



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 21 avril 2011

REVENU DU 1^{ER} TRIMESTRE 2011

- BON DEBUT D'ANNEE -

- **Revenu : 1 286 millions d'euros**
- **Croissance (publiée) : +10,7%**
- **Croissance organique : +6,5%**
- **New Business net : 1,9 milliard USD**

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe :

Poursuivant sur la lancée des performances exceptionnelles de 2010, Publicis Groupe confirme la solidité de sa croissance avec une hausse de ses revenus de 10,7% pour le premier trimestre 2011.

La croissance organique affichée à +6,5% est d'autant plus satisfaisante que l'effet de base rend les comparaisons plus difficiles pour notre Groupe, compte-tenu des surperformances atteintes trimestre après trimestre.

Les investissements réalisés dans le numérique portent leurs fruits et les signes donnés par les marchés émergents cibles sont très encourageants. La priorité donnée à la Chine est confirmée : nous comptons y doubler de taille à l'horizon 2013.

Les performances en New Business (près de 2 milliards nets de US dollars) sont une confirmation de l'attractivité du Groupe par son profil résolument contemporain, en avance sur les besoins des annonceurs dans les univers numériques et des réseaux sociaux.

Tout ceci nous conforte dans notre volonté de poursuivre nos investissements dans le numérique (pour accentuer encore notre avance) et dans des pays émergents. Notre stratégie d'acquisitions ciblées sera poursuivie.

La situation économique mondiale avec ses croissances à plusieurs vitesses et les défis posés par l'augmentation des prix des matières premières, incite à un optimisme mesuré. Pour notre part nous restons confiants sur la réalisation en 2011 de nos objectifs de croissance.



I. REVENU

Le revenu consolidé de Publicis Groupe pour le premier trimestre 2011 est de 1 286 millions d'euros comparé à 1 162 millions en 2010, soit une hausse de 10,7%.

Comme anticipé, le premier trimestre 2011 est en amélioration par rapport au premier trimestre 2010.

Croissance organique

Dans un contexte de reprise du marché publicitaire, la croissance organique du Groupe s'inscrit en hausse de 6,5%, comparée à 3,1% pour la même période en 2010. Cette hausse, supérieure à celle du marché, est attribuable à l'amélioration de la conjoncture mondiale, à la poursuite de la croissance aux Etats-Unis et à la bonne tenue globale de certains pays d'Europe.

II. ACTIVITE DU 1^{ER} TRIMESTRE 2011

Dans un contexte de retour à une croissance normale du marché, Publicis Groupe a réalisé un bon premier trimestre confortant sa capacité à croître plus rapidement que le marché. Cette évolution positive est attribuable pour l'essentiel à la bonne tenue des Etats-Unis et de l'Europe, notamment de la France, au retour à la croissance de l'Allemagne et à la croissance d'un certain nombre de pays en fort développement. Les activités numériques qui représentent à elles seules 28,2% (27,0% en 2010) du revenu du Groupe contribuent aussi à cette croissance et confortent les choix stratégiques du Groupe faits voici quelques années.

Au 1^{er} trimestre 2011, la Publicité représente 32% (34% en 2010) du revenu du Groupe, les activités de marketing spécialisées (SAMS), qui incluent 100% des activités numériques, 49%, (47% en 2010) et les activités Media 19% (19% en 2010).

L'ensemble des activités numériques et des revenus issus des économies émergentes représente 48,3% du revenu consolidé au premier trimestre 2011, en ligne avec l'objectif du Groupe de réaliser 65% de ses revenus sur ces deux segments porteurs à moyen terme.

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 2011 par zone géographique

(en millions d'euros)	Revenu		Croissance Organique	T1 2011/T12010
	1 ^{er} trimestre 2011	1 ^{er} trimestre 2010		
Europe	409	369	+6,2%	+10,8%
Amérique du Nord	632	579	+8,1%	+9,2%
Asie-Pacifique	148	131	+1,5%	+13,0%
Amérique latine	68	55	+8,7%	+23,6%
Afrique et Moyen- Orient	29	28	-0,5%	+3,6%
Total	1 286	1 162	+6,5%	+10,7%

L'Europe fait preuve d'une croissance satisfaisante dans l'ensemble même si les performances sont contrastées par pays. On note la très bonne performance de la France avec +8,2% de croissance, ainsi que la confirmation du retour à la croissance de l'Allemagne qui bénéficie d'une croissance à deux chiffres. La croissance du Royaume-Uni s'établit à +2,4%. En Europe du Sud, l'Italie renoue avec la croissance mais l'Espagne est encore négative. Ensemble, la Russie et l'Europe Centrale progressent de +7%.

L'Amérique du Nord avec +8,1% de croissance, dont 8,4% pour les Etats-Unis, fait encore une fois preuve d'un dynamisme porté par le numérique.

L'Asie-Pacifique dans sa totalité ne croît que de +1,5%, la croissance de la Chine (Grande Région) de +8,2% ne pouvant compenser les chiffres négatifs du Japon, de l'Australie, de la Thaïlande ou de la Corée, qui, elle, souffre d'un problème ponctuel de décalage.

L'Amérique Latine voit sa croissance s'établir à +8,7% grâce au Brésil qui est à +20,1%, à l'Argentine à +24,8% et au Venezuela à 15,7%, malgré la Colombie et le Mexique provisoirement négatifs.

L'Afrique et le Moyen-Orient pâtissent des événements géopolitiques récents, à l'exception des Emirats Arabes Unis qui bénéficient d'une croissance de +7,0%.

La croissance organique de la Chine, de la Russie de l'Inde et du Brésil est de 11,4% pour le premier trimestre.

Une attention importante est portée à la Chine, priorité stratégique pour le Groupe de même que le Brésil et l'Inde.

Exprimé en dollars US, le revenu du 1^{er} trimestre 2011 serait de 1 758 millions de dollars.



III. CONTRÔLE DES COÛTS

Dans un climat économique de retour de la croissance, Publicis Groupe avait repris dès le deuxième trimestre 2010 un rythme d'investissements plus conforme aux besoins de son développement, notamment dans l'embauche de talents. Ce rythme doit trouver sa vitesse de croisière au cours de l'année 2011. Publicis Groupe entend poursuivre une gestion rigoureuse des coûts et améliorer régulièrement et progressivement ses marges, année après année.

IV. NEW BUSINESS: 1,9 MILLIARD DE DOLLARS DE GAINS NETS

Publicis Groupe engrange 1,9 milliard US dollars de New Business net au cours du 1^{er} trimestre (liste en annexe).

V. DETTE NETTE AU 31 MARS 2011

Au 31 mars 2011 la dette nette s'élève à 286 millions d'euros contre 707 millions au 31 mars 2010.

VI. PERSPECTIVES

Les tendances du marché publicitaire observées depuis la fin de l'année 2010 se sont concrétisées au cours du premier trimestre 2011 et confirment un retour à la normale, c'est-à-dire à une croissance durable pour les économies avancées et la poursuite d'une forte croissance pour les économies émergentes et les pays en développement.

Ainsi dans sa dernière publication d'avril, ZenithOptimedia estime la croissance du marché mondial à 4,2% pour l'année 2011 dans sa plus récente publication, en ligne avec les dernières estimations de prévisionnistes (FMI) qui prévoient une croissance du PIB mondial inchangée depuis Janvier 2011 à 4,4%.

Dans ce contexte, Publicis Groupe a réalisé une solide croissance, bénéficiant de sa forte implantation aux Etats-Unis, qui demeurent de loin le plus grand marché publicitaire, et de son positionnement dans le numérique, activité en forte croissance dans cette zone. Publicis Groupe a également tiré parti de l'Europe, son deuxième marché avec de grands succès en France et un retour à la croissance en Allemagne.

Le Groupe poursuivra, au niveau mondial, le développement d'une stratégie bien établie reposant sur deux piliers : d'une part le numérique qui continuera de croître plus rapidement que l'ensemble du marché avec notamment l'arrivée des réseaux sociaux et la mobilité, d'autre part avec les marchés à forte croissance. Pour ces derniers, la priorité est donnée à la Chine avec la volonté affichée de doubler les revenus du Groupe en Chine au cours des trois prochaines années, mais aussi au Brésil et à l'Inde.

Publicis Groupe confirme ses objectifs visant à réaliser 65% de son revenu dans les activités à forte croissance dans trois ans : 35% issus des activités numériques et 30% des pays émergents ou en fort développement.



Indépendamment du niveau d'activité, une attention permanente est portée à la structure de coûts permettant d'accroître la marge opérationnelle année après année.

La situation financière demeure très robuste.

Le montant des nouveaux budgets engrangés en 2011, très satisfaisant, est la preuve de la pertinence de l'offre de Publicis Groupe, du dynamisme de son activité et de sa présence auprès de ses clients. Tout ceci permet au Groupe d'envisager une croissance supérieure aux estimations actuelles du marché et de continuer à améliorer sa marge opérationnelle.

###

Prochaine Assemblée Générale : 7 juin 2011 à 10h au publiciscinemas

A propos de Publicis Groupe

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

Site internet: www.publicisgroupe.com | Twitter : [@PublicisGroupe](https://twitter.com/PublicisGroupe) | Facebook : <http://www.facebook.com/publicisgroupe>

« 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 :
martine.hue@publicisgroupe.com

+ 33 (0)1 44 43 65 00

Peggy Nahmany, Communication Externe :
peggy.nahmany@publicisgroupe.com

+ 33 (0)1 44 43 72 83



Annexes

New Business - T1 2011

1,9 milliard USD (net)

Principaux Gains New Business

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)

MS&L GROUP

TAKA (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 (Italie); Heineken (Italie); Bernina International (Suisse); Università Bocconi (Italie); Ministro del Lavoro (Italie), Jùpiter (Espagne); Merino (Inde); LG (Monde); PMU (France); RATP (France); Fnac (France); Aéroports de Paris (France); Cortal (France); Playstation (France); Cartier (France); Visa (France & GB); IGN (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 and SUV range (Italie); Swissôtel (Suisse); Club Brugge (Belgique); Excellent (Belgique); Vlerick (Belgique); Kellogg (Europe du sud).

STARCOM MEDIA VEST 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).

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 (Koweït); Galderma (Suède); Parship (Suède); Unum (GB); L'Oreal USA (Etats-Unis); EDMC Incremental (Etats-Unis); Reckitt Benckiser (Inde), Disney (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

Pour toute information supplémentaire: www.publicisgroupe.com