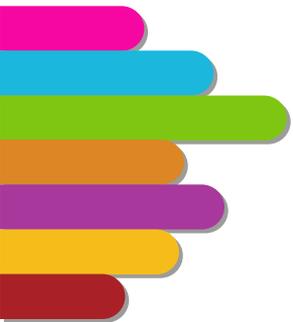


Résultats de l'exercice 2009

17 février 2010

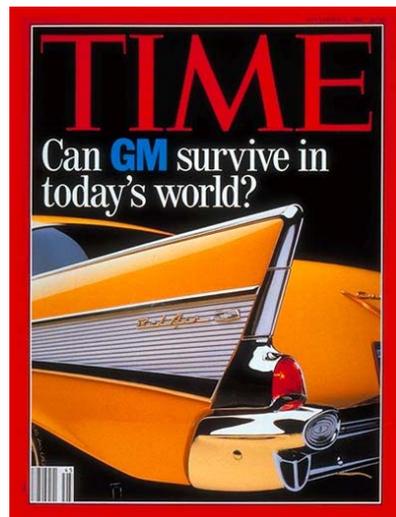




2009



Une crise sans précédent





2009

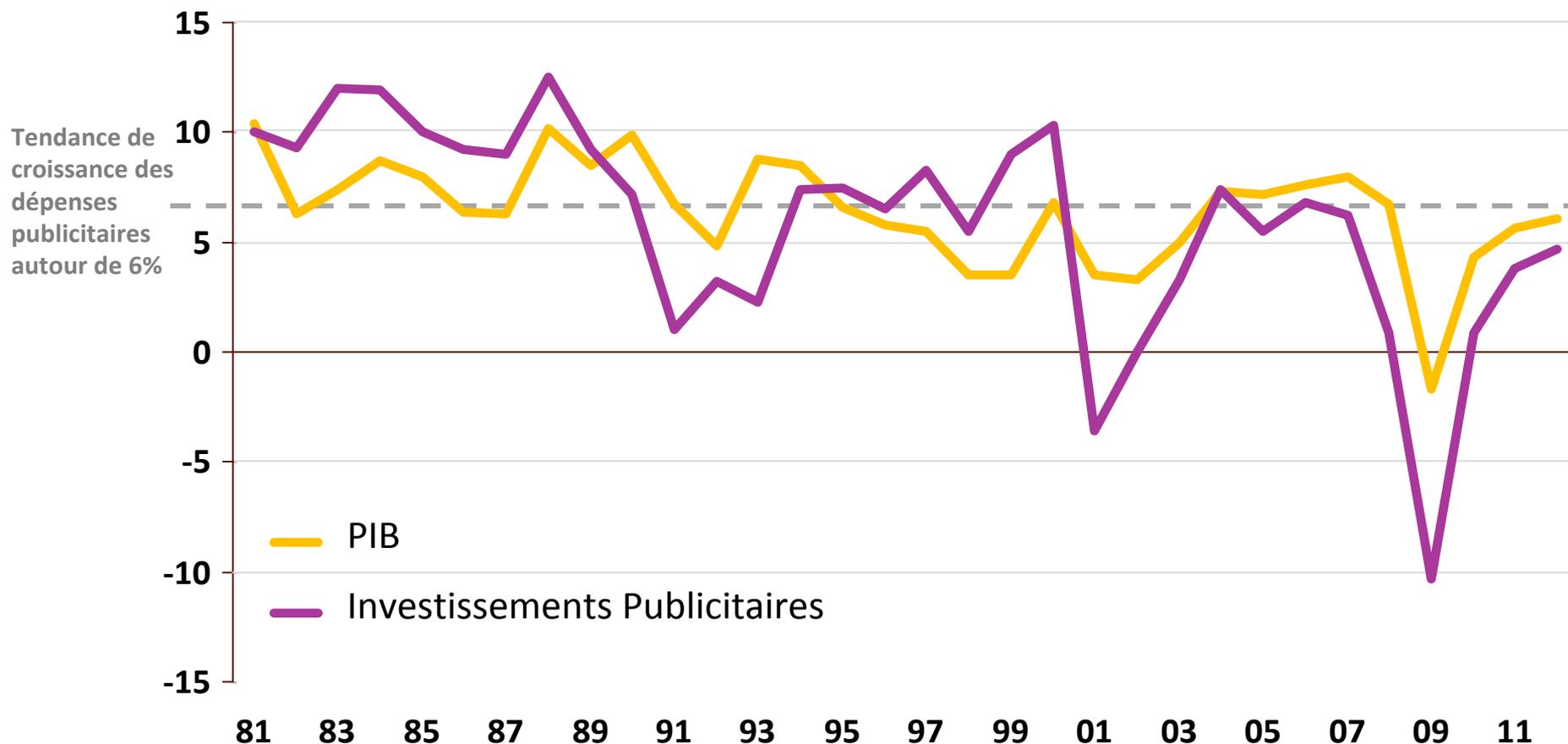
Marché publicitaire

une baisse jamais vue !

2009

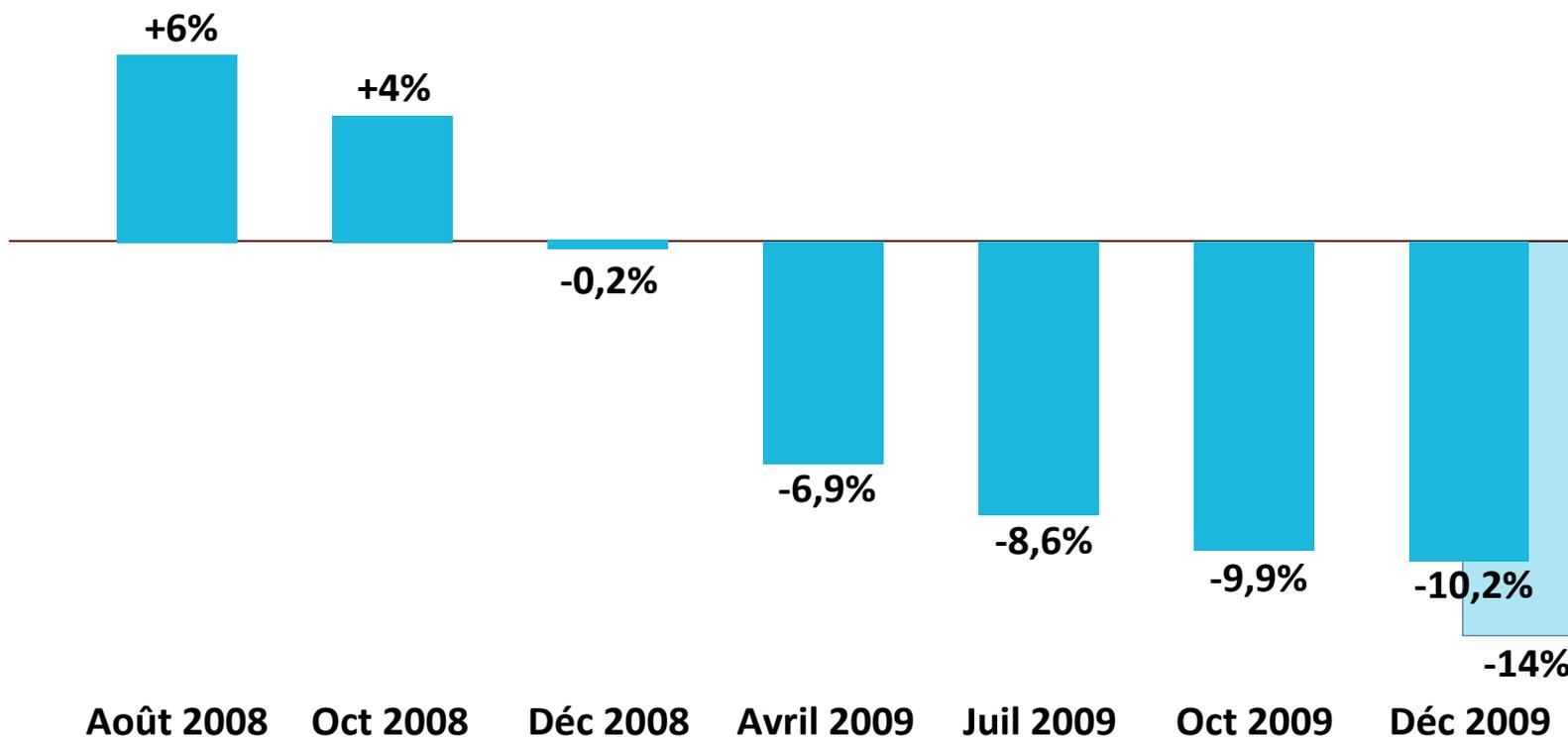
Corrélation historique entre le PIB et les investissements publicitaires

(PIB Mondial et prix actuels)



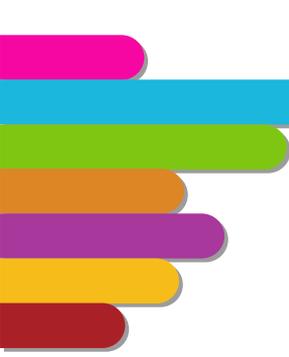
2009

Prévisions de croissance estimée pour 2009



Zenith Optimedia

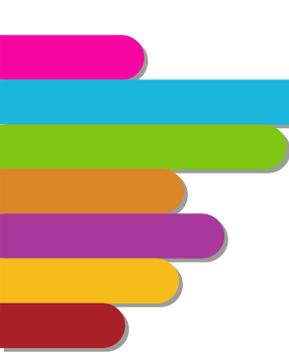
Estimations Media



2009

Les défis de 2009

- ▶ Une économie mondiale en profonde récession
- ▶ Des économies émergentes plus touchées que prévu
- ▶ Des secteurs dévastés : l'automobile, la finance...
- ▶ Des faillites retentissantes
- ▶ Un marché publicitaire en constante détérioration
- ▶ Des évolutions technologiques qui continuent de bouleverser le marché



2009

Les défis de 2009 pour Publicis



- ▶ Restructurer, ajuster, corriger, sans affecter le potentiel de rebond
- ▶ Piloter à vue en fonction des évolutions constantes et corriger la trajectoire
- ▶ Maitriser les coûts, les effectifs
- ▶ Anticiper les évolutions
- ▶ Prendre des initiatives stratégiques
- ▶ Générer de nouveaux revenus

Pendant la crise, la réinvention continue



2009

Qu'avons nous fait ?

1. Gestion des coûts salariaux

- Gel sélectif des recrutements
- Gel des augmentations des salaires
- Réduction des bonus
- Restructurations limitées

Effectifs moyens décembre 2008 : 44 964

Effectifs moyens décembre 2009* : 41 703



2009

Qu'avons nous fait ?

2. Gestion des autres coûts opérationnels

- Réduction des déplacements
- Télé présence
- Maitrise des coûts « sous contrôle »
- Montée en puissance de la politique d'achats

Mais

- Renouvellement des baux
- Investissements IT



2009

Qu'avons nous fait ?



Accélération de la conquête de New Business

6 milliards de dollars US
Publicis Groupe N°1 mondial*

2009

Net New Business



WRIGLEY



2009

Qu'avons nous fait ?

Accélération de la transformation numérique

De 18,6%* à 22,4%

2009

Qu'avons nous fait ?



"The human digital agency"



2009

Qu'avons nous fait ?



Acquisition de Razorfish

- 2^{ème} réseau mondial après Digitas (1^{er} réseau mondial)
- Métiers de Razorfish : e-commerce, Publicité & Branding, Analyse de données, email Marketing & eCRM, Nouveaux Medias, Design Interactif, Search Marketing, Stratégie & Planning, Marketing des Réseaux Sociaux, Architecture et Intégration Technologique
- Grands clients : AT&T, Carnival Cruise Lines, Condé Nast, Dell, Disney, JCPenney, Kraft, Levi's, McDonald's, Mercedes Benz USA, Microsoft/MSN, Nike, Nortel, Olympus, Purina, Ralph Lauren, Samsonite, Starwood Hotels & Resorts, Toshiba, Victoria's Secret
- Accord commercial avec Microsoft : nouvelles opportunités pour nos clients

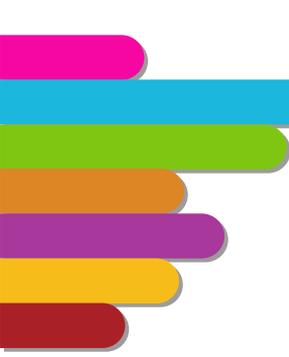
2009

Qu'avons nous fait ?



Plan de Co-investissement LionLead

- ▶ En mars 2009, 136 dirigeants du Groupe ont acquis, 1 772 152 actions Publicis Groupe pour 35 millions d'euros soit 0,9% du capital
- ▶ Une structure indépendante (LionLead) a été créée pour recueillir leur investissement
- ▶ Les dirigeants bénéficieront d'actions gratuites selon des critères de présence et de performance (hors Directoire dont les membres ne bénéficieront que d'actions de performance)
- ▶ Avantages : engagement financier des dirigeants, rétention, performance



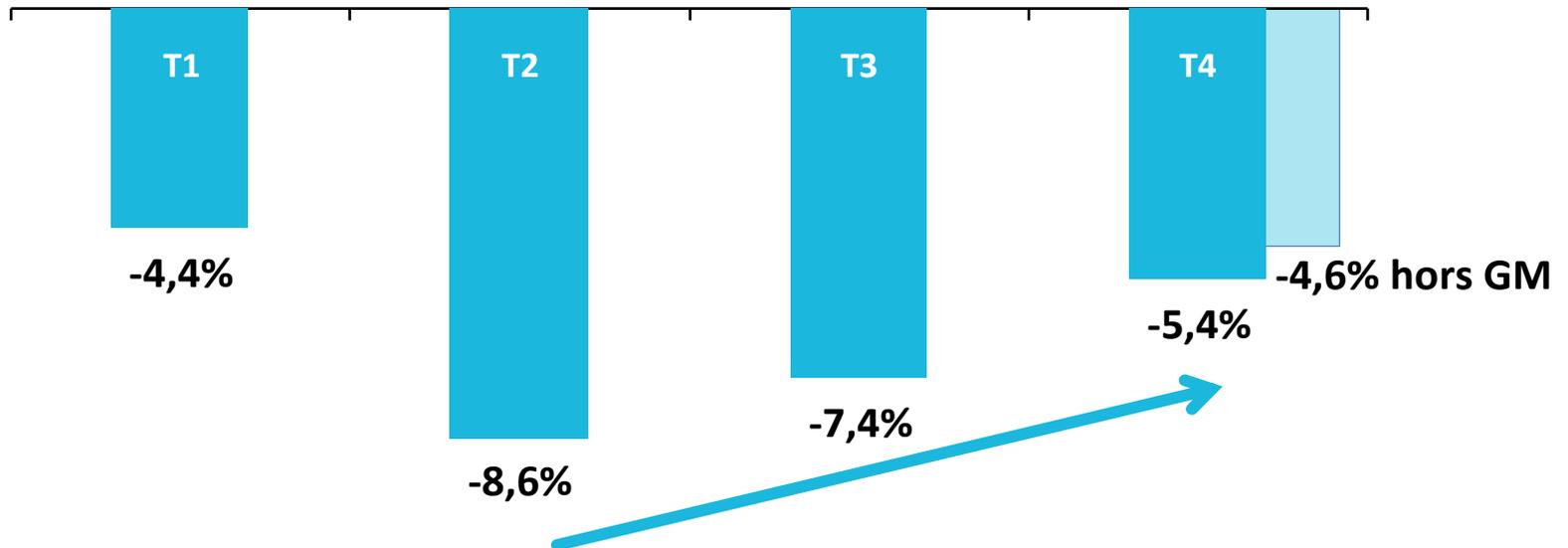
2009

Résultats

2009

Résultats des initiatives

Croissance Organique par trimestre



Comme annoncé :

- ▶ Un point bas atteint pendant l'été
- ▶ Une amélioration séquentielle depuis T2



2009

Résultats des initiatives

Croissance Organique

Croissance Organique Publicis	-6,5%
<i>Hors GM</i>	-5,3%
Baisse du marché*	-10,2%
publicitaire en 2009	
<i>Selon estimation Medias</i>	-12 à -14%

Gains de parts de marché

2009

Résultats des initiatives



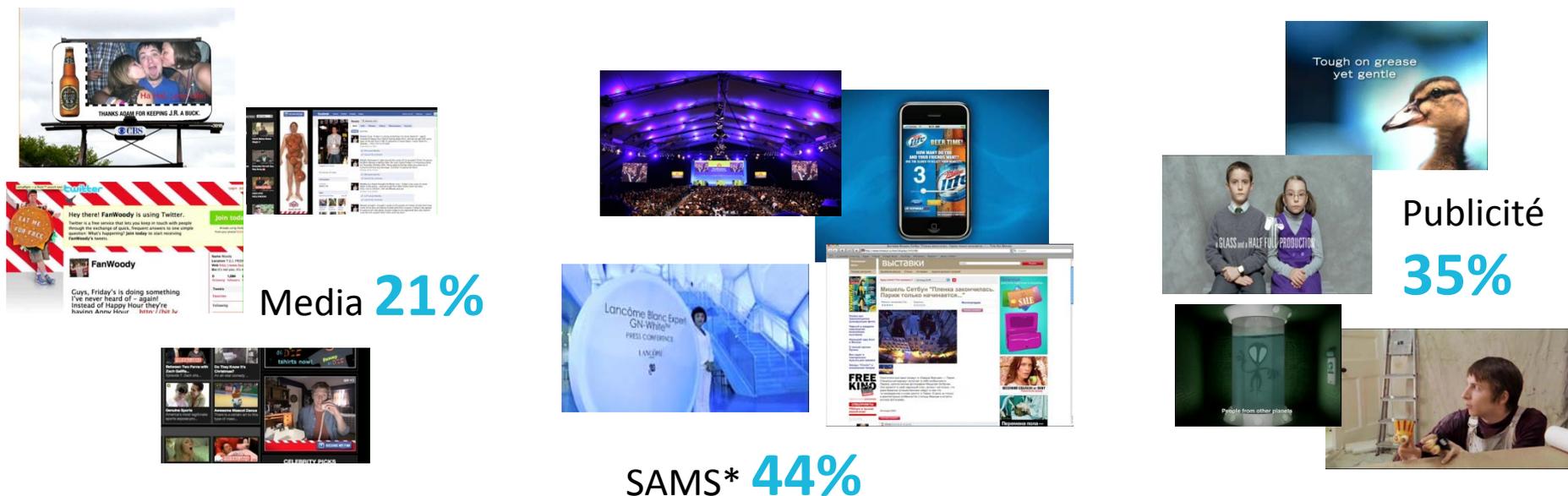
Chiffres clés

Revenu (millions EUR)	4 524
Croissance organique	-6,5%
Marge opérationnelle (millions EUR)	680
En % du Revenu	15,0%

2009

Résultats des initiatives

Revenu par activité



- ▶ Forte croissance des SAMS tirée par le numérique
- ▶ Objectif de 50% des revenus dans le numérique et les pays émergents dès 2010

*SAMS incluant 100% Digital

2009

Résultats des initiatives

Pénétration des segments en croissance

Le numérique

	2008*	2009
▶ Numérique (% revenu Groupe)	de 18,6%	à 22,4%

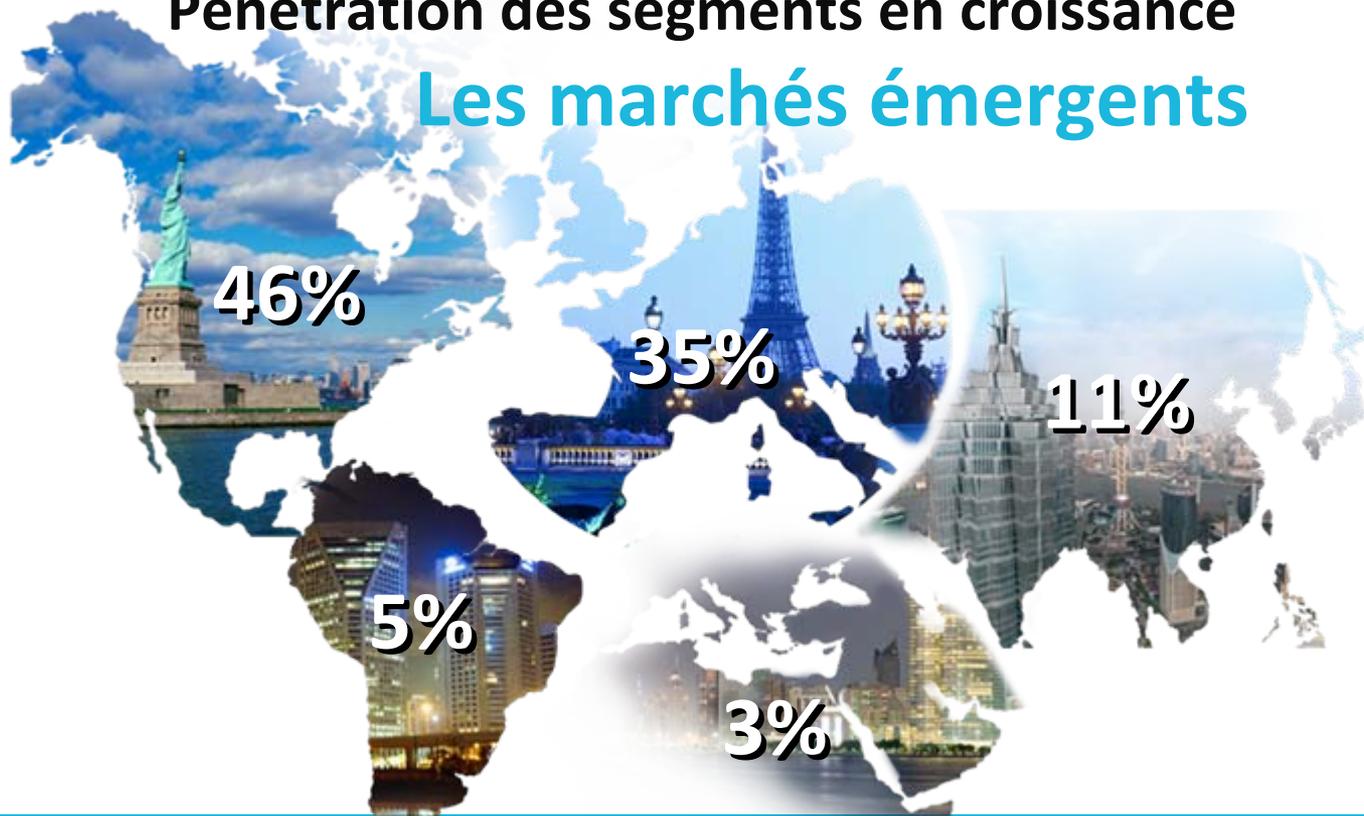
Le Groupe le plus ancré dans le numérique

2009

Résultats des initiatives

Pénétration des segments en croissance

Les marchés émergents



- ▶ Marchés émergents : 22,5% du revenu total*
- ▶ Comparé à 22,2% en 2008**

* hors Razorfish

** 2008 au taux de change 2009

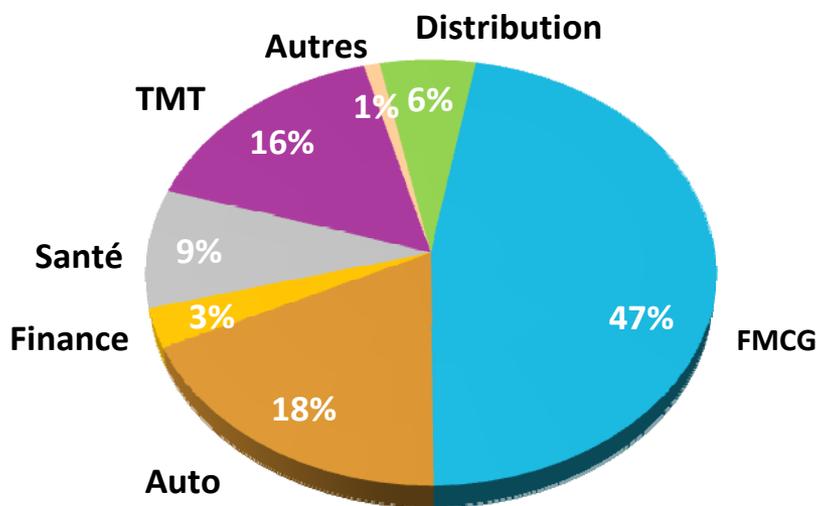
2009

Résultats des initiatives

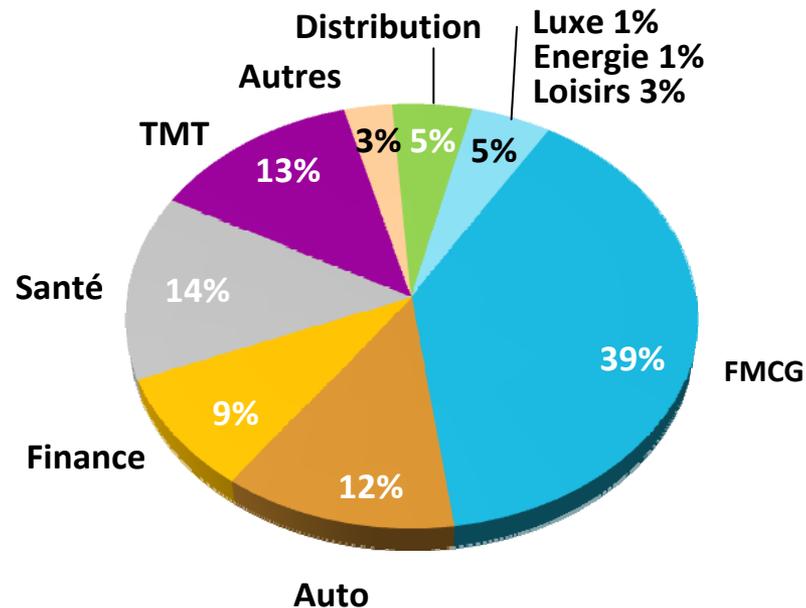


Revenu par secteur

Investissements publicitaires mondiaux*



Publicis Groupe



Structure du portefeuille en ligne avec la répartition des investissements publicitaires à l'échelle mondiale

*Source : Deutsche Bank

2009

Résultats des initiatives



Pénétration des segments en croissance

Une stratégie efficace en période de crise :

- ▶ Bonne résistance
- ▶ Gain de parts de marché



Les Comptes

Compte de résultat consolidé

(Millions €)	2009	2008	Var. 09/08
Revenu	4 524	4 704	-3,8%
Marge opérationnelle	680	785	-13,4%
<i>en % du revenu</i>	15,0%	16,7%	
Amortissement des actifs incorporels liés aux acquisitions	(30)	(29)	
Perte de valeur	(28)	(13)	
Autres produits (charges) non courants	7	8	
Résultat Opérationnel	629	751	-16,2%
Charge financière nette	(70)	(79)	
Impôt sur le résultat	(146)	(196)	
Mises en équivalence	4	2	
Intérêts minoritaires	(14)	(31)	
Résultat net part du Groupe	403	447	-9,8%

Marge Opérationnelle

(Millions €)	2009	2008	Var. 09/08
Revenu	4 524	4 704	-3,8%
Charges de personnel	(2 812)	(2 852)	-1,4%
Autres charges opérationnelles	(940)	(963)	-2,4%
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(92)	(104)	
Marge opérationnelle	680	785	-13,4%
	15,0%	16,7%	

Coûts Opérationnels

(Millions €)	2009	2009 hors acquisitions*	2008**	Var. 09*/08**
Charges de personnel	(2 812)	(2 732)	(2 873)	-4,9%
Autres charges opérationnelles	(940)	(918)	(963)	-4,7%
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(92)	(90)	(105)	-14,3%
Total des coûts opérationnels	(3 844)	(3 740)	(3 941)	-5,1%

Réduction des coûts opérationnels : **-201 M €**

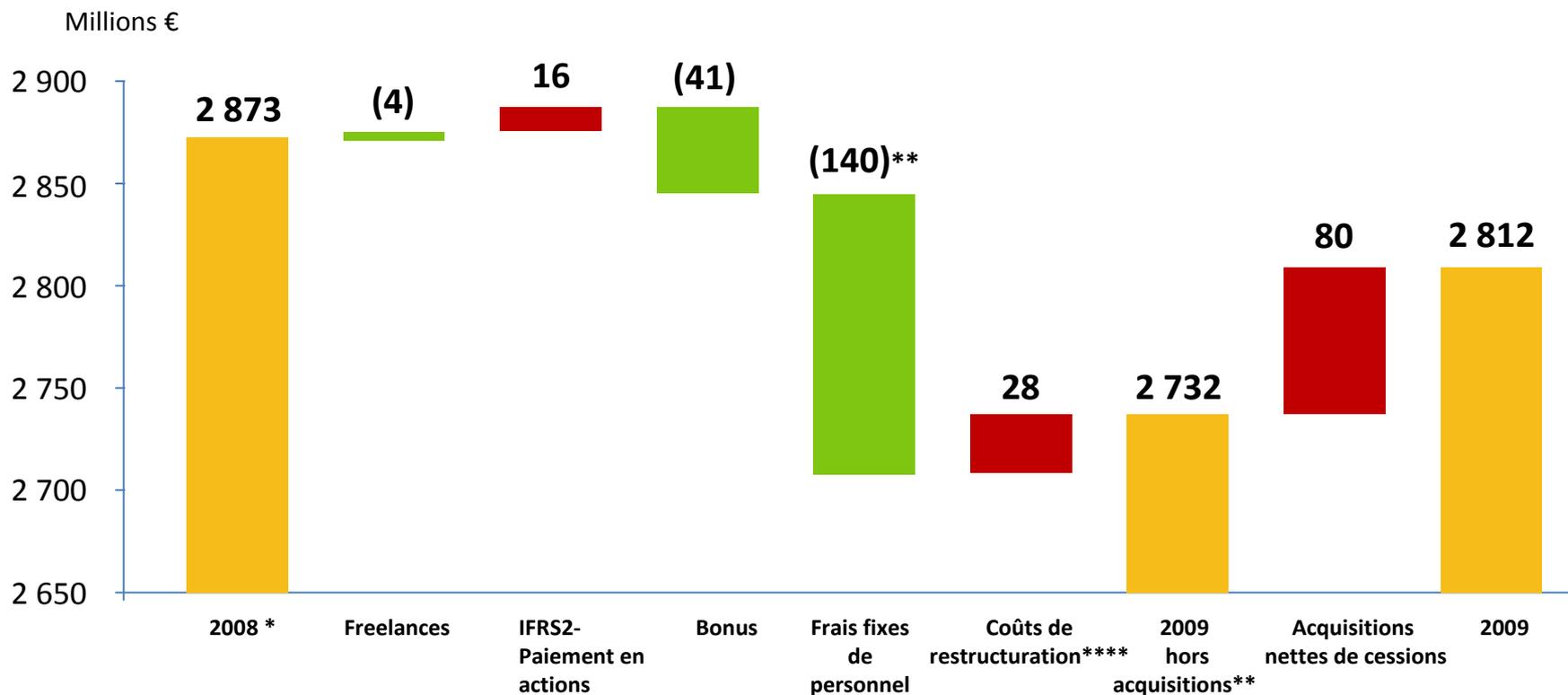
Variation vs 2008** : **-5,1%**

* Après élimination de l'effet des acquisitions réalisées à compter de décembre 2008

** 2008 au taux de change de 2009

Publicis Groupe

Total Charges de personnel : évolution 2008/2009



* 2008 au taux de change de 2009

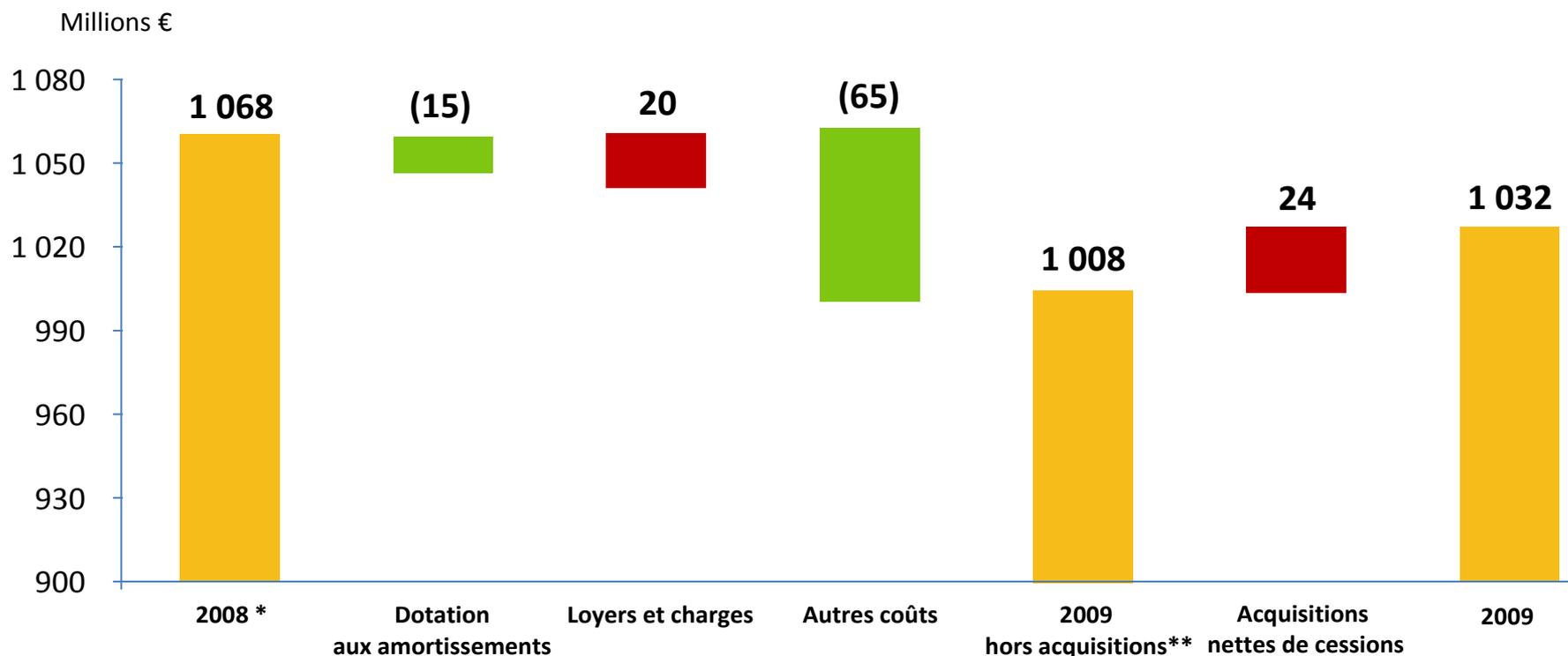
** Diminution des effectifs moyens depuis décembre 2008

*** Coûts de restructuration totaux en 2009 (hors acquisitions) : 79M€

**** Après élimination de l'effet des acquisitions réalisées à compter de décembre 2008

Publicis Groupe

Autres charges opérationnelles et dotation aux amortissements



* 2008 au taux de change de 2009

** Après élimination de l'effet des acquisitions réalisées à compter de décembre 2008

Résultat Financier

(Millions €)	2009	2008	Var. 09/08
Eurobond 2012 et 2015 ⁽¹⁾	(19)	(43)	24
OCEANE 2008 (remboursement en juillet 2008)	0	(23)	23
OCEANE 2014 (émise en juin 2009)	(19)	0	(19)
OCEANE 2018	(4)	(7)	3
Oranes	(2)	(2)	0
Intérêts sur « Finance Lease »	(8)	(8)	0
Autres charges financières	(21)	(26)	5
Produits financiers ⁽²⁾	12	28	(16)
Coût de l'endettement financier net	(61)	(81)	20
Autres charges financières nettes ⁽³⁾	(9)	2	(11)
Résultat financier	(70)	(79)	9

(1) Taux moyen 2009 résultant du swap TF / TV : 2,6% vs 5,7% en 2008

(2) La baisse des produits financiers est essentiellement due à la baisse des taux d'intérêt US (taux moyen US 2009 : 0,16% vs 1,93% en 2008)

(3) L'augmentation des autres charges financières nettes est due :

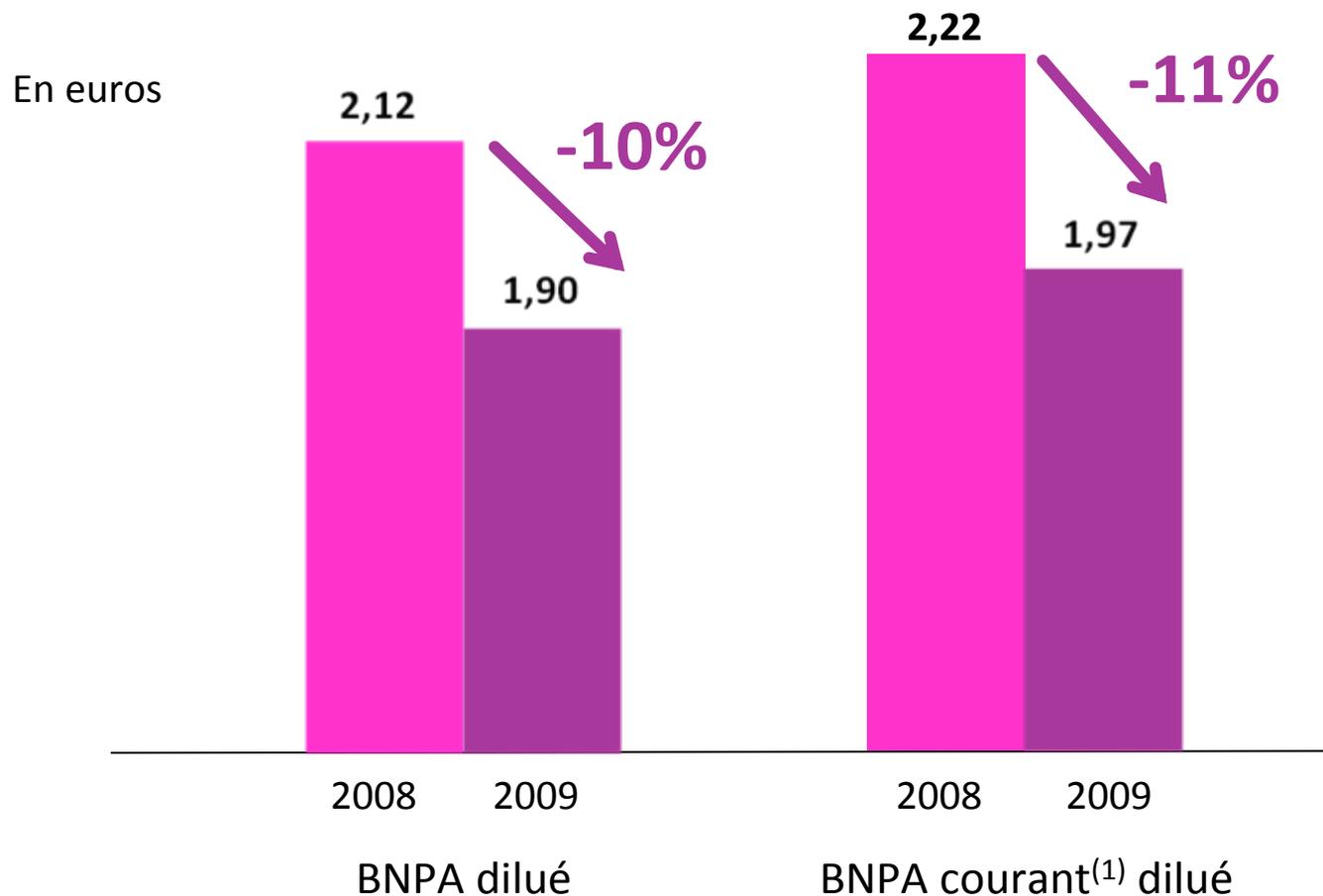
- à la baisse des gains de change
- à la baisse des rendements des actifs des fonds de pension US
- aux mouvements des provisions sur prêts consentis à des sociétés non consolidées

Taux d'Impôt Effectif

	2009		2008	
	(m€)	%	(m€)	%
Impôt sur le résultat (publié)	146	24,9%	196	29,2%
Crédit d'impôt lié à l'impôt différé passif sur l'Océane 2014	23		-	-
Impôt sur le résultat *	169	28,9%	196	29,2%


-30 bp

Résultat par action



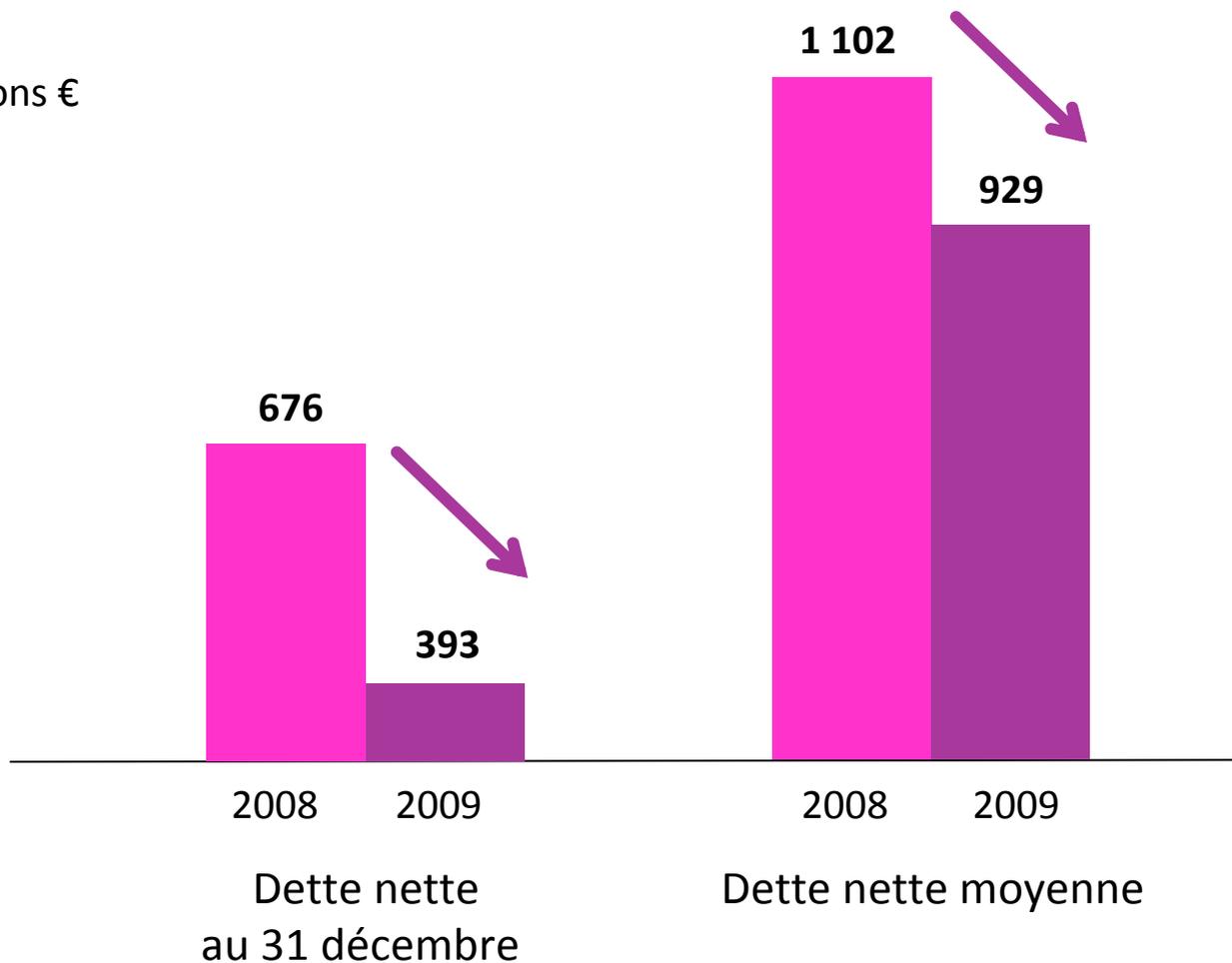
(1) Bénéfice net par action après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des plus (moins)-values sur cessions de terrains et d'immeubles et du crédit d'impôt lié à l'impôt différé passif sur l'Océane 2014

Bilan au 31 Décembre 2009

(Millions €)	2009	2008
Écarts d'acquisitions et actifs incorporels	4 763	4 487
Autres immobilisations	601	625
Impôt courant et différé	(125)	(144)
Besoin en fonds de roulement	(1 459)	(1 373)
Total	3 780	3 595
Capitaux Propres part du Groupe	2 813	2 320
Intérêts minoritaires	25	30
Total des capitaux propres	2 838	2 350
Provisions LT/CT	549	569
Dette Nette	393	676
Total	3 780	3 595
Ratio d'endettement net	0,14	0,29

Dette Nette

Millions €



Dette Brute au 31 décembre 2009 par échéance

(Millions €)	Total	2010	2011	2012	2013	A partir de 2014
Oceane 2018*	147	28				119
Oceane 2014	643					643
Eurobond 2012**	522			522		
Eurobond 2015**	260					260
Orane	24	3	3	3	3	12
Earn-out / Buy-out	220	85	91	29	10	5
Autres dettes**	157	74	8			75
Total dette financière brute	1 973	190	102	554	13	1 114

Pas de « covenants »

* Option de remboursement anticipé en 2010 et 2014

** y compris la valeur de marché des dérivés associés

Liquidités au 31 décembre 2009

(Millions €)	Montant Total	Tiré	Disponible
Lignes de crédit confirmées			
Lignes de crédit à 364 jours	205	0	205
Lignes de crédit à 5 ans	450	0	450
Crédit syndiqué à 5 ans (Club Deal)	1 500	0	1 500
Total des lignes confirmées	2 155	0	2 155
Trésorerie et équivalents de trésorerie			1 580
Total liquidités			3 735
Lignes non confirmées Groupe	236	3	233

Ratios financiers

	2009	2008	Ratio Optimal
Dette nette moyenne / EBITDA*	1,20	1,24	< 1,50
Dette Nette / Capitaux propres	0,14	0,29	< 0,50
Couverture des intérêts (EBITDA* / Coût de l'endettement financier net)	13	11	> 7

Amélioration des principaux ratios financiers

Free Cash Flow avant variation du BFR

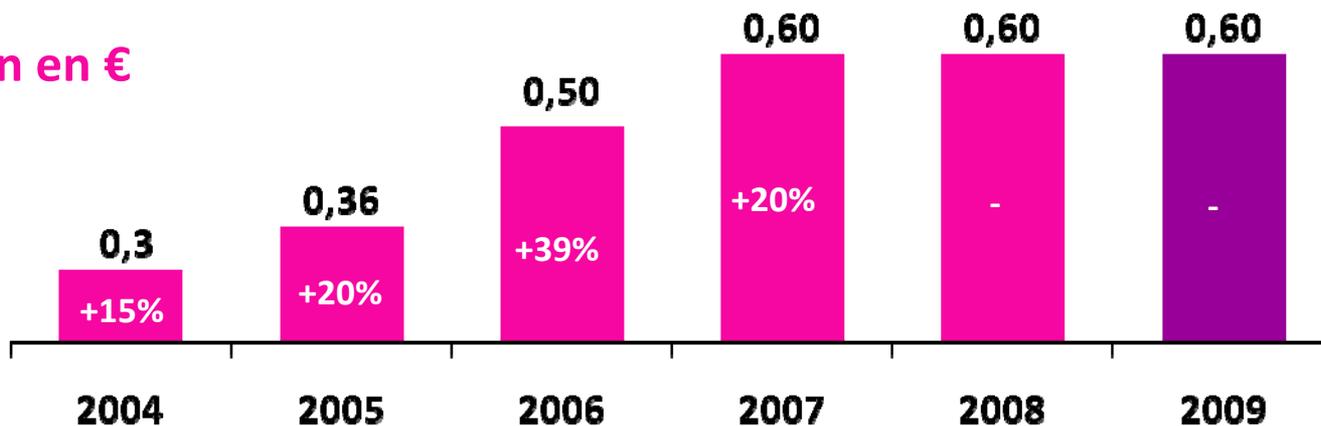
(Millions €)	2009	2008
Flux générés par l'activité	647	715
Investissements (Capex) *	(64)	(64)**
Free Cash Flow	583	651
Neutralisation de la variation du BFR	(59)	(12)
Free Cash Flow avant variation du BFR	524	639

* Acquisitions d'immobilisations nettes hors participations et autres actifs financiers

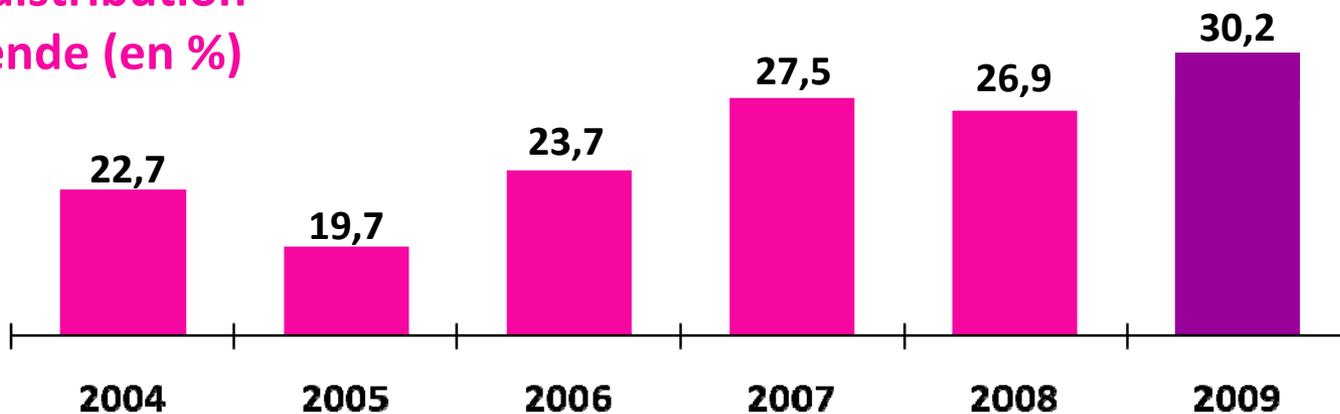
** Incluant en 2008 20 m€ de produit de cessions d'immobilisations

Dividende

Par action en €



Taux de distribution
du dividende (en %)



2009 : Faits Financiers Marquants

- ▶ Allongement de l'échéance moyenne de la dette
 - Juin 2009 : Emission des Océanes 2014
 - Décembre 2009 : Offre d'échange sur les obligations 2012 contre des obligations nouvelles à échéance 2015
- ▶ Océanes 2018
 - Janvier 2009 : Offre de rachat des Océanes 2018
 - Janvier 2010 : Exercice partiel de l'option de remboursement anticipé sur les Océanes 2018
- ▶ Contrôle de tous les coûts opérationnels
 - Réduction des effectifs (hors acquisitions*) : -7,3% (effectif mensuel moyen)
 - Réduction des autres charges opérationnelles et amortissements (hors acquisitions*) : -5,6%
- ▶ Liquidités : 3,7Mds€ après acquisition de Razorfish

Une structure financière solide



L'Avenir

L'Avenir

Un paysage médiatique en profond bouleversement

Le mobile crée des opportunités : pénétration

3 G* :	2007	2009	2010	2014
	8%	15%	21%	43%

iPhone/iTouch* : **+163%** utilisateurs (2009/2008)

Mobile Video* : en 2008 **32%** des américains se connectent à internet avec un mobile comparé à 24% en 2007

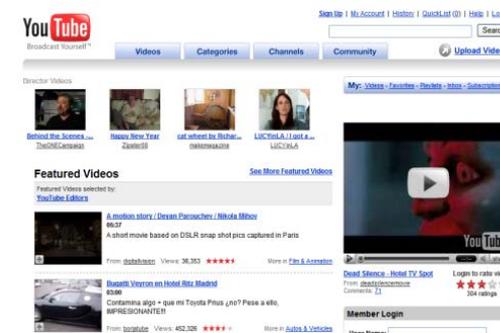
YouTube* : **+35%** d'utilisateurs dans le monde (2009/2008)

Hulu US* : **+77%** d'utilisateurs (2009/2008)

Presse écrite* : **-23%**

Radio* : **-19%**

Magazines* : **-18%**





facebook



twitter



YouTube



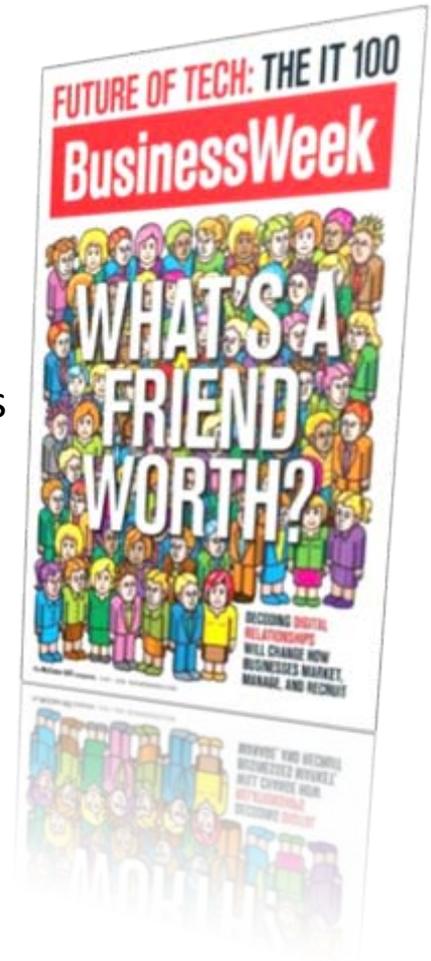
Google



myspace
a place for freedom

“For companies, resistance to social media is futile. Millions of people are creating content for the social Web. Your competitors are already there. Your customers have been there for a long time. If your business isn't putting itself out there, it ought to be.”

BusinessWeek, February 19, 2009

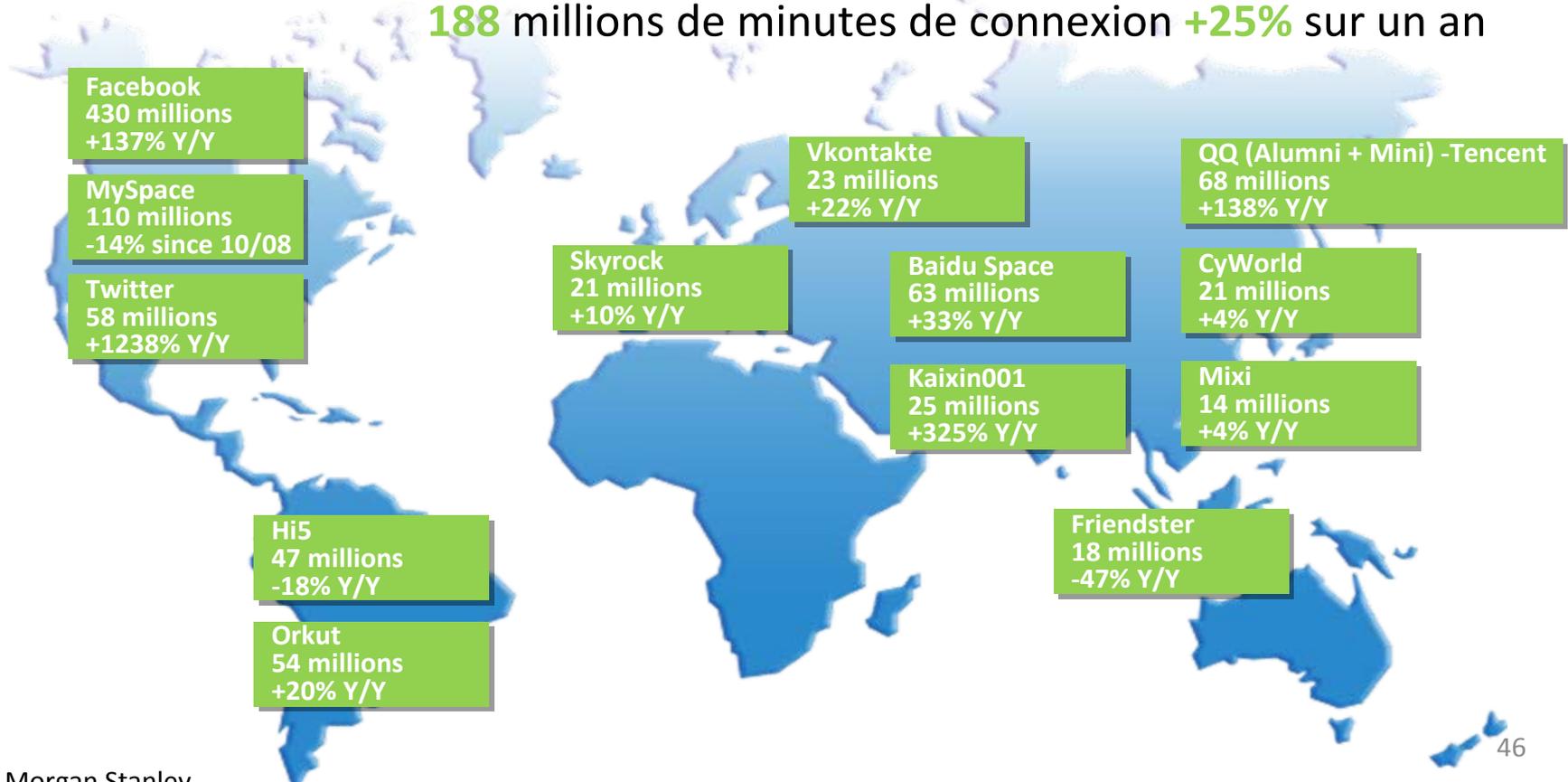


L'Avenir

Réseaux sociaux

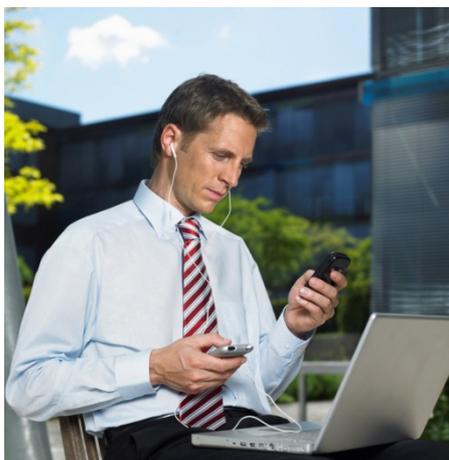
Phénomène mondial : Facebook leader, mais émergence de plusieurs réseaux régionaux

Réseaux sociaux : **830** millions d'utilisateurs uniques **+20%** sur un an
188 millions de minutes de connexion **+25%** sur un an



L'Avenir

Les consommateurs



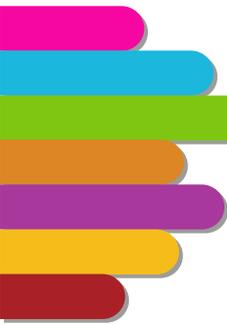
Livrer le **BON** message
au **BON** moment à travers le **BON** media
à la **BONNE** personne



L'Avenir

Les Annonceurs

- ▶ Recherche de valeur
- ▶ Puissance des marques
- ▶ Distribution : marques distributeurs, hard discount
- ▶ Nouveaux défis : Net, e-commerce, arrivée concurrence des marchés émergents
- ▶ Pression sur les coûts et les marges



L'Avenir



Publicis Groupe

De
Service Provider

A
Value Creator



L'Avenir

Investissements

1. Talents
2. Technologie
3. Economies émergentes



L'Avenir Talents

- ▶ Expertise numérique
- ▶ Excellence créative
- ▶ Renforcement des équipes stratégiques
- ▶ Innovation, nouveaux services

Création de valeur

L'Avenir

Technologie

(le numérique)

- ▶ Développement des activités numériques à l'international
- ▶ Nouveaux segments
- ▶ Renforcement des agences

HUMAN DIGITAL AGENCY
« Pure Player » + Intégration +
Technologie (VNC)

- ▶ Numérique 2009 : 22,4% du revenu
34,6% aux Etats-Unis

Objectif Groupe : 30%



L'Avenir

Economies émergentes

- ▶ Renforcer la présence de toutes les entités de Publicis Groupe

Ex : Leo Burnett 38,1% dans
les économies émergentes (2009)

- ▶ Economies émergentes 2009 : 22,5%* du revenu

Objectif Groupe : 30%

L'Avenir

Le New Business

- ▶ Intensification des efforts
- ▶ Janvier 2010 : Nouveaux gains



Objectif : Gains de parts de marché



L'Avenir

Marges

- ▶ Simplification des organisations
- ▶ Centres régionaux de ressources partagées
- ▶ ERP mondial et transversal
- ▶ Maitrise des coûts



2010

Année du Tigre

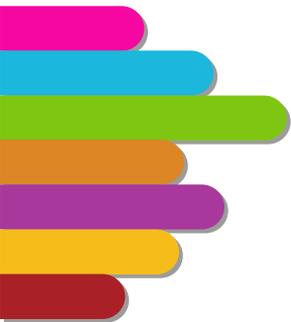
« Prospérité »



L'Avenir

Objectifs 2010

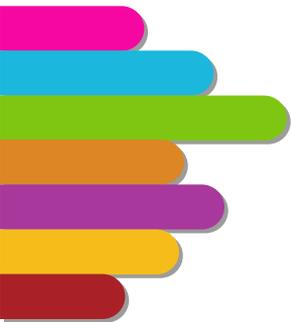
- ▶ Gains de parts de marché
- ▶ Croissance organique positive et supérieure au marché
- ▶ Investir dans les talents, la technologie tout en maintenant les marges



Résultats de l'exercice 2009

17 février 2010





Annexes



Calcul de la croissance organique du revenu

(Millions €)	S1	S2	2009
Revenu 2008	2 226	2 478	4 704
Impact des taux de change	102	(74)	28
Revenu 2008 au taux de change 2009 (a)	2 328	2 404	4 732
Revenu 2009 avant impact des acquisitions ⁽¹⁾ (b)	2 174	2 252	4 426
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	35	63	98
Revenu 2009	2 209	2 315	4 524
Croissance Organique (b/a)	-6,6 %	-6,3%	-6,5%

Impact devise (millions EUR)			
	S1	S2	2009
GBP	(26)	(18)	(44)
USD	137	(30)	107
Autres	(9)	(26)	(35)
Total	102	(74)	28

(1) Nettes des cessions

Taux de Change au 31 Dec. 2009: 1 USD = 0.71951 EUR 1 GBP = 1.12271 EUR

Croissance Organique par pays

Taux de Croissance Organique	2009	T4 09
• supérieur à 5%	Argentine, Taiwan, Venezuela	Corée , Egypte, Mexique, Russie , Taiwan
• de 0 à 5%	Brésil, Pologne	Chine, Inde, Italie
• de 0 à -5%	Canada, Emirats Arabe, Etats-Unis, Russie	Australie, Brésil, Canada, Etats-Unis, France
• de -5 à -10%	Allemagne, Chine, France , Grande-Bretagne, Inde, Italie	Allemagne, Grande-Bretagne
• Inférieur à -10%	Corée , Espagne, Japon	Emirats Arabes, Espagne, Japon

Revenu 2009 par région en US Dollar

(Millions USD)	2009	2008	Var. 09/08
Europe	2 194	2 648	-17,1%
Amérique du Nord	2 911	2 946	-1,2%
Asie-Pacifique	693	760	-8,8%
Amérique Latine	303	349	-13,2%
Afrique et Moyen-Orient	186	197	-5,6%
Total Groupe	6 287	6 900	-8,9%

Toutes les entités converties en USD avec les taux de change suivants:

31 Dec. 2008 : 1 USD = 0.68174 EUR

31 Dec. 2009 : 1 USD = 0.71951 EUR

Revenu 2009 par région en GBP

(Millions GBP)	2009	2008	Var. 09/08
Europe	1 407	1 433	-1,8%
Amérique du Nord	1 865	1 594	17,0%
Asie-Pacifique	444	411	8,0%
Amérique Latine	194	189	2,6%
Afrique et Moyen-Orient	119	106	12,3%
Total Groupe	4 029	3 733	7,9%

Toutes les entités converties en GBP avec les taux de change suivants:

31 Dec. 2008 : 1 GBP = 1.26014 EUR

31 Dec. 2009 : 1 GBP = 1.12271 EUR

Dette Nette par devise

(Millions €)	Total	EURO	USD	GBP	Autres
Oceane 2018	147	147			
Oceane 2014	643	643			
Eurobond 2012*	522	522			
Eurobond 2015*	260	260			
Orane	24	24			
Earn-out / Buy-out	220	66	59	31	64
Autres dettes*	157	8	81	-	68
Total dette financière brute	1 973	1 670	140	31	132
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(1 580)	51	(912)	(106)	(613)
Endettement financier net	393	1 720	(772)	(75)	(481)

* Y compris valeur des marchés de dérivés associés

Dette Nette par Taux

(après swap de taux d'intérêt)

(Millions €)	Total	Earn-out / Buy-out	Taux Fixe	Taux Variable
Oceane 2018	147		147	
Oceane 2014	643		643	
Eurobond 2012*	522			522
Eurobond 2015*	260			260
Orane	24		24	
Autres Dettes *	157		75	82
Total dette brute hors earn- out/buy-out	1 753		889 51%	864 49%
Earn-out / Buy-out	220	220	-	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(1 580)			(1 580)
Dette nette	393	220	889	(716)

* Y compris valeur des marchés de dérivés associés

Utilisation du Free Cash Flow en 2009

(Millions €)	2009	2008
Free Cash Flow	583	651
Acquisitions *	(193)	(128)
Earn-outs	(71)	(31)
Buy-outs	(23)	(14)
Dividendes versés	(133)	(130)
Augmentation de capital (stock options)	-	1
Rachats d'actions (nets de cessions)	5	(174)
Effets non-cash sur la dette nette	115	(14)
Variation de la dette nette	283	161