



Résultats Annuels 2011

Année 2011
(millions d'euros sauf BNPA et dividende)

▪ Revenu	5 816	
▪ Croissance publiée	+7,3%	
▪ Croissance organique	+5,7%	
▪ New Business (net)	7,9 Mds USD	
▪ Marge Opérationnelle	931	+ 8,8 %
▪ En % du revenu	16,0%	
▪ Résultat net	600	+ 14,1 %
▪ BNPA*	2,64 euros	+ 12,3 %
▪ Free Cash Flow **	704	+ 9 %
▪ Dividende stable ***	0,70 euro	

* BNPA dilué

** Avant variation du BFR

*** Mis en paiement le 2 juillet sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale des actionnaires du 29 mai 2012

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :

« Dans un contexte de crise de dettes souveraines et de ralentissement économique, Publicis a réussi à dégager une croissance supérieure au marché d'autant plus remarquable qu'elle se compare aux performances exceptionnelles de 2010. Quant à l'amélioration de la marge, très satisfaisante, elle nous place à nouveau sur la barre des 16 % alors que nous poursuivons nos investissements dans la technologie et les talents.

Conformément à notre stratégie, nous avons mené nos acquisitions ciblées dans le digital et les pays à forte croissance.

Nos bonnes performances de 2011, nous les devons en priorité à la fidélité de nos clients qui nous font confiance pour les faire gagner dans un monde digitalisé, globalisé et hyper-compétitif. A leur service, nos équipes font montre de talent, de créativité et d'inventivité avec pertinence et succès. Je tiens à exprimer toute ma reconnaissance aux uns comme aux autres. Cette année se conclut avec un bilan robuste et des résultats record en new business.

Notre solidité financière alliée à notre flexibilité d'organisation, notre capacité d'innovation et notre créativité devraient nous permettre de traverser avec succès la nouvelle ère qui s'ouvre, marquée par des successions de cycles courts nécessitant flexibilité et agilité, qualités que notre Groupe a su conserver intactes.

Nous devrions pouvoir poursuivre notre croissance de manière forte, durable et rentable.

Bien que nous restions très prudents, notre situation nous permet d'aborder les années à venir, en particulier 2012, avec confiance ».

Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe réuni le 8 février 2012, sous la présidence de Madame Elisabeth Badinter, a examiné les comptes de l'exercice 2011 présentés par Monsieur Maurice Lévy, Président du Directoire.

PRINCIPAUX CHIFFRES CLES

Données extraites du compte de résultat consolidé

<i>En millions d'euros, à l'exception des % et des données par action (en euros)</i>	2011	2010	2009
Données extraites du compte de résultat			
Revenu	5 816	5 418	4 524
Marge opérationnelle avant amortissements	1 034	967	772
<i>En % du revenu</i>	<i>17,8%</i>	<i>17,8%</i>	<i>17,1%</i>
Marge opérationnelle	931	856	680
<i>En % du revenu</i>	<i>16,0%</i>	<i>15,8%</i>	<i>15,0%</i>
Résultat opérationnel	914	835	629
Bénéfice net (Part du Groupe)	600	526	403
Bénéfice net par action ⁽¹⁾	2,96	2,60	1,99
Bénéfice net par action (dilué) ⁽²⁾	2,64	2,35	1,90
Dividende attribué à chaque action	0,70	0,70	0,60
Free cash flow avant variation du besoin en fonds de roulement	704	646	524
Données extraites du bilan			
	31 décembre 2011	31 décembre 2010	31 décembre 2009
Total de l'actif	16 450	14 941	12 730
Capitaux propres, part du Groupe	3 898	3 361	2 813

(1) Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action s'élève à 202,5 millions d'actions pour l'année 2011, 202,1 millions d'actions pour l'année 2010 et 202,3 millions d'actions pour l'année 2009.

(2) Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action (dilué) s'élève à 237,1 millions d'actions pour l'année 2011, 235,5 millions d'actions pour l'année 2010 et 220,9 millions d'actions pour l'année 2009. Il comprend les stock-options et les actions gratuites, les bons de souscription d'actions et les emprunts convertibles ayant un effet dilutif. Pour ce qui est des stock-options et des bons de souscription d'actions, sont dilutifs ceux dont le prix d'exercice est inférieur au cours moyen de la période. En 2011, tous ces instruments sont dilutifs.

ANALYSES DES CHIFFRES CLES

Activité 2011 : Bonnes performances de toutes les activités dans toutes les zones.

Au cours d'une année caractérisée par une bonne croissance de l'économie au 1^{er} semestre et par un ralentissement observé dès la fin de l'été, Publicis Groupe a réalisé de très bons résultats dans toutes ses activités et dans la grande majorité de ses marchés.

Revenu 2011 : + 7,3%

Le revenu consolidé 2011 s'est élevé à 5 816 millions d'euros contre 5 418 millions d'euros en 2010, en hausse de 7,3%. (Les effets de change ont un impact de 126 millions d'euros).

La croissance organique a été de **5,7%** pour l'année 2011. Cette croissance reste excellente, particulièrement au regard d'un comparable 2010 exceptionnel (8,3%) lié à une forte reprise du marché après la baisse sensible de 2009.

Toutes les activités sont en croissance pour l'année 2011 :

- Les activités numériques représentent 30,6% du revenu total (28,0% en 2010) et bénéficient d'une croissance organique supérieure à celle du marché (13,7%).
- Les économies à croissance rapide représentent 24,3% du revenu total (22,7% en 2010)

Le revenu consolidé 2011 se répartit comme suit :

- publicité : 31,0% des revenus (32,6% en 2010),
- media : 19,0% (20% en 2010),
- SAMS : 50%, incluant toutes les activités digitales (47,4% en 2010).

- Répartition du revenu 2011 par zone géographique

<i>(en millions d'euros)</i>	<i>Revenu</i>		<i>Croissance Organique</i>	<i>Croissance publiée</i>
	<i>2011</i>	<i>2010</i>	<i>2011/2010</i>	<i>2011/2010</i>
Europe	1 872	1 761	+4,8%	+6,3%
Amérique du Nord	2 721	2 606	+5,9%	+4,4%
Asie-Pacifique	690	617	+5,7%	+11,8%
Amérique Latine	374	284	+8,8%	+31,7%
Afrique et Moyen-Orient	159	150	+6,1%	+6,0%
Total	5 816	5 418	+5,7%	+7,3%

Toutes les régions, sans exception, sont en croissance en 2011.

- **Europe** : La presque totalité des pays d'Europe de l'Ouest, à l'exception de la Grèce et du Portugal, sont en croissance dont, la France (+ 8,2%), suivie de l'Allemagne (+ 6,9%).
L'Europe du Nord croît à +5,0%.
L'Europe de l'Est affiche une croissance de + 9,1% soutenue par la Russie à + 15,6% .
- **Amériques** : Avec une croissance de 5,9%, l'Amérique du Nord continue de démontrer une bonne résistance malgré les difficultés de l'économie des Etats-Unis, grâce essentiellement aux activités digitales qui représentent aujourd'hui 46,4% des revenus de cette région du monde.
Tous les pays d'Amérique Latine montrent une forte croissance en 2011 plus particulièrement l'Argentine, le Venezuela ou la Colombie. Le Brésil, à + 2,8%, n'intègre pas encore la croissance organique des importantes acquisitions de 2011 et a souffert de la baisse brutale et ponctuelle d'une de ses agences.
- **Asie-Pacifique** : Cette zone enregistre une croissance de + 5,7% et reste caractérisée par des performances contrastées de chacun des pays. La Chine (Grande Région) affiche ainsi une croissance de 8,5% alors que le Japon bien qu'en amélioration, est encore négatif.
- **Afrique et Moyen-Orient** : La région à + 6,1% connaît une croissance soutenue malgré l'instabilité de la zone Moyen-Orient.

Revenu du 4ème trimestre 2011

Le revenu consolidé du 4^{ème} trimestre a été de 1 697 millions d'euros, comparé à un revenu de 1 560 millions en 2010, soit une hausse de 8,8% (impact des effets de change nul)

La croissance organique a été de 2,9% au dernier trimestre, une très bonne performance si l'on considère la croissance exceptionnelle de la même période en 2010 qui s'élevait à 12,5% et donc l'effet de base très défavorable.

Pour mémoire, les revenus des 1^{er}, 2^{ème} et 3^{ème} trimestres 2011 étaient respectivement de 1 286 millions d'euros, de 1 413 millions et de 1 419 millions. La croissance organique était de 6,5% au 1^{er} trimestre, de 7,6% au 2^{ème} trimestre et de 6,4% au 3^{ème} trimestre.

- Répartition du revenu du 4ème trimestre 2011 par zone géographique

(en millions d'euros)	Revenu		Croissance Organique	Croissance publiée
	2011	2010	2011/2010	2011/2010
Europe	549	556	-2,5%	-1,3%
Amérique du Nord	764	683	+5,0%	+11,9%
Asie-Pacifique	211	180	+7,6%	+17,2%
Amérique Latine	116	87	+9,4%	+33,3%
Afrique et Moyen-Orient	57	54	+4,7%	+5,6%
Total	1 697	1 560	+2,9%	+8,8%

La croissance du 4^{ème} trimestre traduit une bonne activité dans presque toutes les régions du monde. La baisse de 2,5% de l'Europe est due à la grave crise de l'Europe du Sud et à un ralentissement dans la plupart des pays d'Europe de l'Ouest à la suite de difficultés dues aux dettes souveraines. L'Europe du Nord et surtout l'Europe Centrale et la Russie sont en bonne croissance (>10%).

- **Marge opérationnelle : 16,0%**

La marge opérationnelle avant amortissements, est en hausse de 6,9% à 1 034 millions d'euros en 2011 contre 967 millions en 2010.

La marge opérationnelle progresse de + 8,8% à 931 millions d'euros.

Les charges de personnel de 3 615 millions d'euros (3 346 millions en 2010), en hausse de 8%, représentent 62,2% du revenu total consolidé. La reprise de la croissance a nécessité un ajustement des effectifs et donc la levée du gel des recrutements et des salaires dès l'été 2010. Ce mouvement s'est poursuivi au cours du 1^{er} semestre 2011. Les coûts fixes de personnel représentent 54,1% du revenu consolidé (53,4% en 2010).

Face à la crise, le Groupe a rétabli un gel sélectif des embauches et une gestion contrôlée des coûts de personnel.

Ces mesures permettent au Groupe d'aborder l'année 2012 avec un taux de recrutements sous contrôle. La gestion rigoureuse des coûts de personnel est un sujet central dans l'objectif permanent d'amélioration des ratios de coûts fixes.

Les autres coûts opérationnels, soit 1 167 millions d'euros, augmentent de 5,6% par rapport à 2010.

Les coûts administratifs poursuivent leur baisse grâce à la poursuite de l'optimisation de divers coûts opérationnels conformément au programme des centres de ressources partagés.

La mise en place de l'ERP permettra, grâce à l'homogénéisation des systèmes, d'avoir une vue globale des dépenses pour compte propre et d'agir plus efficacement sur les coûts opérationnels.

Le taux de marge opérationnelle pour l'année 2011 s'établit à 16,0% en raison de deux facteurs : l'amélioration du revenu et le contrôle des charges opérationnelles. Les charges de restructuration, pour la seule année 2011, pèsent pour 39 millions d'euros, en réduction de 10 millions par rapport à 2010.

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

- **Résultat net, part du Groupe : + 14,1%**

Le résultat net part du Groupe est de 600 millions d'euros (526 millions en 2010). Ce résultat s'entend après prise en compte d'une charge financière nette de 54 millions, une charge d'impôts de 248 millions, une quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence de 17 millions et des intérêts minoritaires de 29 millions.

- **Free Cash Flow : + 9%**

Avant variation du Besoin en Fonds de Roulement, le free cash flow du Groupe ressort à 704 millions d'euros pour la période, en augmentation de 9% par rapport à 2010.

- **Dette nette moyenne : en baisse de 143 millions**

L'endettement financier net s'est élevé à 110 millions d'euros au 31 décembre 2011, faisant ressortir un ratio d'endettement net (dette nette/fonds propres) de 0,03, tandis que l'exercice précédent s'était soldé par une situation de trésorerie nette positive de 106 millions d'euros.

La dette nette moyenne du Groupe de 465 millions d'euros en 2011 a été réduite de 143 millions d'euros par rapport à 2010 (608 millions d'euros).

Le niveau de liquidités disponibles du Groupe au 31 décembre 2011 est resté supérieur à 4 milliards d'euros, montant qui inclut un crédit syndiqué de 1,2 milliard (qui se substitue à celui de 1,5 milliard d'euros) et une trésorerie de 2,2 milliards d'euros, stable par rapport à 2010 malgré le paiement de 700 millions d'euros d'acquisitions (nettes de cessions) réalisées en 2011.

Le total de liquidités au 31 décembre 2011 s'élève à 4 029 millions d'euros (non compris 224 millions d'euros de lignes non confirmées). Ce montant se compare à 4 319 millions d'euros à la fin de l'exercice précédent (non compris 212 millions d'euros de lignes non confirmées).

- **Capitaux propres**

Les capitaux propres consolidés, y compris intérêts minoritaires s'élèvent à 3 931 millions d'euros au 31 décembre 2011 (3 382 millions d'euros au 31 décembre 2010).

- **Dividende**

Un dividende de 0,70 euro par action sera proposé à l'Assemblée Générale des actionnaires du 29 mai prochain. Sous réserve de l'approbation de l'Assemblée, ce dividende sera mis en paiement le 2 juillet 2012.

LA VIE DU GROUPE EN 2011

- **Distinctions/création**

Depuis 2004, Publicis Groupe détient la première place pour la Performance Créative dans le *GunnReport*.

Parmi les réseaux les plus primés, Leo Burnett se classe 4^{ème}, Saatchi & Saatchi 8^{ème}, Publicis 12^{ème} et BBH 14^{ème}.

Au cours de l'édition 2011 du Big Won Report, Publicis Groupe a été 3^{ème} au sein du classement des sociétés holdings, les agences du réseau ayant été classées respectivement 4^{ème} (Leo Burnett), 8^{ème} (Saatchi & Saatchi) et 9^{ème} (Publicis).

Plusieurs entités de nos grands réseaux ont été distinguées en 2011 :

- VivaKi a été reconnue comme l'une des agences les plus innovantes de l'univers de la publicité et du marketing par le magazine FastCompany en 2011.
- Audience on Demand (AOD) produit phare du VivaKi Nerve Center a été désigné comme l'une des plateformes de réseaux publicitaires les plus conformes.
- Leo Burnett continue d'être reconnue comme l'une des agences les plus performantes en termes de créativité que ce soit au YoungGuns Network of the Year, au Golden Drum Network of the Year tout en étant le réseau le plus récompensé aux ANDYs 2011 et au One Show 2011 et l'agence la plus primée au National AddyAwards.
- PHCG a de son côté été nommé meilleur réseau santé en 2011 par Advertising Age.

- **La politique RSE du Groupe poursuit son déploiement interne**

Les 4 axes de travail (Social, Sociétal, Gouvernance/Economie, Environnement) structurent les actions conduites au niveau du Groupe et au sein de chaque réseau et agence. L'année 2011 a été placée sous le signe de l'animation interne, avec dans chacun des 4 grands axes -social, sociétal, gouvernance et environnement- une plus grande implication des collaborateurs.

Gestion des coûts

Les choix stratégiques d'expansion dans le digital et dans les zones à forte croissance, fondent la croissance future du Groupe doublée de l'objectif indissociable de rentabilité.

Afin d'assurer cette croissance rentable, le Groupe poursuit une gestion active de ses coûts opérationnels. La gestion des talents demeure une exigence critique.

Ainsi Publicis Groupe a repris un gel sélectif des embauches et des rémunérations durant l'été permettant d'aborder l'année 2012 avec une structure de coûts de personnel plus compatible avec ses objectifs de rentabilité.

Par ailleurs, le projet Horizon continue d'être déployé à travers d'importants chantiers : le bon avancement de la régionalisation des centres de services partagés, la finalisation de la plateforme « Americas », l'avancement de la construction de la plateforme Asie (hors Chine et Inde), l'optimisation de l'immobilier et des achats au niveau mondial, tant pour les dépenses propres que pour les coûts de production.

Le développement du projet ERP entre dans sa phase de tests au cours du 1^{er} semestre 2012. Ce projet permettra de fortes réductions de coûts opérationnels à l'horizon 2015.

Croissance externe

Toutes les opérations menées en 2011 répondent aux décisions stratégiques de Publicis Groupe de consolider sa place de groupe mondial leader en communication digitale et de renforcer ses positions dans les pays à forte croissance.

Au cours du 1^{er} semestre, une activité de croissance externe très soutenue a ainsi permis de renforcer la présence du Groupe :

- **au Royaume-Uni** : dans des activités de communication interactive et de relations publiques (Chemistry, Airlock, Holler et KittcatNohr)
- **au Brésil** avec la prise de contrôle de Talent, l'acquisition de GP7
- **aux Etats-Unis** : avec l'acquisition de Rosetta dans le numérique le 1^{er} juillet, conférant ainsi un positionnement nouveau dans le domaine du conseil aux clients
- **en France et en Inde** dans le domaine de la santé : avec les acquisitions de Publicis Consulting (France) et Watermelon (Inde)
- **en Chine** : conformément à sa stratégie de croissance annoncée voici un an, Publicis Groupe a acquis ICL, société de conseil basée à Taïwan, puis Dreams, active dans la santé (Chine) et Genedigi, l'une des agences chinoises les plus renommées dans le domaine des relations publiques.

Au second semestre, le rythme s'est poursuivi avec les acquisitions :

- **au Brésil** : En juillet 2011, l'acquisition de l'agence DPZ pour compléter le dispositif au Brésil et assurer la taille critique recherchée par le Groupe. Couplées à la croissance organique, les acquisitions au Brésil ont permis à ce pays de devenir le 6^{ème} marché du Groupe, l'alignant ainsi avec le positionnement du Brésil dans le marché publicitaire mondial.
- **aux Etats-Unis** : Egalement acquise en juillet 2011, l'agence Big Fuel, agence new yorkaise à très fort potentiel et seule agence de publicité entièrement consacrée aux médias sociaux. En septembre le Groupe a acquis Schwartz, agence de relations publiques basée à Boston avec des filiales à Stockholm et Londres.
- **en Suisse** : Le Groupe a également annoncé une prise de participation majoritaire (100%) dans l'agence affiliée Spillman/Felser/Leo Burnett, l'une des agences les plus importantes de Suisse.
- **en Chine** : au cours du dernier trimestre, Publicis Groupe a renforcé sa présence dans les activités digitales en Chine grâce aux acquisitions de Wangfan et de Gomye. Les diverses acquisitions réalisées en Chine au cours de l'année s'inscrivent clairement dans le plan

stratégique Chine avec pour objectif le doublement des revenus du Groupe dans cette zone à l'horizon 2013. La Chine est aujourd'hui le 4^{ème} marché de Publicis Groupe (et le 3^{ème} marché mondial).

- **en Pologne :** La dernière acquisition de l'année a été celle de l'agence polonaise de relations publiques Ciszweski.

Au cours de 2011, Publicis Groupe a également annoncé le lancement d'une nouvelle agence, Publicis Equateur, avec des bureaux à Quito et Guayaquil, centre d'affaires du pays.

L'ensemble de ces acquisitions représente un revenu additionnel estimé à 400 millions d'euros en année pleine démontrant le dynamisme du Groupe en termes de croissance externe en 2011.

- **New Business: 7,9 milliards de dollars de gains nets**

L'année 2011 a été une année exceptionnelle pour les gains de budgets : 7,9 milliards de dollars (net des pertes), témoignent ainsi de la pertinence et de la compétitivité de l'offre de Publicis Groupe. On citera parmi les nombreux nouveaux budgets gagnés :

Microsoft, Darden, Burger King, Delta, Avaya, Sonic, Sprint (Etats-Unis), Nescafé (Monde), Ferrero (Europe), X-StepSportingApparel, Kraft Ritz, Merck OTC Brands Asia Pacific, Embryform, Jaccar (Chine), Continental Tires, KasinskiMotorcycles – Zongshen, SECOM - Secretary of Communications for the Cabinet of President , Samsung, Lenovo, Disney (Brésil).

EVENEMENTS RECENTS

- Acquisitions

Depuis le début de l'année 2012, Publicis Groupe a réalisé deux acquisitions :

- Mediagong, l'une des agences digitales les plus innovantes de France, spécialisée dans le conseil en stratégie digitale, les media sociaux, l'*advergaming* et le mobile.
- The Creative Factory en Russie : réputée pour ses domaines de spécialité qui sont le marketing, le digital, la production numérique et la vidéo. Basée à Moscou, The Creative Factory facilitera l'expansion de Saatchi & Saatchi dans ce pays.

Parallèlement à ces acquisitions, Publicis Groupe a lancé une OPA Amicale sur **Pixelpark**, leader allemand indépendant de la communication digitale.

L'offre publique de Publicis Groupe est soutenue par le Directoire et le Conseil de Surveillance de Pixelpark AG. L'offre sera menée par la filiale allemande de Publicis Groupe, MMS Germany Holdings GmbH (MMS), inscrite au Registre du Commerce auprès du Tribunal administratif de Düsseldorf sous la référence HRB 50291.

MMS proposera aux actionnaires de Pixelpark (ISIN DE000A1KRMK3) un paiement comptant de 1,70 EUR par action en échange de leurs actions au porteur sans valeur nominale.

Cette offre représente une prime d'environ 28% par rapport à l'estimation du cours moyen à la bourse allemande des actions de Pixelpark (1,33 EUR) au cours des trois derniers mois au 20 janvier 2012. L'offre devrait démarrer mi-février 2012.

A ce jour, des actionnaires de Pixelpark se sont engagés à céder des actions à MMS représentant environ 56,51% du capital social autorisé et des droits de vote.

- L'offre sera conditionnée, inter alia, par l'acquisition par MMS d'au moins 75% de son capital social actuel. L'acquisition par MMS de la majorité des actions de Pixelpark doit également être approuvée par l'Office fédéral allemand des ententes.

Cette offre n'est pas effectuée, directement ou indirectement, à destination ou à l'intérieur des Etats-Unis d'Amérique par le biais de courriers, ou par tous autres moyens ou procédés de commerce interétatique ou étranger (en ce compris, sans limitation, toute transmission par télécopie, télex, téléphone, courriel ou toutes autres formes de transmissions électroniques) ou par l'entremise d'une bourse de valeurs nationales, et l'offre ne peut être acceptée par de tels moyens, procédés ou actions depuis ou à l'intérieur des Etats-Unis d'Amérique. Aucune personne aux Etats-Unis d'Amérique ne sera autorisée à accepter l'offre. Ni les communiqués afférents à l'offre ni le document d'offre ne peuvent être distribués ou envoyés depuis, à l'intérieur ou à destination des Etats-Unis d'Amérique, et une telle action rendrait invalide toute prétendue acceptation de l'offre.

- Le 1er février, le Groupe a annoncé l'acquisition de Flip Media, l'un des grands réseaux d'agences numériques du Moyen-Orient. Positionnée sur toute la chaîne du numérique, elle offre des services complets, parmi lesquels la stratégie, la conception et la production numériques, la fourniture de contenu et les plateformes technologiques. Dotée d'une technologie de création originale « propriétaire » régulièrement primée, Flip Media travaille sur des marques emblématiques.

- General Motors

Le 24 janvier, Publicis Groupe a été informé de la perte du budget media de GM. Ce budget, collaboration de Starcom et de GM, représente environ 0,5% du revenu total du Groupe, en année pleine. Publicis Groupe regrette cette décision, mais s'enorgueillit du professionnalisme de haut niveau apporté à GM par Starcom au cours de nombreuses années.

Plus généralement, Publicis Groupe est fier d'avoir apporté son aide à ce grand client, toutes ces dernières années et notamment lors de ses graves difficultés traversées au moment de la faillite de GM.

Le contrat prendra fin en juin 2012.

- Finances : Remboursement des Eurobond 2012

Le 31 janvier 2012, Publicis Groupe SA a remboursé la partie de l'Eurobond qui arrivait à échéance pour un montant en principal de 506 millions d'euros. Le remboursement a été effectué en utilisant les liquidités disponibles dans le Groupe. Il n'est pas prévu de refinancer, à court terme, cette obligation, compte tenu du niveau de liquidité.

PERSPECTIVES

La crise provoquée par les doutes des investisseurs sur les capacités de certains pays d'Europe de rembourser leurs dettes a amené les organismes de prévision à revoir leurs estimations de croissance pour l'ensemble de l'année 2011. Ainsi, ZenithOptimedia qui estimait la croissance du marché publicitaire à + 4,1% au mois de juillet a révisé ses estimations à 3,6% en octobre puis à 3,5% en décembre 2011.

Dans ce contexte, Publicis Groupe a réalisé une belle croissance de 5,7% en 2011, plus élevée que la croissance estimée du marché, conséquence positive de son exposition au digital et aux pays à croissance rapide qui représentent désormais 52,4% du revenu.

Poursuivre les investissements dans les activités numériques et l'expansion du groupe dans les pays à croissance rapide demeurent les priorités, avec notamment le projet de doubler la taille de l'activité du Groupe en Chine à l'horizon 2013, de bénéficier des très importants investissements réalisés au Brésil, et de renforcer ses positions en Inde.

L'objectif du Groupe est d'avoir à moyen terme près de deux tiers de ses revenus réalisés sur des activités ou pays à forte croissance.

Un 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 exceptionnel des nouveaux budgets engrangés en 2011 - 7,9 milliards de dollars - témoigne du dynamisme et de la pertinence de l'offre Publicis Groupe, de sa présence auprès de ses clients et conforte ses objectifs de gains de parts de marché.

Cette dynamique permet au Groupe, malgré une année 2012 qui s'annonce difficile, d'envisager une croissance supérieure aux estimations actuelles du marché. L'amélioration continue des coûts opérationnels demeure indissociable de la croissance.

Le Groupe entend focaliser son action en vue d'atteindre ces objectifs tant par la croissance organique que par des acquisitions ciblées.

* * *

Certaines informations autres qu'historiques contenues dans le présent document sont susceptibles de constituer des données à caractère prévisionnel («forward-lookingstatements») 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), y compris une conjoncture économique défavorable, un secteur extrêmement concurrentiel, la possibilité que nos clients peuvent remettre nos contrats en cause très rapidement, une part non négligeable des revenus du Groupe provenant de clients importants, conflits d'intérêts entre annonceurs d'un même secteur, la dépendance du Groupe sur ses dirigeants et ses collaborateurs, les lois et réglementations s'appliquant aux métiers du Groupe, des actions judiciaires engagées contre le Groupe au motif que certains messages publicitaires seraient mensongers ou trompeurs ou que les produits de certains clients se révéleraient défectueux, la stratégie de développement par acquisition d'entreprises, la dépréciation des écarts d'acquisition et les actifs inscrits au bilan du Groupe, la présence du Groupe dans les marchés émergents, la difficulté de mettre en œuvre le contrôle interne, l'exposition au risque de liquidité, une baisse de la notation officielle du Group, et l'exposition aux risques de marché financier.

A propos de Publicis Groupe

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est le troisième groupe mondial de communication, présent dans tous les secteurs et métiers : le numérique, la publicité, la communication institutionnelle, l'événementiel, l'achat d'espace média et la communication spécialisée. Ses principaux réseaux sont Leo Burnett, MSLGROUP, PHCG (Publicis Healthcare Communications Group), Publicis Worldwide, Rosetta et Saatchi & Saatchi. VivaKi, plate-forme transversale dédiée aux médias et au numérique, s'appuie sur Digitas, Razorfish, StarcomMediaVest Group et ZenithOptimedia. Le Groupe est présent dans 104 pays et compte environ 53 000 collaborateurs.

Site internet: www.publicisgroupe.com | Twitter : @PublicisGroupe | Facebook : <http://www.facebook.com/publicisgroupe>

Contacts

Publicis Groupe

Martine Hue

Peggy Nahmany

Relations investisseurs

Communication corporate

+ 33 (0)1 44 43 65 00

+ 33 (0)1 44 43 72 83

Annexes

New Business – 4ème Trimestre 2011

7,9 milliards USD (net)

Principaux Gains

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 (Royaume-Uni et 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 (Royaume-Uni); Wanke Shenyang (Chine); Costa Croisières (France); Stepper Eyewear (Hong Kong); Beit Misk (Liban); Red Cross (Royaume-Uni); 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); Sinar MasIMSIG (Indonésie); E.Land Group (Corée); Olabuenaga Fonatur (Mexique); Mega Bangna (Thaïlande); Fox TV Channel (Turquie); Studio Moderna (Turquie); Fifth Third (Etats-Unis); Masan (Vietnam); Jon One Men's Clothing (Chine); Caribbean Export (République Dominicaine); Terna Energy (Italie); Universal Robina Corporation (Philippines); People's Leasing Company (Sri Lanka); Cargils Ceylon PLC (Sri Lanka); Thai Yamaha Motor Co., Ltd. (Thaïlande); Conwood Co., Ltd. (ConstGBction Materials) (Thaïlande); AIS (Telco) (Thaïlande); Electricity Generating Authority of Thailand (Thaïlande); Bangkok Insurance (Thaïlande); TGBenergy (Australie); McDonal'ds (Australie); Schincariol Group (Brésil); Disney (Brésil); GlaxoSmithKline (Japon); Esurance (Etats-Unis); Sing Tel (Singapour); Great Eastern Life Insurance (Singapour); Freewiew (Turquie, GB); Shiv Nadar Education TGBst (Inde); GCL Energy (Chine); Langham Luxury Hotels (Chine); Warrnambool Cheese and Butter (Australie); Pfizer Taiwan (Taïwan); Sprint (Digitas/Leo Burnett – Etats-Unis); MillerCoors – Foster's, Molson Canadian, and Sparks brands (Etats-Unis); Chobani Yogurt (Etats-Unis); YouSwoop Daily Deals (Etats-Unis); Shriners Hospitals for Children (Etats-Unis); Kasinski Motorcycles – Zongshen brand (Brésil); SECOM – Secretary of Communications for the Cabinet of President (Etats-Unis); Lego (Japon); Symantec Norton (Japon); Bacardi White Rum (Inde); Telefonica/Movistar (Colombie); Crocs (Turquie);

Coca Cola – Frestea, Minute Maid, Ades Water brands (Indonésie); Coca Cola – Minute Maid, Eight O’Clock & developmental brands (Philippines); Diageo – Jose Cuervo & Captain Morgan brands (Turquie); Dwarka Dairy (Inde); GlaxoSmithKline – Iodex portfolio (Inde); HomeGreen Solar and Home Energy Experts (Australie); Indofoods – Promina Babyfood brand (Philippines); Kellogg’s Krave (Amérique Centrale); ODEL Department Store (Sri Lanka); Phillip Morris International – Fortune Cigarettes (Philippines) & Chesterfield (Turquie); Regalia Hotel Management (Chine); Telefonica Espana – Movistar (Costa Rica); The Energy Policy and Planning Office (Thaïlande); Yung Shin Pharmaceutical (Taïwan); Huawei Information and Communications Technology Solutions (Chine); Yingxue Kitchenware (Chine); P&G Downy (Indonésie); Philip Morris International – Chesterfield brand (Turquie); Samsung (Sri Lanka); Continental Tires (Brésil); Pharmavite – Nature Made Vitamins (Etats-Unis).

MSLGROUP

TAQA (Royaume-Uni and Dubaï); Ancestry.com (Etats-Unis); AQMD-Incremental (Etats-Unis); AstraZeneca (Chine); ADP (China); Insinkerator (Chine); Star TV (Inde); Bosch (Allemagne); Sécurité Routière (France); Schott (Chine); History Channel (Inde); Tech Data (Pologne); Greene King (Royaume-Uni); Royal Institute of British Architects (Royaume-Uni); The World Water Forum (France).

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/Nutriline (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 (Etats-Unis); Assurance Maladie (France); Les Vins de Bordeaux (France); Angel Broking (Inde); Haribo/Dragibus (France); L’Oréal (République Tchèque); Groupe SEB (RépubliqueTchèque); Cici’s Pizza (Etats-Unis); Red Lion (Brésil); AKTV (Philippines); HP (République Tchèque); Nestlé (Thaïlande); Globe (Philippines); P&G (Philippines); Honda (Philippines); Axa (RépubliqueTchèque); Soda Club (Belgique); Weight Watchers (Belgique); ANIA (Italie); Jequiti Cosmetics (Brésil); Nestlé Infant Nutrition (Mexique); Nescafé (Monde); Weight Watchers (Belgique); Soda Club (Belgique); Pasteur Mex Pharmacia (Mexique); Nestlé – Nestea (Mexique); KPMG (Belgique); coop (Royaume-Uni); G.U. (Royaume-Uni).

PHCG

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

RAZORFISH

Starwood (Etats-Unis), Disney (Etats-Unis), Microsoft (Etats-Unis); Nike Social (Etats-Unis); Unilever Surf (Etats-Unis); Unilever Dove (Etats-Unis); Lion Dairy & Drinks (Australie); Sportsgirl (Australie).

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 BGBge (Belgique); Exellent (Belgique); Vlerick (Belgique); DG Sanco/EC anti smoking (Belgique); Haagen-Dazs (Belgique); Fostplus (Belgique); Wonderful Pistachios (GB, Allemagne); Swisscom (Suisse); Skoda Auto India (Inde); OLX India (Inde); Bharat Petroleum (Inde); Mando (Corée); Handelsbanken (Suède); Avis (Allemagne); WeightWatchers (GB); ARD-Werbung Sales & Services (Allemagne); Kraft Foods/Milka (Argentine); Subway (Mexique); Paso Interlomas (Mexique); Enel (Italie); Marktplaats.nl (Pays-Bas); flydubai (Emirats Arabes Unis); Carlsberg (Inde); Kingdee (Chine); Samsonite Europe (Belgique); EUROPA VersicheGBngen (Allemagne); Agthia/Yoplait (Emirats Arabes Unis); Wave Infratech (Inde); CCA/Pump, L&P, Deep Spring, Baker Halls (Nouvelle-Zélande); Union Investment (Allemagne); Lenovo (Brésil); HTC South Asia (Singapour); HTC EMEA (Royaume-Uni/SSX - Retail/Shopper Marketing); Phonak (Suisse); Kraft Foods - Trident (Etats-Unis/global); Veltins (Allemagne); Pirelli (Allemagne- SSX); Salewa (Allemagne - SSX); Schott (Corée); Icelandic Glacial Water (Etats-Unis); Chase - Sapphire Credit Card (Etats-Unis); AIA (Italie); Illy (Italie); FrieslandCampina (Russie); Coca-Cola/Nidan and Multan Juices (Russie); Paramount Comedy Channel (Russie); Boxer (Suisse); Coca-Cola Amatil (Nouvelle Zélande); Mall of the Emirates (Emirats Arabes Unis); Citroën (Chine); China Telecom (Chine); Invida Asia (Singapour); Red.es (Espagne); Sharp (Etats-Unis - SSX); Tracfone (Etats-Unis - SSX).

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); Dyson (Canada); Aeromexico (Chili); Spin Palace (Chili); Future Brands (Inde); VIA (Inde); Mars (Philippines, Indonésie, Thaïlande); Orang Tua Group (Indonésie); Dixons (Irlande); Comcast/NBCU (Studios) (EU – Miami); Boiron Laboratories (Pologne); Czerwona Torebka (Pologne); Burger King (Etats-Unis); NBCU/Comcast (Theme Parks) (Etats-Unis); AB/In Bev (Etats-Unis); Aircel (Dishnet Wireless) (Inde); BF Distribuidores (Chili); Cerveza Corona (Chili); Dwarka Milk (Inde); Ferrero (Espagne); Flexalum luxaflex (Chili); MULTI SCREEN MEDIA PRIVATE LTD-SAB TV (Inde); Nille (Norvège); Novartis (Global); Sony Pix (Inde); Super Max (Inde); Zee Learn (Inde).

ZENITHOPTIMEDIA

Rioja Wines (Espagne); JPMorgan Chase (Etats-Unis); Wallmart (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 (Koweït); Galderma (Suède); Parship (Suède); Unum (GB); L'Oreal ETATS-UNIS (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); Dunelm Mills (GB); Pizza Hut (Etats-Unis); C&A (Autriche); Unicharm (Inde); Agrostar (Roumanie);

City Cinema (Roumanie); Sandals (Etats-Unis); Charter Hall Ltd (Australie); Singapore University of Technology & Design (Singapour); Dubaï Electricity & Water Authority (Emirats Arabes Unis); Vitrac (Egypte); CEPESA (Espagne); Clarins (Mexique); Officemax (Mexique); Hoteles CITY Express (Mexique); Royal Caribbean Cruises (Mexique); Petrobras (Pan Regional); Sura – ING (Mexique); Verizon (ETATS-UNIS); Tencent Weibo (Chine); Best Foods (Inde); PayPal (Singapour); Motorola Digital (Singapour); Groupement des Mousquetaires (France); TE Data (Egypte); RBS (Royaume Uni); Gulf States Toyota (ETATS-UNIS); Merial (Nouvelle Zélande); Singapore Management University (Singapour); KPMG (Belgique); Isracard (Israël); Bel Groupe (MENA); Royal Bakery (Emirats Arabes Unis); SAP (Emirats Arabes Unis), IFFCO (Emirats Arabes Unis), Vontobel (Emirats Arabes Unis); Super-Max (Emirats Arabes Unis); Bridgestone Tires (Etats-Unis); Air Asia (Philippines).

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 (Chine, France); OnStar (Chine); Nestlé (France); Samsung (Royaume-Uni, Brésil, Etats-Unis); Samsung Mobile (Inde); Samsung Electronics (Inde); Equifax (Etats-Unis); Nationwide (Royaume-Uni); Owens Corning (Etats-Unis); Dunkin's Brands (Etats-Unis); L'Oreal (Chine); Asus (Chine); Onstar (Chine); Samsung Mobile (Inde); Sprint (Etats-Unis); Nissan (France).

Fallon

Axa (Royaume-Uni); Roundhouse (Royaume-Uni); MTV (Royaume-Uni).

Kaplan Thaler Group

Edmunds.com (Etats-Unis).

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 1 ^{er} 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
11-07-2011	Prise de participation majoritaire de Publicis Groupe dans Big Fuel, agence de marketing social
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
21-07-2011	Publicis Groupe : Résultats du 1 ^{er} semestre 2011
15-09-2011	Acquisition par Publicis Groupe de l'Agence de RP SCHWARTZ COMMUNICATIONS
03-10-2011	Nomination de Stéphanie Atellian, Investor Relations Officer
02-11-2011	Publicis Groupe acquiert l'agence numérique chinoise Wangfan
29-11-2011	Publicis Groupe accélère son expansion numérique en Chine en acquérant Gomye
30-11-2011	Composition du Directoire
01-12-2011	Publicis Groupe acquiert Ciszewski, la plus grande agence polonaise de relations publiques

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 de Revenu et de la Croissance Organique

(millions €)	S1	S2	2011
Revenu 2010	2 538	2 880	5 418
Impact des taux de change	(58)	(68)	(126)
Revenu 2010 au taux de change 2011 (a)	2 480	2 812	5 292
Revenu 2011 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b)	2 656	2 938	5 594
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	43	179	222
Revenu 2011	2 699	3 117	5 816
Croissance organique (b/a)	+ 7,1 %	+ 4,5%	+ 5,7%

(1) Acquisitions (In-Sync, Resolute, AG2, G4, Amazon, Publicis Romania, 20:20, EastWei, Casablanca, Digital District, Publicis healthcare consulting, Frequence Medicale, C4L, Kitkatt Nohr, Airlock, Holler, Chemistry, Talent, ICL, GP7, Watermelon, S&S South Africa, Genedigi Group, Dreams, Rosetta Marketing Group, Big Fuel, LB Zurich Spillman/Felser, DPZ Group, Nuatt, Schwartz, Brand Connections, Gomye, Wangfan, Ciszewski) nettes de cessions

Taux de change moyen 2011: 1 USD = 0,719 EUR

1 GBP = 1,153 EUR

Compte de résultat consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Revenu	5 816	5 418	4 524
Charges de personnel	(3 615)	(3 346)	(2 812)
Autres charges opérationnelles	(1 167)	(1 105)	(940)
Marge opérationnelle avant amortissements	1 034	967	772
Dotations aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(103)	(111)	(92)
Marge opérationnelle	931	856	680
Dotations aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(38)	(34)	(30)
Pertes de valeur	0	(1)	(28)
Autres produits et charges non courants	21	14	7
Résultat opérationnel	914	835	629
Charges financières	(89)	(81)	(73)
Produits financiers	33	16	12
Coût de l'endettement financier net	(56)	(65)	(61)
Autres charges et produits financiers	2	(11)	(9)
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	860	759	559
Impôt sur le résultat	(248)	(216)	(146)
Résultat net des entreprises consolidées	612	543	413
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	17	8	4
Résultat net	629	551	417
Dont :			
- Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	29	25	14
- Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe (part du Groupe)	600	526	403
Données par action (en euros) – Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe			
Nombre d'actions	202 547 757	202 149 754	202 257 125
Bénéfice net par action	2,96	2,60	1,99
Nombre d'actions - dilué	237 066 159	235 470 461	220 867 344
Bénéfice net par action – dilué	2,64	2,35	1,90

Etat de résultat global consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Résultat net de la période (a)	629	551	417
Autres éléments du résultat global			
- Réévaluation des titres disponibles à la vente	(3)	12	12
- Gains et pertes actuariels sur régime à prestations définies	(51)	(10)	(4)
- Ecart de conversion de consolidation	49	297	(59)
- Impôts différés relatifs aux autres éléments du résultat global	16	4	1
Total des autres éléments du résultat global (b)	11	303	(50)
Résultat global de la période (a) + (b)	640	854	367
Dont :			
- Résultat global de la période attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	29	33	17
- Résultat global de la période attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe (part du Groupe)	611	821	350

Bilan consolidé

(en millions d'euros)

	31 décembre 2011	31 décembre 2010	31 décembre 2009
Actif			
Écarts d'acquisition nets	5 207	4 278	3 928
Immobilisations incorporelles nettes	985	856	835
Immobilisations corporelles nettes	496	464	458
Impôts différés actifs	82	75	73
Titres mis en équivalence	43	140	49
Autres actifs financiers	113	113	94
Actifs non courants	6 926	5 926	5 437
Stocks et en-cours de production	343	326	290
Clients et comptes rattachés	6 446	5 953	4 875
Autres créances et actifs courants	561	572	548
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 174	2 164	1 580
Actifs courants	9 524	9 015	7 293
Total de l'actif	16 450	14 941	12 730
Passif			
Capital	77	77	79
Réserves consolidées, part du Groupe	3 821	3 284	2 734
Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe (part du Groupe)	3 898	3 361	2 813
Participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	33	21	25
Total capitaux propres	3 931	3 382	2 838
Dettes financières à plus d'un an	1 460	1 783	1 796
Impôts différés passifs	240	219	214
Provisions à long terme	486	458	449
Passifs non courants	2 186	2 460	2 459
Fournisseurs et comptes rattachés	7 745	7 216	5 835
Dettes financières à moins d'un an	838	290	214
Dettes d'impôts sur les sociétés	66	39	63
Provisions à court terme	137	118	100
Autres dettes et passifs courants	1 547	1 436	1 221
Passifs courants	10 333	9 099	7 433
Total du passif	16 450	14 941	12 730

Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)

	2011	2010	2009
Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net	629	551	417
Neutralisation des produits et charges calculés :			
Impôt sur le résultat	248	216	146
Coût de l'endettement financier net	56	65	61
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(19)	(14)	(10)
Dotation aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	141	146	150
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	26	26	24
Autres produits et charges calculés	1	6	11
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	(17)	(8)	(4)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	14	14	9
Impôt payé	(212)	(219)	(157)
Intérêts financiers payés	(80)	(76)	(75)
Intérêts financiers encaissés	29	17	16
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	73	287	59
Flux net de trésorerie générés par l'activité (I)	889	1 011	647
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(116)	(103)	(74)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	4	25	10
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	13	5	10
Acquisitions de filiales	(728)	(166)	(273)
Cessions de filiales	28	1	1
Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissement (II)	(799)	(238)	(326)
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(129)	(107)	(107)
Dividendes versés aux participations ne donnant pas le contrôle	(14)	(21)	(26)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	77	7	744
Remboursement des emprunts	(29)	(52)	(108)
Rachats de participations ne donnant pas le contrôle	(11)	(9)	(25)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et de BSA	51	(198)	5
Flux net de trésorerie liés aux opérations de financement (III)	(55)	(380)	483
Incidence des variations de taux de change (IV)	(17)	188	(94)
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	18	581	710
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	2 164	1 580	867
Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	(36)	(33)	(30)
Trésorerie à l'ouverture (V)	2 128	1 547	837
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 31 décembre (note 18)	2 174	2 164	1 580
Soldes créditeurs de banques au 31 décembre (note 22)	(28)	(36)	(33)
Trésorerie à la clôture (VI)	2 146	2 128	1 547
Variation de la trésorerie consolidée (VI - V)	18	581	710
<i>(1) Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</i>			
Variation des stocks et en-cours de production	(6)	(14)	29
Variation des créances clients et autres créances	(267)	(855)	160
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	346	1 156	(130)
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	73	287	59

Tableau de variation des capitaux propres consolidés

Nombre d'actions en circulation	(en millions d'euros)	Capital social	Réserves liées au capital	Réserves et résultats consolidés	Réserve de conversion	Réserve de juste valeur	Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère	Participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	Total capitaux propres
178 854 301	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			(3)			(3)		(3)
	Ecarts de conversion de consolidation				(62)		(62)	3	(59)
	Total des autres éléments durésultat 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			26			26		26
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(6)			(6)		(6)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts 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			(6)			(6)		(6)
	Ecarts de conversion de consolidation				289		289	8	297
	Total des autres éléments durésultat 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			39			39		39
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(7)			(7)		(7)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts 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
	Résultat net			600			600	29	629
	Autres éléments du résultat global :								
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente					(3)	(3)		(3)
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies			(35)			(35)	-	(35)
	Ecarts de conversion de consolidation				49		49	-	49
	Total des autres éléments durésultat global			(35)	49	(3)	11	-	11
	Total des produits et charges de la période	-	-	565	49	(3)	611	29	640
1 712 704	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA	-	47	(47)			-		-
	Dividendes			(129)			(129)	(14)	(143)
	Rémunérations fondées sur des actions			25			25		25
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(8)			(8)		(8)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)			(13)			(13)	(3)	(16)
1 912 289	Achats/Ventes d'actions propres			51			51		51
185 996 063	31 décembre 2011	77	2 479	1 251	(39)	130	3 898	33	3 931

Bénéfice net par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)	2011	2010	2009
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA			
Résultat net part du Groupe	600	526	403
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Economies de frais financiers liées à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt ⁽¹⁾	27	27	16
Résultat net part du Groupe – dilué	627	553	419
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA			
Nombre d'actions moyen composant le capital social	191 738 061	192 754 345	196 020 983
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)	(7 935 852)	(10 912 268)	(15 633 664)
Actions à remettre en remboursement des Oranes	18 745 548	20 307 677	21 869 806
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	202 547 757	202 149 754	202 257 125
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs ⁽¹⁾	5 161 031	4 389 680	1 770 247
- Bons de Souscription d'Actions (BSA) ⁽¹⁾	893 900	480 327	-
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles ⁽²⁾	28 463 470	28 450 700	16 839 972
Nombre d'actions - dilué	237 066 159	235 470 461	220 867 344
(en euros)			
Bénéfice net par action	2,96	2,60	1,99
Bénéfice net par action – dilué	2,64	2,35	1,90

(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 2011, tous les stock-options et BSA non encore exercés à la clôture de l'exercice ont un effet dilutif

(2) Sur les trois années 2011, 2010 et 2009, les Océanes 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)

	2011	2010	2009
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾			
Résultat net part du Groupe	600	526	403
<i>Éléments exclus :</i>			
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt	23	21	18
- Perte de valeur, nette d'impôt	-	1	27
- Plus (moins) values nettes de cession de terrains, d'immeubles et de titres	(18)	(12)	(6)
- Réévaluation des earn-out	(4)		
- Impôt différé actif lié à l'Océane 2014 ⁽²⁾		-	(23)
Résultat net courant part du Groupe	601	536	419
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt	27	27	16
Résultat net courant part du Groupe – dilué	628	563	435
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA			
Nombre d'actions moyen composant le capital social	191 738 061	192 754 345	196 020 983
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)	(7 935 852)	(10 912 268)	(15 633 664)
Actions à remettre en remboursement des Oranes	18 745 548	20 307 677	21 869 806
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	202 547 757	202 149 754	202 257 125
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs	5 161 031	4 389 680	1 770 247
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)	893 900	480 327	-
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles	28 463 470	28 450 700	16 839 972
Nombre d'actions - dilué	237 066 159	235 470 461	220 867 344
<i>(en euros)</i>			
Bénéfice net courant par action ⁽¹⁾	2,97	2,65	2,07
Bénéfice net courant par action - dilué ⁽¹⁾	2,65	2,39	1,97

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