



PUBLICIS GROUPE

Revenu du 3^{ème} trimestre 2014

3^{ème} trimestre 2014 (Millions EUR)

▪ Revenu :	1 748
▪ Croissance publiée :	+4,4%
▪ Croissance organique :	+1,0%

9 premiers mois de l'année 2014 (Millions EUR)

▪ Revenu :	5 106
▪ Croissance publiée :	+1,6%
▪ Croissance organique :	+1,5%

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :

« La croissance organique s'est très légèrement redressée par rapport au deuxième trimestre 2014 et ne correspond pas à nos attentes.

Il existe un certain nombre de facteurs expliquant cela et notamment le fait que le management a été trop concentré sur d'autres projets et pas assez sur les actions de court terme et de croissance.

Nous sommes à la fin d'un cycle et très confiants dans la suite. De très importantes décisions ont été prises notamment au niveau des équipes de management et de l'organisation.

Les bonnes nouvelles qui témoignent de la vitalité du Groupe sont nombreuses et très encourageantes. Depuis le digital qui représente désormais 42% de notre revenu et est en croissance de plus de 9% ou encore, la très belle victoire de la compétition Samsung.

Nos clients vont subir de plein fouet l'onde de choc du numérique sur la transformation de leur modèle. Nous sommes prêts à leur apporter les services innovants et porteurs pour l'avenir.

Cette fin d'année ne sera pas très différente des neuf premiers mois, mais nous sommes confiants sur notre capacité à délivrer un bon niveau de rentabilité et travaillons au plan 2018 qui sera bientôt présenté aux investisseurs ».

I - Revenu

■ 3^{ème} Trimestre 2014

Le revenu consolidé de Publicis Groupe pour le 3^{ème} trimestre 2014 est de 1 748 M€, en hausse de +4,4% par rapport à 2013. L'impact négatif dû aux variations de change entre les 3^{èmes} trimestres 2014 et 2013 est de 4 M€. Hors effets des variations de change, la hausse du revenu est de +4,6%.

La croissance organique de +1,0% reflète une économie mondiale en retrait notamment sur certains pays émergents, et une performance de l'Europe très faible, dans un contexte géopolitique et économique très difficile ainsi qu'une faiblesse passagère de Razorfish.

- Répartition du revenu au 3^{ème} trimestre 2014 par zone géographique

(en M€)	Revenu		Croissance Organique	Croissance Publiée
	T3 2014	T3 2013	T3 2014	T3 2014 / T3 2013
Europe*	499	469	-0,5%	+6,4%
Amérique du Nord	866	825	+1,5%	+5,0%
BRIC+MISSAT**	222	217	+0,6%	+2,3%
Reste du Monde	161	164	+3,1%	-1,8%
Total	1 748	1 675	+1,0%	+4.4%

* Europe : hors Russie et Turquie

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

- La croissance organique du 3^{ème} trimestre, est de +1,0%. Cette performance qui demeure très faible est imputable à de nombreux ajustements à la baisse des investissements des annonceurs dans un contexte de croissance économique mondiale atone et à un trou d'air chez Razorfish.
- **L'Europe hors Russie et Turquie**, légèrement négative au 3^{ème} trimestre (-0,5%), a connu des situations contrastées : les pays d'Europe Centrale et de l'Est montrent une croissance de +4,1% (Pologne à +21,3%). Les croissances de la France (+2,8%) et de l'Allemagne, (+3,8%) ainsi que celle de l'Europe du Nord (+3,8%) sont également à souligner. En revanche, le Royaume-Uni (- 2,6%) et l'Europe du Sud (-3,8%) et les autres marchés européens pèsent sur la performance globale.
- **L'Amérique du Nord** avec +1,5% de croissance, pâtit des difficultés liées aux évolutions de Motorola et de BlackBerry ainsi que de réductions d'investissements de plusieurs grands annonceurs, mais surtout de la contreperformance de Razorfish.

- **L'ensemble des pays « BRIC » et « MISSAT »** en faible croissance de +0,6% est pénalisé par les performances négatives de la Chine Grande Région (-1,6%) et du Brésil (-0,6%). L'Inde affiche une croissance de +5.9%.
- **Le Reste du Monde** croît de +3,1%.

▪ Revenu 9 mois 2014

Le revenu consolidé de Publicis Groupe est en hausse de +1,6% pour les 9 premiers mois de 2014 à 5 106 M€. L'impact négatif dû aux variations de change est de 152 M€.
Hors effet des variations de change, la hausse du revenu est de +4.8%.

Exprimé en USD, le revenu des 9 premiers mois est de 6 919 MUSD, en hausse de +4,5%.

La croissance organique au 30 septembre 2014 (9 mois) est de +1,5%

Répartition du revenu au 30 septembre 2014 (9 mois) par zone géographique

(en M€)	Revenu		Croissance Organique	Croissance Publiée
	30/09/2014	30/09/2013	30/09/2014	2014/2013
Europe*	1 504	1 439	-0,4%	+4,5%
Amérique du Nord	2 503	2 455	+2,3%	+2,0%
BRIC+MISSAT**	634	651	+0,5%	-2,6%
Reste du Monde	465	481	+4,7%	-3,3%
Total	5 106	5 026	+1,5%	+1,6%

*Europe : hors Russie et Turquie

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

Pour mémoire, le revenu du 1^{er} trimestre 2014 s'élevait à 1 597 M€ et celui du 2^{ème} trimestre à 1 761 M€. Aux 1^{er} et 2^{ème} trimestres 2014, la croissance organique était respectivement de +3,3% et +0,5%.

Malgré la faiblesse momentanée de Razorfish, le digital confirme sa contribution de plus en plus importante aux revenus du groupe. Au 30 septembre 2014, les activités numériques représentent ainsi 41,6% du revenu total du Groupe contre 37,6% en 2013 avec une croissance organique de +9,1% sur 9 mois dont +9,6% pour le seul 3^{ème} trimestre.

Le dynamisme se révèle partout dans le monde, malgré une croissance décevante aux Etats-Unis en raison des évolutions de deux clients importants, Motorola et BlackBerry qui altèrent la performance de Razorfish provoquant un recul net de cette agence dont le potentiel demeure intact.

D'une manière plus fondamentale, bien que leur taux de croissance soit élevé, le volume des activités digitales ne compense pas encore le déclin marqué des autres activités, dites analogiques (-3,1% pour les 9 premiers mois de l'année).

Le revenu entre digital et analogique se répartit comme suit pour les 9 premiers mois de l'année :

	Europe*	Amérique du Nord	BRIC+MISSAT**	Reste du Monde	Total
Digital	+9,8%	+5,1%	+31,4%	+45,2%	+9,1%
Analogique	-5,0%	-0,7%	-4,4%	-3,7%	-3,1%
Total	-0,4%	+2,3%	+0,5%	+4,7%	+1,5%

*Europe : hors Russie et Turquie

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

Comme on le voit, la vitesse de transfert de l'analogique vers le numérique s'accélère, justifiant si besoin en était la stratégie du Groupe de devenir un acteur incontournable dans le digital.

Les revenus des pays à forte croissance représentent 23,0% du revenu total (24,1% en 2013) et une croissance organique de +2,1%. Cette relative stagnation peut être imputée pour l'essentiel à un ralentissement de certaines économies (Chine, Brésil) s'ajustant au ralentissement de l'économie mondiale.

Par activité et pour les 9 premiers mois de l'année, le revenu se répartit comme suit : 41,6% pour le Digital (37,6% en 2013), 28,8% pour la Publicité (28,6% en 2013), 15,4% pour les SAMS (17,1% en 2013) et 14,2% pour les media (16,7% en 2013).

II - Dette financière

Au 30 septembre, la dette nette s'élève à 93 M€ contre 550 M€ au 30 septembre 2013.

La dette nette moyenne du Groupe pour les 9 premiers mois de 2014 est une situation de trésorerie positive de 66 M€ contre une dette nette moyenne 584 M€ l'an dernier pour la même période.

Au 30 septembre 2014, le montant de liquidités disponibles du Groupe s'élève à 2 690 M€.

III - Faits marquants

■ Croissance externe

✓ Acquisitions du 3^{ème} trimestre

- **Crown Partners** aux Etats-Unis - Spécialiste d'e-business offrant une gamme de services complets permettant de développer le e-commerce et le contenu en ligne. Crown Partners est intégré à Razorfish afin de renforcer le leadership de l'agence dans les domaines du e-commerce, du marketing et du contenu des plateformes technologiques.
- **Salterbaxter**, cabinet de conseil international. Basé au Royaume-Uni, ce cabinet est reconnu pour son expertise en stratégie et communication de développement durable. Salter Baxter rejoint MSLGROUP,

réseau mondial de communication stratégique et renforce ainsi l'expertise du réseau en matière de communication citoyenne et institutionnelle des marques.

- **Cybermedia**, maison-mère de la société **Proximedia**. Basée à Bruxelles et leader dans les services Internet aux PME en Belgique et aux Pays-Bas. Cette acquisition vient accélérer le développement de Publicis Webformance, startup interne lancée en France en 2011.
- Prise de participation chez **AG Partners**, réseau panafricain de communication venant renforcer le réseau Publicis Worldwide.
- **Lead2Action**, la meilleure agence digitale du Mexique rejoint Publicis Mexico et renforce la transition digitale au Mexique.
- **Turner Duckworth**, agence de design et de stratégie de marque aux Etats-Unis intègre Leo Burnett, démontrant l'importance accordée par le réseau au design et à la créativité dans l'offre à ses clients.
- **Nurun**, agence conseil mondiale spécialisée en technologie, filiale de Quebecor Media, au Canada. Les expertises de Nurun, y compris l'innovation des technologies de l'information, leur intégration et leur maintenance, sont exercées dans les domaines suivants : recherche de design, produits numériques, conception des services, plateformes de transaction, interfaces utilisateurs et écosystèmes post-PC.
- **Ambito5**, première agence spécialisée dans les médias sociaux en Italie venant renforcer le leadership créatif et numérique de Saatchi & Saatchi en Italie.
- Acquisition de trois des principales agences d'Afrique du Sud couvrant un large éventail d'expertises : **BrandsRock**, leader de l'engagement des marques qui rejoint Saatchi & Saatchi, **Liquorice**, l'une des grandes agences de marketing numérique du pays venant renforcer la couverture globale de DigitasLBI en lui apportant un savoir-faire inégalé en marketing et technologie sur les marchés d'Afrique australe en fort développement et **MACHINE**, agence très souvent récompensée et opérant de manière intégrée qui fusionnera avec Publicis Worldwide pour renforcer ses capacités numériques afin d'accompagner les clients dans leur transition numérique.

✓ Autres opérations du 3^{ème} trimestre

- **Publicis Groupe** et **Adobe** ont créé un partenariat stratégique afin d'offrir la **Publicis Groupe Always-On Platform™**, la première plateforme complète de gestion du marketing de Publicis Groupe. Elle permet d'automatiser et de réunir tous les composants du marketing des clients. Cette plateforme unique, standardisée sur *Adobe Marketing Cloud*, permettra, pour la première fois, à toutes les agences de Publicis Groupe, de créer du contenu attractif, d'analyser leur marketing, d'identifier et de créer des segments d'audience, de déployer des campagnes ainsi que de suivre et mesurer la performance marketing grâce à une technologie et une structure des données unifiées. Cette plateforme, accessible à toutes les agences et réseaux de Publicis Groupe, sera ancrée dans VivaKi.
- **AOL et Publicis Groupe** ont étendu leur partenariat à la vidéo programmatique et à la télévision en ligne. L'élargissement de ce partenariat, noué il y a six ans, permettra à VivaKi et au réseau de Publicis Groupe de bénéficier de conditions d'accès privilégiées à l'environnement de la vidéo grâce aux plateformes d'AOL.

✓ Opérations Financières

- OCEANE 2018

Sur les 559 278 OCEANES 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.

- Bons de souscription d'actions

Les bons de souscription émis en 2002 étant exerçables depuis le 24 septembre 2013, 2 757 571 bons de souscription avaient été exercés au cours de l'année 2013, donnant lieu à création de 2 798 937 actions nouvelles. Au cours des 9 premiers mois de l'année 639 484 bons de souscription ont été exercés donnant lieu à création de 649 076 actions nouvelles. Au 30 septembre 2014, 2 205 644 bons de souscription d'actions, exerçables jusqu'en 2022, restaient en circulation.

IV - Événements récents

▪ Prises de participations/Acquisitions

- Publicis Groupe acquiert 20 % du capital de **Matomy Media Group Ltd**, un leader mondial de la communication digitale à la performance « pure », au prix de 227 pence par action. De plus, Publicis Groupe bénéficie d'une option d'achat irrévocable sur 4,9% supplémentaires d'actions de Matomy. La communication digitale à la performance est l'une des techniques les plus complexes du marketing digital requérant une compréhension approfondie des comportements des consommateurs et de leurs actes d'achats en ligne à l'ère du numérique.
- Dans la foulée de son accord avec Adobe, Publicis Groupe a réalisé l'acquisition de **3|SHARE**. Basée à San Diego (Etats-Unis), 3|SHARE est experte et partenaire en solutions Adobe de « *Business Plus Level Solution* » et s'est imposée comme leader sur le continent Nord-Américain dans la mise en œuvre de solutions numériques appliquées au marketing. **3|SHARE** étoffera la présence de DigitasLBi sur le marché des plateformes technologiques Adobe.

V - Perspectives

Au terme des neuf premiers mois de l'année, la croissance organique se situe à +1,5%. Publicis Groupe attend pour l'année 2014 une croissance peu différente de celle réalisée au cours des neuf premiers mois de l'année. Comme chaque année, le quatrième trimestre est soumis aux aléas classiques de fin d'année.

Dans un univers où les clients sont confrontés à des bouleversements consécutifs à l'accélération des innovations et la transformation digitale de leur entreprise, Publicis Groupe entend être leur meilleur partenaire. C'est tout l'enjeu de la révision du plan stratégique 2018 dont les orientations d'investissements sont destinées à renforcer le Groupe dans les secteurs les plus porteurs d'avenir et de croissance. Une communication sera faite par webcast le 7 novembre 2014 (à confirmer).

Publicis Groupe confirme les objectifs de croissance de +100 pdb par rapport à la moyenne du marché et de marge (au moins 200pdb de plus) à l'horizon 2018.

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 de risque susceptibles d'affecter son activité telles que figurant dans son Document de Référence déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF), y compris une conjoncture économique défavorable, un secteur extrêmement concurrentiel, la possibilité que nos clients peuvent remettre nos contrats en cause très rapidement, une part non négligeable des revenus du Groupe provenant de clients importants, conflits d'intérêts entre annonceurs d'un même secteur, la dépendance du Groupe sur ses dirigeants et ses collaborateurs, les lois et réglementations s'appliquant aux métiers du Groupe, des actions judiciaires engagées contre le Groupe au motif que certains messages publicitaires seraient mensongers ou trompeurs ou que les produits de certains clients se révéleraient défectueux, la stratégie de développement par acquisition d'entreprises, la dépréciation des écarts d'acquisition et les actifs inscrits au bilan du Groupe, la présence du Groupe dans les marchés émergents, la difficulté de mettre en œuvre le contrôle interne, l'exposition au risque de liquidité, une baisse de la notation officielle du Groupe, et l'exposition aux risques de marché financier.

À propos de Publicis Groupe

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est l'un des premiers groupes mondiaux de communication. Le Groupe est présent dans tous les secteurs et les métiers : le numérique (DigitasLBi, Razorfish, Rosetta, VivaKi, Nurun), la publicité (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), la communication santé avec Publicis Healthcare Communications Group (PHCG) et enfin la production de contenus avec Prodigious. Le Groupe est présent dans 108 pays et compte 63 000 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	Communications Corporate	+ 33 (0)1 44 43 72 83
Martine Hue	Relations Investisseurs	+ 33 (0)1 44 43 65 00
Stéphanie Constand	Relations Investisseurs	+ 33 (0)1 44 43 74 44

Annexes

New Business 3^{ème} trimestre 2014

Principaux Gains

BBH/NEOGAMA

Ladbrokes (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), Kraft (Royaume-Uni).

Digitas/LBi

Puma (Etats-Unis), Kao Worldwide (Etats-Unis), AstraZeneca (Etats-Unis), NYSE Euronext (Etats-Unis), Aetna (Etats-Unis), American Express (Etats-Unis), American Express (Etats-Unis), Children's Healthcare of Atlanta (Etats-Unis), Memorial Sloan Kettering (Etats-Unis), Pitney Bowes (Etats-Unis), Renault (Royaume-Uni), Nissan (Royaume-Uni), WorldPay (Royaume-Uni), Clarins (Singapour), Arte (France), The Glenlivet (Royaume-Uni), Boston Properties (Etats-Unis), Klepierre (France), Lenovo (Chine), UGG (Royaume-Uni).

Fallon

SKODA Auto (Royaume-Uni), Alzheimer's Society (Royaume-Uni).

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), Banco Security (Chine), Indofood Pompi Noodles and Chitato Chips (Indonésie), Bank of the Philippine Islands (BPI) (Philippines), President Coffee (Taiwan), Unibet (Australie), Diageo Brand Consolidation (Australie), MAA TV (Inde), Maxis (Malaisie), Cotton Collection (Sri Lanka), Etisalat Telecommunications (Sri Lanka), Diageo Media Strategy (Australie), Ajinomoto Foods (Brésil), Lumala Group - Solid Solar Bicycles (Sri Lanka), NSPCC (Royaume-Uni), McDonald's Brand Refresh (Etats-Unis), Detroit Institute of Arts (Etats-Unis), Ukrtelecom (Ukraine), Arla Foods Lurpak Butter (Royaume-Uni), Samsung (Global), Camil - All Brands (Brésil), McDonald's (Allemagne), Cairn Energy (Inde), Sri Lanka Airlines - Launch of A330-300 (Sri Lanka).

MSLGROUP

Huawei Mobile (Chine), True Green (Etats-Unis), Deezer, (Brésil), Friends Provident International (Hong Kong), Toshiba Semiconductor (Taiwan), PricewaterhouseCoopers (Taiwan), Pfizer (Inde), Trident - Concorrência de fee (Brésil), Sanofi (Singapour), United Technologies Corporation (Singapour), Générale de Santé (France), Amplificação (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), Pfanner (République Tchèque), Kofola (République Tchèque), Fast Retailing (France), Samsung (France), Patura KG (Allemagne), Bund für Umwelt & Naturschutz (Allemagne), Sheltered Housing (Azriely) (Israël), Alkaloid (Macédoine), Ergo Hestia (Pologne), Nestle Waters Nałęczowianka (Pologne), Las Vegas Sands (Etats-Unis), Nestle Beneful (Etats-Unis), Macaé City Hall (Brésil), Pet Center Marginal (Brésil), Clalit HMO (Israël), IDEA (Institute for the Energy saving and diversification) (Espagne), Canada Goose (Royaume-Uni), Vale.com (Brésil), Reckitt Benckiser (France), Umweltarena (Suisse), Cuauhtemoc/Sol (Mexique), Orange (Suisse), Nestlé/Baby Food (Mexique), Nestlé/Maggi (Mexico) Nestlé/PPP (Mexico), Barcel (Mexique), ANZ (Australie), Asteron (Australie), Baker's Delight (Australie), Beck (Australie), Fairfax (Australie), Federation University Australia (Australie), Guild Super (Australie), Melbourne City Mission (Australie), Stroke Foundation (Australie), Thankful (Australie), Winephoria (Australie), British Gas (Australie), BPCE (France), Microsoft (Italie), State Lottery (Espagne), Ferrero Rocher (Royaume-Uni), Red Lobster (Etas-Unis), Australia Zoo (Australie), Cooper Tires (Australie), Barangaroo (Australie), BRF (Brésil), Linde AG (CC) (Allemagne), Boehringer/Lonol (Mexique), Heineken (Suisse), '22seven (Afrique du Sud), Nestlé/Purina (Argentine).

Saatchi & Saatchi

Peroni (Italie), Mamee Double Decker (Malaisie), Ferrarelle (Italie), Roominate (Etats-Unis), Direct Line (Royaume-Uni), FCA (Royaume-Uni), Virgin Active (Thaïlande), Caesars Entertainment - CSR Brief (Etats-Unis), Fincantieri (Italie), Mondelez International – Cadbury consolidation (Australie), Garena Gaming: Fifa Online 3 / 555 / Café Thai (Thaïlande), Huawei: Honor 3C (first project) (Thaïlande), Mutti - Cooking sauces (Italie), Booja Booja (SSX Royaume-Uni), Merck (SSX Royaume-Uni), SKODA Auto (Fallon Royaume-Uni), Alzheimer's Society (Fallon Royaume-Uni), AA digital (Saatchi & Saatchi Synergize Afrique du Sud), Clickatell digital (Saatchi & Saatchi Synergize Afrique du Sud), Marie Curie (Royaume-Uni), CODA Energy (USA), Jackson Family Wines (USA), Petra Foods - SilverQueen & Top (Singapore/Asie du Sud-Est), Vita Coco (USA), Rekorderlig (UK/Global), Heineken – Tecate (USA), KP SABMiller – Tyskie (Pologne), Sands China (Greater China), Philippine Airlines (Korea), Schott Ceran (Korea),

Starcom MediaVest Group

Acromas (AA and SAGA) (Royaume-Uni), Cartoon Network (France), GEMB (République Tchèque), McCormick (EMEA), SkyScanner (Royaume-Uni), Tripple Three (Thaïlande), Warner Music (Royaume-Uni), Wing Tai Limited (Singapour), Autobutler (Suède), Leroy Merlin (Pologne), Muller / Lisner (Pologne), Quiksilver (Global), Statoil Fuel & Retail (Nordics, Europe de l'Est & EMEA), AIA (Hong Kong), Bokadirekt.se (Suède), Mondelez (Canada), Tourism Trentino (Italie), Choose Chicago (Etats-Unis), Coca Cola (Argentine), Humanitas (Italie), Medtronic (Australie), Tous (Italie), Yoox (Italie), Ministry of Defense (Pays-Bas), Ministry of Finance / Tax Authority (Pays-Bas), Valeant - Polfa Rzeszow (Pologne), Asics (Global), Starbucks (Etats-Unis).

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), Sands (Chine), Reckitt Benckiser (Emirats Arabes Unis), Deoleo (Espagne), Hunan Mobile (Chine), Triodos Bank (Espagne), Union Pay (Hong Kong), Famisanar (Colombie), Promotora Karmairi (Colombie), Ulker (Géorgie), Ergopack (Biélorussie), Caracol Tv (Colombie), Telefónica (Royaume-Uni, Allemagne, Espagne, Argentine), Metro PCS (Etats-Unis), Electrolux (Etats-Unis), Molson Coors (Royaume-Uni), Crédit Foncier (France), ADAC e.V. (Allemagne), Pakmaya (Turquie), Aksa Elektrik (Turquie), Mogo.ge (Géorgie).

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
20-03-2014	Publicis Groupe reçoit le Randstad Award d' « employeur le plus attractif » du secteur des services en France
23-04-2014	Précisions sur la fusion Publicis et Omnicom
09-05-2014	Conseil de Surveillance du 8 mai 2014
09-05-2014	Publicis et Omnicom décident de mettre fin à leur projet de fusion entre égaux
28-05-2014	Publicis Groupe - Assemblée Générale Mixte 2014
09-06-2014	Descriptif du programme de rachat d'actions autorisé par l'AGM du 28 mai 2014
12-06-2014	Publicis Groupe cède sa participation dans Royalties à ses fondateurs
26-06-2014	Publicis Groupe lance Roar, agence numérique globale
01-07-2014	Publicis Groupe acquiert Crown Partners, Cabinet de Conseil leader de l'eBusiness
03-07-2014	Publicis Groupe acquiert Salterbaxter au Royaume-Uni
07-07-2014	Bilan semestriel du Contrat de liquidité
08-07-2014	Publicis Groupe crée un leader européen de la communication digitale locale avec l'acquisition de Proximedia
10-07-2014	Publicis Worldwide étend son expertise digitale en Amérique latine et en Afrique avec trois mouvements clés
11-08-2014	Mise à disposition du Rapport Financier Semestriel 2014
02-09-2014	Publicis Groupe acquiert Nurun, agence conseil mondiale en design et technologie, filiale de Quebecor Media
08-09-2014	Publicis Groupe acquiert Turner Duckworth
10-09-2014	Adobe et Publicis s'associent pour proposer la première plateforme marketing complète « Always-On »
16-09-2014	Annonces du Conseil de Surveillance
26-09-2014	Publicis Groupe acquiert Zweimaleins et lance Saatchi & Saatchi Pro, nouvelle agence B2B en Allemagne
29-09-2014	Expansion partenariat AOL Publicis Groupe (PR uniquement)

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.

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)	S1	T3	9 mois
Revenu 2013	3 351	1 675	5 026
Impact des taux de change	(148)	(4)	(152)
Revenu 2013 au taux de change 2014 ^(a)	3 203	1 671	4 874
Revenu 2014 avant acquisitions ^{(1) (b)}	3 260	1 688	4 948
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	98	60	158
Revenu 2014	3 358	1 748	5 106
Croissance organique (b/a)	+1,8%	+1,0%	+1,5%

Impact taux de change (million EUR) T3			
	S1	T3	9 mois
GBP ⁽²⁾	10	11	21
USD ⁽²⁾	(66)	-	(66)
Autres	(92)	(15)	(107)
Total	(148)	(4)	(152)

1) Acquisitions (Lbi, Convonix, Netalk, Neev, BosZ, Espalhe, Engauge, Poke, TPM, ZO Romania, Interactive Solutions, ETO, Heartbeat, Verilogue, Synergize, Walker Media, Beehive, Prima, ZO South Africa, Lighthouse, Polarix, Owen Kessel, Qorvis, L&K India, Hawkeye, Lead 2 Action, Salter Baxter, Crown, Proximedia, Ambito 5, Liquorice, Nurun, Turner Duckworth) nettes de cessions.

2) Taux de change 2014 : 1 EUR = 1,355 USD - 1 EUR = 0,812 GBP
Taux de change 2013 : 1 EUR = 1,317 USD - 1 EUR = 0,852 GBP