

RESULTATS  
ANNUELS  
2015



**PUBLICIS  
GROUPE**

*11 février 2016*

# AVERTISSEMENT

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 et prévisions sont sujettes à des risques et des aléas pouvant se traduire, ultérieurement, par des données réelles substantiellement différentes. Ces données et prévisions sont présentées à la date du présent document et Publicis Groupe n'assume aucune obligation quant à leur mise à jour du fait d'informations ou 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), consultable notamment sur le site de Publicis Groupe ([www.publicisgroupe.com](http://www.publicisgroupe.com)), 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, les conflits d'intérêts entre annonceurs d'un même secteur, la dépendance du Groupe envers 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 Groupe, et l'exposition aux risques de marché financier.

# DES RESULTATS 2015 SOLIDES

- Revenu : 9,6 Md€, +32,3%
  - +18,9% à taux de change constants
  - **Croissance organique : +1,5% dont +2,8% au 4<sup>ème</sup> trimestre**
- Marge opérationnelle : 1 487 M€, en hausse de 25,8%
  - **Taux de marge opérationnelle de 15,5%**
  - Dont 118 M€ de charges de restructuration en 2015 vs. 69 M€ en 2014
- Résultat net part du groupe : 901 M€, +25,1%
- Résultat net courant par action dilué <sup>(1)</sup> : 4,39 €, +20,6%
- Free cash flow avant variation du BFR : 1 097 M€, +31,2%

*(1) Voir définitions en Annexe*

# REVENU 2015

(millions EUR)	T4	2015
<b>REVENU 2015</b>	<b>2 734</b>	<b>9 601</b>
REVENU 2014	2 149	<b>7 255</b>
Croissance	+27,2%	<b>+32,3%</b>
Croissance hors effets de change	+18,3%	<b>+18,9%</b>
<b>Croissance organique</b>	<b>+2,8%</b>	<b>+1,5%</b>

# REVENU PAR ZONE GEOGRAPHIQUE – T4 2015

(millions EUR)	T4 2015	T4 2014	Croissance organique	T4 2015 vs. T4 2014
Europe	770	674	-1,7%	+14,2%
Amérique du Nord	1 417	986	+6,3%	+43,7%
Asie Pacifique	320	265	+5,1%	+20,8%
Amérique latine	134	150	-3,7%	-10,7%
Moyen-Orient Afrique	93	74	-4,4%	+25,7%
<b>Total</b>	<b>2 734</b>	<b>2 149</b>	<b>+2,8%</b>	<b>+27,2%</b>

## REVENU PAR ZONE GEOGRAPHIQUE – 2015

(millions EUR)	2015	2014	Croissance organique	2015 vs. 2014
Europe	2 664	2 237	+0,4%	+19,1%
Amérique du Nord	5 184	3 490	+2,4%	+48,5%
Asie Pacifique	1 066	862	+4,0%	+23,7%
Amérique latine	412	449	-5,3%	-8,2%
Moyen-Orient Afrique	275	217	+0,1%	+26,7%
<b>Total</b>	<b>9 601</b>	<b>7 255</b>	<b>+1,5%</b>	<b>+32,3%</b>

# CROISSANCE PAR PAYS

---

## Croissance organique 2015

---

**> 5%**

Afrique du Sud, Allemagne, Australie,  
Chine, Inde, Japon, Pologne, Taiwan

---

**de 0 à 5%**

Corée du Sud, Emirats Arabes Unis, Espagne,  
Etats-Unis, France, Israël, Singapour, Turquie

---

**< 0%**

Brésil, Canada, Italie, Malaisie, Mexique,  
Royaume-Uni, Russie

---

# DIGITAL

	2015	2014	2015 vs. 2014
Millions EUR	4 984	3 040	+64%
% du revenu Groupe	52%	42%	

**Croissance organique 2015 : +5,4%**  
**dont +8,8% au 4<sup>ème</sup> trimestre**



# CROISSANCE ORGANIQUE 2015

	Europe	Amérique du Nord	Asie Pacifique	Amérique Latine	Moyen-Orient / Afrique	Total
Digital	+7,5%	+2,3%	+23,8%	+12,2%	+8,8%	<b>+5,4%</b>
Analogique	-3,5%	+2,5%	-3,3%	-9,3%	-2,2%	<b>-1,4%</b>
Total	<b>+0,4%</b>	<b>+2,4%</b>	<b>+4,0%</b>	<b>-5,3%</b>	<b>+0,1%</b>	<b>+1,5%</b>

**Croissance organique du digital : +8,8% au T4 2015  
dont +8,1% en Europe et +4,5% en Amérique du Nord**

RÉSULTATS 2015



# COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

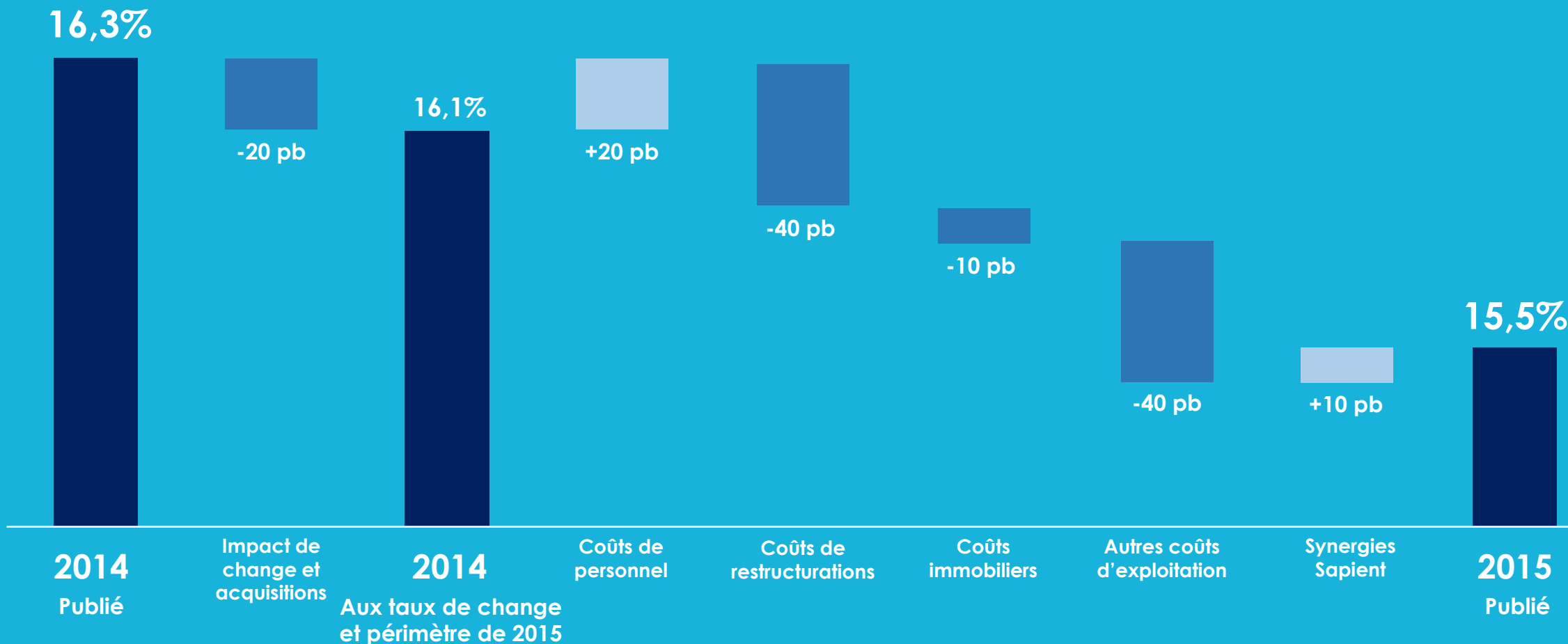
(millions EUR)	2015	2014	Var. '15 / '14
Revenu	9 601	7 255	+32,3%
EBITDA <sup>(1)</sup>	1 661	1 307	
<b>Marge opérationnelle</b>	<b>1 487</b>	<b>1 182</b>	<b>+25,8%</b>
<b>en % de revenu</b>	<b>15,5%</b>	<b>16,3%</b>	
Amortissement des actifs incorporels liés aux acquisitions	(89)	(51)	
Perte de valeur	(28)	(72)	
Autres produits (charges) non courants	8	10	
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>1 378</b>	<b>1 069</b>	<b>+28,9%</b>
Charges financières nettes	(89)	(28)	
Impôt sur les résultats	(386)	(311)	
Mises en équivalence	8	4	
Intérêts minoritaires	(10)	(14)	
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>901</b>	<b>720</b>	<b>+25,1%</b>
<b>Résultat net courant part du Groupe <sup>(1)</sup></b>	<b>992</b>	<b>829</b>	<b>+19,7%</b>

(1) Voir définitions en Annexe

# MARGE OPÉRATIONNELLE

(millions EUR)	2015	2014
<b>Revenu</b>	<b>9 601</b>	<b>7 255</b>
Charges de personnel (excl. charges de restructuration)	(5 870)	(4 437)
Charges de restructuration	(118)	(69)
Autres charges opérationnelles	(1 952)	(1 442)
Dotations aux amortissements	(174)	(125)
<b>Marge opérationnelle</b>	<b>1 487</b>	<b>1 182</b>
<b>% en du revenue</b>	<b>15,5%</b>	<b>16,3%</b>

# EVOLUTION DE LA MARGE OPERATIONNELLE EN % DU REVENU



# RÉSULTAT FINANCIER

(millions EUR)	2015	2014	2015 vs. 2014
Eurobond 2015	(1)	(4)	3
Orane 2022	(1)	(2)	1
Autres charges et produits financiers	9	3	5
Actualisation de dettes long terme (earn-out & « finance lease »)	(20)	(19)	(1)
<b>Coût de l'endettement financier hors Sapient</b>	<b>(13)</b>	<b>(22)</b>	<b>9</b>
Coût de financement Sapient <sup>(1)</sup>	(61)	(1)	(60)
<b>Coût de l'endettement financier</b>	<b>(74)</b>	<b>(23)</b>	<b>(51)</b>
Réévaluation des earn-out	(12)	1	(13)
Profits (pertes) de change nets	8	1	7
Autres charges financières <sup>(2)</sup>	(11)	(7)	(3)
<b>Charges financières nettes</b>	<b>(89)</b>	<b>(28)</b>	<b>(61)</b>

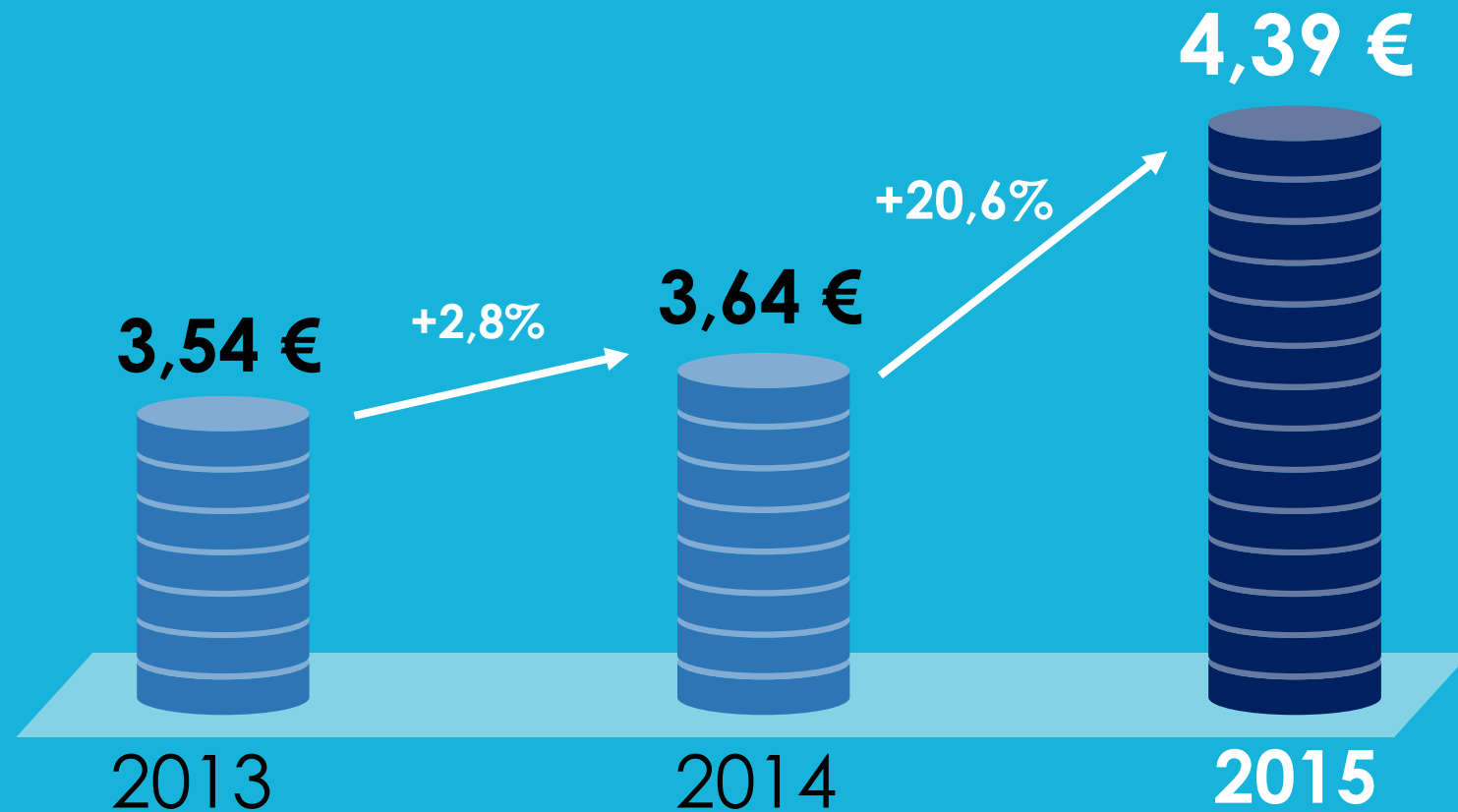
(1) Eurobond 2021, Eurobond 2024, ligne de crédit et prêt à moyen terme

(2) Inclus: provisions sur actifs financiers, dividendes hors Groupe et intérêts sur provisions long terme

# TAUX EFFECTIF D'IMPÔT

	2015	2014
millions EUR	386	311
<b>Taux effectif d'impôt</b>	<b>29,9%</b>	<b>28,0%</b>

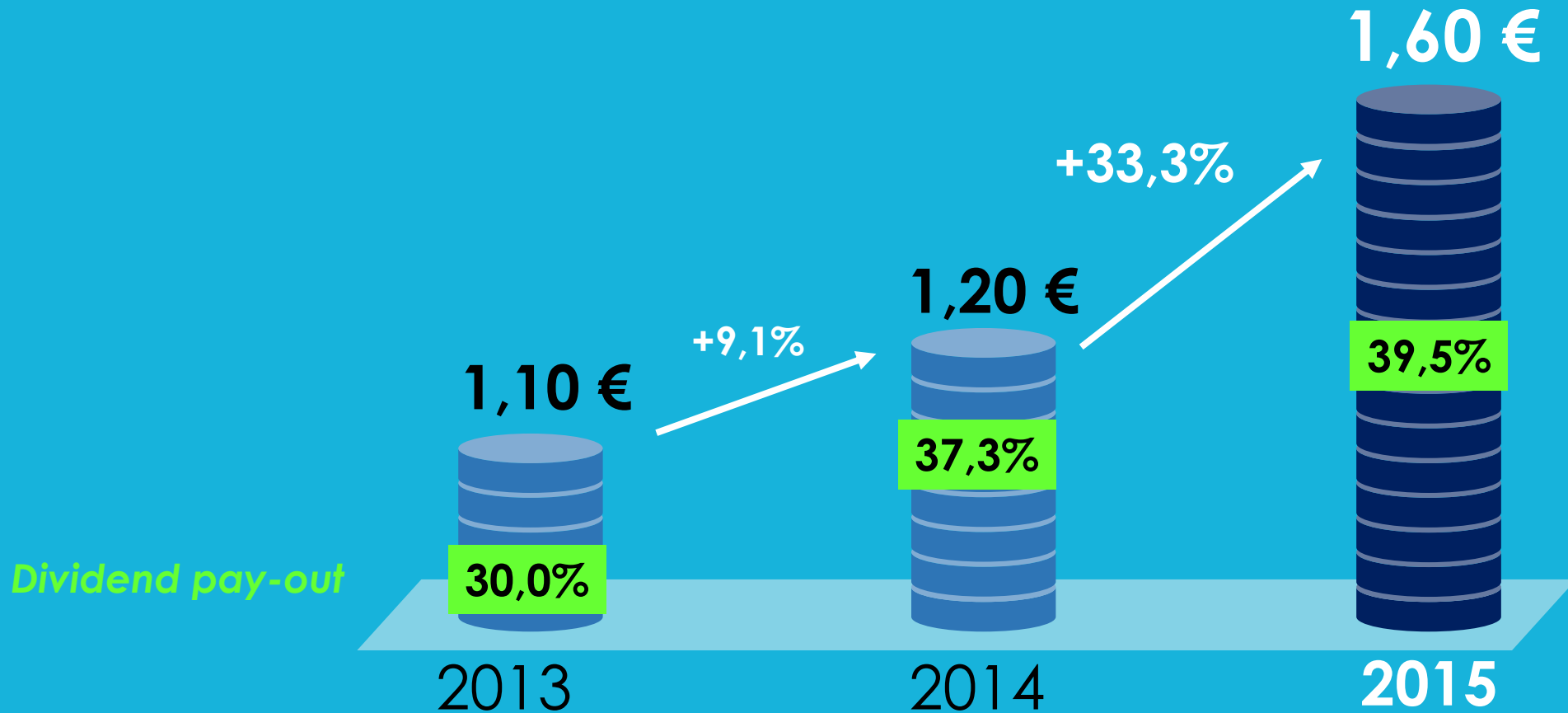
## BNPA COURANT DILUÉ (1)



(1) Voir définitions en Annexe



# DIVIDENDE



*Dividend pay-out*

Option de paiement : cash ou actions  
Sera soumis au vote de l'AG du 25 mai 2016

# BILAN

(millions EUR)	31 Déc. 2015	31 Déc. 2014
Ecart d'acquisition et actifs incorporels	11 752	7 961
Autres immobilisations	950	783
Impôt courant et différé	(455)	(200)
Besoin en fonds de roulement	(3 102)	(2 847)
<b>TOTAL</b>	<b>9 145</b>	<b>5 697</b>
Capitaux propres part du Groupe	6 556	6 086
Intérêts minoritaires	27	29
<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES</b>	<b>6 583</b>	<b>6 115</b>
Provisions LT / CT	690	567
Dette nette (cash)	1 872	(985)
<b>TOTAL</b>	<b>9 145</b>	<b>5 697</b>
<b>Ratio d'endettement net</b>	<b>0,28</b>	<b>Cash net positif</b>

## DETTE NETTE / (CASH NET)

(millions EUR)	2015	2014	2013
Dettes nettes (cash net), moyenne	2 429	(93)	490
Dettes nettes (cash net), au 31 décembre	1 872	(985)	(593)

# RATIOS FINANCIERS

	2015	2014	Objectifs internes
Dette nette moyenne / EBITDA <sup>(1)</sup>	<b>1,46</b>	Cash net positif	< 1,50
Dette nette / Capitaux propres	<b>0,28</b>	Cash net positif	< 0,50
Couverture des intérêts <sup>(2)</sup>	<b>22</b>	57	> 7

(1) Voir définitions en Annexe

(2) EBITDA <sup>(1)</sup> / Coût de l'endettement financier net

# LIQUIDITÉ AU 31 DÉCEMBRE 2015

(millions EUR)	TOTAL	TIRÉ	DISPONIBLE
<b>Lignes de crédit confirmées</b>			
Lignes de crédit à 364 jours	205	-	205
Lignes de crédit à 5 ans <sup>(1)</sup>	517	-	517
Crédit syndiqué à 5 ans (Club Deal) <sup>(2)</sup>	2 000	-	2 000
<b>Total des lignes confirmées</b>	<b>2 722</b>	-	<b>2 722</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 672	-	1 672
<b>Total liquidités</b>	<b>4 394</b>	-	<b>4 394</b>
<b>Lignes non confirmées Groupe</b>	249	(23)	226

(1) 67 M€ à échéance 2017, 400 M€ à échéance 2018 et 50 M€ à échéance 2019

(2) A échéance 2020

# FREE CASH FLOW

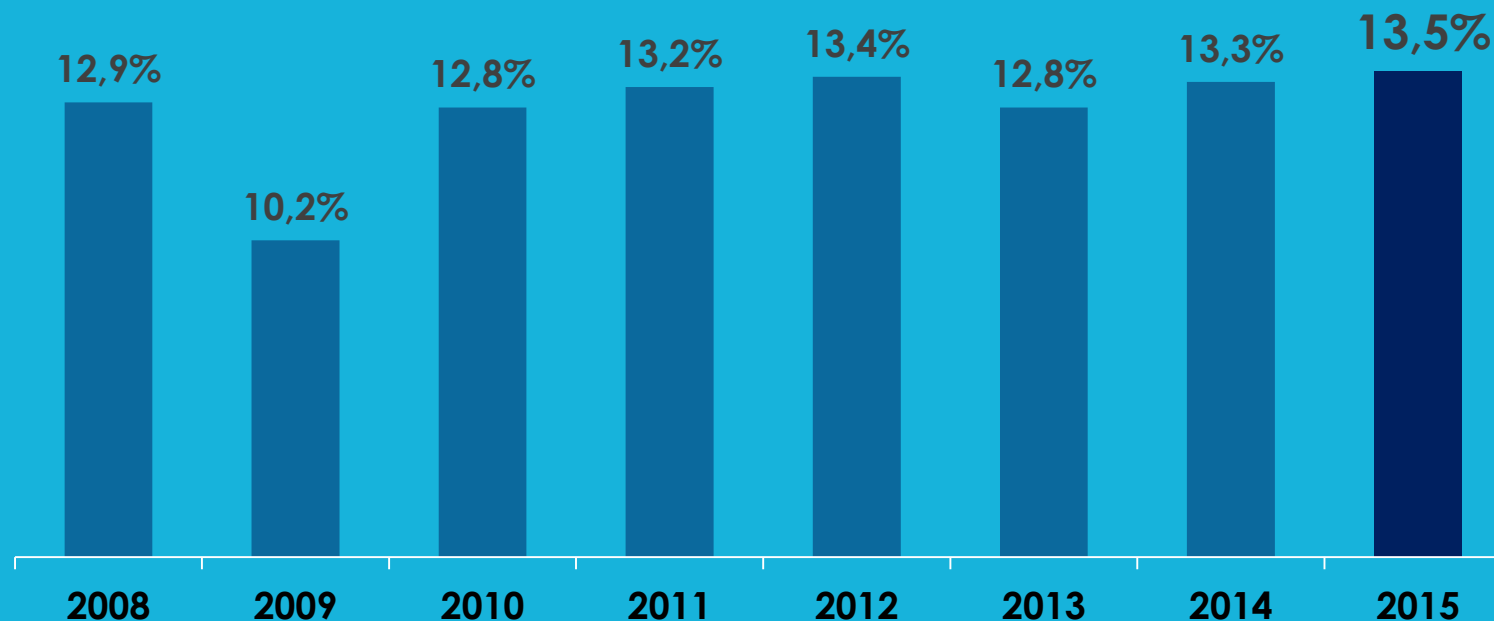
(millions EUR)	2015	2014	2015 vs. 2014
EBITDA <sup>(1)</sup>	1 661	1 307	
Intérêts payés	(77)	(46)	
Impôts payés	(303)	(321)	
Autres	45	27	
<b>Cash flows courants avant variation du BFR</b>	<b>1 326</b>	<b>967</b>	<b>+37,1%</b>
Investissements (Capex), nets de cessions <sup>(1)</sup>	(229)	(131)	
<b>Free Cash Flow avant variation du BFR</b>	<b>1 097</b>	<b>836</b>	<b>+31,2%</b>

(1) Voir définitions en Annexe

# UTILISATION DU CASH

(millions EUR)	2015	2014
<b>Free Cash Flow avant variation du BFR</b>	<b>1 097</b>	<b>836</b>
Variation du BFR	79	66
Acquisitions (nettes de cessions)	(3 113)	(400)
Earn-out	(180)	(103)
Buy-out	(23)	(56)
Dividendes payés	(258)	(126)
Rachat d'actions	(470)	-
Cessions d'actions propres liées à l'exercice de stock-options	13	25
Exercice des BSA	16	20
Effet non-cash sur la dette nette	(18)	130
<b>Variation de la trésorerie nette</b>	<b>(2 857)</b>	<b>392</b>

# RENTABILITÉ DES CAPITAUX EMPLOYÉS (ROCE) <sup>(1)</sup>



Le ROCE 2015 s'élève à 10,8% après impact :

- des charges de restructurations « additionnelles » <sup>(2)</sup>
- de la consolidation de Sapient

Ajusté <sup>(2)</sup>  
et hors  
Sapient

(1) Voir définitions en Annexe

(2) Ajusté = coûts de restructurations de 69 M€ en 2015 soit le même montant qu'en 2014 (vs. 118 M€ publiés)



THE POWER OF  ONE  
STRATEGIE

Pourquoi le besoin de changer?

# Nouvelles tendances

Mieux vaut être prêt à surfer sur le tsunami Digital

# 2 tendances fortes

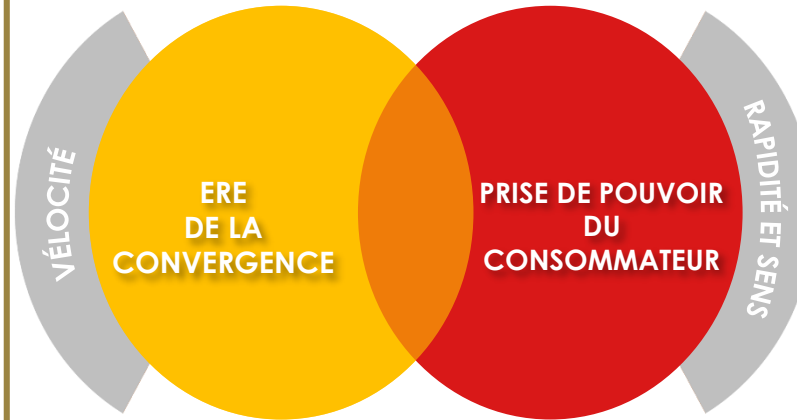
## Accélération de la convergence/innovation

- Services à valeur ajoutée multi-plateformes, focalisés sur l'accès et la mobilité, portés par la data et/ou du consommateur



- Vitesse de changement sans précédent, sans se soucier des anciennes frontières

- Toute-puissance de nouveaux acteurs



## 2 TENDANCES FORTES

### Refonte de toutes les industries

Ex : Distribution

Walmart

Amazon

Walmart	Market value <sup>(1)</sup>	Amazon
\$207bn		\$248bn
2 200 000	Headcount	154 000
+3%	3y revenue CAGR	+21%

## Accélération de la prise de pouvoir du consommateur

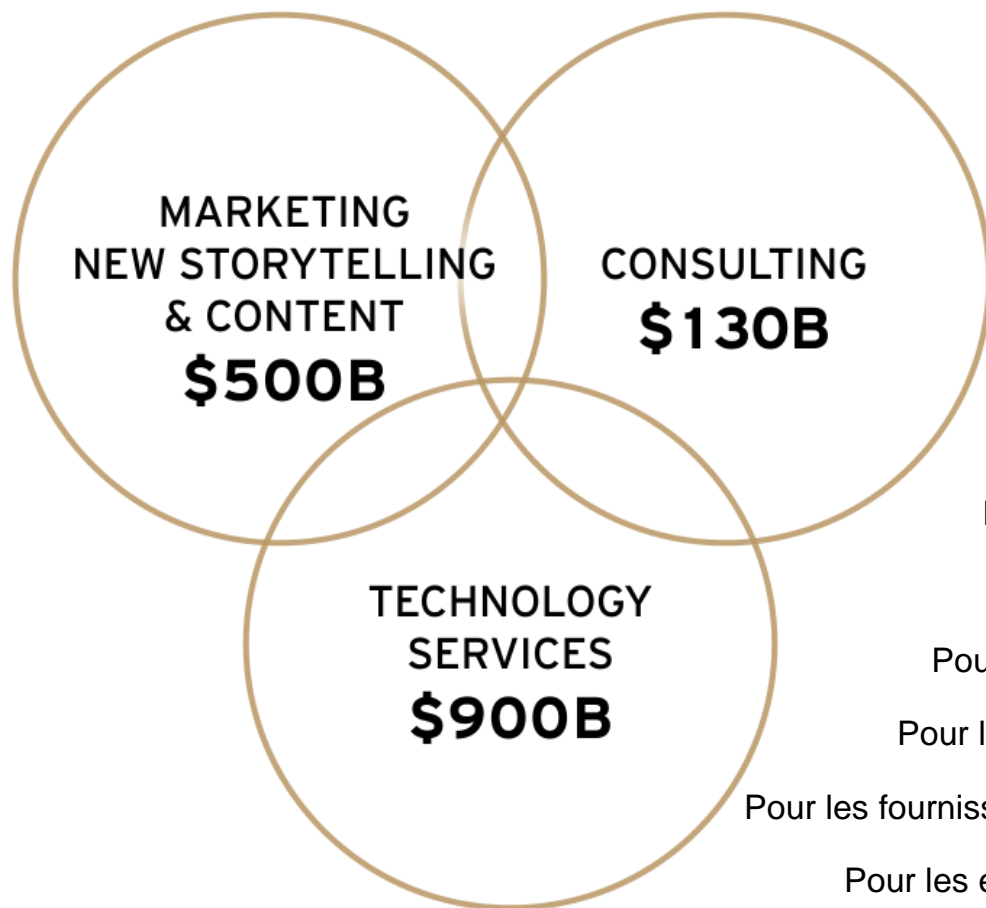
- Indépendance et partage « horizontal »



- Mort de la communication « verticale »
- Appropriation de la marque par le consommateur
- Ere de la conversation, « collective intimacy is king »
- Acte de consommation : compact et rapide

(1) En septembre 2015

# Business Transformation : Une opportunité majeure



Pour les banques de détail ➔ Banque du futur

Pour les distributeurs ➔ Omni-canal

Pour la grande consommation ➔ Croisement du Commerce / Technologie et des Médias

Pour les entreprises de l'énergie ➔ « Grid as Data », « Push to Retail »

Pour les fournisseurs de services de santé ➔ « Patients prescripteurs »

Pour les entreprises de l'automobile ➔ Voitures connectées

## Un gâteau de \$ 1 500 milliards

# Opportunité de Business Transformation : Sapient



- Un Joyau
- Acquis en novembre 2014
- Pour stimuler la plate-forme Publicis.Sapient nouvellement créée

# Sapient, un an après l'acquisition

- D'un point de vue opérationnel :
  - Organisation de la plateforme Publicis.Sapient finalisée :
    - Regroupement de 4 sociétés : Razorfish, DigitasLBi, SapientNitro, Sapient Consulting
    - Quasiment 20 500 personnes dont environ 8 200 en Inde
  - Présentation de la plateforme auprès de certains de nos clients, avec un retour très positif!
  - Collaborations entre les équipes de Publicis et de Sapient

# Sapient, un an après l'acquisition

- D'un point de vue financier :
  - Amélioration de la marge opérationnelle de Sapient hors synergies
  - Premiers bénéfices des synergies en 2015 : 15 M€ vs. 10 M€ attendus

	<b>2013 / 2014</b> Publicis + Sapient Combiné <sup>(1)</sup>	<b>2015</b> Publicis Groupe Publié
<b>Marge opérationnelle en % du revenu</b>	<b>14,9%</b>	<b>15,5%</b>

**En ligne avec l'objectif de marge opérationnelle de 2018**

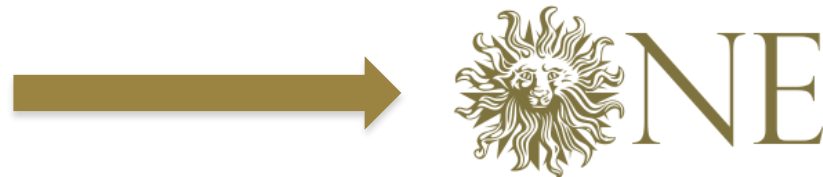
*(1) Sur la base des informations présentées le 12 février 2015 :  
comptes du 1er juillet 2013 au 30 juin 2014 et taux de change EUR = USD 1,2621*



# Pourquoi le besoin de changer?

Ce que nous entendons haut et fort

- Nos clients veulent que nous soyons **un partenaire stratégique fiable pour les aider à transformer leur business-model**
- Ils veulent plus pour moins, i.e. tirer le bénéfice de notre intégration et réduire les fees
- Ils veulent accéder aux meilleurs actifs du Groupe, de façon simple et homogène



# Pourquoi le besoin de changer?

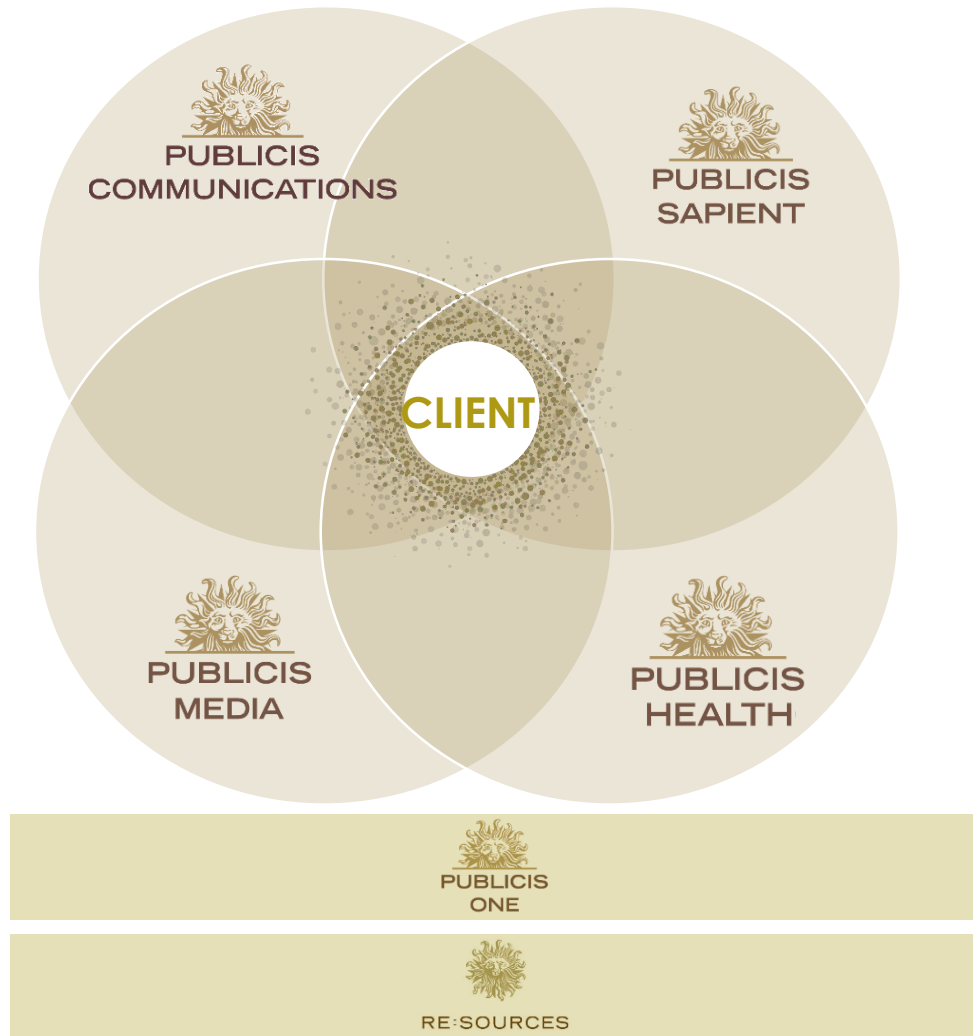
## Simplifier : Abattre les silos



➔ Nos multiples activités et industrie organisées par silos devenaient de plus en plus dépassées pour les nouveaux enjeux

# Les clients au cœur

Les Chief Client Officers opérant au sein de l'ensemble des solutions



## « 4 Solutions working as ONE »

- **Publicis Communications**  
Publicis Worldwide, LeoBurnett, Saatchi & Saatchi, BBH, Prodigious
- **Publicis Media**  
Starcom Mediavest Group, ZenithOptimedia, Vivaki, Performics
- **Publicis.Sapien**  
Razorfish, DigitasLBi, SapienNitro, Sapien Consulting
- **Publicis Health**  
DigitasHealth LifeBrands, Publicis LifeBrands, Saatchi & Saatchi Wellness, Publicis Health Media, Touchpoint Solutions

## Publicis ONE

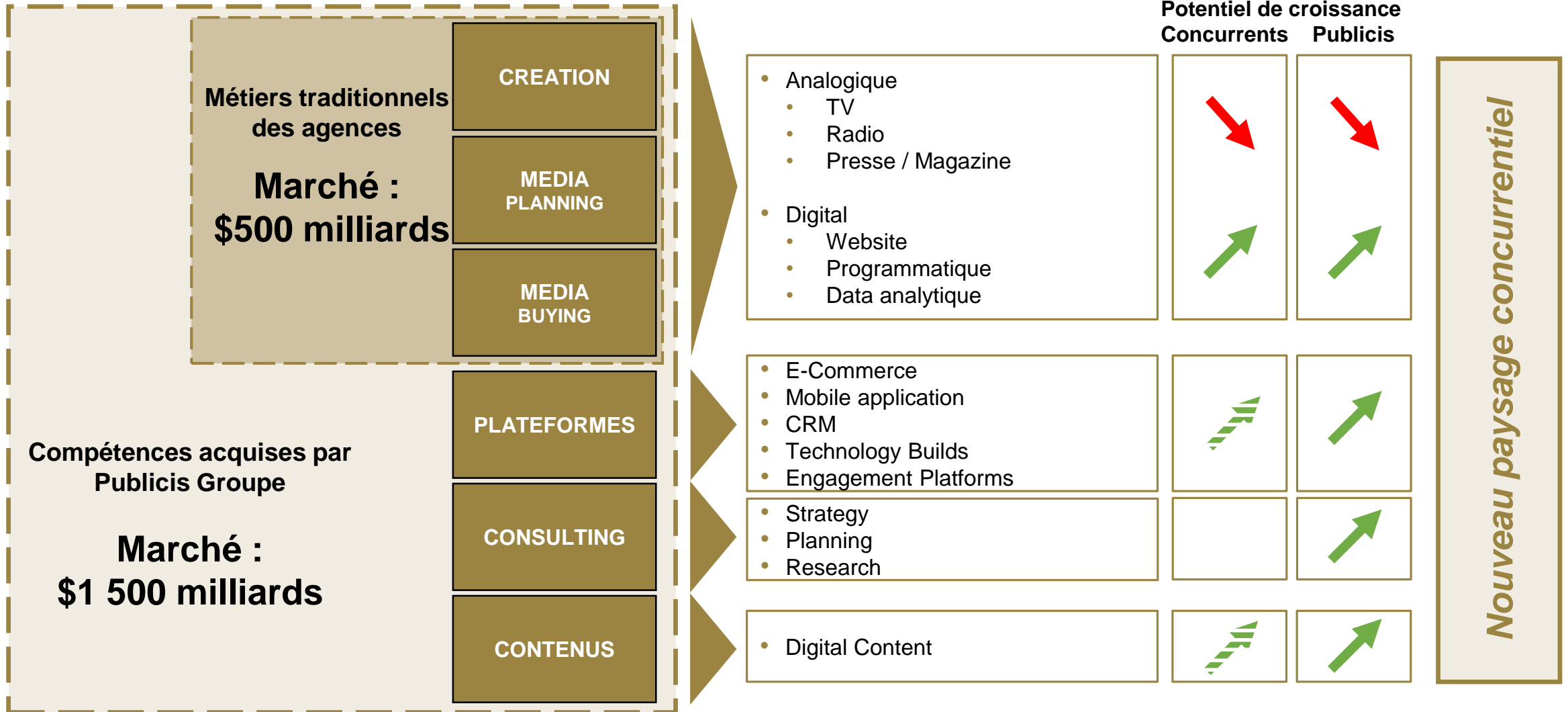
- Toutes les marques sous un seul toit
- Esprit entrepreneurial de start-ups

# État d'avancement de la nouvelle organisation

 PUBLICIS COMMUNICATIONS	<b>En cours</b>
 PUBLICIS MEDIA	<b>En cours</b>
 PUBLICIS SAPIENT	
 PUBLICIS HEALTHCARE	
 PUBLICIS ONE	<b>En cours</b>
<b>Chief Client Officers</b>	<b>En cours</b>

- Une organisation finalisée au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2016
- Un impact sur la croissance et la marge dès 2017

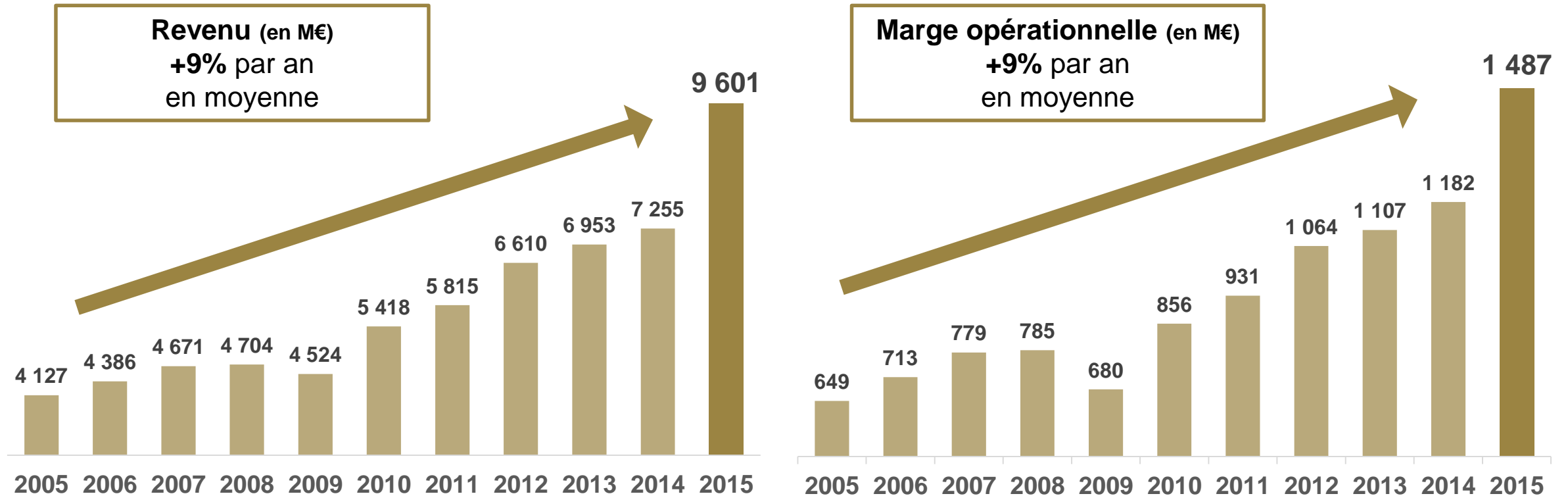
# Publicis Groupe, le potentiel de croissance le plus élevé de secteurs juxtaposés



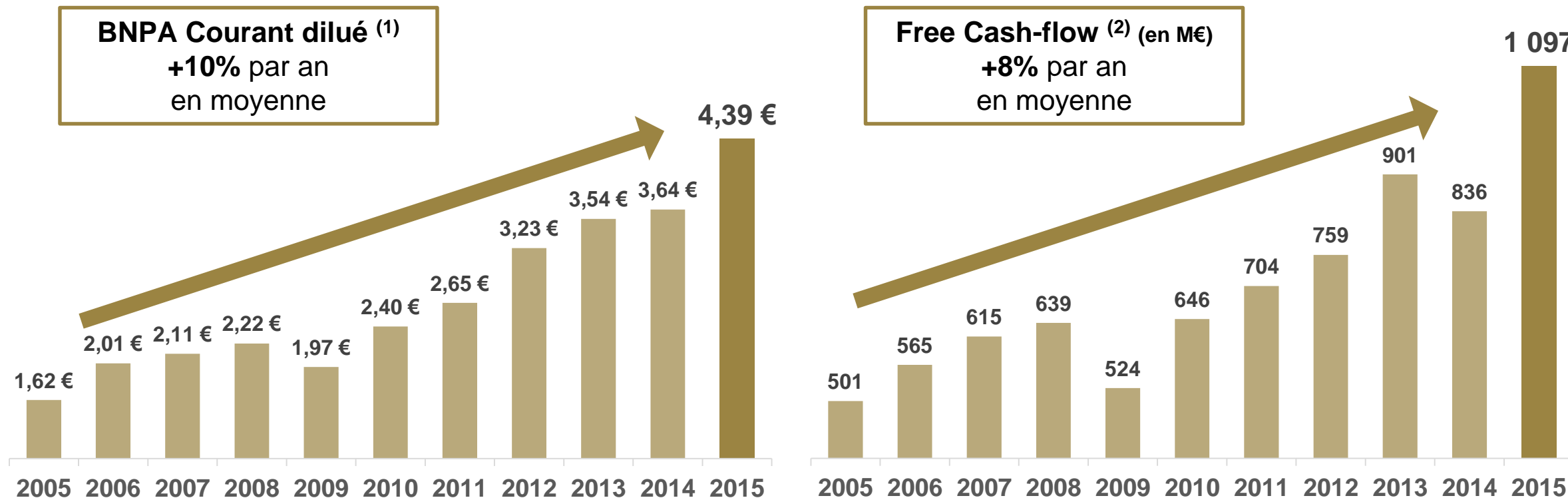
THE POWER OF  ONE

CONCLUSION

# Le business-model de Publicis Groupe a démontré sa résilience au cours des cycles économiques et technologiques...



... et a permis une croissance régulière et soutenue du BNPA courant dilué <sup>(1)</sup> et du free cash-flow <sup>(2)</sup>

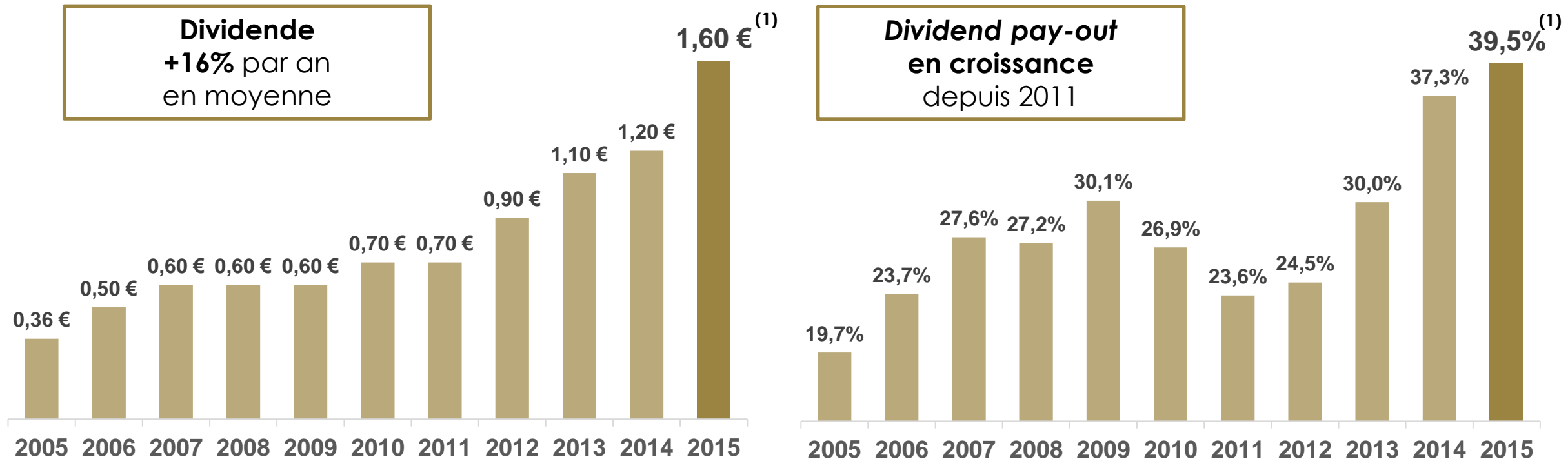


(1) Voir définitions en Annexe

(2) Avant variation du Besoin en Fonds de Roulement



# Une allocation du capital équilibrée entre investissements et retour aux actionnaires



**Objectif d'un *pay-out* de 42% en 2018**

(1) Sur la base du dividende proposé à l'Assemblée générale du 25 mai 2016

# Environnement 2016

- Faible croissance, faible inflation
  - Incertitudes macro-économiques : révision à la baisse des prévisions de croissance par le FMI
  - Focus des clients sur le court terme : réductions de coûts
  - Investissements faibles
  - Volatilité élevée
  - Risques géopolitiques

# Priorités 2016

- Mise en œuvre de la transformation de Publicis Groupe
  - Les clients au cœur
  - Transformation des clients : consulting et technologie
  - Services intégrés : une alchimie entre créativité et technologie
- 2016, une année de transition

# Perspectives

- Progression de l'ensemble des indicateurs financiers <sup>(1)</sup>
  - Revenu
  - Marge opérationnelle
  - BNPA Courant dilué
  - *Dividend pay-out*
- 2017 : bénéfices de la transformation de Publicis Groupe

(1) Voir définitions en Annexe

THE POWER OF  ONE

QUESTIONS / RÉPONSES

# ANNEXES



# REVENU 2015 EN MILLIONS USD

Revenu

**9 625**

**2014**

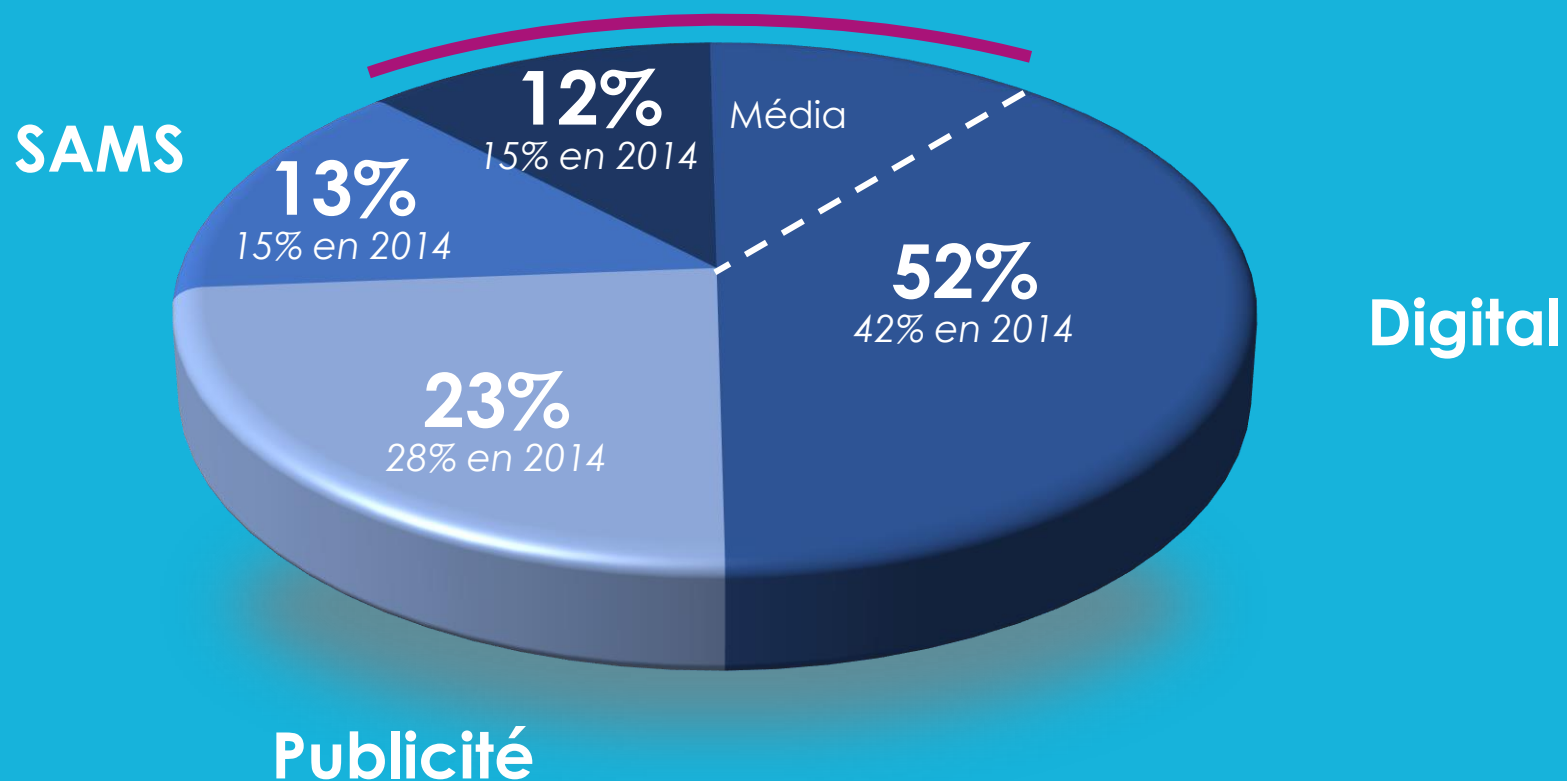
**10 648**

**2015**

**+10,6%**

# 2015 : REVENU PAR ACTIVITÉ

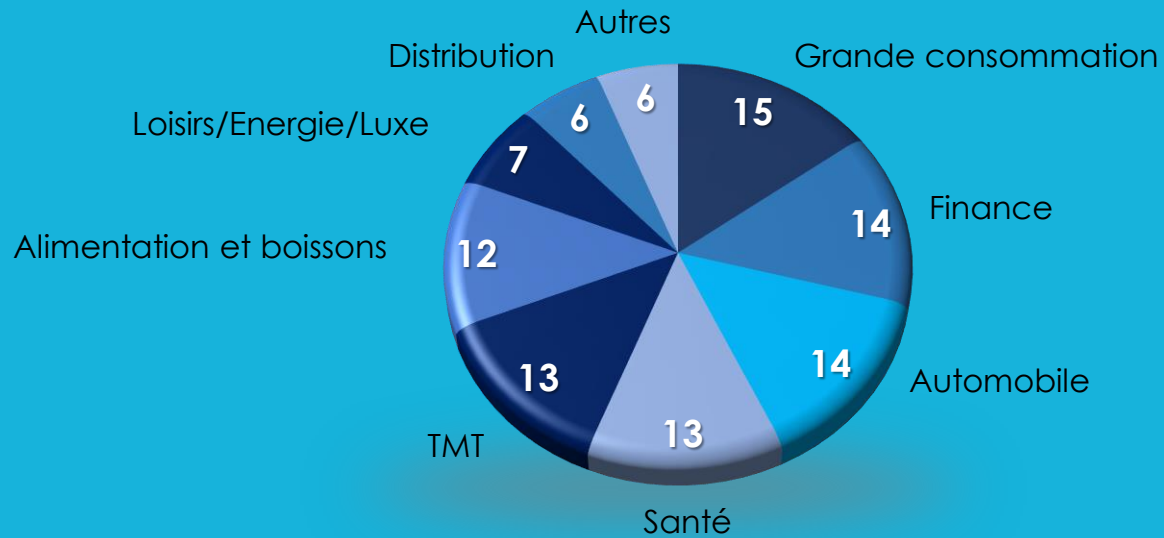
Media analogique & digital = 25%



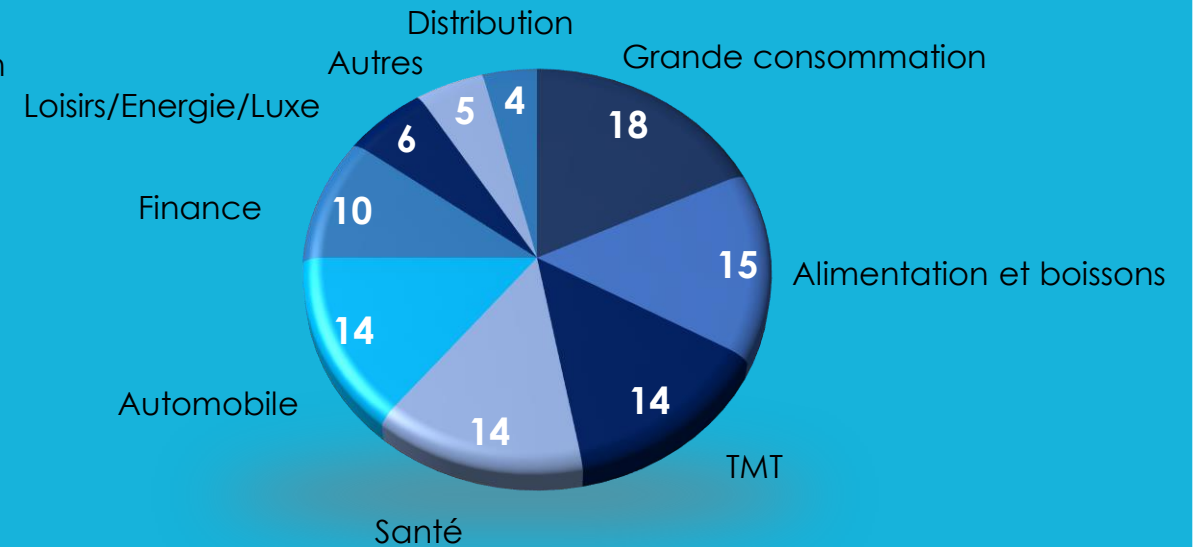


# 2015: REVENU PAR SECTEUR (1)

## 2015



## 2014



(1) Sur la base de 3 057 clients représentant 84% du revenu total du Groupe

# REVENU & CROISSANCE ORGANIQUE

(millions EUR)	2015	T4	9 premiers mois
<b>Revenu 2014</b>	<b>7 255</b>	<b>2 149</b>	<b>5 106</b>
Impact des taux de change	+823	+163	+660
Revenu 2014 aux taux de change 2015 <sup>(a)</sup>	8 078	2 312	5 766
Revenu 2015 avant acquisitions <sup>(1) (b)</sup>	8 202	2 377	5 825
Revenu des acquisitions <sup>(1)</sup>	1 399	357	1 042
<b>Revenu 2015</b>	<b>9 601</b>	<b>2 734</b>	<b>6 867</b>
<b>Croissance organique (b/a)</b>	<b>+1,5%</b>	<b>+2,8%</b>	<b>+1,0%</b>

Impact des taux de change par devise (millions EUR)			
(millions EUR)	2015	T4	9 premiers mois
GBP	+68	+16	+52
USD	+662	+139	+523
Other	+93	+8	+85
<b>Total</b>	<b>+823</b>	<b>+163</b>	<b>+660</b>

(1) Acquisitions (L&K India, Hawkeye, Lead 2 Action, Salter Baxter, Crown, Proximedia, Ambito 5, Liquorice, Nurun, Turner Duckworth, Tangerine, Run, ZME, Machine, BrandsRock, 3Share, Relevant 24, Monkees, ZO Puerto Rico, AKM3, Vivid, Epic, Spindrift, Star Reacher, Sapient, B2B, Expicient, Practice iLeo Romania, Relaxnews, C, Match Media, Domani, AKOM 360, TMC, Voden, 2DataFish, Frubis, The Solution Group, Glickman, TCC, First Click, August Media, Langland), nettes de cessions

(2) EUR = USD 1.109 en 2015 vs. USD 1.327 en 2014  
EUR = GBP 0.726 en 2015 vs. GBP 0.806 en 2014

# T4 2015 REVENU PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

(PRÉSENTATION ALTERNATIVE)

(millions EUR)	T4 2015	T4 2014	Croissance	Croissance organique
Europe <sup>(1)</sup>	749	650	+15,2%	-1,7%
Amérique du Nord	1 417	986	+43,7%	+6,3%
BRIC + MISSAT <sup>(2)</sup>	329	304	+8,2%	-0,4%
Reste du Monde	239	209	+14,4%	+3,1%
<b>Total</b>	<b>2 734</b>	<b>2 149</b>	<b>+27,2%</b>	<b>+2,8%</b>

(1) Europe hors Russie et Turquie

(2) BRIC = Brésil, Russie, Inde, Chine

MISSAT = Mexique, Indonésie, Singapour, Afrique du Sud, Turquie

# 2015 REVENU PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

(PRÉSENTATION ALTERNATIVE)

(millions EUR)	2015	2014	Croissance	Croissance organique
Europe <sup>(1)</sup>	2 598	2 154	+20,6%	+0,6%
Amérique du Nord	5 184	3 490	+48,5%	+2,4%
BRIC + MISSAT <sup>(2)</sup>	1 042	938	+11,1%	-0,4%
Reste du Monde	777	673	+15,5%	+2,5%
<b>Total</b>	<b>9 601</b>	<b>7 255</b>	<b>+32,3%</b>	<b>+1,5%</b>

(1) Europe hors Russie et Turquie

(2) BRIC = Brésil, Russie, Inde, Chine

MISSAT = Mexique, Indonésie, Singapour, Afrique du Sud, Turquie

# 2015 REVENU PAR GÉOGRAPHIE ET PAR ACTIVITÉ

(PRÉSENTATION ALTERNATIVE)

	Europe <sup>(1)</sup>	Amérique du Nord	BRIC + Missat <sup>(2)</sup>	Reste du monde	Total
Digital	+7,3%	+2,3%	+24,9%	+13,4%	<b>+5,4%</b>
Analogique	-3,3%	+2,5%	-7,5%	-1,2%	<b>-1,4%</b>
<b>Total</b>	<b>+0,6%</b>	<b>+2,4%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>+2,5%</b>	<b>+1,5%</b>

(1) Europe hors Russie et Turquie

(2) BRIC = Brésil, Russie, Inde, Chine

MISSAT = Mexique, Indonésie, Singapour, Afrique du Sud, Turquie

# DETTE BRUTE AU 31 DÉCEMBRE 2015

## Répartition par ÉCHEANCE

(millions EUR)	Total	2016	2017	2018	2019	À partir de 2020
Eurobond 2021 <sup>(1)</sup>	<b>796</b>					796
Eurobond 2024 <sup>(1)</sup>	<b>672</b>					672
Medium term loan	<b>1 458</b>			486	486	486
Earn out / Buy out	<b>455</b>	232	102	84	37	-
Autres dettes <sup>(1)</sup>	<b>163</b>	56	9			98
<b>Total dette brute</b>	<b>3 544</b>	<b>288</b>	<b>111</b>	<b>570</b>	<b>523</b>	<b>2 052</b>

(1) y compris la valeur de marché des dérivés associés



**Pas de covenants**

# DETTE NETTE AU 31 DÉCEMBRE 2015

## Répartition par DEVISE

(millions EUR)	Total	EURO	USD	GBP	Autres
Eurobond 2021 <sup>(1) (2)</sup>	<b>796</b>		796		
Eurobond 2024 <sup>(1) (2)</sup>	<b>672</b>		672		
Medium term loan	<b>1 458</b>	446	1 012		
Earn out / Buy out	<b>455</b>	64	163	59	169
Autres dettes <sup>(1)</sup>	<b>163</b>	2	99	8	54
Trésorerie et équivalent de trésorerie <sup>(3)</sup>	<b>(1 672)</b>	(91)	(766)	(31)	(784)
<b>Endettement financier net (cash)</b>	<b>1 872</b>	<b>421</b>	<b>1 976</b>	<b>36</b>	<b>(561)</b>

(1) y compris la valeur de marché des dérivés associés

(2) Les 2 tranches de l'emprunt obligataire émis en décembre 2014 sont « swapées » en USD à taux fixe

(3) Après swaps de change

# DETTE NETTE AU 31 DÉCEMBRE 2015

## Répartition par TAUX

(millions EUR)	Total	Earn-out / Buy-out	Taux fixe	Taux variable
Eurobond 2021 <sup>(1)</sup> <sup>(2)</sup>	796		796	
Eurobond 2024 <sup>(1)</sup> <sup>(3)</sup>	672		672	
Medium term loan	1 458			1 458
Autres dettes <sup>(1)</sup>	163		98	65
<b>Total dette financière brute hors earn-out / Buy-out</b>	<b>3 089</b>		<b>1 566</b>	<b>1 523</b>
Earn-out / Buy-out	455	455		
Trésorerie et équivalent de trésorerie	(1 672)			(1 672)
<b>Endettement financier net (cash)</b>	<b>1 872</b>	<b>455</b>	<b>1 566</b>	<b>(149)</b>

(1) y compris la valeur de marché des dérivés associés

(2) Les deux tranches de l'emprunt obligataire émis en décembre 2014 ont été "swapées" en USD à taux fixe



# RAPPROCHEMENT RESULTAT NET PART DU GROUPE - RÉSULTAT NET COURANT PART DU GROUPE

(millions EUR)	2015	2014
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>901</b>	<b>720</b>
Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt	61	33
Perte de valeur, nette d'impôt	18	71
Réévaluation des earn-out	12	(1)
Coûts d'acquisition de Sapient et de fusion Publicis/Omnicom, nets d'impôts	0	6
<b>Résultat net courant part du Groupe</b>	<b>992</b>	<b>829</b>

# DEFINITIONS

- **EBITDA** : Marge opérationnelle avant amortissements
- **Marge Opérationnelle** : 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** : Marge opérationnelle exprimée en pourcentage du revenu
- **Résultat net courant part du groupe** : Résultat net part du Groupe après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des principales plus ou (moins)-values de cession, de la réévaluation des earn-out et des coûts d'acquisition de Sapient ou de fusion Omnicom,
- **BNPA (Résultat net part du groupe par action)** : Résultat net part du Groupe divisé par le nombre moyen d'actions sur une base non diluée
- **BNPA Courant dilué (Résultat net courant part du groupe par action dilué)** : Résultat net courant part du groupe divisé par le nombre moyen d'actions sur une base diluée
- **Investissements (capex)** : Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles nettes hors participations et autres actifs financiers
- **ROCE (Return On Capital Employed)** : Marge Opérationnelle après Impôt (calculée avec un taux d'impôt effectif) / Moyenne des capitaux employés. Les capitaux employés comprennent le goodwill Saatchi & Saatchi non reconnu dans les comptes consolidés IFRS.
- **Dette nette (ou dette financière nette)** : 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 des dettes nettes moyennes mensuelles.
- **Dividend pay-out** : Dividende unitaire / BNPA

# CONTACTS

- **Presse**

**Peggy Nahmany**, Vice-President, Director of Communications

**Tel.** +33 1 44 43 72 83

**Email.** [peggy.nahmany@publicisgroupe.com](mailto:peggy.nahmany@publicisgroupe.com)

- **Relations Investisseurs**

**Jean-Michel Bonamy**, Vice-President Investor Relations & Strategic Financial Planning

**Tel.** +33 1 44 43 77 88

**Email.** [jean-michel.bonamy@publicisgroupe.com](mailto:jean-michel.bonamy@publicisgroupe.com)

**Chi-Chung Lo**, Investor Relations Manager

**Tel.** +33 1 44 43 66 69

**Email.** [chi-chung.lo@publicisgroupe.com](mailto:chi-chung.lo@publicisgroupe.com)

**Publicis Groupe | 133 Champs Elysées | F-75380 Paris Cedex 08 | [www.publicisgroupe.com](http://www.publicisgroupe.com) | [@publicisgroupe](https://twitter.com/publicisgroupe)**