Carrabba's (Etats-Unis); Clear Ballot Group (Etats-Unis); UTC (Etats-Unis); Ancestry.com (Etats-Unis); AQMD-Incremental (Etats-Unis); AstraZeneca (Chine)



PUBLICIS WORLDWIDE

Fresco/Vogliazzi (Italie); Heineken (Italie); Bernina International (Suisse); Università Bocconi (Italie); Ministro del Lavoro (Italie), Jùpiter (Espagne); Merino/Merinolam-Vegit (Inde); LG/global digital business (Monde); PMU (France); RATP (France); Fnac (France); Aéroports de Paris (France); Cortal Consors (France); Institut Géographique National (France); Amway/Nutrilite (Chine); Nestlé Infant Nutrition/Nestlé Mio (Italie); Jigsaw (GB); Betboo (Brésil); Tourism Ireland (GB); Cascades Groupe Tissu (Canada); SCA-Tena (Hong Kong); Duracell (Hong Kong); Sara Lee/Ball Park (USA); Assurance Maladie (France); Les Vins de Bordeaux (France); Angel Broking (India); Haribo/Dragibus (France)

PHCG

Somaxon (Etats-Unis); United Therapeutics (Etats-Unis)

RAZORFISH

Starwood (Etats-Unis), Disney (Etats-Unis), Microsoft (Etats-Unis)

SAATCHI & SAATCHI

Lenovo Group Limited (Etats-Unis); Piaget (France); Assogestioni (Italie); Kavli (Suède); UNIMED RJ (Brésil); Hanaka kyselka (République Tchèque); Toyota-Aygo, SUV range and Yaris (Italie); Swissôtel (Suisse); Club Brugge (Belgique); Excellent (Belgique); Vlerick (Belgique); DG Sanco/EC anti smoking (Belgique); Haagen-Dazs (Belgique); Fostplus (Belgique); Wonderful Pistachios (GB, Germany); Swisscom (Suisse); Skoda Auto India (Inde); OLX India (Inde); Bharat Petroleum (Inde); Mando (Corée); Handelsbanken (Suède); Avis (Allemagne); WeightWatchers (GB)

STARCOM MEDIAVEST GROUP

Tourism Malaysia (Malaisie); Heineken (République Tchèque); Dairy Queen (Etats-Unis); China Telecom (Chine); SATS (Singapour); Singapore Grand Prix (Singapour), Uniqlo (Singapour); Nyhavn Rejser (Danemark); Full Tilt Poker (Italie); BZWBK (Pologne); Lotos (Pologne); Upstream (Emirats Arabes Unis); Dreams (GB); YPF (Argentine); Microsoft (Etats-Unis); Disney (Etats-Unis); Disney Pan regional TV Cable (Argentine); hotels.com-Expedia (Chine); Regione Lombardia (Italie); I mobile (Thaïlande); Kraft Foods (Emirats Arabes Unis); Lactel (Emirats Arabes Unis); MAC (GM dealer) (Emirats Arabes Unis); ZAFCO (Emirats Arabes Unis)



ZENITHOPTIMEDIA

Rioja Wines (Espagne); JPMorgan Chase (Etats-Unis); Walmart (Chine); ABB (Chine); Motorcorp (Nouvelle Zélande); United Overseas Bank (Singapour); Emporiki Bank (Grèce); Banco Financiero y de Ahorro (Espagne); Interbrands (Suède); RecycleBank (Etats-Unis); Jenny Craig (Etats-Unis); Autotrader (Etats-Unis); AZ/Medimmune (Etats-Unis); C&A (Chine); Tourism Malaysia (Malaisie); MOM (Singapour); city of Antwerp (Belgique); Nyhavn Rejser (Danemark); L'Oreal (Grèce); Khazan (Koweït); MarCons (Kuweït); Galderma (Suède); Parship (Suède); Unum (GB); L'Oreal USA (Etats-Unis); EDMC Incremental (Etats-Unis); Reckitt Benckiser (Inde), Disney (Etats-Unis); Jazeera Childrens Channel (Moyen-Orient et Afrique); Hachette Fascicoli (Roumanie); Pegasus (Roumanie); EU Funds campaign (Roumanie); Fire Prevention Campaign (Espagne); Deli (Belgique); KMDA (Belgique); Rich Bake (Egypte); Peak Performance (Europe, Etats-Unis, Asie); Carlsberg (Chine); PPTV (Chine); Honda (Inde); Infocom Development Authority (Singapour); Merino (Inde); Science Centre Singapore (Singapour)

DIGITAS

Pages jaunes (France); Dassault (France); Chili's (Etats-Unis); Kaiser-Permanente (Etats-Unis); Intuit (Etats-Unis); Mars Petcare (Etats-Unis); Comcast (Etats-Unis); Delta (Etats-Unis); Mead Johnson (Etats-Unis); Post (Etats-Unis); American Express (Etats-Unis); Harley Davidson (Chine); L'Oreal (France); OnStar (Chine); Nestlé (France); Samsung (Royaume-Uni)



Communiqués de Presse 2011

- 26-01-2011 Publicis Groupe lance une OPA amicale sur Chemistry au Royaume-Uni
- 27-01-2011 Publicis Groupe renforce sa participation dans Wefcos - Véronique Morali nommée présidente
- 10-02-2011 Publicis Groupe Résultats Annuels 2010
- 17-02-2011 Publicis Groupe renforce ses positions dans le digital avec l'acquisition de Holler en Grande-Bretagne
- 21-02-2011 Publicis Groupe lance Publicis Webformance - Une initiative dédiée aux PME et TPE
- 23-02-2011 Publicis Groupe acquiert Interactive Communications Ltd à Taiwan
- 03-03-2011 Publicis Groupe acquiert Kitcatt Nohr au Royaume-Uni
- 10-03-2011 Publicis Groupe acquiert l'agence londonienne Airlock - Publicis Groupe poursuit son expansion dans le digital au Royaume-Uni
- 22-03-2011 Publicis Groupe acquiert l'agence indienne Watermelon
- 30-03-2011 Jean-Yves Naouri est nommé Président Exécutif de Publicis Worldwide
- 15-04-2011 Publicis Groupe cède sa Participation dans Freud Communications
- 18-04-2011 Publicis Groupe prend une participation majoritaire dans l'agence brésilienne Talent Group
- 21-04-2011 Publicis Groupe : Revenu du 1er trimestre 2011
- 26-04-2011 Publicis Groupe poursuit son expansion au Brésil avec l'acquisition de l'agence GP7 à Sao Paulo
- 27-04-2011 Publicis Groupe dynamise les opérations de Leo Burnett Brésil
- 12-05-2011 Acquisition par Publicis Groupe de l'agence Dreams à Beijing
- 17-05-2011 Publicis Groupe acquiert Rosetta, l'une des agences numériques les plus dynamiques d'Amérique du Nord
- 07-06-2011 Assemblée Générale des Actionnaires de Publicis Groupe
- 20-06-2011 Publicis Groupe poursuit son expansion en Chine avec l'acquisition de Genedigi
- 28-06-2011 Publicis Groupe se lance en Equateur
- 04-07-2011 Publicis Groupe acquiert Spillmann/Felser/Leo Burnett, l'une des principales agences suisses
- 05-07-2011 Clôture de l'acquisition de Rosetta
- 06-07-2011 Avis d'ajustement du Ratio d'Attribution d'Actions des OCEANE 2014



- 15-07-2011 Publicis Groupe signe un crédit syndiqué revolving multidevises de EUR 1.2 milliards
- 18-07-2011 Prise de participation majoritaire de Publicis Groupe dans Big Fuel, agence de marketing social

Pour plus d'information : www.publicisgroupe.com



Définitions

Dettes nettes : 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.

Dettes nettes moyennes : moyenne semestrielle des dettes nettes moyennes mensuelles.

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.

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.

Comptes consolidés – 30 juin 2011 (non audité)

Compte de résultat consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2011	30 juin 2010	2010
Revenu	2 699	2 538	5 418
Charges de personnel	(1 740)	(1 613)	(3 346)
Autres charges opérationnelles	(548)	(503)	(1 105)
Marge opérationnelle avant amortissements	411	422	967
Dotations aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(47)	(53)	(111)
Marge opérationnelle	364	369	856
Dotations aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(17)	(17)	(34)
Perte de valeur	-	-	(1)
Autres produits et charges non courants	2	1	14
Résultat opérationnel	349	353	835
Charges financières	(42)	(40)	(81)
Produits financiers	16	6	16
Coût de l'endettement financier net	(26)	(34)	(65)
Autres charges et produits financiers	(2)	(8)	(11)
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	321	311	759
Impôt sur le résultat	(91)	(89)	(216)
Résultat net des entreprises consolidées	230	222	543
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	10	-	8
Résultat net	240	222	551
Dont :			
- Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	9	9	25
- Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe (part du groupe)	231	213	526
Données par action (en euros) - Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe			
Nombre d'actions	202 244 660	204 545 563	202 149 754
Bénéfice net par action	1,14	1,04	2,60
Nombre d'actions dilués	237 179 816	237 073 116	235 470 461
Bénéfice net par action – dilué	1,03	0,95	2,35

Etat de résultat global consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2011	30 juin 2010	2010
Résultat net de la période (a)	240	222	551
Autres éléments du résultat global			
- Réévaluation des titres disponibles à la vente	7	(1)	12
- Gains et pertes actuariels sur régime à prestations définies	6	(24)	(10)
- Ecart de conversion de consolidation	(145)	431	297
- Impôts différés relatifs aux autres éléments du résultat global	(1)	7	4
Total des autres éléments du résultat global (b)	(133)	413	303
Résultat global de la période (a) + (b)	107	635	854
Dont :			
- Résultat global de la période attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	7	18	33
- Résultat global de la période attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe (part du Groupe)	100	617	821

Bilan consolidé

(en millions d'euros)

30 juin 2011

31 décembre 2010

	30 juin 2011	31 décembre 2010
Actif		
Écarts d'acquisition nets	4 350	4 278
Immobilisations incorporelles nettes	827	856
Immobilisations corporelles nettes	445	464
Impôts différés actifs	85	75
Titres mis en équivalence	47	140
Autres actifs financiers	117	113
Actifs non courants	5 871	5 926
Stocks et en-cours de production	313	326
Clients et comptes rattachés	5 607	5 953
Autres créances et actifs courants	560	572
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 933	2 164
Actifs courants	8 413	9 015
Total de l'actif	14 284	14 941
Passif		
Capital	77	77
Réserves consolidées, part du Groupe	3 307	3 284
Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe (Part du Groupe)	3 384	3 361
Participations ne donnant pas le contrôle (Intérêts minoritaires)	23	21
Total capitaux propres	3 407	3 382
Dettes financières à plus d'un an	1 327	1 783
Impôts différés passifs	208	219
Provisions à long terme	413	458
Passifs non courants	1 948	2 460
Fournisseurs et comptes rattachés	6 493	7 216
Dettes financières à moins d'un an	820	290
Dettes d'impôts sur les sociétés	57	39
Provisions à court terme	127	118
Autres dettes et passifs courants	1 432	1 436
Passifs courants	8 929	9 099
Total du passif	14 284	14 941

Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)

30 juin 2011

30 juin 2010

2010

	30 juin 2011	30 juin 2010	2010
Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net	240	222	551
Neutralisation des produits et charges calculés :			
Impôt sur le résultat	91	89	216
Coût de l'endettement financier net	26	34	65
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(1)	(1)	(14)
Dotation aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	64	70	146
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	13	15	26
Autres produits et charges calculés	2	3	6
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	(10)	-	(8)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	9	11	14
Impôt payé	(104)	(103)	(219)
Intérêts financiers payés	(32)	(36)	(76)
Intérêts financiers encaissés	15	7	17
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	(396)	(266)	287
Flux net de trésorerie liés à l'activité (I)	(83)	45	1 011
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(46)	(35)	(103)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	2	1	25
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(1)	(5)	5
Acquisitions de filiales	(142)	(48)	(166)
Cessions de filiales	29	1	1
Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissement (II)	(158)	(86)	(238)
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Augmentation de capital	-	-	-
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	-	-	(107)
Dividendes versés aux participations ne donnant pas le contrôle	(11)	(14)	(21)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	71	13	7
Remboursement des emprunts	(12)	(59)	(52)
Rachats de participations ne donnant pas le contrôle	(3)	-	(9)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et de BSA	41	(249)	(198)
Flux net de trésorerie liés aux opérations de financement (III)	86	(309)	(380)
Incidence des variations de taux de change (IV)	(75)	173	188
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	(230)	(177)	581
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	2 164	1 580	1 580
Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	(36)	(33)	(33)
Trésorerie à l'ouverture (V)	2 128	1 547	1 547
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	1 933	1 418	2 164
Soldes créditeurs de banques à la clôture	(35)	(48)	(36)
Trésorerie à la clôture (VI)	1 898	1 370	2 128
Variation de la trésorerie consolidée	(230)	(177)	581
<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	(11)	(73)	(14)
Variation des créances clients et autres créances	(17)	(458)	(855)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	(368)	265	1 156
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(396)	(266)	287

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 conver- sion	Réserve de juste valeur	Capitaux propres attribuab les aux proprié- taires de la société mère	Participa- tions ne donnant pas le contrôle (Intérêts mino- ritaires)	Total capitaux propres
187 168 768	1er janvier 2010	79	2 600	390	(377)	121	2 813	25	2 838
	Résultat net			213			213	9	222
	Autres éléments du résultat global :								
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente					(1)	(1)		(1)
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies ⁽¹⁾			(17)			(17)		(17)
	Ecarts de change				422		422	9	431
	Total des autres éléments du résultat global	-	-	(17)	422	(1)	404	9	413
	Total des produits et charges de la période	-	-	196	422	(1)	617	18	635
	Dividendes			(107)			(107)	(14)	(121)
	Rémunérations fondées sur des actions ⁽¹⁾			19			19		19
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(3)			(3)		(3)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle						-	(8)	(8)
(7 500 000)	Annulation d'actions de Publicis Groupe SA	(3)	(215)				(218)		(218)
(807 764)	Achats/Ventes d'actions propres			(31)			(31)		(31)
178 861 004	30 juin 2010	76	2 385	464	45	120	3 090	21	3 111
	Résultat net			231			231	9	240
	Autres éléments du résultat global :								
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente					7	7		7
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies ⁽¹⁾			5			5		5
	Ecarts de change				(143)		(143)	(2)	(145)
	Total des autres éléments du résultat global			5	(143)	7	(131)	(2)	(133)
	Total des produits et charges de la période	-	-	236	(143)	7	100	7	107
150 575	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA	-							
	Dividendes			(129)			(129)	(12)	(141)
	Rémunérations fondées sur des actions ⁽¹⁾			15			15		15
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(4)			(4)		(4)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle							7	7
1 485 457	Achats/Ventes d'actions propres			41			41		41
184 007 102	30 juin 2011	77	2 432	966	(231)	140	3 384	23	3 407

(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>		30 juin 2011	30 juin 2010
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA			
Résultat net part attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	a	231	213
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt ⁽¹⁾		14	13
Résultat net part du Groupe – dilué	b	245	226
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA			
Nombre d'actions moyen composant le capital social		191 676 022	195 469 852
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(8 176 910)	(11 231 966)
Actions à remettre en remboursement des Oranes		18 745 548	20 307 677
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	202 244 660	204 545 563
<i>Impact des instruments dilutifs : ⁽²⁾</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs		5 377 868	3 904 161
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		1 171 104	172 692
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles ⁽¹⁾		28 386 184	28 450 700
Nombre d'actions dilué	d	237 179 816	237 073 116
<i>(en euros)</i>			
Bénéfice net par action	a/c	1,14	1,04
Bénéfice net par action – dilué	b/d	1,03	0,95

(1) En 2011 et 2010, les Océanes 2018 et 2014 sont prises en compte dans le calcul

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

Bénéfice net courant par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

30 juin 2011

30 juin 2010

Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾

Résultat net part attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe		231	213
<i>Eléments exclus :</i>			
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt		10	10
- Perte de valeur, nette d'impôt		-	-
Résultat net courant part du Groupe	e	241	223
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt		14	13
Résultat net courant part du Groupe – dilué	f	255	236

Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA

Nombre d'actions moyen composant le capital social		191 676 022	195 469 852
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(8 176 910)	(11 231 966)
Actions à remettre en remboursement des Oranes		18 745 548	20 307 677
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	202 244 660	204 545 563
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs		5 377 868	3 904 161
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		1 171 104	172 692
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles		28 386 184	28 450 700
Nombre d'actions dilué	d	237 179 816	237 073 116

(en euros)

Bénéfice net courant par action ⁽¹⁾	e/c	1,19	1,09
Bénéfice net courant par action - dilué ⁽¹⁾	f/d	1,08	1,00

(1) BNPA avant amortissement des incorporels liés aux acquisitions et perte de valeur.