



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 29 avril 2009

Cet avis remplace et corrige la déclaration diffusée à 08.10 CET le 29 avril 2009 portant sur les principaux gains présents dans l'annexe.

REVENU DU 1^{ER} TRIMESTRE 2009

- **Revenu : 1 075 millions d'euros**
- **Croissance (publiée) : +1,3 %**
- **Croissance organique : -4,4 %**
- **New Business : USD 1,7 milliards**
(Publicis Groupe n°1 au classement Nomura)

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe :

« Avec une augmentation de son revenu publié de 1,3% et un recul de sa croissance organique limitée à 4,4%, Publicis Groupe montre une bonne résistance à la violente crise économique et publie des chiffres meilleurs qu'attendus.

Bien que je ne puisse être satisfait d'afficher une croissance organique en retrait, toutes les indications en notre possession vont dans le même sens : la baisse du marché est beaucoup plus prononcée que prévu. Sur la base des chiffres publiés par nos principaux concurrents en baisse de 5,6% à 6,6%, il apparaît clairement que nous gagnons des parts de marché. La stratégie mise en œuvre depuis quelques années porte ses fruits : la croissance des activités dans le numérique et des marchés émergents a servi d'amortisseur. Par ailleurs, notre offre très complète et très adaptée à la nouvelle ère qui s'ouvre, confirme son succès auprès des annonceurs : 1^{er} en New Business en 2008, nous conservons cette position et creusons l'écart au premier trimestre 2009 et tout indique que ce sera encore le cas au mois d'avril. Ces succès commerciaux sont confortés par le renforcement des liens avec nos clients dans tous les secteurs. Les efforts du Groupe sont entièrement tournés en direction des quatre objectifs suivants : mieux accompagner nos clients dans cette période difficile, gagner des parts de marché, protéger nos marges et consolider la santé financière du Groupe. La configuration des prévisions laisse augurer que le point bas de la baisse sera atteint à l'été et que le deuxième semestre 2009 sera meilleur que le premier. La reprise à la hausse étant prévue à l'été 2010. Les plus récents indicateurs semblent conforter ce scénario. »



I. REVENU

Le revenu consolidé du Groupe s'est élevé à 1 075 millions d'euros, pour le premier trimestre 2009, en progression de 1,3% par rapport au revenu du premier trimestre 2008.

La croissance organique est en retrait de 4,4% pour le trimestre, un recul inférieur à la baisse du marché.

II. ACTIVITE DU 1^{ER} TRIMESTRE 2009

La résistance du revenu et une baisse de la croissance organique limitée sur la période sont attribuables pour l'essentiel aux effets de la stratégie mise en œuvre ces dernières années : la croissance des activités numériques aux Etats-Unis sert d'amortisseur à la baisse du marché et la bonne tenue de certains marchés émergents comme l'Amérique latine, la Turquie, l'Europe centrale ou le Moyen-Orient contribue à réduire l'impact négatif des économies matures. Au 1^{er} trimestre 2009, la Publicité représente 38 % du revenu total, les SAMS 41 % (incluant 100 % des activités numériques) et les activités Media 21 %. Les activités numériques représentent à elles seules 20,5 % du total du revenu contre 17,6 % au 1^{er} trimestre 2008 et 19,6 % pour l'ensemble de l'année 2008 (au taux de change 2009).

Le portefeuille clients est bien diversifié. Plus de 50 % est en croissance. Le secteur automobile affiche une forte baisse (près de 20 % à taux de change constant) et représente 13 % du revenu au premier trimestre 2009 contre 15 % pour l'année 2008.

Revenu du 1^{er} trimestre par zone géographique

<i>(en millions d'euros)</i>	Revenu		Croissance organique	2009/2008
	1 ^{er} trimestre 2009	1 ^{er} trimestre 2008		
Europe	357	403	-6,6 %	-11,6 %
Amérique du Nord	526	466	-3,6 %	+13,0 %
Asie-Pacifique	114	116	-6,3 %	-1,6 %
Amérique latine	51	52	+3,1 %	-2,1 %
Afrique et Moyen-Orient	27	24	+3,0 %	+12,8 %
Total	1 075	1 061	-4,4 %	+1,3 %

L'Europe enregistre un recul de croissance de 6,6 %. La plupart des pays - le Royaume-Uni (-4,9 %), la France (-7,4 %) mais surtout l'Europe du sud (-20,5 %) - subissent le ralentissement du premier trimestre, plus marqué en mars. L'Allemagne reste en territoire positif (0,9 %) et les pays d'Europe centrale jouissent d'une bonne croissance (14,8 %).

L'Amérique du Nord, avec -3,6 % de croissance, résiste mieux essentiellement grâce aux activités numériques. **L'Asie-Pacifique** est très pénalisée par la Corée, le Japon ou l'Australie.



L'Amérique latine et les pays d'Afrique et du Moyen-Orient restent en croissance.

Dans ce climat économique difficile, le Groupe s'attache à préserver sa rentabilité et sa santé financière. Un certain nombre de mesures décidées dès septembre 2008, comme le gel des recrutements, accompagné d'actions ciblées d'ajustement sont maintenues en 2009. L'accent porté sur la gestion des coûts opérationnels, le développement d'opérations d'optimisation comme des simplifications de structures, les « toits communs » (« multi-doors »), la consolidation des CSP (Centres de Services Partagés) comme « Americas » porteront leurs fruits dans le courant de l'année 2009 et surtout, en année pleine, en 2010.

La mise en œuvre d'un ERP au niveau du Groupe a été lancée en ce début d'année.

▪ **DETTE NETTE AU 31 MARS 2009**

Le 19 janvier 2009, Publicis Groupe a procédé au rachat de 12,7 % du montant initial de l'Océane 2018 (Océane Publicis Groupe SA 2018-2,75 %-FR0000180127) pour un montant de 95 millions d'euros.

Au 31 mars 2009 la dette nette s'élève à 1 097 millions d'euros contre 1 077 millions au 31 mars 2008.

▪ **NEW BUSINESS: 1,7 MILLIARDS DE DOLLARS DE GAINS NETS**

Malgré un attentisme marqué des annonceurs, Publicis Groupe engrange 1,7 milliards US dollars de New Business net au cours du 1^{er} trimestre, preuve du dynamisme des équipes et de la pertinence de son offre. Cette performance place Publicis Groupe en tête du peloton en termes de gains de budget pour les trois premiers mois de l'année (classement Nomura).

Le mois d'avril s'annonce très satisfaisant avec la conquête du budget HP-PCS (Personal Computers- pour l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique) et la confirmation du gain de Shanghai Expo 2010, Visa 2012 et Siemens (Chine).

III. FAITS MARQUANTS DU PREMIER TRIMESTRE 2009

▪ **ACTIONNARIAT SALARIE**

Conformément à l'autorisation votée par l'Assemblée Générale mixte du 3 juin 2008 (23^e résolution), le Directoire de Publicis Groupe, après avoir recueilli l'assentiment préalable du Conseil de Surveillance, a décidé d'associer plus étroitement les collaborateurs au développement du Groupe.

En premier lieu, le Directoire, approuvé par le Conseil de Surveillance, a décidé l'attribution de 50 actions gratuites au premier semestre 2009 à chacun des 4 500 collaborateurs du Groupe en France travaillant dans les filiales détenues à plus de 50 %. Ces actions sont attribuées sans condition de performance, mais sous condition d'ancienneté minimale de trois mois et de présence pendant une période de deux ans à partir de la date d'attribution.

Ce programme d'attribution gratuite en France est la première étape d'un programme plus large d'actionnariat salarié qui concernera progressivement l'ensemble des collaborateurs du Groupe dans les pays dans lesquels il a une présence significative.



Ce plan sera mis en œuvre au cours des deux années à venir du fait de la diversité des régimes juridiques et fiscaux des pays dans lesquels le Groupe est implanté.

En second lieu, un plan de co-investissement a été proposé à près de 160 dirigeants-clés du Groupe, leur permettant de souscrire à un programme d'investissement en actions Publicis Groupe.

Ce programme repose sur un investissement personnel, en actions Publicis Groupe au travers d'une structure dédiée, véritable engagement des dirigeants-clés. Il est accompagné d'un mécanisme d'incitation à la fidélité et à la performance du Groupe. Les dirigeants-investisseurs recevront sous conditions, après trois ou quatre années de présence, selon la législation des pays, des actions gratuites de fidélité. En complément et sous réserve de la performance de Publicis Groupe comparée à ses pairs en termes de croissance organique et de marge opérationnelle, les dirigeants-investisseurs pourront bénéficier d'actions gratuites de performance.

S'agissant des membres du Directoire - dirigeants mandataires sociaux -, les attributions d'actions gratuites ont été décidées dans le respect des recommandations AFEP/MEDEF d'octobre 2008. En conséquence, ils ne bénéficieront que d'actions de performance liées exclusivement aux performances réalisées par le Groupe tant sur la croissance que la marge comparée à celle de ses pairs. Les règles de présence et de détention sont les mêmes pour tous.

En associant ainsi le plus largement les collaborateurs et en créant ce système de co-investissement et d'incitation, le Groupe entend apporter un témoignage fort à tous ceux qui sont les véritables acteurs de son succès. Le Groupe souhaite en outre inciter ses collaborateurs à apporter à ses clients les solutions les plus innovantes, les plus créatives et les plus performantes. Le Groupe veut également encourager ses collaborateurs à œuvrer à son développement, à la fois par la conquête de nouveaux budgets et par la consolidation de ses marges à long terme afin de préserver la culture et l'indépendance de Publicis Groupe.

▪ **CROISSANCE EXTERNE AU 1^{ER} TRIMESTRE 2009**

Début avril, Publicis Groupe a procédé à l'acquisition de Nemos, l'agence leader en communication interactive en Suisse. Fondée en 2002, Nemos, basée à Zurich, est l'une des meilleures agences de programmation flash et multimédia. Forte de dix experts du numérique, elle compte parmi ses clients Carlsberg, Mövenpick et Condor Films.

Cette opération est une nouvelle démonstration de la volonté de Publicis Groupe d'enrichir en permanence son offre numérique par des acquisitions ciblées dans ce secteur.

IV. PERSPECTIVES

Les prévisions les plus récentes de ZenithOptimedia font état d'une contraction de la dépense publicitaire à l'échelle mondiale de 6,9 % affectant durement les médias analogiques alors que le numérique continue de croître.

Ces dernières prévisions doivent être lues au regard des prévisions de fin d'année qui situaient la décroissance de la dépense publicitaire mondiale à -0,2 %. Elles



reflètent le ralentissement sans précédent de l'économie mondiale. Les autres indicateurs du marché, bien que légèrement moins négatifs vont dans le même sens.

Dans ce contexte, Publicis Groupe, fort de ses choix stratégiques, porte une attention accrue à la gestion de ses coûts dans un souci permanent de protection de ses marges et de sa santé financière.

La conquête de nouveaux budgets pour un montant net de 1,7 milliards de dollars atteste de la pertinence de l'offre de Publicis Groupe et du dynamisme de toutes ses équipes à travers le monde. L'objectif de gains de parts de marché est une priorité du Groupe qui se réalise.

###

Prochaine Assemblée Générale : 9 juin 2009 à 10h au publiciscinemas

A propos de Publicis Groupe

(Euronext Paris : FR0000130577) est le 4ème 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 au réseau Digitas. Publicis Groupe a récemment lancé VivaKi afin de profiter des synergies des opérations autonomes de Digitas, 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 des marketing services et de la communication spécialisée, comme la communication santé, la communication corporate et financière, les relations publiques, le marketing relationnel et direct, la communication événementielle et sportive, ainsi que la communication ethnique. 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 :
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



ANNEXE

NEW BUSINESS DU 1^{ER} TRIMESTRE 2009

1,7 milliard USD (net)

PRINCIPAUX GAINS

LEO BURNETT

Caltax *petroleum* (Australie), Carrefour (Colombie), MCYS *Government Social Awareness* (Singapour), MillerCoors (Etats-Unis), Turkcell *télécommunications* (Turquie), Wella tone-P&G (Russie), Falabella *grand magasin* (Colombie), TVO *chaîne de télévision* (Canada), Alfa *télécommunications* (Liban), Peroni, Molson, Mil.B *bière* (Etats-Unis).

PUBLICIS

Alitalia (Italie), Carrefour (France/International), Procter & Gamble *Crest* (Royaume-Uni), Vichy (Royaume-Uni), Wrigley (Chine), Zurich Connect (Suisse), Century 21 (France).

SAATCHI & SAATCHI

BingoLotto (Royaume-Uni), House of Travel (Nouvelle Zélande), Invalidity Insurance (Suisse), LMG International *assurance voiture* (Thaïlande), Panasonic (Indonésie), RTA/Dubai Metro Launch (Emirats Arabes Unis), Suning *électroménager* (Chine), Tsingtao (Chine), Kosovo Ministry of Finance, Midea *électroménager* (Chine), Cadbury Dairy Milk (Australia/New Zealand).

STARCOM MEDIAVEST GROUP :

Alfa *télécommunications* (Liban), Capital One (Royaume-Uni), Cervceria Nacional (Panama), Heinz (Mexique), Honda (Espagne), Kraft Foods (Emirats Arabes Unis), Metro Group (Pologne), PTC *télécommunications* (Pologne), PZU *services financiers* (Pologne), Schering Plough *Claritin* (Hongrie), CNAMTS *assurance maladie* (France), Supermercados Plaza's (Venezuela), Bupa International *assurance santé* (Royaume-Uni), British Gas (Royaume-Uni), Comcast (Etats-Unis).

ZENITHOPTIMEDIA :

Al-Bandar Group *magasin multimarques* (Arabie Saoudite), Nestlé (Pays-Bas), Si.mobil Vodafone (Slovénie), Jenny Craig (Etats-Unis), Ubank (Australie), Jamena Gas Networks (Australie), China Mobile (Chine), T38/40 *produit amincissant* (Portugal), MTV (Royaume-Uni), Panasonic (Indonésie), Turismo de Valencia (Espagne), Haberturk *presse* (Turquie), BA *compagnie aérienne* (Digital) (Royaume-Uni), Kang Yuan *produits pharmaceutiques* (Chine), Parques Reunidos *parc d'attractions* (Espagne), sanofi-aventis (Ukraine).



PUBLICIS HEALTHCARE COMMUNICATIONS GROUP (PHCG) :

sanofi-aventis *antidépresseur* (Aplenzin- Etats-Unis), Biogen-Iddec *neurologie* (Etats-Unis).

PUBLICIS CONSULTANTS

Biscuit LeClerc (Etats-Unis), Carrefour (France), City of The Hague (Pays-Bas), Diageo (Royaume-Uni), FIMF *services bancaires en ligne* (Allemagne), Lactalis *produits laitiers* (Italie), Ministry of Agriculture (Pays-Bas), Ministry of Economy, Industry and Employment (France), Roman Meal (Etats-Unis), Sanofi Aventis (Allemagne).

FALLON

The Auteurs (UK).

DIGITAS:

Total (France).

COMMUNIQUES DU T1 2009 :

- 08/01/09 Mathias Emmerich est nommé Senior Vice Président de Publicis Groupe
- 14/01/09 Philippe Lentschener quitte Publicis Groupe
- 04/02/09 Isabelle Simon rejoint Publicis Groupe en qualité de Senior Vice Président
- 11/02/09 Résultats annuels 2008
- 20/02/09 Résultat de la procédure de désintéressement des porteurs d'OCEANES à échéance 18 janvier 2018
- 11/03/09 Publicis Groupe associe ses salariés à son développement
- 24/03/09 136 dirigeants-clés de Publicis investissent fortement dans leur Groupe
- 15/04/09 Publicis Groupe continue à se développer dans le numérique avec l'acquisition de Nemos, leader de la programmation multimédia et flash en Suisse
- 16/04/09 Publicis Groupe remporte le budget de communication publicitaire et numérique Pan-Européen de Hewlett-Packard Personal Systems Group
- 23/04/09 Confirmation de la mise à disposition du Document de Référence 2008

Pour plus d'information : www.publicisgroupe.com