



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 22 avril 2010

REVENU DU 1^{ER} TRIMESTRE 2010

- RETOUR DE LA CROISSANCE -

- Revenu : 1 162 millions d'euros
- Croissance (publiée) : +8,1 %
- Croissance organique : +3,1 %
- New Business net : USD 1,2 milliard

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe :

« Les chiffres publiés par Publicis aujourd'hui se situent au-delà des prévisions les plus optimistes. Retrouver un niveau de croissance de plus de 8% en publié et de plus de 3% en organique est une vraie satisfaction. Les activités numériques ont connu à elles seules une croissance de plus de 15% et représentent désormais 27% de nos revenus.

Les revenus du premier trimestre et les nouveaux gains de budgets attestent de l'attractivité de notre offre et de l'engagement de nos équipes. Nous sommes reconnaissants à nos clients pour leur confiance et investissons pour les aider à anticiper le futur. Ainsi, nous avons su faire le choix du digital très tôt et très fortement anticipant la nécessaire transformation de nos métiers face aux bouleversements de la société.

Tout ceci nous permet aujourd'hui de bénéficier pleinement, dès ce premier trimestre, de la reprise notamment aux USA et dans les économies émergentes.

Il serait prématuré de dire que l'économie mondiale est définitivement sortie de la crise. La reprise reste encore fragile toujours assujettie au redressement définitif du système financier mondial. Il faut cependant souligner la rapidité avec laquelle les entreprises réagissent, leur dynamisme et leur volonté de sortir de la crise.

Sans tomber dans un optimisme démesuré, ce début d'année augure d'un exercice 2010 plus conforme à nos performances habituelles ».



I. REVENU

Le revenu consolidé du Groupe s'est élevé à 1 162 millions d'euros, pour le premier trimestre 2010, en progression de 8,1% par rapport au revenu du premier trimestre 2009.

La croissance organique est de 3,1% pour le premier trimestre 2010, comparée à une baisse de 4,4% pour le premier trimestre 2009 et de 5,4% pour le quatrième trimestre 2009. Depuis le 3^e trimestre 2009, on assiste à une amélioration séquentielle, puis à une véritable croissance organique au 1^{er} trimestre 2010.

II. ACTIVITE DU 1^{ER} TRIMESTRE 2010

Dans un contexte de dégradation continue du marché publicitaire jusqu' à l'automne, l'année 2009 a permis à Publicis Groupe de démontrer la résistance de son modèle. Les chiffres du premier trimestre 2010 confortent les anticipations du groupe avec un retour à la croissance. Cette évolution positive est attribuable pour l'essentiel aux choix opérés par le Groupe ces dernières années : les investissements importants dans les activités numériques qui assurent la croissance dans les économies matures et clairement aux Etats-Unis, ainsi que le développement dans des pays à plus forte croissance comme la Chine, l'Inde ou le Brésil.

Au 1^{er} trimestre 2010, la Publicité représente 34 % (vs 38% en 2009) du revenu total, les activités de marketing spécialisées (SAMS) qui incluent 100% des activités numériques 47 % (vs 41% en 2009) et les activités Media 19 % (vs 21% en 2009).

Les activités numériques représentent à elles seules 27 % du total du revenu contre 20,1 % au 1^{er} trimestre 2009.

L'ensemble des activités numériques et des revenus issus des économies émergentes représente 47,1% du revenu consolidé au premier trimestre 2010 en ligne avec l'objectif du Groupe de réaliser 50% de ses revenus sur ces deux segments à fin 2010.

Le portefeuille clients est bien équilibré et tous les secteurs sont en croissance pour le premier trimestre de l'année.

Revenu du 1^{er} trimestre par zone géographique

(en millions d'euros)	Revenu		Croissance organique	2010/2009
	1 ^{er} trimestre 2010	1 ^{er} trimestre 2009		
Europe	369	357	-1,5 %	+3,4 %
Amérique du Nord	579	526	+4,8 %	+10,0 %
Asie-Pacifique	131	114	+6,7 %	+14,9 %
Amérique latine	55	51	+9,8 %	+8,7 %
Afrique et Moyen-Orient	28	27	+7,2 %	+3,7 %
Total	1 162	1 075	+3,1 %	+8,1 %



L'Europe, en léger recul de 1,5%, montre des situations contrastées. La France, avec + 8,4%, affiche une croissance remarquable. En revanche, les pays d'Europe du Nord, y compris l'Allemagne, demeurent encore dans des territoires négatifs. Le Royaume-Uni renoue avec la croissance (+1,4%). L'Europe du Sud reste légèrement négative, à -1,8% malgré une amélioration de l'Espagne.

L'Amérique du Nord, avec une croissance organique de +4,8%, dont +5,6% aux Etats-Unis (hors Razorfish), connaît un excellent rebond grâce aux activités numériques, mais aussi grâce à la bonne tenue des activités de distribution, aux activités financières, à la santé et à une stabilisation de l'automobile.

L'Asie-Pacifique renoue avec la croissance avec la forte amélioration de l'Inde, de la Corée et un retour à la croissance de la Chine.

L'Amérique Latine bénéficie de la croissance de tous les pays et particulièrement de la Colombie, du Mexique et du Brésil.

L'Afrique et le Moyen-Orient reviennent à la croissance après le creux dû à la crise financière de Dubaï.

La croissance organique des pays des économies émergentes est de +6,2% pour le premier trimestre.

III. LES CHIFFRES EN US DOLLARS

Exprimé en dollars US, le revenu du 1^{er} trimestre 2010 serait de 1 608 millions de dollars, en augmentation de +14,9%.

IV. LES RESEAUX

L'amélioration de la situation est sensible et perceptible dans tous les réseaux du Groupe : bien entendu pour VivaKi, avec le poids spécifique du numérique, la poursuite de l'amélioration de Publicis Healthcare Communications Group (PHCG) et l'amorce d'un bon redressement des chiffres chez MS&L Group, avec, en particulier, un bon début d'année en new business.

L'amélioration la plus sensible est celle de Leo Burnett, dont les performances se renforcent régulièrement, et qui vient d'effectuer une impressionnante récolte de récompenses pour sa création et de conquérir quelques beaux budgets.

V. RAZORFISH

Le calcul de la croissance organique du 1^{er} trimestre ne prend pas en compte celle de Razorfish, acquis le 13 octobre 2009. Au 1^{er} trimestre 2010, la croissance de Razorfish s'élève à +8,6%.



L'intégration de Razorfish dans le Groupe se déroule comme prévu. La collaboration avec les différentes entités du Groupe se développe autour de clients communs et les perspectives sont très encourageantes.

La marge s'améliore comme prévu.

VI. GESTION DES COÛTS

Dans un climat économique bien amélioré mais encore fragile le Groupe souhaite poursuivre les efforts réalisés en 2009 sur la maîtrise de ses coûts et la solidité de son bilan. Pour faire face à la crise, un gel des salaires et des recrutements avait été mis en place dès la fin 2008. Ces mesures seront levées progressivement, au fur et à mesure de l'évolution des enseignes du Groupe.

La gestion des coûts opérationnels qui repose notamment sur le développement d'opérations d'optimisation comme les simplifications de structures ou la consolidation des CSP (Centres de Services Partagés) à l'instar d' « Americas » sera poursuivie tout au long de l'année 2010.

Lancé au début de l'année 2009, le projet ERP devrait connaître un début de mise en œuvre opérationnelle vers la fin de cette année, au plus tard au début 2011.

VII. NEW BUSINESS: 1,2 MILLIARD DE DOLLARS DE GAINS NETS

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

Le mois d'avril s'annonce encourageant avec les gains de McCain Food en Inde, Belle Avenue et Black Canyon en Thaïlande, Goodyear et CA aux Etats-Unis, Nestlé au Mexique ou encore Telefonica/ Movistar en Espagne.

VIII. DETTE NETTE AU 31 MARS 2010

Le 4 janvier 2010, Publicis Groupe SA a mis en œuvre son programme de rachat d'actions propres pour un nombre d'actions maximum de 2 700 000 actions. Au 31 mars 2010, le total des actions rachetées est de 2 264 297 actions pour un montant total de 66 millions d'euros.

Le 18 janvier 2010, Publicis Groupe SA a remboursé par anticipation 617 985 Océanes 2018 pour un montant de 28 millions d'euros (Océane Publicis Groupe SA 2018-2,75%-FR0000180127).

Au 31 mars 2010 la dette nette s'élève à 707 millions d'euros contre 1 097 millions au 31 mars 2009.



IX. PERSPECTIVES

En décembre 2009, ZenithOptimedia corrigeait ses prévisions à la hausse, les portant à 0,9% de croissance de l'investissement publicitaire mondial pour 2010. Ses prévisions les plus récentes (avril) font état d'une croissance estimée à 2,2%. Cette évolution positive marque un tournant après 18 mois de prévisions régulièrement revues à la baisse. Ce changement reflète à la fois les révisions à la hausse de nombreuses économies, mais aussi l'amélioration des résultats et des bilans des entreprises qui laissent envisager la reprise de l'investissement.

Le retour à une croissance élevée dans diverses économies émergentes, notamment en Chine, ainsi qu'une reprise aux Etats-Unis et malgré la stagnation en Europe, Publicis Groupe confirme ses objectifs de poursuite de gains de parts de marché et maintient une attention soutenue à la gestion de ses coûts.

Dans ce contexte d'optimisme raisonné, Publicis Groupe devrait à nouveau afficher une croissance supérieure à celle du marché pour l'année 2010.

###

Prochaine Assemblée Générale : 1^{er} juin 2010 à 10h au publiciscinemas

A propos de Publicis Groupe

(Euronext Paris : FR0000130577) est le 3^e groupe mondial de communication, le deuxième groupe mondial en conseil et achat media, ainsi que le leader mondial en communication digitale et dans la santé. Le Groupe est présent dans 104 pays sur les 5 continents et compte environ 45 000 collaborateurs. L'offre de services en communication du Groupe, auprès de clients locaux aussi bien qu'internationaux, comprend la publicité, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux, Leo Burnett, Publicis et Saatchi & Saatchi, ainsi que deux réseaux multi-hubs : Fallon et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %). Le conseil et l'achat d'espace media est offert à travers deux réseaux mondiaux : Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia; et une expertise dans la communication numérique et interactive grâce notamment aux réseaux Digitas et Razorfish. Publicis Groupe a lancé VivaKi afin de profiter des synergies des opérations autonomes de Digitas, Razorfish, Starcom MediaVest Group, Denuo et ZenithOptimedia. Cette entité développe de nouveaux services et outils, et des plateformes numériques de prochaine génération. L'offre du Groupe comprend également le marketing services et de la communication spécialisée, comme la communication multiculturelle, la communication santé avec Publicis Healthcare Communications Group (PHCG), la communication corporate et financière, les relations publiques, le marketing social, la communication événementielle et sportive à travers MS&L Group, un des cinq premiers réseaux mondiaux dans ces métiers. Site internet : www.publicisgroupe.com

« 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. »

Contacts Publicis Groupe

Martine Hue, Relations Investisseurs : + 33 (0)1 44 43 65 00
martine.hue@publicisgroupe.com

Peggy Nahmany, Communication Externe : + 33 (0)1 44 43 72 83
peggy.nahmany@publicisgroupe.com



ANNEXES

NEW BUSINESS DU 1^{ER} TRIMESTRE 2010

1.2 milliard (net)

PRINCIPAUX GAINS

DIGITAS

Electronic Arts (Brésil), Topper (Brésil)

FALLON

Cadbury (Grande-Bretagne), French Connection (Grande-Bretagne), Nokia (mondial)

LEO BURNETT

Chrysler (Grande-Bretagne, Allemagne, Turquie), Samsung (Malaisie, République Tchèque, Thaïlande), COI/BIS (Grande-Bretagne), Research in Motion-Blackberry (Grande Bretagne), DUFY- *duty free* (Mexique), Sigma Alimentos (Mexique), Koleston (Colombie), Nestlé (Guatemala), Sanofi-Aventis (Guatemala), Canon (Thaïlande), Amway (Chine), Siemens (Chine), Merrill Lynch (Corée), British Council (Sri Lanka), BMW (Malaisie), Pilipinas Shell (Philippines), Arla Food (Russie), Nycomed (Lettonie), The ITI Group (Pologne), Altıparmak (Turquie), El-Bi Electrics (Turquie), Turkcell (Turquie), Ülker (Turquie)

MS&L GROUP

What's on (India), World Gold Council (Chine)

PUBLICIS WORLDWIDE

Dolce Gusto (France, Etats-Unis), Chevrolet (Etats-Unis), Chrysler (Canada), City of Toronto, Metro (Canada), Siemens Energy (Allemagne, Asie), Telefonica/Movistar (Espagne), Sky Digital (Grande-Bretagne), Café do Brasil (Italie), Orogel (Italie), J.K. Helene Curtis (Inde), Reserve Bank of India, VIP Bags (Inde)

SAATCHI & SAATCHI

Arla Foods - Lupark (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)



STARCOM MEDIAVEST GROUP

Honda (Allemagne, Italie, Norvège, Pologne, Suède, Grande-Bretagne), CBS Film (Etats-Unis), Turner (Etats-Unis), Napa Auto Parts (Etats-Unis), Nintendo (Pays-Bas), Gouvernement des Pays-Bas, Van Haren (Pays-Bas), Silesia Voivodship (Pologne), Ministère de l'Environnement (Pologne), Skyways (Suède), FEW *Online Retail* (Suède), Prudential Direct Insurance (Taiwan).

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 (Equateur), Axtel (Mexique).

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