



Communiqué de presse

17 avril 2014



PUBLICIS GROUPE

Revenu du 1^{er} trimestre 2014

1^{er} trimestre 2014

2014 1 597

2013 1 563

Croissance organique
+3,3%

- Hausse vs. 2013 : +2,2%
- Impact des variations de change : -4,2%
- Hausse à change constant : +6,8%

Maurice Lévy, Président du Directoire déclare :

« Après un 4^{ème} trimestre 2013 qui avait été très inférieur à nos attentes (à +0,7% de croissance organique), notre Groupe renoue avec une croissance organique plus satisfaisante de +3,3% (+6,8% hors effets de change).

Les marchés émergents qui avaient connu une croissance négative à la fin de l'année dernière avec notamment la Chine à -10,8% (T4), retrouvent le chemin de la croissance. L'Europe est la bonne nouvelle de ce 1^{er} trimestre 2014. Longtemps attendue, la croissance est constatée, même si elle demeure encore fragile. L'Allemagne est tonique, mais sans doute l'information la plus intéressante concerne l'Italie et l'Espagne qui retrouvent pour la première fois depuis 2011 une croissance positive au 1^{er} trimestre. La France montre aussi quelque couleur assez encourageante.

Si l'on ajoute la croissance à deux chiffres des activités numériques et la sensible amélioration de celles de la santé, ce sont autant de signes qui nous permettent d'être confiants pour 2014.

Nous maintenons donc nos objectifs de croissance au-dessus de 4% pour l'ensemble de l'année avec un 2^{ème} trimestre qui marquera le pas en raison de comparables défavorables.

Avec la poursuite de l'amélioration de la marge -petite hausse déjà constatée sur le 1^{er} trimestre- nous sommes sur la bonne trajectoire pour atteindre nos objectifs de croissance et rentabilité tels que définis dans le cadre du plan stratégique de Publicis Groupe, hors fusion, à l'horizon 2018.

Enfin, le projet de fusion entre égaux de Publicis et Omnicom suit son cours même si les étapes progressent plus lentement que prévu ».

I - Revenu

Le revenu consolidé de Publicis Groupe pour le 1^{er} trimestre 2014 est de 1 597 M€ comparé à 1 563 M€ en 2013, soit une hausse de + 2,2%. Les variations de change ont un impact négatif de 67 M€ (soit 4,2% du revenu). Hors effet de change, la croissance du revenu est de +6,8%.

Exprimé en dollars, le revenu du premier trimestre est de 2 187 M\$ (+ 6%).

✓ **Croissance organique**

La croissance organique de + 3,3% est en nette amélioration par rapport au dernier trimestre de 2013 (+0,7%). Cette progression est due à une croissance soutenue des activités numériques (+10,4%) qui représentent désormais 40,9% du revenu et à une amélioration de l'Europe* et de la Chine qui devraient connaître une accélération de croissance au fil des trimestres de 2014.

**Hors Russie et Turquie*

II - Activité du 1^{er} trimestre 2014

Des signaux d'amélioration de l'économie mondiale sont visibles dans certaines régions mais la sortie de la crise des cinq dernières années demeure très lente avec des situations très contrastées. Les Etats-Unis bénéficient d'une croissance portée par une demande privée vigoureuse. Dans la zone euro, la reprise variable selon les pays demeure encore très modeste à l'exception de l'Allemagne et du Royaume-Uni. Les économies des pays du Sud de l'Europe, en faible amélioration, demeurent très fragiles. Malgré un ralentissement conjoncturel, la Chine reste un acteur important de la croissance de l'économie mondiale.

Dans un contexte économique mondial qui a vu les équilibres se modifier depuis le deuxième semestre de 2013, Publicis Groupe affiche une croissance portée notamment par sa forte présence en Amérique du Nord (49,8% du revenu) et par le digital, devenu l'activité principale du Groupe. La part de plus de 40% de son revenu dans les activités numériques conforte l'objectif du Groupe d'y réaliser 50% d'ici 2018.

La part des revenus issus des pays à forte croissance est en léger retrait à 22,2% en raison de ralentissements conjoncturels de certaines régions et d'effets de change défavorables.

Répartition du revenu au 1^{er} trimestre 2014 par zone géographique

(en M€)	Revenu		Croissance Organique	Croissance Publiée
	T1 2014	T1 2013	T1 2014	T1 2014 / T1 2013
Europe*	474	442	+2,1%	+7,2%
Amérique du Nord	795	776	+4,3%	+2,4%
BRIC+MISSAT**	190	201	+0,5%	-5,5%
Reste du Monde	138	144	+5,1%	-4,2%
Total	1 597	1 563	+3,3%	+2,2%

*Europe hors Russie et Turquie

**MISSAT : Mexique, Indonésie, Singapour, Afrique du Sud, Turquie

- **L'Europe*** connaît une forte amélioration sur le premier trimestre de 2013. L'Allemagne affiche + 9,9% de croissance, la France +2,0% et le Royaume-Uni affecté par une baisse conjoncturelle est à -1,6% spécifique à certaines entités du Groupe. Les pays du Sud de l'Europe restent dans l'ensemble fragiles même si l'on note un léger redressement en Espagne (+1,1%).

*Europe hors Russie et Turquie

- **L'Amérique du Nord** à + 4,3% poursuit sa croissance portée par une vigueur renouvelée de son économie et la part des activités numériques du Groupe dans cette région.
- **BRIC+MISSAT** : la reprise de croissance sur la Chine Grande Région (+ 0,2% contre -10,8% au 4^{ème} trimestre 2013) accompagnée des croissances du Brésil +3%, de la Russie (+7,6%) et de la performance de la Turquie (+23,8%) sont prometteuses. Les faibles performances du Mexique (-3,3%) de l'Afrique du Sud (-6,2%) et de l'Inde (-18%) ont cependant freiné la progression de la croissance de cette zone sur le 1^{er} trimestre.
- **Le Reste du Monde** affiche une croissance de +5,1%.

III - Activités

Le tableau ci-dessous montre le fort dynamisme des activités numériques dans toutes les régions du monde qui permet de soutenir la croissance malgré la poursuite de la baisse des activités analogiques (-0,9%).

	Europe*	Amérique du Nord	BRIC+MISSAT**	Reste du Monde	Total
Digital	+10,2%	+8,3%	+30,1%	+30,8%	+10,4%
Analogique	-1,2%	0,0%	-3,3%	0,0%	-0,9%
Total	+2,2%	+4,3%	+0,5%	+5,1%	+3,3%

*Europe hors Russie et Turquie

**MISSAT : Mexique, Indonésie, Singapour, Afrique du Sud, Turquie

IV - Contrôle des coûts

Avec l'objectif d'une amélioration de sa marge opérationnelle à moyen-terme, Publicis Groupe poursuit ses investissements (régionalisation des centres de services partagés, plateformes de production, ERP) ainsi que la simplification de l'organisation.

V - Croissance externe, opérations financières

- **Acquisitions**

- **Qorvis Communications**, l'un des premiers cabinets de relations publiques des Etats-Unis.
- **Applied Media Logic (AML)**, agence media basée à Johannesburg.
- **Lighthouse Digital** : Agence leader du marché sud-africain, spécialisée dans les médias numériques et pionnière des outils d'analyse des media sociaux.
- **Law & Kenneth** : la plus grande agence indienne indépendante de publicité et numérique.
- **Hawkeye** (Ffwd Ltd and Mosaic LLC) : Agence leader dans le marketing numérique spécialisée en analyse de données, stratégie numérique, CRM et marketing expérientiel basée à Dallas (Etats-Unis).
- **OwenKessel** : Une des agences créatives les plus primées d'Afrique du Sud.

- **Finances**

- **Océanes 2018**

Sur les 559 278 Océanes 2018 existant au 31 décembre 2013, 554 604 ont fait l'objet d'une demande de conversion en décembre 2013 et en janvier 2014. A ce titre, 562 921 actions Publicis ont été livrées au cours du mois de janvier 2014. Le solde des obligations restantes, soit 4 674 obligations, a été remboursé en numéraire au prix unitaire de 48,74 euros également en janvier 2014.

- **Oranes**

Dans le cadre de l'offre de compensation faite par Publicis aux porteurs d'Oranes, approuvée par l'Assemblée générale des porteurs d'Oranes en date du 10 octobre 2013, les porteurs qui ont fait valoir leurs droits ont reçu le 15 janvier 2014, 865 656 euros au titre des intérêts complémentaires, ainsi que 110 871 actions Publicis Groupe au titre des ajustements de parité de remboursement.

VI - Dette nette au 31 mars 2014

Au 31 mars 2014, la dette nette s'élève à 29 M€ millions d'euros contre 847 millions au 31 mars 2013.

VII - Fusion entre Publicis Groupe et Omnicom Inc.

Le 28 juillet 2013, Publicis Groupe SA et Omnicom Group Inc. (Omnicom) ont annoncé la signature d'un accord portant sur une fusion entre égaux, destiné à aboutir à la création du leader mondial de la communication, de la publicité, du marketing et du numérique.

L'opération prend la forme d'une fusion transfrontalière au sein d'une holding, Publicis Omnicom Group, domiciliée aux Pays-Bas. Celle-ci sera cotée sur Euronext Paris et sur le NYSE.

L'opération a été structurée de façon à ce que les collèges d'actionnaires de Publicis Groupe et d'Omnicom détiennent chacun, au jour de la fusion, environ 50% du capital de Publicis Omnicom Group. Les actionnaires de Publicis Groupe recevront une action ordinaire nouvelle Publicis Omnicom Group pour chaque action Publicis Groupe, ainsi qu'un dividende exceptionnel de 1,00 euro par action. Les actionnaires d'Omnicom recevront 0,813 action ordinaire nouvelle Publicis Omnicom Group pour chaque action Omnicom, ainsi qu'un dividende exceptionnel de 2,00 dollars par action. Selon notre accord, certains ajustements pourraient être appliqués au dividende exceptionnel payé ainsi qu'à la parité de fusion.

L'opération est conditionnée notamment à l'approbation des actionnaires des deux sociétés, ainsi qu'à l'obtention des diverses autorisations réglementaires requises. Toutes les autorisations des autorités de la concurrence préalables à la conclusion de la fusion ont été obtenues, à l'exception de la Chine, actuellement à l'étude.

La réalisation de l'opération est attendue au cours du 3^{ème} trimestre 2014.

Publicis Groupe établira à l'attention de ses actionnaires, préalablement à la tenue de l'Assemblée générale appelée à statuer sur la fusion, un rapport détaillant les conditions de celle-ci.

VIII – Perspectives

Selon ses estimations du 7 avril 2014, l'observatoire des media de ZenithOptimedia a relevé les perspectives de croissance du marché publicitaire mondial (media) faites en décembre 2013 de 5,3% à 5,5% pour l'année 2014. Cette hausse de 0,2% prend en compte une légère amélioration de l'économie mondiale, notamment dans les économies matures, et confirme l'accentuation de la progression du numérique.

Au niveau du marché publicitaire mondial (media), on attend pour l'année 2014 une bonne tenue des Etats-Unis, de l'Allemagne, du Royaume-Uni, de l'Australie et du Mexique. La France devrait être à l'équilibre, l'Europe du Sud demeurant négative dans son ensemble avec néanmoins l'Espagne stabilisée. Les prévisions de ZenithOptimedia pour les marchés émergents indiquent une croissance de 10,8% pour l'ensemble BRIC et de 14,8% pour les pays de l'ensemble MISSAT.

Les chiffres du 1^{er} trimestre 2014 confirment que les performances du 4^{ème} trimestre 2013 n'anticipaient pas une dégradation des marchés mais étaient représentatifs de situations ponctuelles. Pour l'année 2014, Publicis Groupe demeure confiant dans ses objectifs de croissance et de poursuite de l'amélioration de ses marges.

Prochaine Assemblée Générale : mercredi 28 mai à 10 h au publiciscinémas

Avertissement

Ce communiqué contient des informations prospectives (y compris au sens du *Private Securities Litigation Reform Act* de 1995) concernant Omnicom, Publicis, Publicis Omnicom Group, l'opération envisagées et d'autres sujets. Ces déclarations peuvent envisager des objectifs, intentions et anticipations portant sur des plans, tendances, événements futurs, résultats d'opérations, conditions financières ou autres fondées sur des croyances actuelles des managements d'Omnicom et de Publicis ainsi que sur les hypothèses faites par eux et l'information dont ils disposent actuellement. Les informations prospectives peuvent être accompagnées de mots tels que « viser », « anticiper », « croire », « planifier », « pourrait », « serait », « devrait », « estimer », « s'attendre à », « prévoir », « avenir », « orientation », « avoir l'intention », « peut », « sera », « possible », « potentiel », « prédire », « projeter » ou des mots, phrases ou expressions comparables. Ces informations prospectives sont sujettes à divers risques et incertitudes, dont plusieurs échappent au contrôle des parties. Par conséquent, il ne doit pas être accordé une confiance induite à ces informations. Les facteurs qui pourraient faire que les résultats réels diffèrent substantiellement de ces informations prospectives comprennent : le défaut d'obtention des approbations réglementaires applicables ou de celles des actionnaires en temps voulu ou autre ; le non-respect d'autres conditions suspensives à la réalisation de l'opération proposée ; le risque que les nouvelles activités ne soient pas intégrées avec succès ou que les sociétés combinées ne réalisent pas les économies, les impôts différés actifs, les synergies ou la croissance estimés, ou que ces bénéfices prennent plus de temps que prévu à se réaliser ; l'impossibilité de réaliser les avantages escomptés des opérations combinées ; les risques liés à des coûts d'intégration imprévus ; les pertes sur les achats média et les coûts de production engagés pour le compte des clients ; la réduction des dépenses des clients, des retards de paiement des clients et l'évolution des besoins de communication des clients ; l'incapacité à gérer les conflits

d'intérêts potentiels entre ou propres aux clients ; les changements imprévus liés à des facteurs concurrentiels dans les industries de la publicité et du marketing ; la capacité d'embaucher et de retenir le personnel clé ; la capacité d'intégrer avec succès les activités des sociétés ; l'impact potentiel de l'annonce ou de la réalisation de l'opération proposée sur les relations avec des tiers, y compris les clients, les employés et les concurrents ; la capacité d'attirer de nouveaux clients et fidéliser les clients existants de la manière prévue ; la dépendance à l'égard de et l'intégration des systèmes de technologie de l'information ; les changements dans les législations et réglementations gouvernementales affectant les sociétés ; les conditions économiques internationales, nationales ou locales, ou les conditions sociales ou politiques qui pourraient nuire aux sociétés ou à leurs clients ; les conditions sur les marchés du crédit, les risques associés aux hypothèses que les parties font en relation avec les estimations comptables critiques et les procédures judiciaires des parties ; et les opérations internationales des parties, qui sont soumis aux risques de fluctuations des devises et au contrôle des changes. La liste de facteurs qui précède n'est pas exhaustive. Ces facteurs doivent être examinés attentivement, ainsi que les autres risques et incertitudes qui affectent les activités des parties, y compris ceux décrits dans le rapport annuel d'Omnicom sur le formulaire *Form* 10-K, ses rapports trimestriels sur le formulaire *Form* 10-Q, ses rapports d'information permanente sur le formulaire *Form* 8-K et dans les autres éventuels documents déposés auprès de la Securities and Exchange Commission (la « SEC ») ainsi que ceux décrits dans les rapports annuels et Documents de Référence de Publicis et dans les autres éventuels documents déposés auprès de l'autorité française des marchés financiers (Autorité des marchés financiers ou « AMF »). Sauf la loi applicable l'exige, les parties ne sont soumises à aucune obligation de mettre à jour ces informations prospectives.

Absence d'Offre ou de Sollicitation

Cette présentation n'est pas destinée à être et ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre de souscription ou d'achat, ni une sollicitation d'achat ou de souscription pour des valeurs mobilières ou la sollicitation de vote, et ce dans aucun pays, conformément aux opérations proposées ou autres, et aucune vente, délivrance ou transfert de valeurs mobilières ne doit intervenir dans une quelconque juridiction en violation de la législation applicable. Aucune offre de titres ne sera faite, excepté au moyen d'un prospectus répondant aux exigences de la Section 10 du *Securities Act* de 1933, dans sa version actuel, et de la réglementation européenne applicable. Sous réserve de certaines exceptions qui auront été approuvées par les organismes de réglementation compétents ou de certains éléments qui devront être confirmés, l'offre ou la proposition au public ne sera pas faite, directement ou indirectement, dans ou à destination d'une juridiction où cela constituerait une violation des lois qui y sont en vigueur, ou par l'utilisation de tout moyen de communication (y compris, sans que cette liste soit exhaustive, par courrier, facsimile, téléphone ou Internet) ou au moyen d'infrastructures de marché d'une telle juridiction.

Informations Complémentaires Importantes devant être déposées auprès de la SEC

Publicis Omnicom Group déposera auprès de la SEC un document d'enregistrement (*registration statement*) selon un formulaire *Form* S-4, qui comprendra la circulaire de sollicitation de procurations (*proxy statement*) d'Omnicom et qui constitue également un prospectus de Publicis Omnicom Group (le « prospectus/proxy »). **LES INVESTISSEURS ET LES ACTIONNAIRES SONT PRIÉS DE LIRE ATTENTIVEMENT LE PROSPECTUS/PROXY COMMUN, AINSI LES AUTRES DOCUMENTS PERTINENTS DEVANT ÊTRE DÉPOSÉS AUPRÈS DE LA SEC, DANS LEUR INTEGRALITÉ ET DÈS QU'ILS SERONT DISPONIBLES, CAR ILS CONTIENDRONT DES INFORMATIONS IMPORTANTES SUR OMNICON, PUBLICIS, PUBLICIS OMNICON GROUP, LES OPERATIONS PROPOSÉES AINSI QUE D'AUTRES SUJETS CONNEXES.** Les investisseurs et les actionnaires pourront obtenir des exemplaires gratuits du prospectus/proxy et d'autres documents de procuration déposés auprès de la SEC par les parties sur le site Web de la SEC à l'adresse www.sec.gov. En outre, les investisseurs et les actionnaires pourront obtenir des exemplaires gratuits du prospectus/proxy et des autres documents déposés auprès de la SEC par les parties en contactant

Relations-investisseurs, (pour les documents déposés auprès de la SEC par Omnicom) ou Relations-investisseurs, 133, avenue des Champs Elysées, 75008 Paris, France, +33 (0) 1 44 43 65 00 (pour les documents déposés auprès de la SEC par Publicis ou par Publicis Omnicom Group).

Informations Complémentaires Importantes devant être rendues publiques dans un Prospectus visé par l'AFM

Publicis Omnicom Group rendra public un prospectus, visé par l'Autorité néerlandaise des marchés financiers (*Stichting Autoriteit Financiële Markten* ou « AFM »), relatif à l'émission d'actions nouvelles à la suite de l'opération proposée et à leur admission à la négociation sur un marché réglementé de l'Union européenne (en ce compris tout supplément afférent, le « Prospectus d'Admission »). Le Prospectus d'Admission sera approuvé par l'AFM et transmis à l'AMF selon la procédure du passeport européen en vue de l'admission des actions de Publicis Omnicom Group à la négociation sur Euronext Paris. **LES INVESTISSEURS ET LES ACTIONNAIRES SONT PRIÉS DE LIRE ATTENTIVEMENT LE PROSPECTUS D'ADMISSION, AINSI LES AUTRES DOCUMENTS PERTINENTS, DANS LEUR INTEGRALITÉ ET DÈS QU'ILS SERONT DISPONIBLES, CAR ILS CONTIENDRONT DES INFORMATIONS IMPORTANTES SUR OMNICOM, PUBLICIS, PUBLICIS OMNICOM GROUP, LES OPERATIONS PROPOSÉES AINSI QUE D'AUTRES SUJETS CONNEXES.** Les investisseurs et les actionnaires pourront obtenir des exemplaires gratuits du Prospectus d'Admission de Publicis Omnicom Group sur le site de Publicis à l'adresse www.publicisgroupe.com ou en contactant Relations-investisseurs, 133, avenue des Champs Elysées, 75008 Paris, France, +33 (0) 1 44 43 65 00.

Informations supplémentaires importantes à destination des actionnaires de Publicis

Publicis préparera un rapport qui sera mis à disposition des actionnaires dans le cadre de l'assemblée générale de Publicis appelée à statuer sur l'opération proposée (le « Rapport »). **LES INVESTISSEURS ET LES ACTIONNAIRES SONT PRIÉS DE LIRE ATTENTIVEMENT LE RAPPORT, AINSI QUE LES AUTRES DOCUMENTS PERTINENTS DEVANT ÊTRE DÉPOSÉS AUPRÈS DE L'AMF, DANS LEUR INTEGRALITÉ ET DÈS QU'ILS SERONT DISPONIBLES, CAR ILS CONTIENDRONT DES INFORMATIONS IMPORTANTES SUR PUBLICIS, OMNICOM, PUBLICIS OMNICOM GROUP, LES OPERATIONS PROPOSÉES AINSI QUE D'AUTRES SUJETS CONNEXES.** Les investisseurs et les actionnaires pourront obtenir des exemplaires gratuits du Rapport de Publicis sur son site Web à l'adresse www.publicisgroupe.com ou en contactant Relations-investisseurs, 133, avenue des Champs Elysées, 75008 Paris, France, +33 (0) 1 44 43 65 00.

Absence de Prospectus EEE jusqu'au Prospectus d'Admission

Aucun prospectus n'est exigé dans l'Espace Economique Européen (EEE) en vertu de la Directive Prospectus 2003/71/CE, telle que modifiée et transposée en droit néerlandais et en droit français, et aucun prospectus ou document ne sera mis à disposition jusqu'à ce que le Prospectus d'Admission soit mis à disposition.

Participants à la Sollicitation

Omnicom, Publicis Groupe, Publicis Omnicom et les membres de leurs organes d'administration, de surveillance et de direction et leurs dirigeants respectifs peuvent être considérés comme des participants à la sollicitation de procurations (solicitation of proxies) auprès des actionnaires d'Omnicom en rapport avec les opérations proposées visées par le prospectus/proxy. Les informations concernant les personnes qui sont, en vertu de la réglementation de la SEC, considérées comme des participants à la sollicitation des actionnaires d'Omnicom dans le cadre des opérations envisagées, comprenant notamment une description de leurs intérêts directs ou indirects par la détention d'actions ou autres, seront incluses dans le prospectus/proxy lorsqu'il sera déposé auprès de la SEC. Les informations concernant les administrateurs et les dirigeants d'Omnicom sont présentées dans son rapport annuel sur le formulaire Form 10-K pour l'exercice clos le 31 décembre

2013 et sur son Proxy Statement du Schedule 14A en date du 10 avril 2014, qui sont déposés auprès de la SEC.

A propos de Publicis Groupe

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est l'un des premiers groupes mondiaux de communication. Nous sommes présents dans tous les secteurs et les métiers : le numérique (DigitasLBi, Razorfish, Rosetta, VivaKi), les agences créatives (BBH, Leo Burnett, Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi), les relations publiques, la communication institutionnelle et l'événementiel (MSLGROUP), l'achat d'espace et la stratégie média (Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia) et enfin la communication santé avec Publicis Healthcare Communications Group (PHCG). Le Groupe est présent dans 108 pays et compte environ 62 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com | Twitter : @PublicisGroupe | Facebook : www.facebook.com/publicisgroupe | LinkedIn :

Publicis Groupe | <http://www.youtube.com/user/PublicisGroupe> |

Viva la Difference !

Contacts

Publicis Groupe

Peggy Nahmany

Martine Hue

Stéphanie Constand

Communication corporate

Relations investisseurs

Relations investisseurs

+ 33 (0)1 44 43 72 83

+ 33 (0)1 44 43 65 00

+ 33 (0)1 44 43 74 44

Annexes

New Business -1^{er} trimestre 2014

Principaux Gains

BBH/NEOGAMA

Ladbroke's (Royaume-Uni), Rugby World Cup (Royaume-Uni), Piaggio/Vespa (Royaume-Uni), Clipper Teas (Royaume-Uni), British Airways (Royaume-Uni), Viber (Inde), Piaggio Vehicles Pvt.Ltd. – Vespa (Inde).

Digitas/LBi

Puma (Etats-Unis), Kao Worldwide (Etats-Unis), AstraZeneca (Etats-Unis), NYSE Euronext (Etats-Unis), Aetna (Etats-Unis), American Express (Etats-Unis).

Leo Burnett

Honda (Australie), MBT Footwear (Singapour), Diesel & Motor Engineering Co - Tata e-Xeta (Sri Lanka), Kelsey Developers (Sri Lanka), Diesel & Motor Engineering Co - Mercedes Service Center (Sri Lanka), Woolworths (Australie), Chartered Accountants of Sri Lanka (Sri Lanka), Sri Lanka Neurologists Association (Sri Lanka).

MSLGROUP

Amplificação (Brésil), Trident - Concorrência de fee (Brésil).

Publicis Worldwide

Aviano Jewels GmbH (Allemagne), Bongrain (Italie), Akzonobel (Italie), Nestle (Turquie, Mexique, Brésil, Philippines), TOKSOZ GIDA (Turquie), Boehringer (Mexique), Azul Airlines (Brésil), Belupo (Croatie), Zewa (Croatie), Amstel (Croatie), Young Care (Australie), Stream Co (Australie), Asia Brewery (Philippines), Intel (Malaisie), IP (Italie), KKB (Turquie), Sanofi (Turquie, Indonésie), SAT – Hacienda (Mexique), BMW (Mexique), Toyota (Brésil), FK Gardner & Sons (Australie), National Tiles (Australie), ING (Turquie), Barcel (Mexique), Rogers (Canada), SiMobil (Slovénie), Battery World (Australie), QTAFE (Australie), Sydney Airport (Australie).

Saatchi & Saatchi

Peroni (Italie), Mamee Double Decker (Malaisie), Ferrarelle (Italie), Roominate (Etats-Unis), Direct Line (Royaume-Uni), FCA (Royaume-Uni), Virgin Active (Thaïlande).

Starcom MediaVest Group

AA (UK), SkyScanner (UK), Warner Music (UK), Autobutler (Sweden), Leroy Merlin (Pologne), McCormick (EMEA), Quiksilver (Global), Statoil (Nordics & Eastern Europe), Bokadirekt.se (Sweden), Tourism Trentino (Italy).

ZenithOptimedia

Nestle (Philippines), Rabobank (Australie), Scoot (Asie - Régional), Majid Al Futtaim Properties (Emirats Arabes Unis), Wyeth (Philippines), PUIG (France), Velvet Care (Pologne), Zabka (Pologne), Wawel (Pologne), The European Commission (Arménie), SCA (Croatie, Géorgie, Arménie), Niko (Ukraine), KIA (Biélorussie), Agro Sevilla Aceitunas (Arménie), Ipek Kagit (Arménie).

Communiqués de Presse 2014

09-01-2014	Publicis Groupe et Omnicom obtiennent une décision d'autorisation sans condition de la part de la Commission Européenne
10-01-2014	Bilan semestriel du contrat de liquidité de la société Publicis Groupe
10-01-2014	Publicis Groupe acquiert Qorvis Communications
21-01-2014	Publicis Groupe acquiert AML, l'une des principales agences média en Afrique du Sud
30-01-2014	Publicis Groupe acquiert 51% de l'une des principales agences indiennes indépendantes Law & Kenneth
13-02-2014	Résultats annuels 2013
25-02-2014	Publicis Groupe acquiert Lighthouse Digital, leader en média numérique en Afrique du Sud
06-03-2014	Publicis Groupe acquiert Hawkeye, agence numérique américaine, axée sur les datas.

Définitions

Dettes nettes : la dette financière nette (ou dette nette) est égale à la somme des dettes financières long et court terme et des dérivés de couverture associés, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie.

Dettes nettes moyennes : moyenne des dettes nettes moyennes mensuelles.

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.

Marge Opérationnelle : La marge opérationnelle est égale au 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 : Le taux de marge opérationnelle, qui est égal à la marge opérationnelle exprimée en pourcentage du revenu, est un indicateur suivi par le Groupe dans le but de mesurer la performance des unités génératrices de trésorerie et du Groupe dans son ensemble.

Calcul de la croissance organique

(million EUR)	T1 2014	Impact taux de change (million EUR) T1	
Revenu 2013	1 563	GBP ⁽²⁾	4
Impact des taux de change ⁽²⁾	(67)	USD ⁽²⁾	(27)
Revenu 2013 au taux de change 2014 (a)	1 496	Autres ⁽²⁾	(44)
Revenu 2014 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b)	1 545	Total	(67)
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	52		
Revenu 2014	1 597		
Croissance organique (b/a)	+3,3%		

1) Acquisitions (Webformance Saint Brieuc, Indigo, Flip, King Harvests, UBS, Pixelpark, Longtuo, BBR, BBH, Neogama, CNC, Webformance Bordeaux, AR Media, Arachnid, Resultrix, Webformance Spain, Diplomatic Cover, Grita, Istrat, Outside Line, Bromley, Monterosa, Rokkan, LBI, Blue Parrot, Market Gate, Taterka, Convonix, Netalk, Neev, BosZ, Espalhe, Engauge, Poke, TPM, ZO Romania, Jana, Interactive Solutions, ETO, Heartbeat, Verilogue, Synergize, Walker Media, Beehive, Prima, ZO South Africa, Lighthouse, Polarix, Owen Kessel, Qorvis, M&K India, Hawkeye) nettes de cessions

2) Taux de change 2014 : 1 EUR = 1.370 USD - 1 EUR = 0.828 GBP
Taux de change 2013 : 1 EUR = 1.320 USD - 1 EUR = 0.852 GBP