



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 17 février 2010

Résultats annuels 2009

1. Quatrième trimestre 2009

▪ Revenu	1 268 MEUR
▪ Croissance organique (-4,6% hors GM)	-5,4%

2. Année 2009

▪ Revenu	4 524 MEUR
▪ Croissance organique (-5,3% hors GM)	- 6,5%
▪ Marge opérationnelle	680 MEUR
▪ Taux de marge opérationnelle	15,0 %
▪ Résultat net (part du Groupe)	403 MEUR
▪ Free Cash Flow ⁽¹⁾	524 MEUR
▪ BNPA courant ⁽²⁾ dilué	1,97 EUR
▪ Ratio d'endettement net	0,14
▪ Dividende ⁽³⁾	0,60 EUR

(1) Avant variation du BFR

(2) Après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des intangibles 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

(3) Soumis à l'approbation de l'AGO du 1^{er} juin 2010



Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :

« Crise sans précédent, détérioration régulière des perspectives, marché publicitaire en baisse inexorable mois après mois jusqu'à 12% ou 14%, ont imposé un pilotage à vue avec corrections de trajectoire permanentes.

A la crise se sont ajoutés le développement du numérique, l'explosion des réseaux sociaux et autres formules de communication, accentuant le changement du paysage médiatique et accélérant les changements des comportements des consommateurs.

Les résultats pour le Groupe ?

Une baisse contenue de la croissance organique (moins 6,5% pour un marché en baisse de 12 à 14%) grâce à une meilleure performance mondiale en New Business. Une bonne maîtrise des coûts et des effectifs ; des services à valeur ajoutée ; une marge opérationnelle qui subit l'impact de la crise et reste la meilleure du marché.

Un bilan exceptionnellement solide avec une baisse très sensible de la dette, de fortes liquidités et un ratio d'endettement de 0,14.

On peut dire sans exagération que Publicis a bien traversé la crise en contenant les effets négatifs tant sur la marge que la croissance, tout en prenant des initiatives stratégiques pour tirer le meilleur parti de la reprise. Notre performance en new business, les gains de parts de marché réalisés en 2009 porteront leurs fruits assez rapidement.

Je tiens à remercier nos clients, qui tout en étant plus exigeants, ont su garder leur sang froid et nous ont fait confiance de façon encore plus grande que par le passé. Nos collaborateurs, dans tous les secteurs, sous toutes les latitudes, ont redoublé d'efforts et ont montré talent, créativité, innovation et dévouement alors que nous avons mis en place un gel des augmentations et des recrutements (de façon sélective afin de rester toujours hautement compétitifs). Merci à tous. Une fois de plus ils font la différence.

Pour préempter le futur, Publicis, qui a massivement investi dans le numérique dans le passé récent, vient de se renforcer avec l'acquisition de Razorfish. Notre ambition est de réaliser dans l'avenir environ 60% de nos revenus par le cumul de nos activités numériques et dans les économies émergentes.

Comme nous l'avions annoncé, nous observons dans nos chiffres une amélioration séquentielle régulière depuis l'été et qui se poursuit en janvier 2010. Notre objectif est de revenir à une croissance positive et supérieure au marché dès 2010. Nous continuons à investir dans les talents et la technologie et visons une stabilisation de nos marges avant d'entamer dès 2011 une nouvelle phase de croissance de nos marges. »

*

* *



Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe réuni le 16 février 2010, sous la présidence de Madame Elisabeth Badinter, a entériné les comptes de l'exercice 2009 présentés par Monsieur Maurice Lévy, Président du Directoire.

PRINCIPAUX CHIFFRES CLES

<i>en millions d'euros, à l'exception des % et des données par action (en euros)</i>	2009 <i>(non audité)</i>	2008	2007
Données extraites du compte de résultat			
Revenu	4 524	4 704	4 671
Marge opérationnelle avant amortissements	772	889	888
<i>En % du revenu</i>	<i>17,1%</i>	<i>18,9%</i>	<i>19,0%</i>
Marge opérationnelle	680	785	779
<i>En % du revenu</i>	<i>15,0%</i>	<i>16,7%</i>	<i>16,7%</i>
Résultat opérationnel	629	751	746
Bénéfice net (Part du Groupe)	403	447	452
Bénéfice net par action	1,99	2,21	2,18
Bénéfice net par action (dilué)	1,90	2,12	2,02
Dividende attribué à chaque action	0,60	0,60	0,60
Données extraites du bilan			
	31 décembre 2009	31 décembre 2008	31 décembre 2007
Total de l'actif	12 730	11 860	12 244
Capitaux propres, part du Groupe	2 813	2 320	2 198

Le montant du dividende de 0,60 euro par action sera soumis à l'approbation des actionnaires lors de l'Assemblée Générale de Publicis Groupe qui se réunira le 1^{er} juin 2010.

Sous réserve de l'approbation de l'Assemblée des actionnaires, le dividende sera mis en paiement le 5 juillet 2010.

ANALYSE DES CHIFFRES CLES

■ Activité de l'année 2009

Comme nous l'avions prévu, après une détérioration continue du marché publicitaire observée depuis l'été 2008 et un point bas atteint au cours de l'été 2009, on constate un ralentissement puis un arrêt de la détérioration du marché. Le quatrième trimestre est en amélioration, confirmant un début de redressement.

Bien que le deuxième semestre ait bénéficié d'effets de base positifs, et que l'amélioration demeure très progressive, le regain d'activité des annonceurs semble bien réel.



■ Revenu 2009

Le revenu consolidé 2009 s'est élevé à **4 524 millions d'euros contre 4 704** millions d'euros en 2008, en baisse de 3,8 %. (L'impact des effets de change est de 28 millions).

La croissance organique a été de – 6,5 % mais limitée à - 5,3% si l'on exclut le budget General Motors.

Les activités numériques ont poursuivi leur croissance au rythme élevé de + 7,1% en organique. Si l'on exclut l'effet négatif dû à General Motors, cette croissance atteint + 11,9%.

Les activités numériques pour l'année représentent 22,4% du revenu total. Les agences spécialisées et services marketing – SAMS – (toutes activités numériques incluses) représentent désormais 44% du revenu consolidé 2009 contre 35% pour la publicité et 21% pour les media.

Les revenus issus des économies émergentes intégrant des pays à forte croissance représentent 22,5% du revenu total du Groupe en 2009, hors Razorfish.

- Répartition du revenu 2009 par zone géographique

Pour l'année 2009, la répartition géographique du revenu est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Revenu		Croissance Organique
	2009	2008	
Europe	1 579	1 805	- 9,9%
Amérique du Nord	2 094	2 008	- 4,2%
Asie-Pacifique	499	519	- 7,7%
Amérique latine	218	238	- 0,6%
Afrique et Moyen-Orient	134	134	- 4,0%
Total	4 524	4 704	- 6,5%

Toutes les régions sans exception ont subi le choc de la crise économique déjà perceptible au dernier trimestre 2008 et qui a graduellement pris de l'ampleur pour culminer au deuxième trimestre 2009. L'Europe a été très durement touchée, notamment en Europe du Sud où la décroissance est supérieure à 15%.

A - 4,2%, les activités en Amérique du Nord ont particulièrement bien résisté bénéficiant de la large part des activités numériques qui représentent 34,6% des revenus de Publicis dans cette région du monde.

Hors l'impact de la faillite de General Motors, la croissance organique de l'Amérique du Nord aurait été de -1,2%, les seules activités numériques enregistrant quant à elles une croissance organique de +15,3% (hors GM).

L'Asie-Pacifique a en revanche connu un retrait marqué de l'activité, mais avec une nette amélioration au dernier trimestre.

L'Amérique latine tire à peu près son épingle du jeu, grâce notamment au Brésil.

Enfin, la région Afrique et Moyen Orient se voit pénalisée par la lourde crise financière affectant Dubaï.



Exprimé en dollars US, le revenu de l'année 2009 serait de 6 287 millions de dollars, en diminution de 8,9%. Exprimé en GBP, ce même revenu s'élèverait à 4 029 millions de livres, en augmentation de 7,9%.

- **Revenu du 4^e trimestre 2009**

Le revenu consolidé du quatrième trimestre a été de 1 268 millions d'euros, en baisse de 7,6% par rapport à un revenu de 1 373 millions en 2008. L'impact des effets de change est négatif de 86 millions d'euros.

La croissance organique a été de - 5,4% au dernier trimestre, en amélioration séquentielle nette par rapport à la croissance organique du 3^e trimestre (-7,4%). Hors GM la baisse est de 4,6%.

- **Répartition du revenu 4^e trimestre par zone géographique**

Au 4^e trimestre 2009, la répartition géographique du revenu est la suivante :

(en millions d'euros)	Revenu		Croissance Organique
	4 ^e trimestre 2009	4 ^e trimestre 2008	
Europe	483	521	-7,5%
Amérique du Nord	545	585	-4,0%
Asie-Pacifique	146	152	-2,8%
Amérique latine	51	65	-1,7%
Afrique et Moyen-Orient	43	50	-12,1%
Total	1 268	1 373	-5.4%

- **Marge opérationnelle**

La marge opérationnelle avant amortissements représente 17,1% du revenu et s'établit à 772 millions d'euros en 2009 par rapport à un montant de 889 millions réalisé en 2008 (en baisse de 13,2%).

La marge opérationnelle s'élève à 680 millions d'euros, soit 15,0% du revenu d'euros, en retrait de 13,4% par rapport à 2008.

Les charges de personnel en réduction de 1,4% sont de 2 812 millions d'euros (2 852 millions en 2008) et représentent 62,2% du revenu total consolidé. Des efforts importants ont été consentis durant cette période de baisse marquée de l'activité et, après élimination des effets des acquisitions et à taux de change comparable, les frais de personnel 2009 baissent de 4,9% par rapport à 2008.

Les autres coûts opérationnels, soit 940 millions, ont baissé de 2,4% par rapport à 2008, grâce à la poursuite des efforts d'optimisation et ce, malgré le poids accru de coûts liés aux taux d'occupation (loyers et charges). Ainsi, hors effet des acquisitions, le total des coûts opérationnels de 2009 baisse de 5,1% comparé à 2008 (à taux de change 2009).

Le taux de marge opérationnelle pour l'année 2009 s'établit à 15,0%. Ce taux en retrait par rapport à 2008 subit les effets de la crise et reflète le poids des ajustements et des restructurations menés en 2009, qu'il s'agisse d'ajustements rendus nécessaires par la contraction du revenu ou d'opérations structurelles de plus long terme.



Les charges de restructuration pour la seule année 2009 pèsent pour 80 millions d'euros. La poursuite d'efforts continus en matière de gestion des coûts pour l'ensemble du Groupe a permis d'absorber à la fois les coûts d'intégration de diverses acquisitions et du déploiement accéléré des activités numériques dans le monde.

L'optimisation des divers coûts de fonctionnement et la maîtrise des investissements, permettent au Groupe de sécuriser sa marge opérationnelle.

▪ **Résultat net**

Après une charge financière nette de 70 millions d'euros, une charge d'impôts de 146 millions, un résultat des sociétés mises en équivalence de 4 millions et des intérêts minoritaires de 14 millions, **le résultat net, part du Groupe, s'élève à 403 millions d'euros contre 447 millions en 2008.**

▪ **Free Cash Flow (hors variation du besoin en fonds de roulement)**

Hors variation BFR, le free cash flow du Groupe est de 524 millions d'euros pour la période.

▪ **Endettement net**

En réduction de 283 millions d'euros (soit une réduction de 42%), l'endettement financier net est passé de 676 millions d'euros au 31 décembre 2008 à **393 millions d'euros** au 31 décembre 2009.

La dette nette moyenne du Groupe au 31 décembre 2009, également en réduction sensible, est de 929 millions d'euros contre 1 102 millions d'euros au 31 décembre 2008.

Le niveau de liquidités à la fin de l'année s'établit à 3,7 milliards d'euros.

▪ **Capitaux propres**

Les capitaux propres consolidés y compris minoritaires, sont passés de 2 350 millions d'euros au 31 décembre 2008 à **2 838 millions d'euros au 31 décembre 2009.**

Le ratio dette nette / fonds propres est ainsi passé de **0,29** au 31 décembre 2008 à **0,14** au 31 décembre 2009.



LA VIE DU GROUPE EN 2009

▪ Distinctions/création

Au plan créatif, Publicis Groupe conforte ses positions en égalant les résultats des dernières années.

Depuis 2004, Publicis Groupe garde la première place pour la Performance Créative dans le Gunn Report.

Lors de la 56ème édition du Festival International de la Publicité de Cannes, Publicis Groupe a remporté 1 Grand prix et 110 Lions, avec 21 Gold, 25 Silver et 46 Bronze.

Grand succès également aux Clio Awards, prestigieuse compétition internationale de publicité avec 54 prix, dont 13 Gold, 11 Silver et 30 Bronze.

Enfin Publicis Groupe a obtenu 84 prix au « The One Show », avec 3 Gold, 5 Silver et 8 Bronze.

Les entités de Publicis Groupe ont acquis des Top Prizes dans toutes les festivals majeurs de l'industrie, notamment les Effie Awards, FIAP (Festival Iberoamericano de la Publicidad), Eurobest, New York Festival Awards, Valencia Festival of Media, Asian Marketing Effectiveness Awards, Andy Awards, D&AD, ANA Awards, El Ojo de Iberoamerica Festival, Telly Awards, Sabre Awards, European Excellence Awards, Manny Awards, Clio Healthcare Awards, Epica, Dubai Lynch, CMAs, OMMAs, Media Spikes Asia, Golden Drums, Asia Pacific Advertising Festival, etc.

De plus, 4 agences ont été nommées **meilleures agences de la décennie** : BBH (BestAds Agency of the Decade), Saatchi & Saatchi Australie (Campaign Brief's), Saatchi & Saatchi Nouvelle Zélande se classant deuxième meilleure agence de la décennie (Campaign Brief's). Adweek a par ailleurs nommé Starcom MediaVest Group meilleure agence media de la décennie.

Enfin, les différentes agences du Groupe ont remporté 9 prix « Agency of the Year ».

▪ Participation du personnel

Il est primordial de constater que malgré un environnement économique des plus incertains et une instabilité du marché publicitaire, 136 dirigeants-clés de Publicis Groupe ont répondu favorablement au programme de co-investissement proposé. Simultanément, le Groupe a décidé de distribuer 50 actions gratuites à tous les collaborateurs, le premier programme ayant été réalisé pour la France en 2009 pour se développer à travers le monde au cours des deux prochaines années. Ces opérations sont la preuve de l'engagement des dirigeants-clés à l'endroit du Groupe et celui de Publicis Groupe envers tous ses collaborateurs.



▪ **New Business**

L'année 2009 a été une très bonne année pour les gains de budgets qui s'élèvent à 6 milliards de dollars, net des pertes, confirmant ainsi la pertinence et la compétitivité de l'offre de Publicis Groupe et plaçant le Groupe largement en tête de tous ses concurrents (classements Nomura, Goldman Sachs et JP Morgan).

▪ **Croissance externe**

En ligne avec sa stratégie de développement prioritaire sur les activités à forte croissance, notamment dans la communication numérique, tout en complétant ses réseaux d'agences spécialisées, Publicis Groupe a poursuivi une politique active de croissance externe en 2009.

- ***Acquisitions dans le digital***

L'acquisition de **Razorfish, deuxième agence interactive au monde** (après Digitas, numéro 1, déjà détenue par Publicis) auprès de Microsoft, a été conclue le 13 octobre 2009. Cette acquisition conforte durablement la position de leader de Publicis Groupe dans le numérique, apporte de nouvelles compétences numériques et enrichit le portefeuille de clients prestigieux.

A la faveur de cette opération les deux groupes ont conclu un accord commercial qui doit permettre d'une part le développement des offres de Microsoft et d'autre part l'accès à des offres attractives pour les clients de Publicis Groupe. Dans le cadre de cet accord les équipes respectives de VivaKi et de Microsoft apporteront aux clients du Groupe davantage de valeur ajoutée et d'efficacité dans tous les domaines de l'univers numérique, qu'il s'agisse de contenu, de performance ou d'audience.

Début avril, Publicis Groupe a procédé à l'acquisition de **Nemos**, l'agence leader indépendante en communication interactive en Suisse. Cette opération s'inscrit dans la volonté d'enrichir en permanence l'offre numérique du Groupe en conformité avec sa stratégie.

Le 1^{er} septembre Publicis Groupe a acquis **le programme relationnel d'Unilever « Pour Tout Vous Dire »**. Par cette acquisition, Publicis Groupe dispose désormais de l'une des quatre principales plateformes CRM multi-marques dans l'univers de la grande consommation en France. Conçu à l'origine pour développer la valeur ajoutée des 30 marques de beauté, hygiène, cuisine, et services d'Unilever, ce programme rassemble aujourd'hui plus de 5 millions de foyers (off-line et on-line) dont 2 millions en base on-line.

Plateforme e-CRM incontournable pour faire rayonner leurs marques et interagir avec le consommateur, « Pour Tout Vous Dire » sera progressivement au service de l'ensemble des marques dans l'univers des biens de grande consommation et de la distribution et donc ouverte à d'autres annonceurs.



Autres acquisitions

Au cours du mois de mai, Publicis Groupe a annoncé l'acquisition de **Publicis MARC**, agence bulgare de communication intégrée et partenaire de longue date. L'agence, basée à Sofia a intégré Publicis Worldwide.

Début septembre, Publicis Groupe a annoncé une prise de participation majoritaire du **Women's Forum for the Economy and Society**. Fondé en 2005 ce forum mondial indépendant d'inspiration féminine a rassemblé 1200 participants en 2009 représentant 90 pays. L'ambition commune est de couvrir progressivement à partir de 2010, avec les rencontres du Women's Forum, l'ensemble des régions du monde.

Tous ces mouvements témoignent de la capacité de Publicis Groupe à anticiper les évolutions du marché afin de satisfaire aux besoins nouveaux de ses clients, d'apporter la réponse attendue par le consommateur, et d'assurer ainsi la croissance du Groupe.

Finances

Au milieu de la crise de liquidités et soucieux de préserver la solidité et la capacité financière du Groupe, Publicis Groupe S.A. a émis le 24 juin 2009 une obligation convertible pour un montant total de 719 millions à échéance 2014. Par ailleurs, en décembre 2009, la Société a lancé à une offre d'échange portant sur ses Obligations à échéance 2012 (« Eurobond ») aux fins d'émettre des obligations nouvelles à échéance 2015. Ces deux opérations ont pour objectif d'allonger la maturité des ressources de la Société.

ANNEE 2010

Evénements récents

Le début de l'année 2010 a été marqué par le remboursement anticipé en janvier 2010 d'une partie de l'Océane 2018 encore en circulation. Conformément au contrat de l'Océane 2018, tout obligataire a pu demander le remboursement anticipé de tout ou partie de ses Océane au prix de 45,19 euros par Océane. A la date de remboursement anticipé, soit le 18 janvier 2010, 617 985 Océane ont été remboursées par anticipation pour un montant total de 28 millions d'euros.

Le nombre de ces Océane restant en circulation après cette date est de 2 624 538, soit 14,9% du nombre initialement émis (17 624 521).

Par ailleurs, en accord avec l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Mixte Ordinaire et Extraordinaire du 9 juin 2009, Publicis Groupe SA a conclu, en date du 8 janvier 2010, un contrat avec un intermédiaire habilité en vue d'acquérir 2,7 millions d'actions Publicis Groupe. Le programme a été autorisé pour une durée de dix-huit mois à compter du 9 juin 2009, soit jusqu'au 8 décembre 2010.



▪ **New Business**

Le début de l'année 2010 reste actif et fructueux en gains de nouveaux budgets.

Depuis le 1^{er} janvier, Publicis Groupe est fier de compter Chrysler, Aviva ainsi que Turner Broadcasting parmi ses nouveaux clients.

PERSPECTIVES

Malgré un contexte mondial qui reste difficile et alors que persistent les incertitudes économiques, Publicis Groupe confirme une amélioration de ses chiffres depuis l'été 2009 avec un retour à une croissance plus rapide dans les économies émergentes. Le redémarrage des économies développées est plus lent et très progressif.

Ces tendances devraient s'accélérer vers le milieu de l'année.

Si la stratégie mise en œuvre ces dernières années a permis au Groupe de traverser la crise beaucoup mieux que le marché, Publicis Groupe fait le choix indispensable pour l'année 2010, de se doter des moyens supplémentaires nécessaires afin de mieux préparer l'avenir.

Dans cette perspective et durant les trimestres à venir, le Groupe compte poursuivre sa croissance et sa mutation, en plaçant le numérique au cœur de tous ses métiers et en investissant dans les métiers et les régions où se trouvent la croissance et la valeur. Le Groupe entend également continuer d'investir dans les talents tout en veillant à l'optimisation de ses coûts par le développement notamment des plateformes de services partagés, le déploiement d'un ERP mondial et la reconfiguration des systèmes d'information.

Le Groupe se donne pour objectifs à moyen-terme de faire croître ses activités numériques et ses positions dans les pays à forte croissance visant à obtenir la grande majorité de ses revenus sur ces deux segments et revenir à des taux de marge opérationnelle comparables à ceux des années antérieures à la crise et voire même se fixer de nouvelles ambitions.

La situation financière du Groupe reste très robuste avec des liquidités permettant son développement futur.

Les conquêtes de nouveaux budgets réalisées ces dernières années et particulièrement en 2009, témoignent du dynamisme, de l'attractivité de Publicis Groupe et de son engagement auprès de ses clients qui lui ont permis de gagner des parts de marché. Elles sont de nature à permettre à Publicis Groupe de constater une croissance organique positive en 2010, supérieure à celle prévue pour le marché publicitaire.



A propos de Publicis Groupe

(Euronext Paris : FR0000130577). Publicis Groupe est le 4^e groupe mondial de communication, le 2^e 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 aux réseaux Digitas et Razorfish. Publicis Groupe a lancé VivaKi afin de profiter des synergies des opérations autonomes de Digitas, Razorfish, 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

Peggy Nahmany, Communication Externe :

+ 33 (0)1 44 43 72 83

peggy.nahmany@publicisgroupe.com

Martine Hue, Relations Investisseurs :

+ 33 (0)1 44 43 65 00

martine.hue@publicisgroupe.com



Annexes

New Business 2009

6 Milliards USD (nets)

PRINCIPAUX GAINS DE BUDGET

DIGITAS

Total (France), TGI Friday's (Etats-Unis), Whirpool (Brésil), Carrefour (Brésil)

FALLON

The Auteurs (international), Kerry Foods LowLow (Royaume-Uni), Burton's Foods Jammie Dodgers (Royaume-Uni), Unilever (Royaume-Uni), Cadbury Maynards wine gums (Royaume-Uni), Innocent (Royaume-Uni), Oxfam International (Royaume-Uni), Comic Relief (Royaume-Uni), The BBC – Olympics 2012 design (Royaume-Uni), Orion books (Royaume-Uni), SeeSaw (Royaume-Uni), RSA Group 300th Anniversary (Royaume-Uni), SCA Hygiene – Velvet & Charmin (Europe), Chrysler (Etats-Unis), Charter Communications (Etats-Unis), Cruzan Rum (Etats-Unis), Barry Callebaut (Etats-Unis)

LEO BURNETT

Caltex *produits pétroliers* (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), Tourism Board (Singapour), Movistar (Colombie), Telkomsel *téléphonie mobile* (Indonésie), Herbapol *alimentation* (Pologne), BMW (Chine), Ajisen Ramen (Chine), Alpina (Colombie), Zeebo *Toys* (Mexique), Shop Direct Littlewoods.com (Royaume-Uni), Fiat (Brésil), Heinz (Mexique), Sportsbet (Australie), Thailand Business Coalition on Aids (Thaïlande), Kellogg's (global)

MS&L GROUP

Volkswagen (Asie), Middle East Coal (Asie), World Gold Council (global), 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), Ministère de l'Economie de l'Industrie et de l'Emploi (France),



Roman Meal (Etats-Unis), Sanofi aventis (Allemagne), Multaq *Pharmaceutique* (Etats-Unis), Mead Johnson (Etats-Unis), Fondations des hôpitaux de France (France), Shell (Allemagne), Ministère de l'Intérieur (Pays-Bas), Nestlé Gerber (Etats-Unis)

PUBLICIS WORLDWIDE

Carrefour (International), Procter & Gamble *Crest* (international), Vichy (Royaume-Uni), Wrigley (Chine), Zurich Connect (EMEA), Century 21 (France), BNP Paribas-Fortis (Belgique), Pernod-Ricard/ Malibu (international), Swatch (Brésil), Nestlé (Brésil), Anheuser-Bush In Bev - Beck's (Etats-Unis), Barratt Developments (Royaume-Uni), Royal Bank of Scotland (Royaume-Uni), BMW (Asie du Sud-Est), The Children's Workforce Development Council (Royaume-Uni), T.G.I Friday's (Etats-Unis), HP Personal Systems Group – Above the line and digital (Europe/Moyen-Orient/Afrique), Yoplait (Royaume-Uni), Armani Fragrances (international), Ebay (France), Marriott (Hong Kong), Prime Gaming (Royaume-Uni), Easyjet (Royaume-Uni), Cirque du Soleil (Europe), Walmart (Etats-Unis), Chevrolet/Chevy (Etats-Unis), Nescafé Dolce Gusto (international), Compaq (international), Maserati (France), Le Monde (France)

PUBLICIS HEALTHCARE COMMUNICATIONS GROUP (PHCG)

Sanofi-aventis (Aplenzin- Etats-Unis), Biogen-Idec *neurologie* (Etats-Unis), Durex (Etats-Unis)

SAATCHI & SAATCHI

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), Midea *électroménager* (Chine), Cadbury Dairy Milk (Australie/Nouvelle Zélande), MillerCoors-Miller Genuine Draft, Keystone, NGD 64 *bière* (Etats-Unis), HP PSG (Suisse/EMEA), San Miguel (Royaume-Uni), Siemens (Chine), Amway-Nutrilite (Chine), Maxima (Inde), Kerry Foods (Royaume-Uni), Wei Chuan (Taiwan), Huiyan Juices (Chine), Oak Pacific Interactive-www.renrens.cn (Chine), Asia games & China Football Club (Chine), Lion Nathan- Hahn Super Dry (Australie), Sara Lee/Douwe Egberts - Senseo (Belgique/Europe), Häagen-Dazs (France), EurosportBet (France), Vivesco (Allemagne), Postel (Italie), The European Tour (global), Olympus (Royaume-Uni), Asda (Royaume-Uni), Mead Johnson (Etats-Unis), Merck Sharp & Dohme (Singapour/Asie), Toyota (Finlande, Espagne, Suède, Royaume-Uni)

STARCOM MEDIAVEST GROUP

Capital One (Royaume-Uni), Cerveceria 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), An Post *service postal* (Irlande), National Foods/ Dairy Farmers (Australie), Wrigley *alimentation* (Etats-Unis), TGI Friday's (Etats-Unis), Adevarul Holding, *media* (Roumanie), Abbott Healthcare *santé* (Inde), Baguepi, *alimentation* (France), MEDEF (France), Telefonica (Amérique Latine), Autoglass (Royaume-Uni), Bristol-Myers Squibb (Etats-Unis), World Gold Council (Emirats Arabes Unis), Eko Mobile (Inde), Kellogg's (Corée), Malaysia Airlines (Malaisie), Walt Disney Entertainment (Inde)

THE KAPLAN THALER GROUP

Wendy's (Etats-Unis, Canada), Napa Auto Parts (Etats-Unis), Omnaris (Etats-Unis), Cascade (International)

ZENITHOPTIMEDIA

Al-Bandar Group *magasin multimarques* (Arabie Saoudite), Nestlé (Pays-Bas), Si.mobil Vodafone (Slovénie), Jenny Craig (Etats-Unis), Ubank (Australie), T38/40 *produit amincissant* (Portugal), MTV (Royaume-Uni), Panasonic (Indonésie), Turismo de Valencia (Espagne), Haberturk *presse* (Turquie), Bristish Airways, (Royaume-Uni), Kang Yuan *produits pharmaceutiques* (Chine), Parques Reunidos *parc d'attractions* (Espagne), Sanofi-aventis (Ukraine), Madrid 2016 (Espagne), ICO *institut public des prêts et du financement* (Espagne), Tourism of Catalunya (Espagne), 118118 (Royaume Uni), JP Morgan (Etats-Unis), TCL *composants électriques* (Chine), Videocon Group *télécommunications* (Inde), Ministère du développement communautaire, de la jeunesse et des sports (Singapour), Travel Channel (Allemagne), Charles Vögele *habillement* (Allemagne), JKP *production musicale* (Allemagne), Ministère de l'Agriculture (Pologne), LIDL *supermarchés* (Espagne), Saxo Bank (Suisse), Gucci Group (Etats-Unis), Perfetti Van Melle *confiseries* (Chine), Red Bull (Chine), Mars (Chine), Autorité des Routes & Transports (Emirats Arabes Unis), Red.Es *Institut public, entité du ministère de l'Industrie, du Tourisme et du Commerce* (Espagne), Campofrio (International), Mars Wrigley (Royaume-Uni, Espagne), Dairy Queen *alimentation* (Etats-Unis), Mortgage Choice *crédit immobilier* (Australie), Marriott (Asie-Pacifique), Wearnes Automotive (Singapour), Gamina *digital* (Taiwan), l'Oréal (Thaïlande), Turismo del Pais Vasco (Espagne), Pringle of Scotland *Vêtements* (International), Georgia Pacific (Espagne), WingTai *Mode* (Singapour), Unitech Wireless (Inde), Decathlon (Belgique), Lactalis (EMEA), Ministry of Information, Communication and the Arts (Singapour), Costbank (Allemagne), Arma (Egypte), Orlen (Pologne), Molson Coors (Royaume-Uni), L'Oréal China (Chine), Swarovski (APAC)



Définitions

Taux de marge opérationnelle : marge opérationnelle / revenu.

Dette nette moyenne : moyenne annuelle des dettes nettes moyennes mensuelles.

Free cash flow : flux de trésorerie générés par l'activité après déduction des investissements nets en immobilisations corporelles et incorporelles, hors acquisitions.

New Business net : cette donnée n'est pas issue du reporting financier mais résulte d'une estimation des investissements publicitaires média annualisés sur les budgets gagnés (nets des pertes) de clients nouveaux ou existants.

Pour plus d'information, merci de bien vouloir visiter notre site Internet :

www.finance.publicisgroupe.com



Communiqués année 2009

08/01/09	Mathias Emmerich est nommé Senior Vice-President de Publicis Groupe
14/01/09	Philippe Lentschener quitte Publicis Groupe
04/02/09	Isabelle Simon rejoint Publicis Groupe en qualité de Senior Vice-President
11/02/09	Résultats annuels 2008
12/02/09	Publicis annonce avoir racheté une partie de ses OCEANES à échéance 18 janvier 2018 et se porte contrepartie à l'achat des OCEANES restantes au prix de 42, 5724 euros par obligation
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
30/04/09	Eric Giully quitte Publicis Consultants Worldwide
11/05/09	Nominations au sein de Publicis Groupe
19/05/09	Publicis Groupe annonce l'acquisition de Publicis MARC, et renforce son offre globale dans les Balkans
20/05/09	Publicis Groupe attribue 50 actions gratuites à tous ses salariés en France
04/06/09	Publicis Groupe – General Motors
09/06/09	Assemblée Générale des Actionnaires de Publicis Groupe Dividende fixé à 0,60 euro par action
16/06/09	Publicis Groupe annonce l'émission d'une obligation convertible
16/06/09	Emission par Publicis Groupe d'obligations à option de conversion et/ou d'échange en actions nouvelles ou existantes (OCEANE) pour un montant de 625 millions d'euros - Fixation des modalités définitives de l'OCEANE 2014



17/06/09	Emission par Publicis Groupe d'obligations à option de conversion et/ou d'échange en actions nouvelles ou existantes (OCEANE) pour un montant de 625 millions d'euros - Obtention du visa de l'AMF
19/06/09	Emission par Publicis Groupe d'obligations à option de conversion et/ou d'échange en actions nouvelles ou existantes (OCEANE) - Exercice en totalité de l'option de sur-allocation portant le montant de l'émission d'environ 625 millions à environ 719 millions d'euros
25/06/09	Microsoft Corporation et Publicis Groupe annoncent la signature d'un partenariat stratégique à l'échelle mondiale
30/06/09	Publicis Groupe au deuxième rang des groupes de communication les plus primés au Festival de Cannes avec un total de 101 Lions
9/07/09	Publicis Groupe récompensé au prix « GEO Awards 2009 » dans la catégorie « most innovative and creative plan design » pour son programme d'actionnariat salarié.
13/07/09	Date de publication des résultats semestriels du Groupe
22/07/09	GM
23/07/09	Résultats semestriels 2009
09/08/09	Publicis Groupe acquiert Razorfish et signe une alliance stratégique avec Microsoft
01/09/09	Publicis Groupe annonce un accord sur l'acquisition du programme relationnel d'Unilever « Pour Tout Vous Dire »
03/09/09	Women's Forum for Economy and Society intègre Publicis Groupe
22/09/09	Phonevalley, l'agence de marketing mobile de Publicis Groupe, et Microsoft Mobile Advertising personnalisent la publicité sur les téléphones portables
14/10/09	Publicis Groupe - Razorfish clôture de l'acquisition
16/11/09	Publicis Groupe crée MS&L Group, un nouveau réseau mondial de relations publiques et d'événementiel, regroupant MS&L Worldwide, Publicis Consultants et Publicis Events
01/12/09	Conseil de Surveillance
16/12/09	Renault renouvelle sa confiance à Publicis Groupe
16/12/09	Offre d'échange de Publicis Groupe : clôture de la première tranche, prolongation de la période d'offre
18/12/09	Succès de l'offre d'échange de Publicis Groupe

Pour plus d'information : www.publicisgroupe.com



(non audité)

Publicis Groupe

Comptes consolidés – Exercice 2009

Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)

	2009	2008	2007
Revenu	4 524	4 704	4 671
Charges de personnel	(2 812)	(2 852)	(2 829)
Autres charges opérationnelles	(940)	(963)	(954)
Marge opérationnelle avant amortissements	772	889	888
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(92)	(104)	(109)
Marge opérationnelle	680	785	779
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(30)	(29)	(30)
Perte de valeur	(28)	(13)	(6)
Autres produits et charges non courants	7	8	3
Résultat opérationnel	629	751	746
Charges financières	(73)	(110)	(124)
Produits financiers	<u>12</u>	<u>29</u>	<u>51</u>
Coût de l'endettement financier net	(61)	(81)	(73)
Autres charges et produits financiers	(9)	2	(5)
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	559	672	668
Impôt sur le résultat	(146)	(196)	(201)
Résultat net des entreprises consolidées	413	476	467
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	4	2	9
Résultat net	417	478	476
Dont intérêts minoritaires	14	31	24
Dont part du Groupe	403	447	452

Données par action (en euros)

Nombre d'actions	202 257 125	202 536 963	207 599 301
Bénéfice net par action	1,99	2,21	2,18
Nombre d'actions dilué	220 867 344	220 728 941	239 365 113
Bénéfice net par action – dilué	1,90	2,12	2,02



Etat de résultat global consolidé

(non audité)

<i>(en millions d'euros)</i>	2009	2008	2007
Résultat net de la période (a)	417	478	476
Autres éléments du résultat global			
- Réévaluation des titres disponibles à la vente	12	(15)	(16)
- Gains et pertes actuariels sur régime à prestations définies	(4)	(45)	11
- Réserve de conversion	(59)	(5)	(216)
- Impôts différés relatifs aux autres éléments du résultat global	1	16	(3)
Total des autres éléments du résultat global (b)	(50)	(49)	(224)
Résultat global de la période (a) + (b)	367	429	252
Dont intérêts minoritaires	17	28	21
Dont part du groupe	350	401	231



Bilan consolidé

(non audité)

(en millions d'euros)

	31 décembre 2009	31 décembre 2008	31 décembre 2007
Actif			
Écarts d'acquisition nets	3 928	3 693	3 546
Immobilisations incorporelles nettes	835	794	826
Immobilisations corporelles nettes	458	480	501
Impôts différés actifs	73	91	148
Titres mis en équivalence	49	44	49
Autres actifs financiers	94	101	112
Actifs non courants	5 437	5 203	5 182
Stocks et en-cours de production	290	319	391
Clients et comptes rattachés	4 875	4 843	4 926
Autres créances et actifs courants	548	628	432
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 580	867	1 313
Actifs courants	7 293	6 657	7 062
Total de l'actif	12 730	11 860	12 244
Passif			
Capital	79	78	81
Réserves consolidées, part du Groupe	2 734	2 242	2 117
Capitaux propres, part du Groupe	2 813	2 320	2 198
Intérêts minoritaires	25	30	27
Total capitaux propres	2 838	2 350	2 225
Dettes financières à plus d'un an	1 796	1 323	1 293
Impôts différés passifs	214	232	240
Provisions à long terme	449	459	449
Passifs non courants	2 459	2 014	1 982
Fournisseurs et comptes rattachés	5 835	5 802	5 662
Dettes financières à moins d'un an	214	218	819
Dettes d'impôts sur les sociétés	63	68	99
Provisions à court terme	100	110	107
Autres dettes et passifs courants	1 221	1 298	1 350
Passifs courants	7 433	7 496	8 037
Total du passif	12 730	11 860	12 244



Tableau des flux de trésorerie consolidés

(non audité)

(en millions d'euros)	2009	2008	2007
I- Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net	417	478	476
Impôt sur le résultat	146	196	201
Coût de l'endettement financier net	61	81	73
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(10)	(2)	(3)
Dotation aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	150	146	145
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	24	9	22
Autres produits et charges calculés	11	8	9
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	(4)	(2)	(9)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	9	10	11
Impôt payé	(157)	(169)	(197)
Intérêts financiers payés	(75)	(89)	(87)
Intérêts financiers encaissés	16	37	51
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	59	12	106
Flux net de trésorerie générés par l'activité	647	715	798
II- Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(74)	(92)	(88)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	10	28	11
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	10	(1)	(6)
Acquisitions de filiales	(298)	(172)	(1 006)
Cessions de filiales	1	-	10
Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissement	(351)	(237)	(1 079)
III- Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Augmentation de capital	-	1	2
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(107)	(106)	(92)
Dividendes versés aux minoritaires des sociétés consolidées	(26)	(24)	(26)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	744	482	12
Remboursement des emprunts	(108)	(1 128)	(24)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et de BSA	5	(174)	(162)
Encaissements provenant des opérations de couverture	-	-	52
Flux net de trésorerie liés aux opérations de financement	508	(949)	(238)
IV- Incidence des variations de taux de change	(94)	19	(82)
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	710	(452)	(601)
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	867	1 313	1 920
Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	(30)	(24)	(30)
Trésorerie à l'ouverture	837	1 289	1 890
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 31 décembre (note 18)	1 580	867	1 313
Soldes créditeurs de banques au 31 décembre (note 22)	(33)	(30)	(24)
Trésorerie à la clôture	1 547	837	1 289
Variation de la trésorerie consolidée	710	(452)	(601)
⁽¹⁾ Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité			
Variation des stocks et en-cours de production	29	64	32
Variation des créances clients et autres créances	160	(110)	(689)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	(130)	58	763
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	59	12	106



Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(non audité)

Nombre d'actions en circulation	(en millions d'euros)	Capital social	Réserves liées au capital	Réserves et résultats consolidés	Réserve de conversion	Réserve de juste valeur	Total part du Groupe	Intérêts mino- ritaires	Total capitaux propres
183 603 878	31 décembre 2006	79	2 631	(670)	(100)	140	2 080	27	2 107
	Résultat net			452			452	24	476
	Autres éléments du résultat global								
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente					(16)	(16)		(16)
	Couverture d'investissements nets				(1)		(1)		(1)
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies			8			8		8
	Ecart de change				(212)		(212)	(3)	(215)
	Total des autres éléments du résultat global	-	-	(8)	(213)	(16)	(221)	(3)	(224)
	Total des produits et charges de la période	-	-	460	(213)	(16)	231	21	252
3 678 125	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA	2	111	(48)			65		65
	Dividendes			(92)			(92)	(26)	(118)
	Rémunérations fondées sur des actions ⁽¹⁾			14			14		14
	Juste valeur des stock-options intégrées dans le coût d'acquisition de Digitas			65			65		65
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(3)			(3)		(3)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de minoritaires						-	5	5
(3 681 592)	Achats/Ventes d'actions propres			(162)			(162)		(162)
183 600 411	31 décembre 2007	81	2 742	(436)	(313)	124	2 198	27	2 225
	Résultat net			447			447	31	478
	Autres éléments du résultat global								
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente					(15)	(15)		(15)
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies			(29)			(29)		(29)
	Ecart de change				(2)		(2)	(3)	(5)
	Total des autres éléments du résultat global	-	-	(29)	(2)	(15)	(46)	(3)	(49)
	Total des produits et charges de la période	-	-	418	(2)	(15)	401	28	429
1 633 629	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA et annulation d'actions propres	(3)	(189)	192			-		-
	Dividendes			(106)			(106)	(25)	(131)
	Rémunérations fondées sur des actions ⁽¹⁾			8			8		8
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(7)			(7)		(7)
(6 379 739)	Achats/Ventes d'actions propres			(174)			(174)		(174)
178 854 301	31 décembre 2008	78	2 553	(105)	(315)	109	2 320	30	2 350
	Résultat net			403			403	14	417
	Autres éléments du résultat global								
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente					12	12		12
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies			(3)			(3)		(3)
	Ecart de change				(62)		(62)	3	(59)
	Total des autres éléments du résultat global	-	-	(3)	(62)	12	(53)	3	(50)
	Total des produits et charges de la période	-	-	400	(62)	12	350	17	367
1 562 129	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA	1	47	(48)			-		-
	Composante capitaux propres de l'OCEANE 2014			49			49		49
	Dividendes			(107)			(107)	(26)	(133)
	Rémunérations fondées sur des actions ⁽¹⁾			26			26		26
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(6)			(6)		(6)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de minoritaires						-	4	4
6 752 338	Achats/Ventes d'actions propres			181			181		181
187 168 768	31 décembre 2009	79	2 600	390	(377)	121	2 813	25	2 838

⁽¹⁾ Les rémunérations fondées sur des actions sont présentées nettes d'impôts différés



(non audité)

Annexe 1. Détail du calcul de la croissance organique

(en millions d'euros)	2009
Revenu année 2008	4 704
Impact des taux de change	28
Revenu 2008 à taux de change 2009 (a)	4 732
Revenu 2009 avant impact des acquisitions ⁽¹⁾ (b)	4 426
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	98
Revenu 2009	4 524
Croissance organique (b) / (a)	- 6,5%

(1) net des cessions

Annexe 2a. Bénéfice net par action

(en millions d'euros, sauf les actions)		2009	2008	2007
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA				
Résultat net part du Groupe	a	403	447	452
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt ⁽¹⁾		16	20	32
Résultat net part du Groupe – dilué	b	419	467	484
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA				
Nombre d'actions moyen composant le capital social		196 020 983	196 277 148	200 072 094
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(15 633 664)	(16 651 410)	(16 946 147)
Actions à remettre en remboursement des Orane		21 869 806	22 911 225	24 473 354
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	202 257 125	202 536 963	207 599 301
<i>Impact des instruments dilutifs : ⁽²⁾</i>				
- Actions gratuites et stock-options dilutifs		1 770 247	137 404	2 941 554
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		-	-	167 511
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles ⁽¹⁾		16 839 972	18 054 574	28 656 747
Nombre d'actions dilué	d	220 867 344	220 728 941	239 365 113
<i>(en euros)</i>				
Bénéfice net par action	a/c	1,99	2,21	2,18
Bénéfice net par action – dilué	b/d	1,90	2,12	2,02

(1) En 2007 et 2008, les Océanes 2008 et 2018 sont prises en compte dans le calcul ; toutefois, l'Océane 2008, suite au remboursement à la date d'échéance de l'emprunt, n'est prise en compte pour le calcul du résultat dilué que sur la période janvier – juillet 2008. En 2009, ce sont les Océane 2018 et 2014 qui sont prises en compte (sur la période juin –décembre 2009 seulement pour la seconde, émise en juin 2009).

(2) Seuls les actions gratuites, stock-options et BSA ayant un effet dilutif, c'est à dire dont le prix d'exercice est inférieur au cours moyen de l'exercice, sont pris en considération

Le remboursement à l'échéance de l'Océane 2008 en juillet 2008 a entraîné l'annulation de 23 172 413 actions potentiellement dilutives. Inversement, l'émission, en juin 2009, d'une nouvelle Océane, échéance 2014, a entraîné la création de 25 761 647 actions potentiellement dilutives.



(non audité)

Annexe 2b. Bénéfice net courant par action

(en millions d'euros, sauf les actions)

		2009	2008	2007
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾				
Résultat net part du Groupe		403	447	452
<i>Eléments exclus :</i>				
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt		18	18	18
- Perte de valeur, nette d'impôt		27	11	4
- Plus (moins) values nettes de cession de terrains, d'immeubles et baux immobiliers à long terme		(6)	(5)	-
- Impôt différé actif lié à l'Océane 2014 ⁽²⁾		(23)	-	-
Résultat net courant part du Groupe	e	419	471	474
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt		16	20	32
Résultat net courant part du Groupe – dilué	f	435	491	506
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA				
Nombre d'actions moyen composant le capital social		196 020 983	196 277 148	200 072 094
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(15 633 664)	(16 651 410)	(16 946 147)
Actions à remettre en remboursement des Oranes		21 869 806	22 911 225	24 473 354
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	202 257 125	202 536 963	207 599 301
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Actions gratuites et stock-options dilutifs		1 770 247	137 404	2 941 554
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		-	-	167 511
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles		16 839 972	18 054 574	28 656 747
Nombre d'actions dilué	d	220 867 344	220 728 941	239 365 113
<i>(en euros)</i>				
Bénéfice net courant par action ⁽¹⁾	e/c	2,07	2,33	2,28
Bénéfice net courant par action - dilué ⁽¹⁾	f/d	1,97	2,22	2,11

(1) BNPA avant amortissement des incorporels liés aux acquisitions, perte de valeur, plus (moins)-value sur opérations de cession d'immeubles et terrains, et impôt différé actif lié à l'Océane 2014.

(2) Effet de l'impôt différé actif reconnu à hauteur de l'impôt différé passif comptabilisé sur la part de l'Océane 2014 enregistrée en capitaux propres.

En janvier 2010, la société a procédé au remboursement de 617 985 Océane 2018, suite à l'exercice partiel du put, supprimant ainsi un nombre équivalent d'actions potentiellement dilutives.