



Résultats de l'exercice 2010

10 février 2011

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 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 susceptibles d'affecter son activité telles que figurant dans son Document de Référence déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF).

4^e trimestre 2010 : Chiffres clés

Revenus (millions EUR)

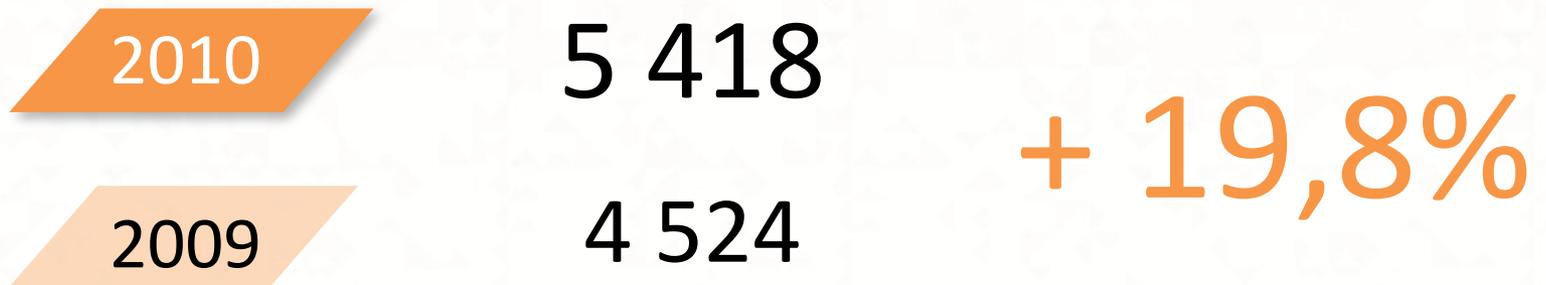
2010	1 560	+ 23,0%
2009	1 268	

Croissance organique

+ 12,5%

2010 : Chiffres clés

Revenus (millions EUR)

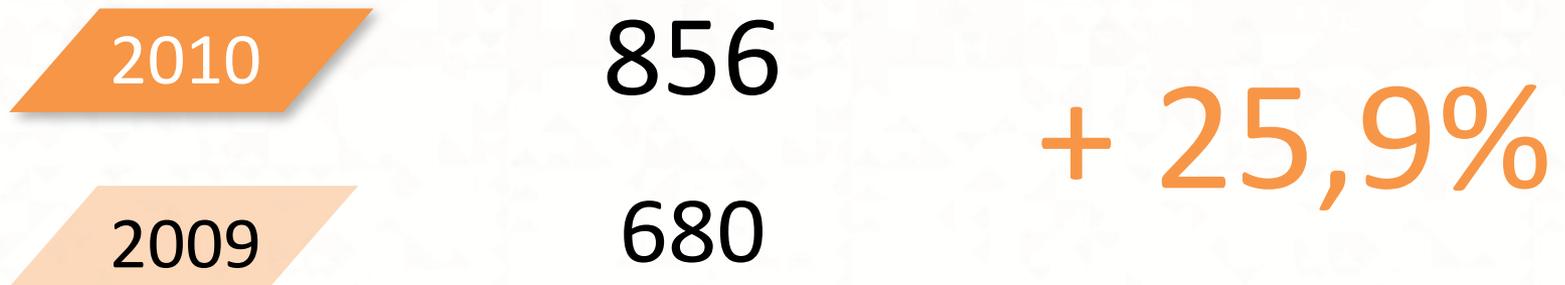


Croissance organique

+ 8,3%

2010 : Chiffres clés

Marge opérationnelle
(millions EUR)



% Marge opérationnelle

15,8%
+80 bp

2010 : Chiffres clés

Résultat net part du groupe
(Millions EUR)

2010

526

+ 30,5%

2009

403

2010 : Chiffres clés

BNPA courant* dilué
(EUR)

2010

2,39

+ 21%

2009

1,97

* Après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des plus-values de cession d'immeubles et du crédit d'impôt lié à l'impôt différé passif sur l'Océane 2014 (pour 2009)

2010 : Chiffres clés

Free Cash Flow*
(millions EUR)

2010

646

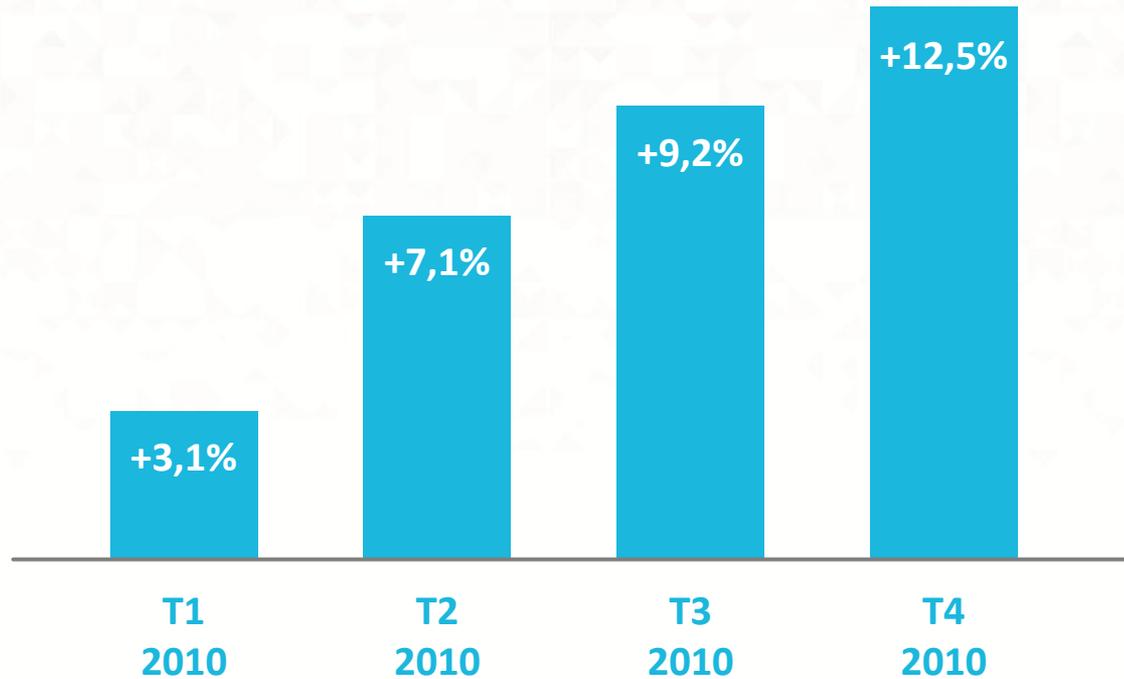
+ 23,3%

2009

524

RÉSULTATS FINANCIERS

Croissance confirmée*



Revenu du 4^e trimestre par zone géographique

(millions EUR)	T4 2010	T4 2009	Croissance organique 2010	Var. 2010 / 2009
Europe	556	483	11,3%	15,1%
Amérique du Nord	683	545	14,0%	25,2%
Asie Pacifique	180	146	6,4%	23,1%
Amérique Latine	87	51	22,1%	70,9%
Moyen-Orient et Afrique	54	43	15,3%	26,4%
Total	1 560	1 268	12,5%	23,0%

Revenu 2010 par zone géographique

(EUR million)	2010	2009	Croissance organique 2010	Var. 2010 / 2009
Europe	1 761	1 579	6,0%	11,5%
Amérique du Nord	2 606	2 094	9,9%	24,4%
Asie Pacifique	617	499	7,0%	23,8%
Amérique Latine	284	218	13,7%	30,4%
Moyen-Orient & Afrique	150	134	4,8%	12,3%
Total	5 418	4 524	8,3%	19,8%

Compte de résultat consolidé

(millions EUR)	2010	2009	Var. 10 /09
Revenu	5 418	4 524	19,8%
Marge opérationnelle	856	680	25,9%
<i>en % du revenu</i>	<i>15,8%</i>	<i>15,0%</i>	
Amortissement des actifs incorporels liés aux acquisitions	(34)	(30)	
Perte de valeur	(1)	(28)	
Autres produits (charges) non courants	14	7	
Résultat opérationnel	835	629	32,8%
Charge financière nette	(76)	(70)	
Impôt sur le résultat	(216)	(146)	
Mises en équivalence	8	4	
Intérêts minoritaires	(25)	(14)	
Résultat net part du Groupe	526	403	30,5%

Marge opérationnelle

(millions EUR)	2010	2009	Var. 10 / 09
Revenu	5 418	4 524	19,8%
Charges de personnel	(3 346)	(2 812)	19,0%
Autres charges opérationnelles	(1 105)	(940)	17,6%
Dotation aux amortissements	(111)	(92)	20,7%
Marge opérationnelle	856	680	25,9%
	15,8%	15,0%	+80bp

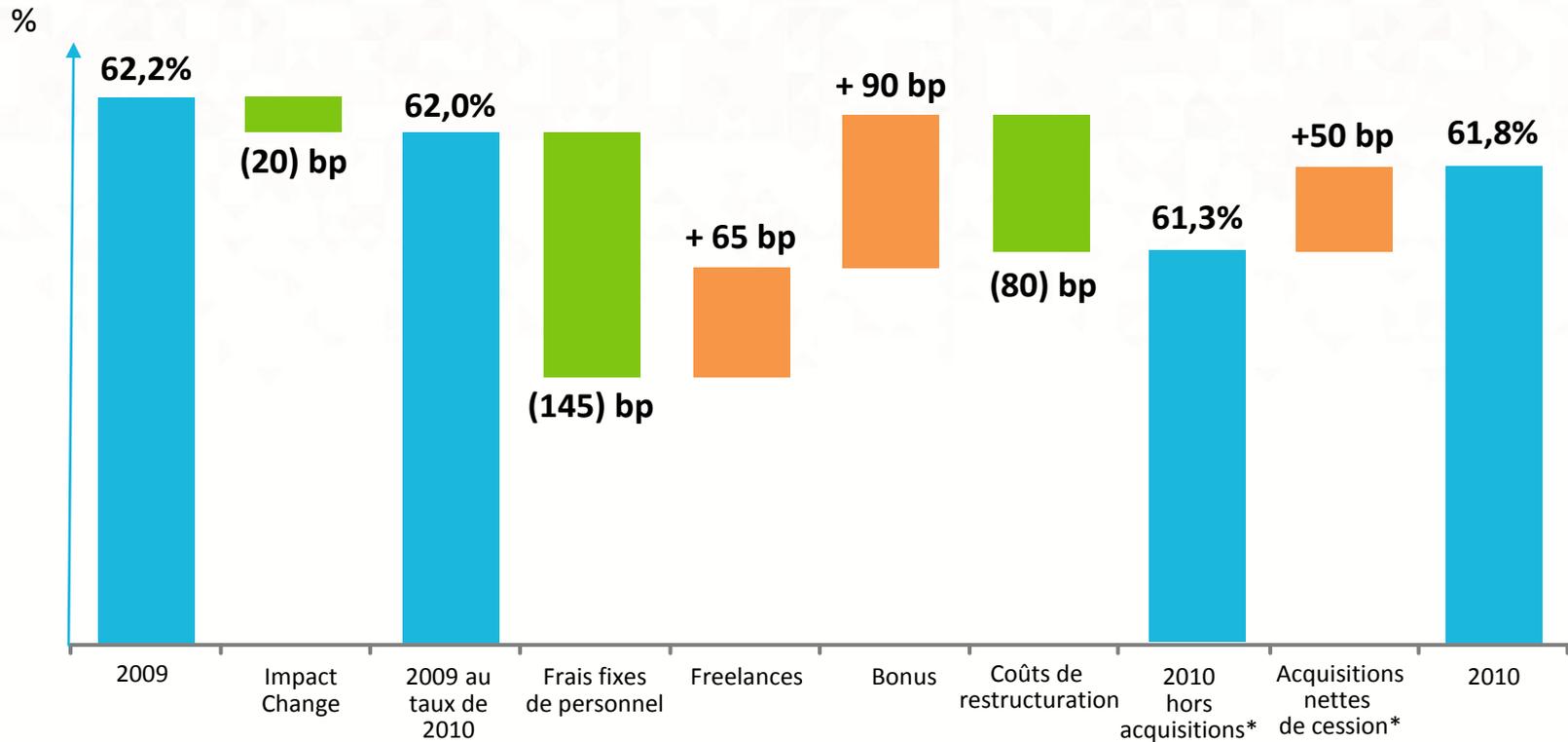
Coûts opérationnels

(millions EUR)	2010	2010 hors acquisitions*	2009**	Var. 10* / 09**
Charges de personnel	(3 346)	(3 157)	(2 955)	6,8%
% du revenu	61,8%	61,3%	62,0%	- 70 bp
Autres charges opérationnelles	(1 105)	(1 056)	(987)	7,0%
% du revenu	20,4%	20,5%	20,7%	- 20 bp
Dépréciation	(111)	(104)	(97)	7,2%
% du revenu	2,0%	2,0%	2,0%	0 bp
Total des coûts opérationnels	4 562	4 317	4 039	6,9%
Marge opérationnelle %	15,8%	16,2%	15,2%	+100 bp

* Après élimination de l'effet des acquisitions de 2010 et de l'impact en 2010, pour les mois précédant l'acquisition, des acquisitions de 2009

** 2009 au taux de change 2010

Ratio des charges de personnel sur revenu : évolution 2009/2010



* Après élimination de l'effet des acquisitions de 2010 et de l'impact en 2010, pour les mois précédant l'acquisition, des acquisitions de 2009

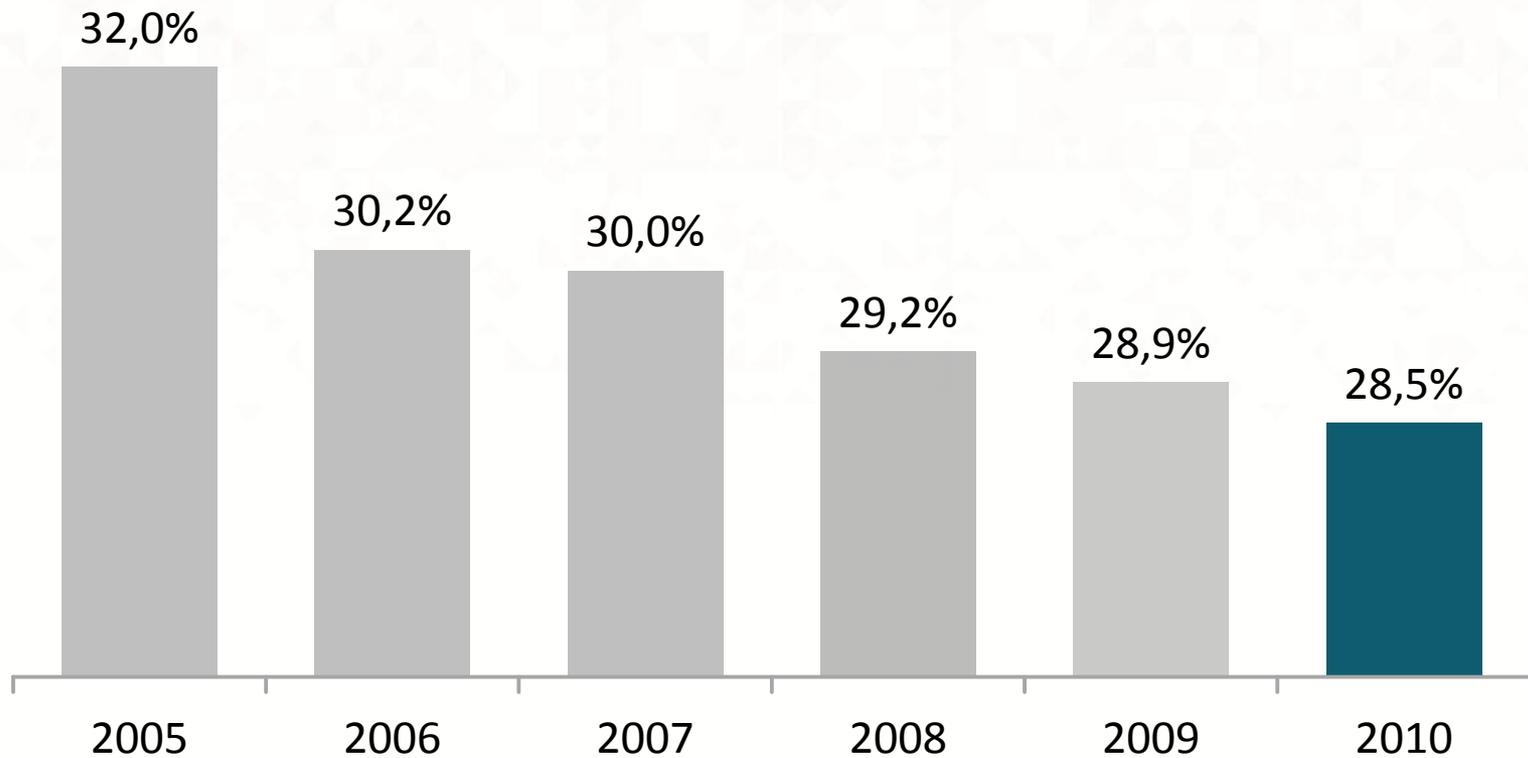
Résultat Financier

(millions EUR)	2010	2009	Var. 10 / 09
Eurobond 2012 et 2015 ⁽¹⁾	(14)	(19)	5
Oceane 2014 (émise en juin 2009)	(38)	(19)	(19)
Oceane 2018	(3)	(4)	1
Oranes	(2)	(2)	-
Intérêts sur "Finance lease"	(9)	(8)	(1)
Autres charges financières	(15)	(21)	6
Produits financiers ⁽²⁾	16	12	4
Coût de l'endettement financier net	(65)	(61)	(4)
Autres charges financières nettes	(11)	(9)	(2)
Résultat financier	(76)	(70)	(6)

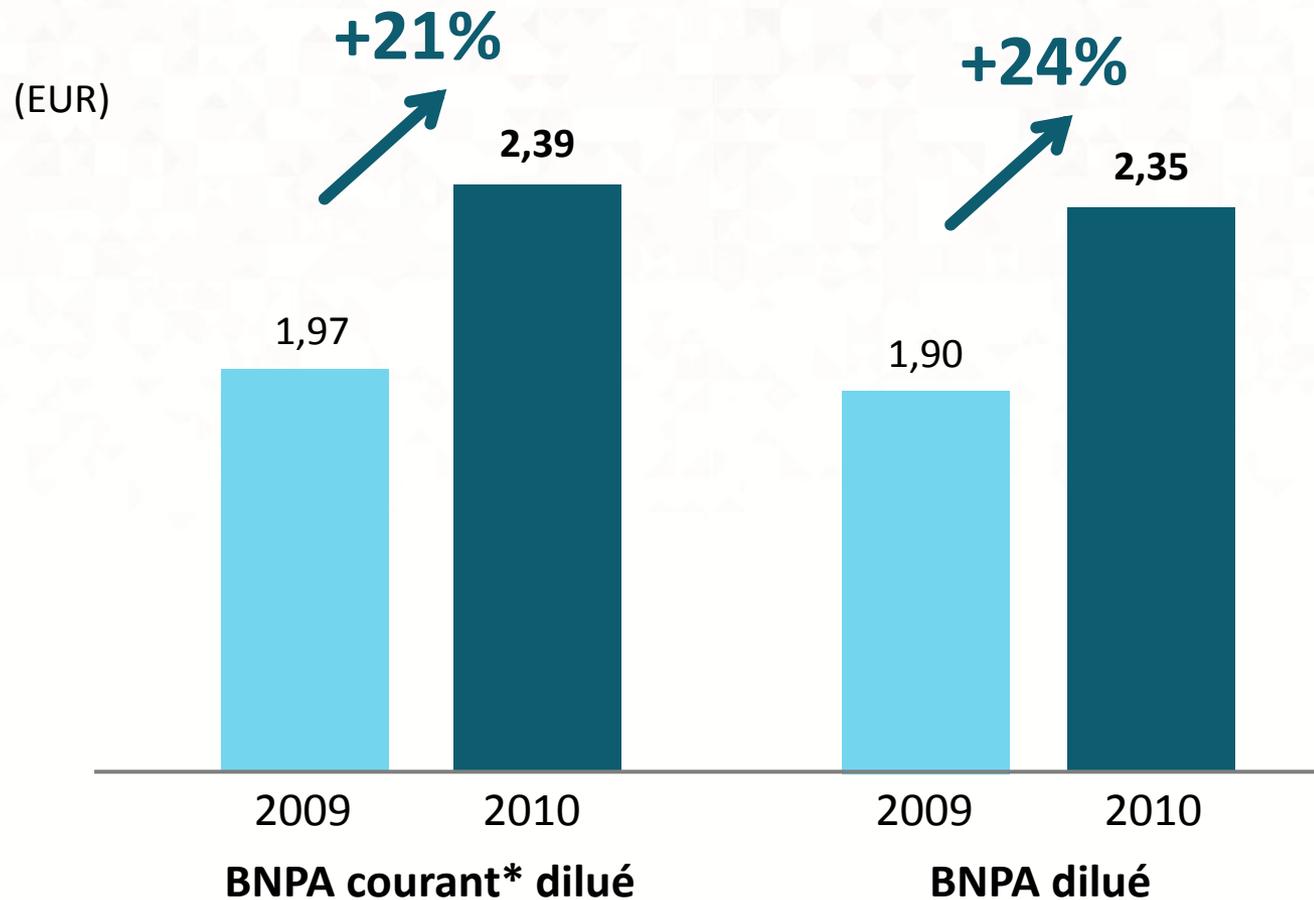
(1) Taux moyen 2010 résultant du swap taux fixe/ taux variable de l'Eurobond: 1,8% comparé à 2,6% en 2009

(2) L'augmentation des produits financiers est essentiellement due à l'augmentation de la trésorerie moyenne : 1 411 m€ vs 864 m€ en 2009, et ce malgré la baisse de l'EONIA : taux moyen de 0,44% en 2010 vs 0,72% en 2009

Taux d'impôt effectif depuis 2005



Résultat par action



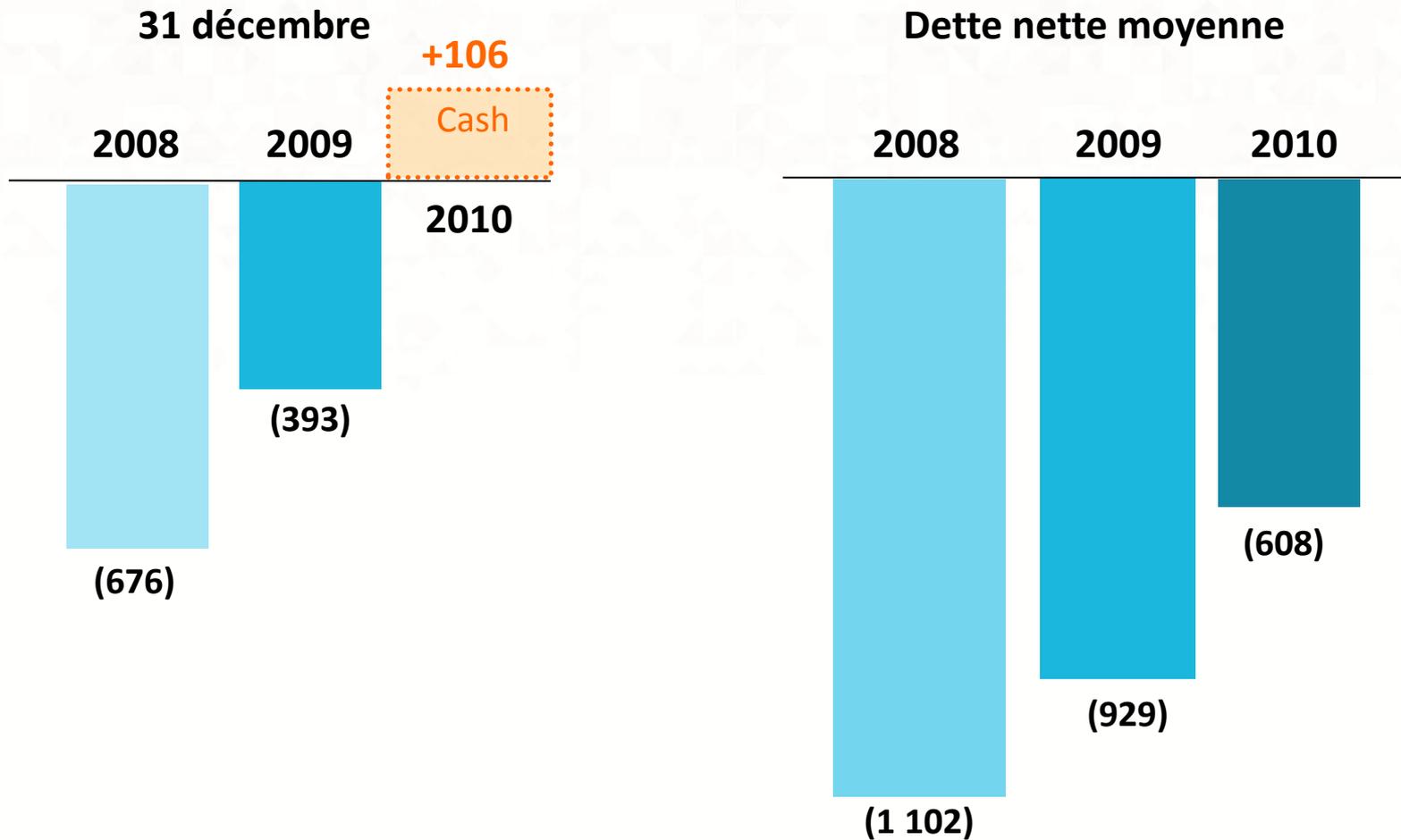
* après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des plus-values de cession d'immeubles et du crédit d'impôt lié à l'impôt différé passif sur l'Océane 2014 (pour 2009)

Bilan au 31 décembre 2010

(millions EUR)	2010	2009
Ecart d'acquisition et actifs incorporels	5 134	4 763
Autres immobilisations	717	601
Impôt courant et différé	(110)	(125)
Besoin en fonds de roulement	(1 889)	(1 459)
Total	3 852	3 780
Capitaux propres part du Groupe	3 361	2 813
Intérêts minoritaires	21	25
Total des capitaux propres	3 382	2 838
Provisions LT / CT	576	549
Dette nette (cash)	(106)	393
Total	3 852	3 780
Ratio d'endettement net	Cash positif	0,14

Trésorerie nette de + 106 M€ Dette nette moyenne réduite de 35%

(millions EUR)



Liquidité au 31 décembre 2010

(millions EUR)	Montant Total	Tiré	Disponible
Lignes de crédit confirmées			
Lignes de crédit à 364 jours	205	-	205
Lignes de crédit à 5 ans	450	-	450
Crédit syndiqué à 5 ans (Club Deal)	1 500	-	1 500
Total des lignes confirmées	2 155	-	2 155
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 164	-	2 164
Total liquidités	4 319	-	4 319
Lignes non confirmées Groupe	234	22	212

Ratios financiers

	2010	2009	Ratio Optimum
Dette nette moyenne / EBITDA ⁽¹⁾	0,63	1,20	< 1,50
Dette nette / Capitaux propres ⁽²⁾	-	0,14	< 0,50
Couverture des intérêts (EBITDA ⁽¹⁾ / Coût de l'endettement financier net)	15	13	> 7

(1) EBITDA : marge opérationnelle avant amortissement

(2) N/A car position de trésorerie nette positive de 106 M€ au 31 décembre 2010

Free Cash Flow avant variation du BFR

(millions EUR)	2010	2009	2008	2007	2006
Flux générés par l'activité	1 011	647	715	798	593
Investissements (Capex)*	(78)	(64)	(64)	(77)	(49)
Free Cash Flow	933	583	651	721	544
Neutralisation de la variation du BFR	(287)	(59)	(12)	(106)	(21)
Free Cash Flow courant avant variation du BFR	646	524	639	615	523

Utilisation du Cash en 2010

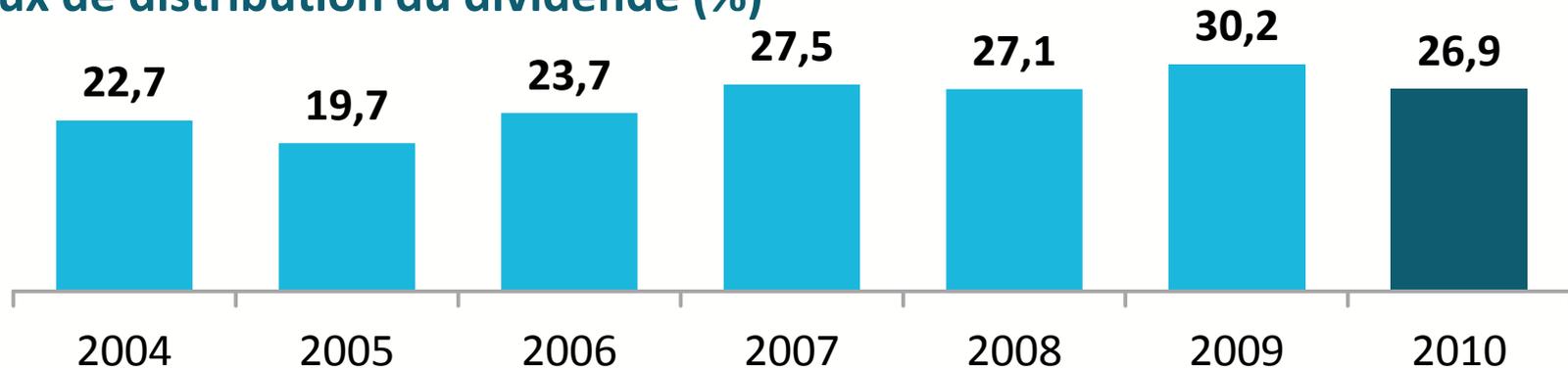
(millions EUR)	2010	2009
Free Cash Flow	933	583
Acquisitions (*)	(123)	(193)
Earn-outs	(39)	(71)
Buy-outs	(7)	(23)
Dividendes payés	(128)	(133)
Rachat d'actions (net de cessions)	(198)	5
Effet non-cash sur la dette nette	61	115
Réduction de la dette nette	499	283

Dividende

Par action en EUR



Taux de distribution du dividende (%)



RÉSULTATS DE PUBLICIS GROUPE : COMMENT ?

UNE STRATÉGIE GAGNANTE

- ◆ Amélioration du marché
- ◆ Forte croissance du numérique (Internet, Réseaux Sociaux, Search, e-commerce, Audience on Demand, Vidéo, Mobile...)
- ◆ Forte progression des pays à croissance rapide

STRATÉGIE : TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Transformation numérique

Razorfish

- ◆ Intégration réussie
- ◆ Croissance du revenu et progression de la marge conforme aux prévisions
- ◆ Bonne performance de l'Amérique du Nord
- ◆ Intégration dans les Centres de Services Partagés à venir
- ◆ Encore léger impact dilutif sur la marge du Groupe

Transformation numérique

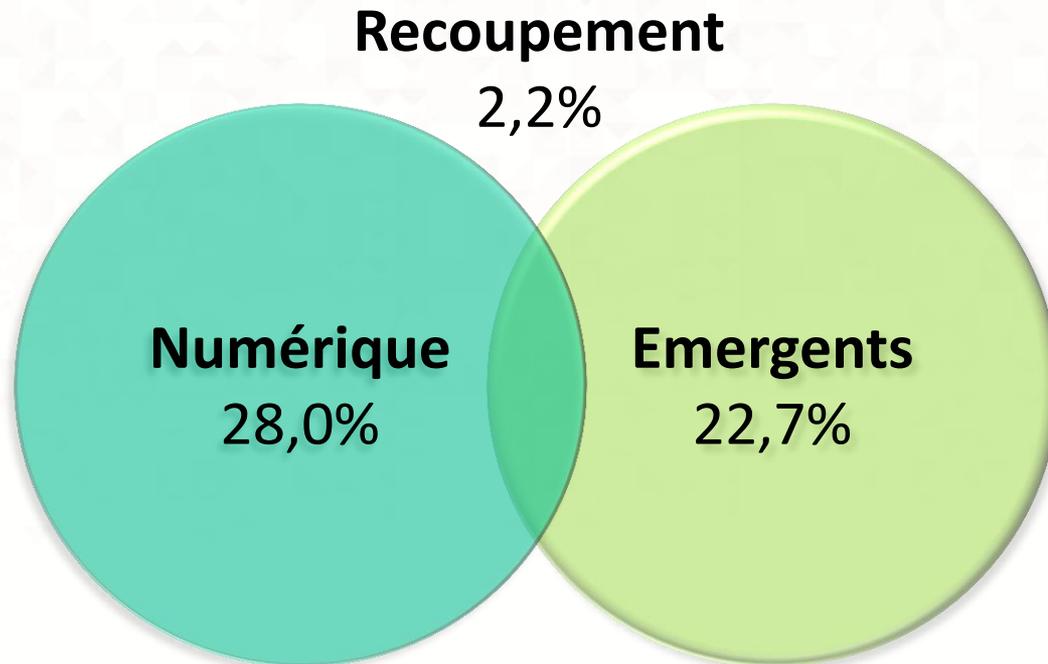
	2009	2010
Numérique (% du revenu du Groupe)	22,4%	28,0%*

STRATÉGIE : PAYS À FORTE CROISSANCE

Une présence accrue dans les pays à forte croissance (* hors Razorfish en 2010 : 23,8%)

	2009	2010
Marchés à forte croissance (% du revenu du Groupe)	22,3%	22,7%*

Revenu des segments à forte croissance



Numérique + Emergents
De 28,5% en 2006 à **48,5%** en 2010
Objectif fixé en 2006 : **50%**

STRATÉGIE : ACQUISITIONS EN 2010

Acquisitions en 2010

TALENT

in•sync

20:20 MEDIA

2020SOCIAL



DIGITALDISTRICT™

ANDREOLI



Publicis
Healthcare Consulting

易为公关
EASTWEI

W&K Communications
维传凯普传播机构

Focus sur le numérique
et les pays à forte croissance

STRATÉGIE : NEW BUSINESS

NEW BUSINESS 2010

5,9 milliards (US dollars)

PERFORMANCE DURABLE ?

- 1- Deux grands piliers stratégiques
- 2- Gains de parts de marché : parfaitement profilé pour anticiper les besoins des clients
- 3- Une aptitude avérée à intégrer et rentabiliser les acquisitions
- 4- Culture de contrôle des coûts

1- Deux grands piliers stratégiques

◆ Numérique*

- 2011: +14,0%
- 2012: +14,4%
- 2013: +13,4%

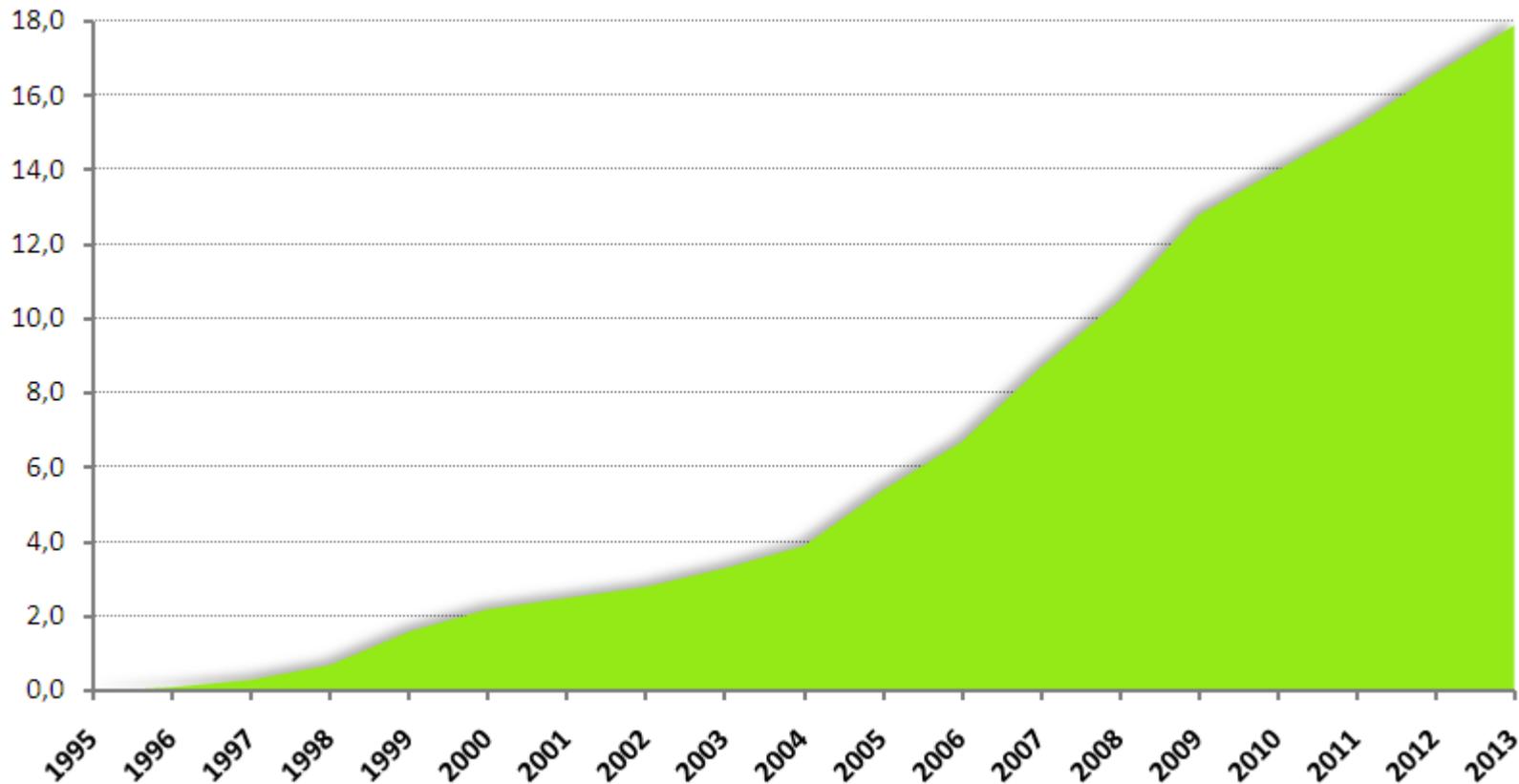
◆ Pays à forte croissance

- Pays émergents : croissance du PIB attendue **: +7,5% en 2011
+7,3% en 2012
- BRIC : croissance du PIB attendue **: +8,6% en 2011
+8,2% en 2012
- Chine: croissance du PIB attendue **: +10,0% en 2011
+9,5% en 2012

* ZenithOptimedia

**Goldman Sachs

Part d'internet dans la dépense publicitaire mondiale (%)



Audience on Demand

- ◆ AOD : plateforme d'achat d'espace permettant aux clients d'avoir accès à un inventaire de masse, avec des options de ciblage et des critères d'optimisation
- ◆ AOD : développé pour multiplier les possibilités au travers des écrans, pays et supports médias afin de créer de la valeur pour le client
- ◆ AOD met en relation plateformes médias, données, technologies et services afin de générer des revenus et améliorer la marge de Vivaki

Prévisions de dépenses publicitaires sur Internet *

(millions US\$)	2010	2011	2012	2012 vs. 2010
Display	\$ 19 820	\$ 22 026	\$ 24 601	+24%
Search	\$ 25 853	\$ 29 844	\$ 33 787	+30%
Réseaux Sociaux	\$ 1 804	\$ 2 258	\$ 2 785	+54%
Mobile	\$ 3 400	\$ 4 226	\$ 5 075	+49%
Total Internet	\$ 55 412	\$ 64 496	\$ 75 380	+36%

Evoluer dans des marchés larges et complexes permet à Publicis Groupe de générer des revenus et de se différencier

Vidéo

- ◆ "The Pool" : projet collaboratif créé aux Etats-Unis et lancé par Vivaki en janvier 2008
- ◆ Grands partenaires : Microsoft, Yahoo, CBS Interactive, Hulu et AOL
- ◆ Le projet : créer et tester des standards vidéos pour mieux cibler les consommateurs
- ◆ "The Pool" : déployé au Royaume-Uni, Chine et Espagne en 2010

Nouveaux standards déterminants pour l'industrie publicitaire de demain
Nouveaux vecteurs de croissance

Mobile

- ◆ Croissance des dépenses publicitaires sur mobile + 43,2% entre 2009 et 2012*
- ◆ Développement rapide, potentiel de croissance à venir : 5 milliards de téléphones portables dans le monde, 500 millions de personnes ayant accès à internet depuis leurs mobiles, 1 milliard d'ici 2011**
- ◆ Explosion des nouveaux usages du portable: applications, e-commerce et réseaux sociaux
- ◆ Création de solutions innovantes*** pour mieux servir nos clients et anticiper les changements du paysage médiatique

Nouveaux vecteurs de croissance numérique

*ZenithOptimedia

** Ericsson

*** Agence Phone Valley élue "Best Agency of the Year" (OMNA) – Ralph Lauren élu "Mobile Marketer of the Year" (Razorfish)

Croissance des pays émergents : exemple de la Chine

◆ 3 grands axes stratégiques:

- Renforcer les relations avec les clients internationaux
- Croître organiquement plus vite que le marché avec les clients chinois
- Acquisitions dans le numérique, les relations publiques, la santé...

Objectif :
doubler la taille de Publicis Groupe
en Chine en 3 ans

Objectifs de Publicis Groupe sur 3 ans (2 grands piliers)

Numérique

De 28,0% en 2010 à **35%** dans 3 ans

Marchés à forte croissance

De 22,7% en 2010 à **30%** dans 3 ans

Politique d'investissement : acquisitions ciblées

- ◆ Numérique : 20 premiers pays*
- ◆ Pays à forte croissance : BRIC, Next 11**
- ◆ Opportunités pour renforcer nos opérations

* 10 premiers pays: voir annexe page 71

** Annexe page 72

2- Gain de parts de marché

- ◆ Bonne performance New Business
- ◆ Numéro 1 en création au Gunn Report

	<i>Gunn Report Points 2010</i>	Revenu mondial 2009 (Mds \$)	Points (Mds \$)	Classement Par points (Mds \$)
Omnicom	485	11,72	41,4	2
WPP	376	13,60	27,6	3
PUBLICIS GROUPE	300	6,29	47,7	1
Interpublic	110	6,03	18,2	4

- ◆ Meilleure combinaison des ressources pour répondre aux besoins des clients

3- Une aptitude avérée à intégrer et rentabiliser les acquisitions

◆ Marge opérationnelle des acquisitions avant intégration :

- Saatchi & Saatchi (1999) : 9,8%*
- Bcom3 (2001) : 12,1%**
- Digitas (2006) : 10,7%**
- Razorfish (2009) : 6,3%***

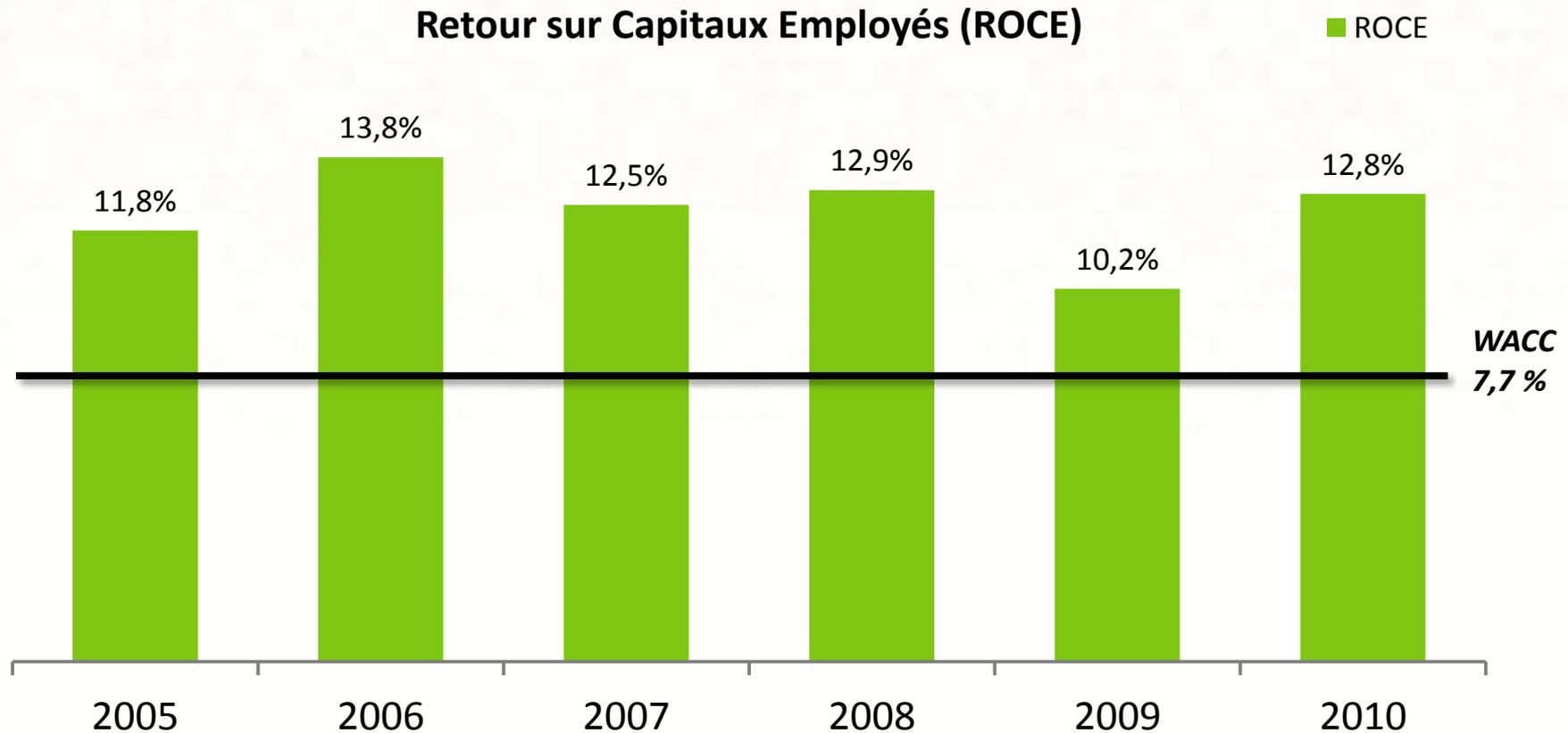
Marge opérationnelle de Publicis Groupe en 2010
15,8%

* UK GAAP

** US GAAP

*** IFRS

3- Une aptitude avérée à intégrer et rentabiliser les acquisitions



4- Culture de contrôle des coûts

- ◆ Réduction des coûts fixes de personnel
- ◆ « Two-doors » (optimisation des coûts d'occupation et des frais administratifs)
- ◆ Centres de services partagés
- ◆ ERP

PERSPECTIVES

Bonne tendance

- ◆ Retour de la croissance dans les économies développées et les pays émergents (rythmes différents)
- ◆ Solides bilans des entreprises

Malgré

- ◆ Incertitudes
 - Dette souveraine
 - Chômage

Objectifs pour 2011

- ◆ Croissance du revenu : organique & acquisitions
 - Croissance organique supérieure au marché
 - Gains de parts de marché (bon départ pour 2011)
 - 50% des revenus dans les segments à forte croissance (numérique et pays)

- ◆ Nouvelle augmentation de la marge

New Business

◆ Janvier 2011 : Nouveaux gains



We make it visible.



Rendez-vous le 21 février

...



Résultats de l'exercice 2010

10 février 2011

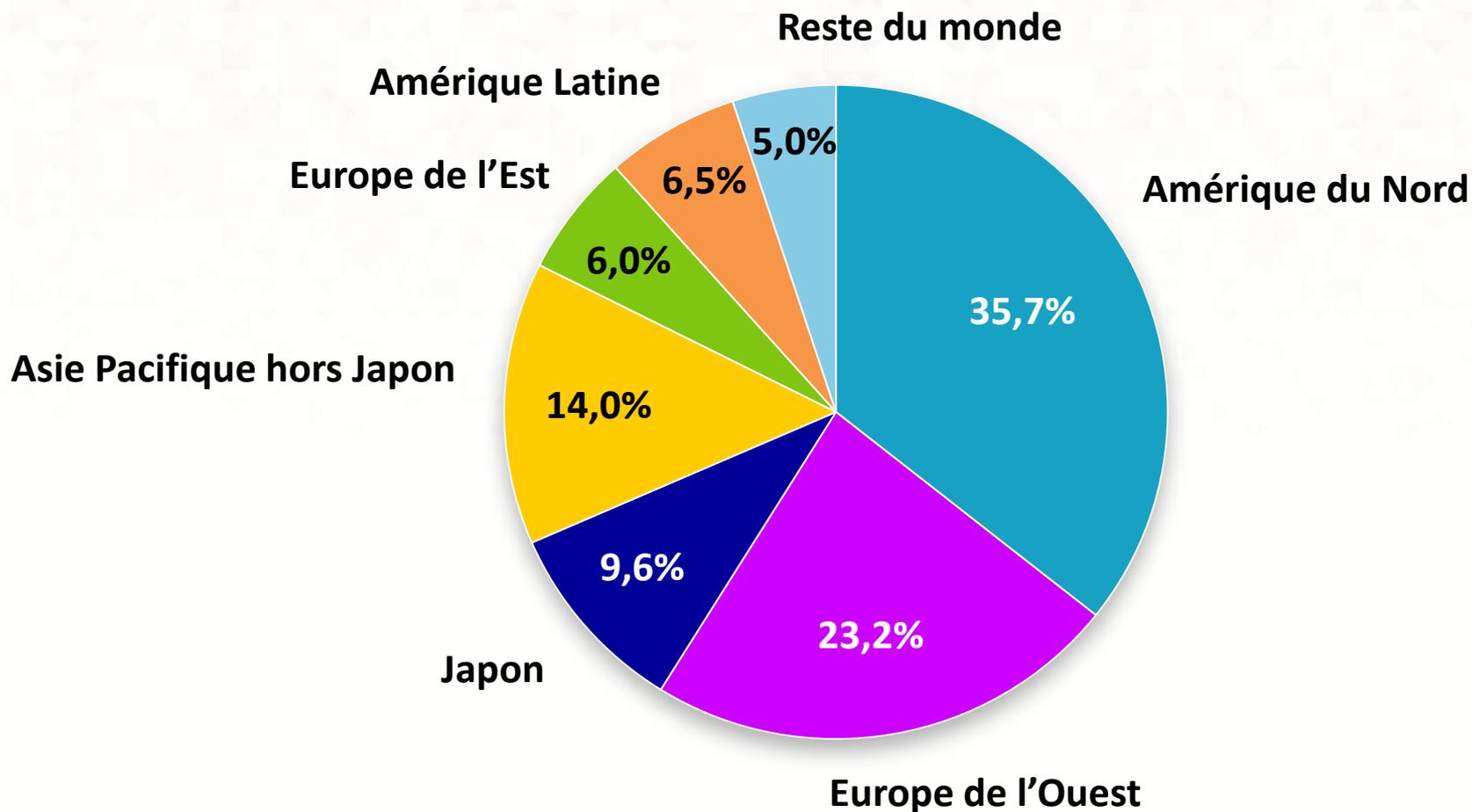
Questions & Réponses

2010



Annexes

Dépenses publicitaires par zone géographique en 2010



Estimations des investissements publicitaires pour 2011 et 2012 prix courants (%) - marchés clés

	Décembre 2010 Prévisions pour 2011	Décembre 2010 Prévisions pour 2012
Monde	+4,6%	+5,2%
Etats-Unis	+2,4%	+2,8%
Japon	+1,1%	+1,5%
Grande-Bretagne	+3,0%	+3,7%
Allemagne	+2,8%	+2,5%
Chine	+13,4%	+17,7%
France	+1,9%	+2,6%
Italie	+2,8%	+3,0%
Espagne	+3,0%	+5,0%
Brésil	+9,9%	+9,8%

Calcul de la croissance organique du revenu

(millions EUR)	S1	S2	Q4	2010
Revenu 2009	2 209	2 315	1 268	4 524
Impact des taux de change	55	187	97	242
Revenu 2009 au taux de change 2010 (a)	2 264	2 502	1 365	4 766
Revenu 2010 avant impact des acquisitions ⁽¹⁾ (b)	2 383	2 778	1 536	5 161
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	155	102	24	257
Revenu 2010	2 538	2 880	1 560	5 418
Croissance Organique (b/a)	5,3%	11,0%	12,5%	8,3%

Impact des devises (millions EUR)			
	S1	S2	2010
GBP	4	9	13
USD	5	95	100
Autres	46	83	129
Total	55	187	242

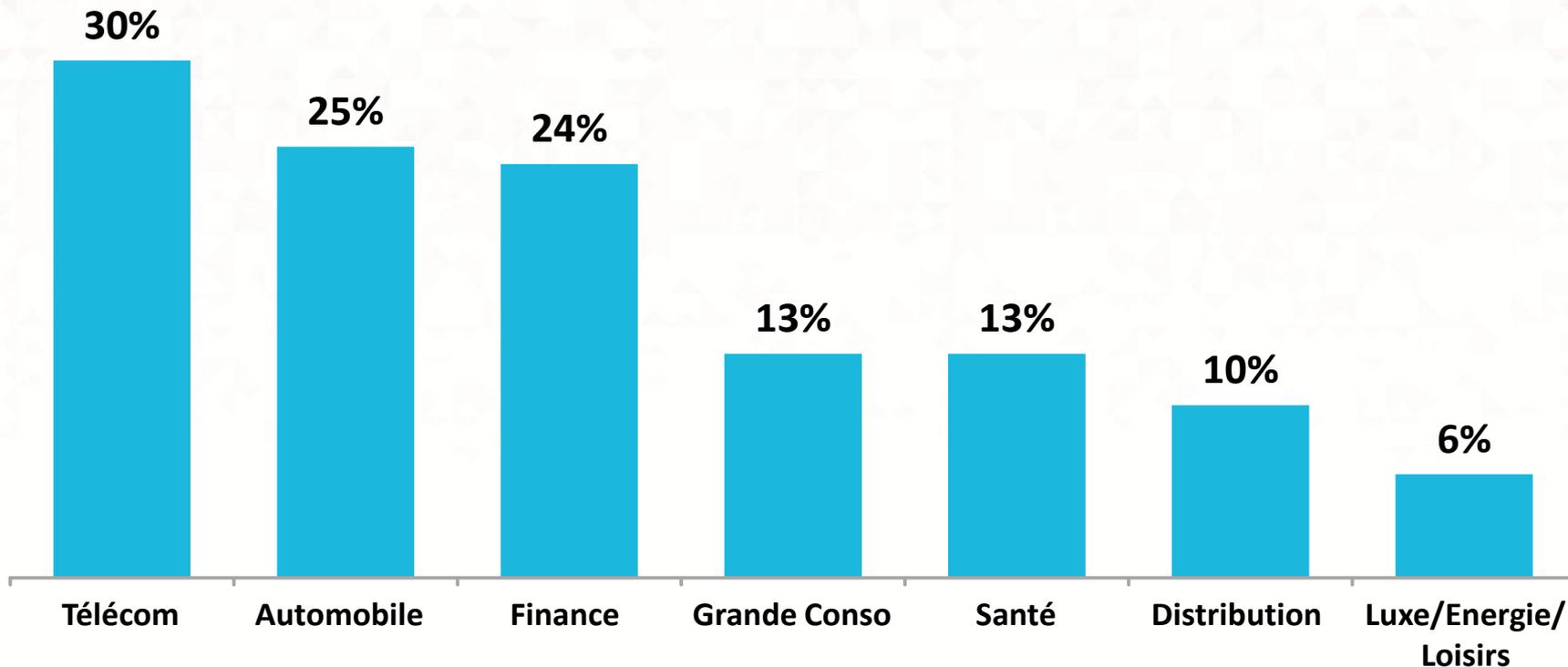
(1) Nettes de cessions

Taux de change moyen au 31 Dec. 2010 : 1 USD = 0,7551 EUR 1 GBP = 1,1660 EUR

Croissance organique par pays

Taux de croissance organique	2010	T4 10
Supérieur à 10%	Brésil, Corée, Etats-Unis, France, Inde, Mexique, Russie, Singapour, Turquie	Allemagne, Brésil, Corée, Etats-Unis, Emirats-Arabes, France, Inde, Mexique, Singapour
De 5 à 10%	Allemagne, Canada, Chine, Espagne, Royaume-Uni	Arabie Saoudite, Chine, Pays-Bas, Pologne, Russie, Royaume-Uni, Turquie
De 0 à 5%	Arabie Saoudite, Australie, Italie, Pays-Bas	Canada, Espagne, Italie
Inférieur à 0%	Grèce	Grèce, Portugal

Croissance par secteur*



Croissance dans tous les secteurs

* Basé sur les revenus de 1084 clients représentant 86% du revenu du Groupe en 2010

Revenu 2010 en USD par région

(millions USD)	2010	2009	Var. 10 / 09
Europe	2 332	2 194	6,3%
Amérique du Nord	3 451	2 911	18,6%
Asie Pacifique	816	693	17,7%
Amérique Latine	377	303	24,4%
Moyen-Orient et Afrique	199	186	7,0%
Total Groupe	7 175	6 287	14,1%

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

31 Dec. 2009 : 1 USD = 0,7195 EUR

31 Dec. 2010 : 1 USD = 0,7551 EUR

Revenu 2010 en GBP par région

(millions GBP)	2010	2009	Var. 10 / 09
Europe	1 509	1 407	7,2%
Amérique du Nord	2 235	1 865	19,8%
Asie Pacifique	529	444	19,1%
Amérique Latine	244	194	25,8%
Moyen-Orient et Afrique	129	119	8,4%
Total Groupe	4 646	4 029	15,3%

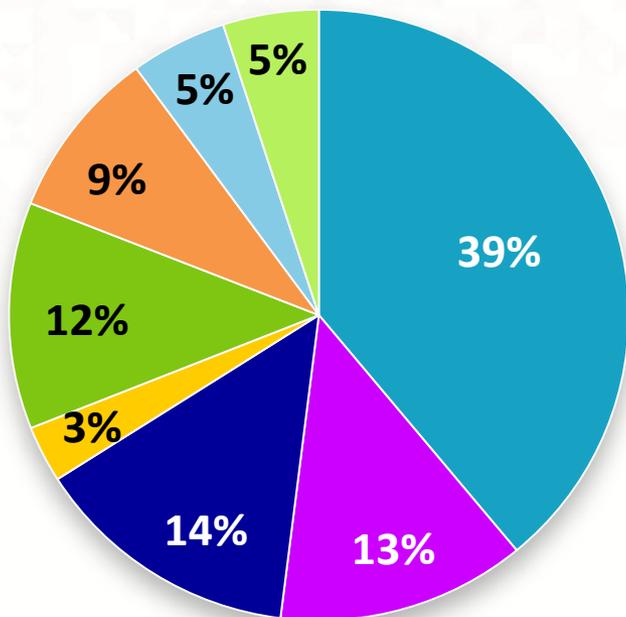
Toutes les entités converties en GBP avec les taux de change moyens suivants :

31 Dec.2009 : 1 GBP = 1,1227 EUR

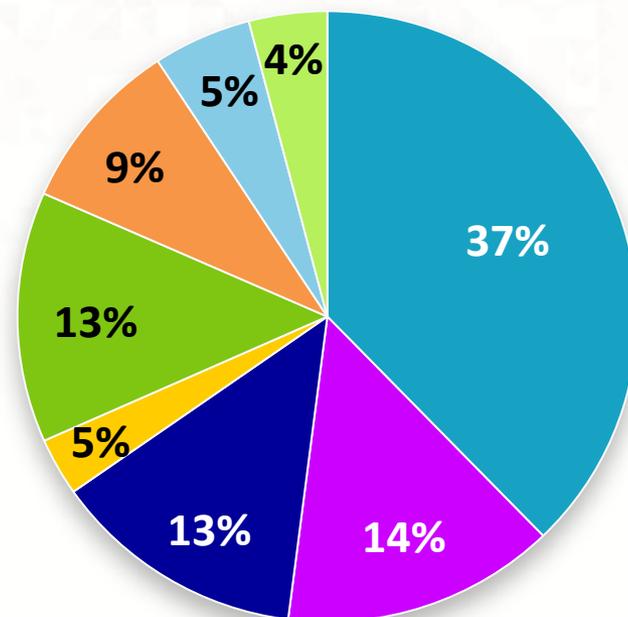
31 Dec. 2010 : 1 GBP = 1,1660 EUR

Publicis Groupe: Revenu par secteur 2009/2010

2009



2010



- Grande Conso
- Télécoms
- Santé
- Autres
- Automobile
- Finance
- Distribution
- Luxe/Energie/Loisirs

Portefeuille stable

Revenu 2010 par activité

Médias

20,0%



SAMS*

47,4%



The "Coca-Cola Enjoying Food around China" series embedded the brand throughout



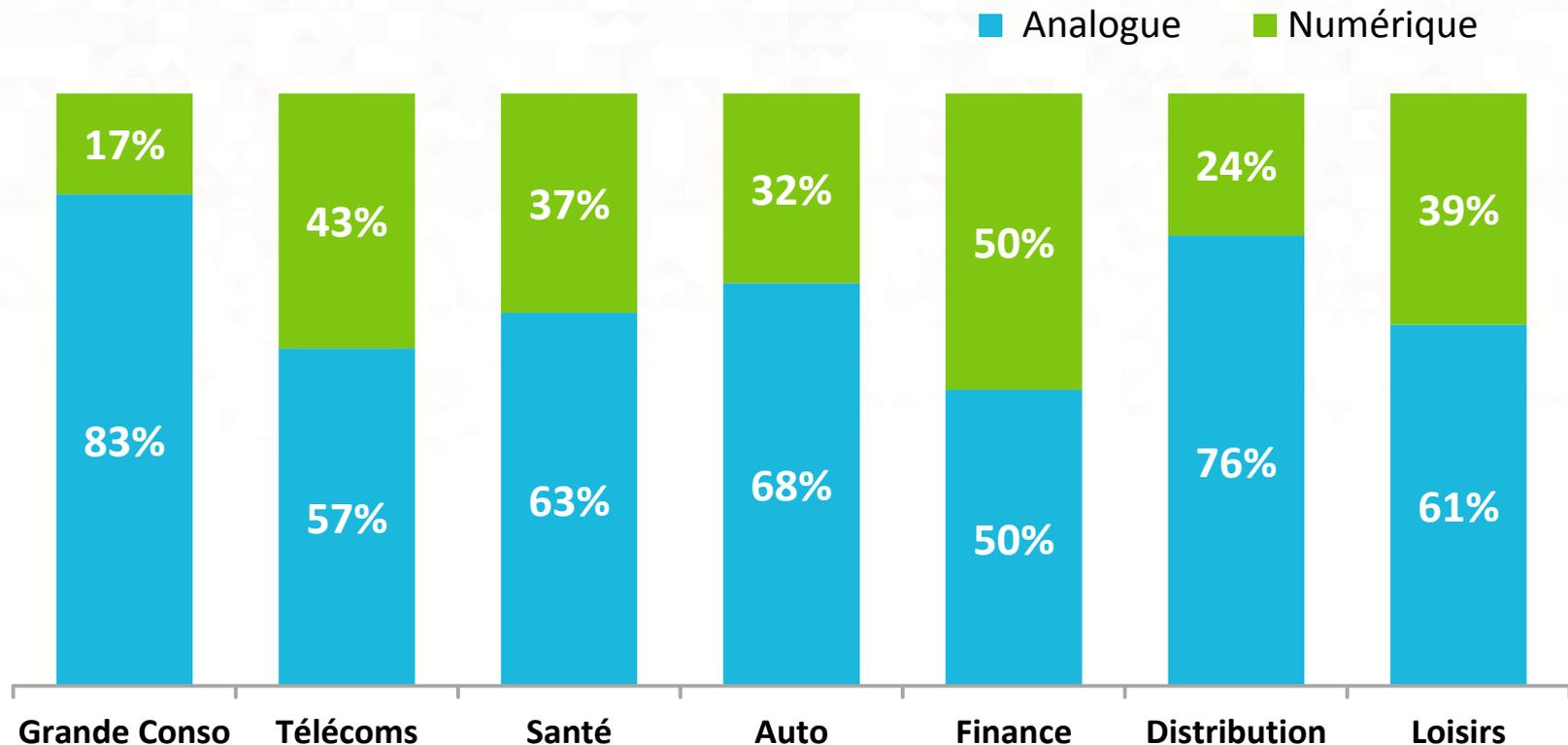
Publicité

32,6%



Transformation numérique

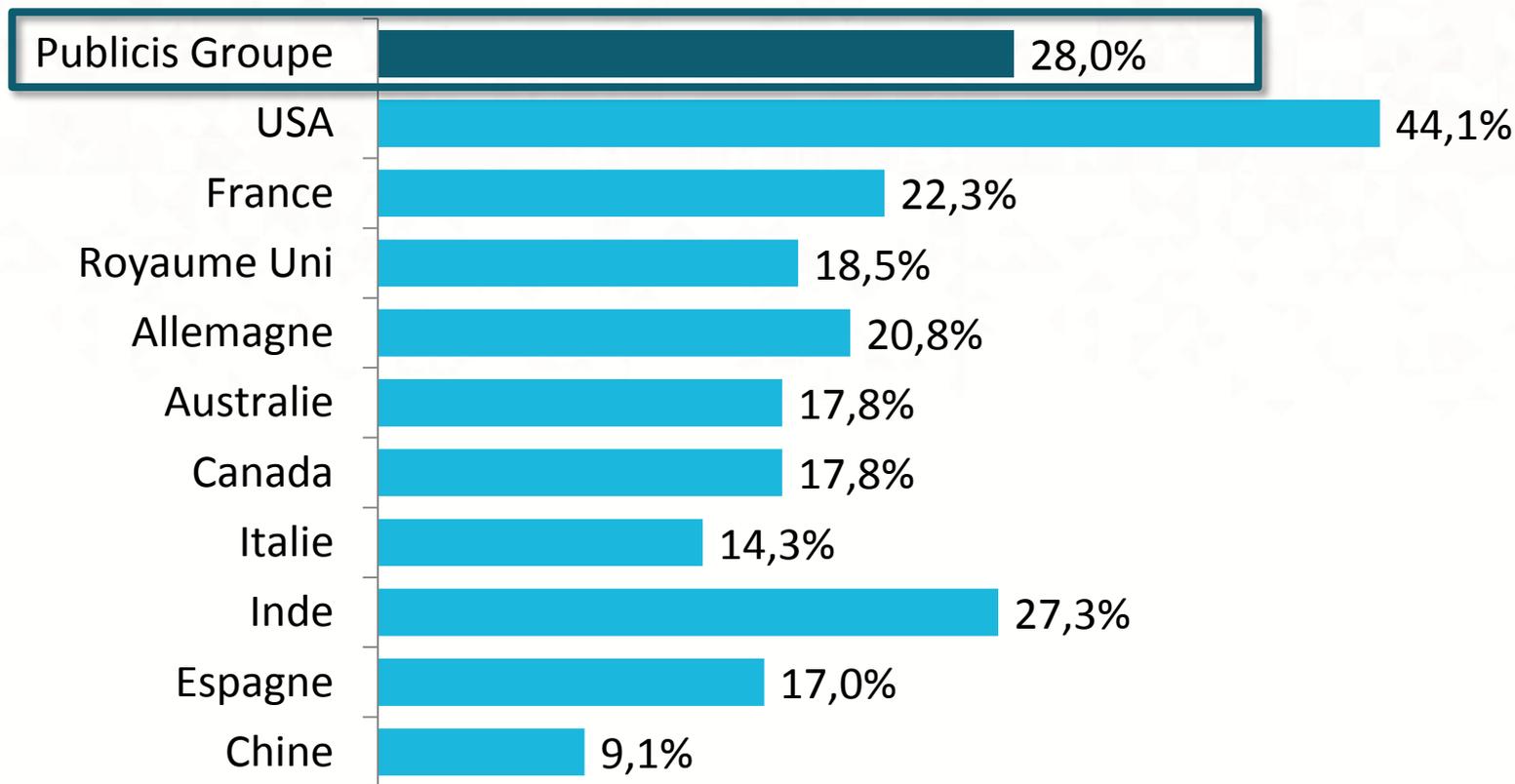
Part du revenu numérique par secteur*



Part du numérique en augmentation dans tous les secteurs
Progression attendue de la grande consommation et de la distribution

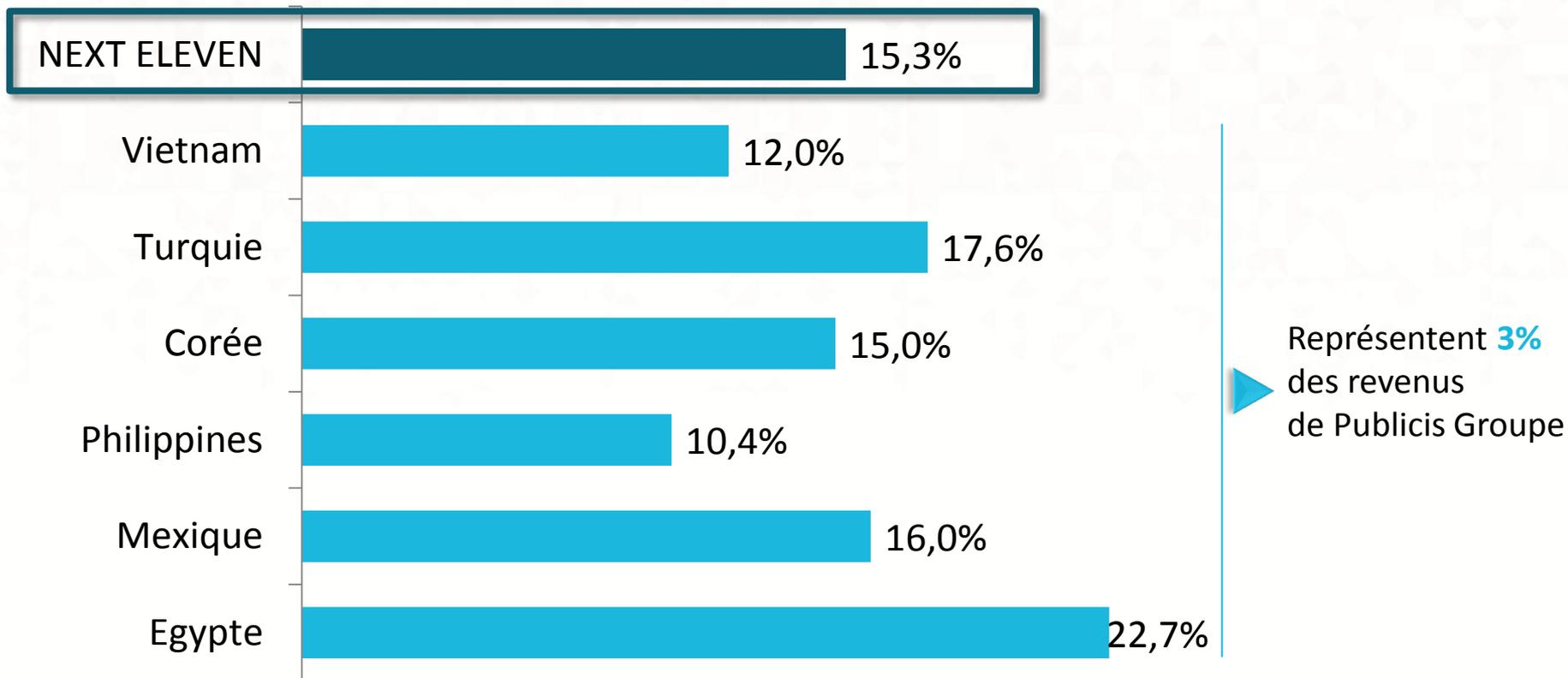
Transformation numérique

10 premiers pays numériques (en % du revenu)



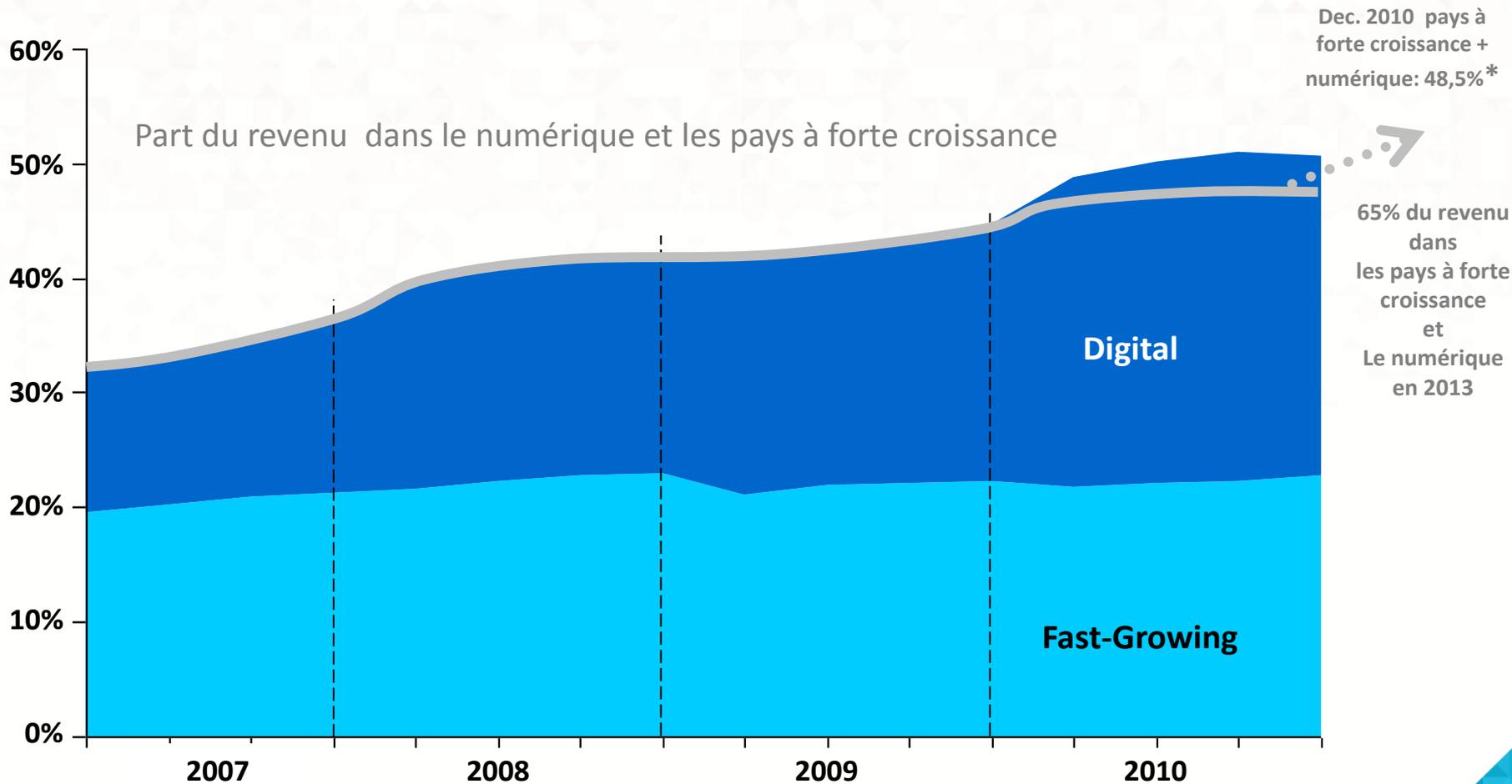
Publicis Groupe déjà présent dans 6 des “Next Eleven” * au travers de 5 réseaux mondiaux

Croissance Organique



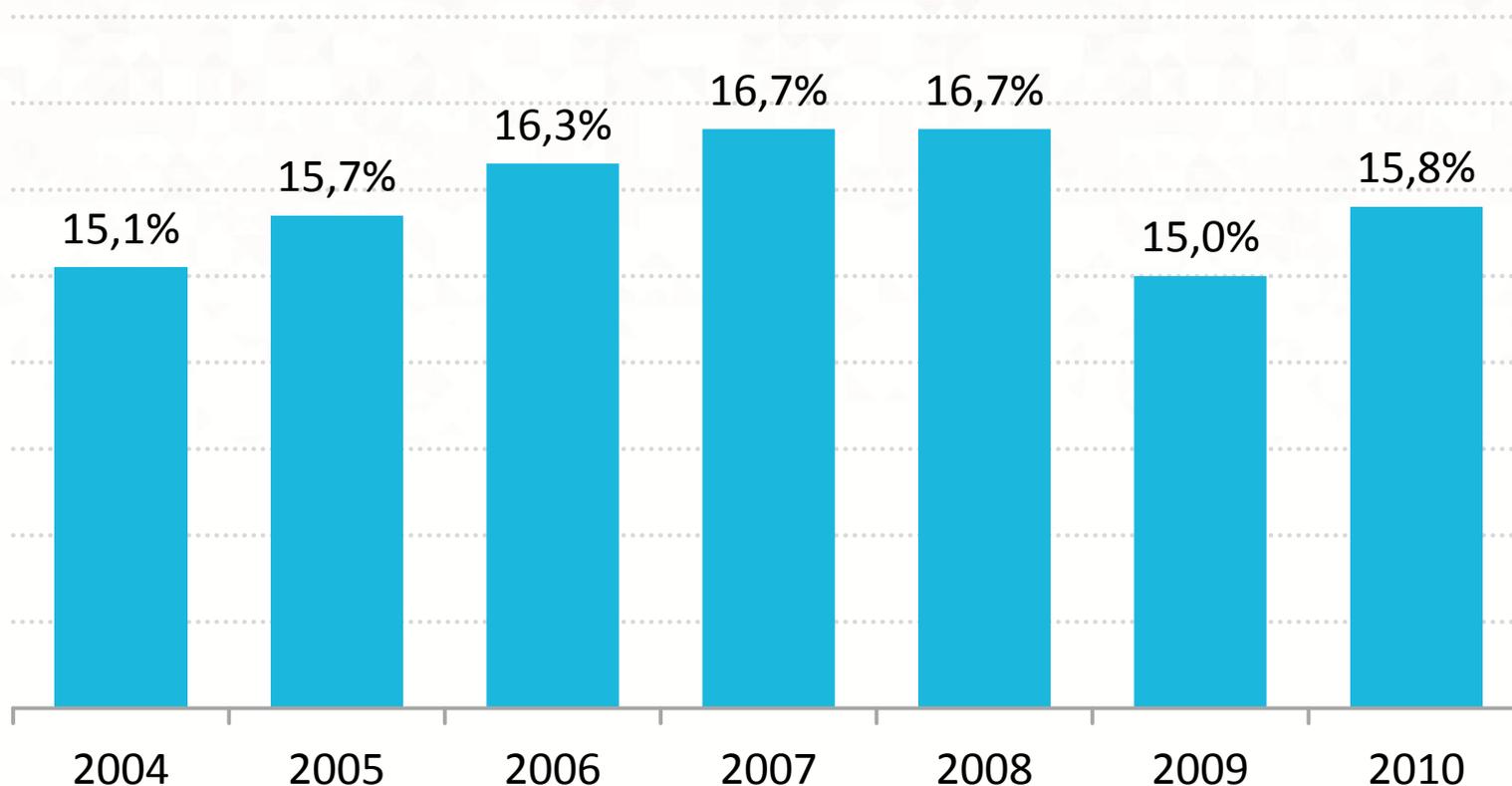
Le revenu des “Next 11” représente 3% du revenu de Publicis Groupe avec une croissance organique de +15,3% en 2010

Part du revenu dans le numérique et les pays à forte croissance



* Incluant une réduction de 2,2% due au recoupement

Marge opérationnelle de Publicis Groupe 2004-2010



Taux d'impôt effectif

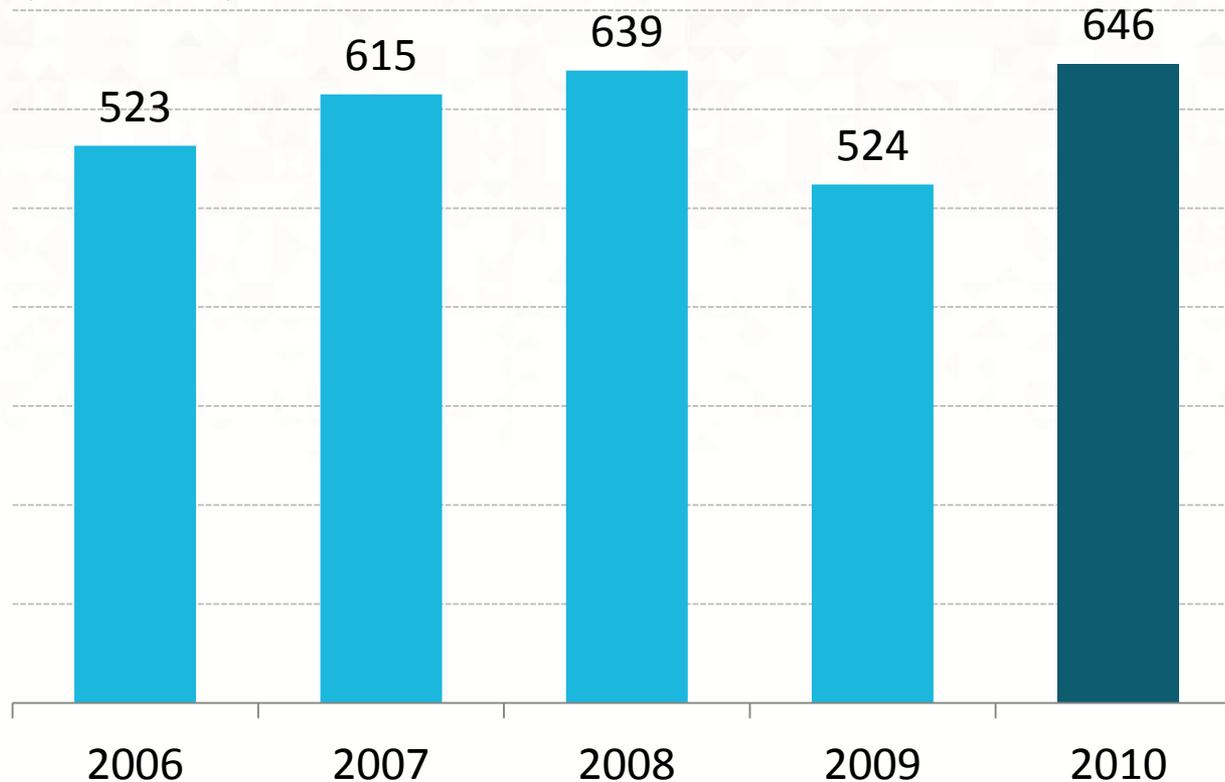
	2010		2009	
	(m€)	%	(m€)	%
Impôt sur le résultat (publié)	216	28,5 %	146	24,9%
Crédit d'impôt lié à l'impôt différé passif sur l'Océane 2014	-		23	
Impôt sur le résultat *	216	28,5 %	169	28,9%

- 40 bp



Free Cash Flow avant variation du BFR

(millions EUR)



Génération de cash

Dette brute par échéance

(millions EUR)	Total	2011	2012	2013	2014	A partir de 2015
Oceane 2018*	121				121	
Oceane 2014	658				658	
Eurobond 2012**	523		523			
Eurobond 2015**	258					258
Oranes	21	3	3	3	2	10
Earn-out / Buy-out	301	194	35	45	18	9
Autres dettes**	176	93	2			81
Total dette financière brute	2 058	290	563	48	799	358

Pas de covenants

* Option de Put en 2014

** Y compris la valeur de marché des dérivés associés

Dettes nettes par devise

(millions EUR)	Total	EURO	USD	GBP	Autres
Océane 2018	121	121			
Océane 2014	658	658			
Eurobond 2012*	523	523			
Eurobond 2015*	258	258			
Orane	21	21			
Earn-out / Buy-out	301	101	41	38	121
Autres dettes*	176	54	81	0	41
Total dette brute	2 058	1 736	122	38	162
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(2 164)	(1 449)	24	(98)	(641)
Dettes nettes (cash)	(106)	287	146	(60)	(479)

* Y compris la valeur de marché des dérivés associés

Dette nette par taux (après swap de taux d'intérêt)

(millions EUR)	Total	Earn-out / Buy-out	Taux fixe	Taux variable
Oceane 2018	121		121	
Oceane 2014	658		658	
Eurobond 2012*	523			523
Eurobond 2015*	258			258
Orane	21		21	
Autres dettes*	176		81	95
Total dette brute hors Earn-out / Buy-out	1 757	-	881	876
Earn-out / Buy-out	301	301		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(2 164)			(2 164)
Dette nette (cash)	(106)	301	881	(1 288)

* Y compris la valeur de marché des dérivés associés