



PUBLICIS GROUPE

Revenu du 1er trimestre 2015

T1 2015	2 103 M€	% variation:
T1 2014	1 597 M€	+31,7%

Croissance organique : +0,9%

Maurice Lévy, Président du Directoire déclare :

« Avec un peu plus de 30% d'augmentation, notre revenu bénéficie d'une part de l'effet favorable des changes, et d'autre part de l'intégration dans nos chiffres de l'acquisition de Sapient. Comme on le verra, c'est un des signes de la transformation de notre Groupe.

La croissance organique était attendue en légère baisse. Elle se révèle en hausse de près de 1%. Ce n'est pas encore le rythme que l'on attend de Publicis mais elle marque un retour encourageant vers la croissance.

L'évènement de ce début d'année est bien entendu la finalisation de l'acquisition de Sapient qui confère une nouvelle dimension stratégique à Publicis avec une véritable transformation du Groupe. Nous avons d'ores et déjà entamé le processus d'intégration, dans un excellent état d'esprit.

Le changement radical et brutal des modes de vie et de consommation dans un monde numérique inédit, place l'ensemble des acteurs économiques face à de nouveaux enjeux. L'effacement des frontières tous azimuts – qu'il s'agisse de positions sectorielles acquises ou de la distribution devenue omni-canal – entraîne l'émergence de nouveaux concurrents, et contraint les entreprises à se transformer sous peine d'uberisation. Elles doivent repenser leurs process, leur activité, leur marketing, leurs relations avec leurs clients et plus fondamentalement leur business model.

Dans ce nouveau contexte, je crois pouvoir dire que notre Groupe a pris un temps d'avance. Avec l'acquisition de Sapien, Publicis Groupe devient le seul groupe mondial présent sur toute la chaîne de valeur, du consulting au marketing, de la communication à l'e-commerce, servi par une expertise exceptionnelle des technologies les plus performantes. Nous travaillons à la mise en œuvre de propositions commerciales qui devraient nous permettre d'atteindre tous nos objectifs à moyen terme.

Dans l'immédiat nous renouons progressivement avec notre programme de croissance. Le deuxième trimestre, bien qu'avec des taux de croissance encore modérés, sera plus ferme que le premier, et comme nous l'avons annoncé, le deuxième semestre devrait connaître une forte amélioration de la croissance du Groupe. »

I - Revenu

Le revenu consolidé de Publicis Groupe pour le 1^{er} trimestre 2015 est de 2 103 millions d'euros comparé à 1 597 millions d'euros en 2014, soit une hausse de 31,7%.

Les variations des taux de change ont un impact positif de 215 millions d'euros sur le revenu, soit 13,5% du revenu du premier trimestre 2014, compte-tenu d'une exposition au dollar et à la livre Sterling représentant plus de 50% du revenu et de la progression des parités de change USD / EUR et GBP / EUR de respectivement 21,7% et 11,4%. Exprimé en dollars, le revenu du premier trimestre est de 2 366 millions de dollars (+8,2%). Hors effet de change, la croissance du revenu est de 16,1%.

Les acquisitions ont contribué pour 274 millions d'euros soit 17,2% du revenu 2014. La finalisation de l'acquisition de Sapien en février 2015 est l'un des éléments marquants du premier trimestre. Cette opération marque une étape décisive de la transformation de Publicis Groupe qui l'impose comme le leader incontesté de l'ère numérique et permet à Publicis Groupe de s'affirmer encore plus vite comme le leader de la transformation numérique des entreprises, à la convergence du marketing, de la communication, du commerce omni-canal et de la technologie.

La croissance organique est de +0,9%. Alors que depuis le début de l'année, l'économie mondiale présente des tendances contrastées, Publicis Groupe affiche une croissance portée notamment par le digital et les activités de Santé. Les activités numériques progressent de 4,7% et deviennent l'activité principale du Groupe en représentant 50,2% du revenu.

1. Revenu par zone géographique

L'Europe bénéficie de la conjonction de plusieurs facteurs favorables – la hausse du dollar, la baisse du prix du pétrole et les mesures de politiques monétaires mises en place par la Banque Centrale Européenne – mais les perspectives de croissance demeurent mitigées en raison d'un chômage persistant. L'économie nord-américaine reste l'îlot de croissance forte dans le monde et le maintien de taux d'intérêt bas devrait continuer à soutenir la croissance tout au long de 2015. L'environnement économique dans les pays émergents demeure fragile en ce début 2015, notamment en Russie et au Brésil suite à des relèvements significatifs des taux d'intérêt ayant pour objectif de contenir la chute du rouble et du réal.

Répartition du revenu au 1^{er} trimestre 2015 par zone géographique

En millions d'euros	Revenu		Croissance organique	Croissance publiée
	T1 2015	T1 2014		
Europe ⁽¹⁾	575	474	+1,7%	+21,3%
Amérique du Nord	1 152	795	+0,8%	+44,9%
BRIC+MISSAT ⁽²⁾	215	190	-2,6%	+13,2%
Reste du Monde	161	138	+4,0%	+16,7%
Total	2 103	1 597	+0,9%	+31,7%

(1) Europe hors Russie et Turquie

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

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

L'Europe (hors Russie et Turquie) affiche une progression de 21,3%. Hors impacts des acquisitions et des taux de change, la croissance organique est de 1,7%. L'activité en France et en Allemagne progresse respectivement de 4,2% et 1,8%. A contrario, alors que le marché reste dynamique, les activités de Publicis au Royaume-Uni sont affectées par des difficultés au sein de certaines de ses activités et reculent de 4,2% au premier trimestre 2015. Les pays du Sud de l'Europe retrouvent le chemin de la croissance (+2,7%), sous l'effet de bases de comparaison favorables (notamment en Grèce). Le digital est en forte croissance de 7,7%.

L'Amérique du Nord est en hausse de 44,9%. Hors impacts des acquisitions et des taux de change, la croissance organique est de 0,8%. Cette progression modeste provient des activités numériques elles-mêmes en faible croissance (+1,3%).

BRIC+MISSAT est en retrait de 2,6% sur une base organique (+13,2% en publié). Compte-tenu d'un environnement économique difficile, la Russie et le Brésil sont en forte baisse de 10%. La Chine est en recul de 1% affectée par un secteur du luxe atone. L'Inde poursuit son redressement avec une croissance de 5,7%. A noter également le recul des activités en Afrique du Sud (-5,6%) dans la continuité de 2014.

Le **Reste du Monde** affiche une croissance de 4%.

2. Variation du revenu par activité

Publicis Groupe affiche une croissance portée notamment par sa forte présence le digital. Le tableau ci-dessous met en évidence la bonne tenue des activités numériques (+4,7%) notamment en Europe et dans les pays à forte croissance, qui compense l'érosion des activités analogiques (-1,8%).

	Europe ⁽¹⁾	Amérique du Nord	BRIC + MISSAT ⁽²⁾	Reste du Monde	Total
Digital	+7,7%	+1,3%	+24,8%	+20,5%	+4,7%
Analogique	-1,5%	+0,3%	-8,4%	-0,9%	-1,8%
Total	+1,7%	+0,8%	-2,6%	+4,0%	+0,9%

(1) Europe hors Russie et Turquie

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

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

Le digital devient l'activité majoritaire du Groupe et les activités numériques représentent 50,2% du revenu du Groupe et confortent le relèvement de l'objectif du Groupe d'y réaliser 60% d'ici 2018.

II - Contrôle des coûts

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

III – Acquisitions, lancement, opérations financières

1. Acquisitions

- **Expicient Inc.** l'une des grandes agences mondiales de services sur tous les canaux, particulièrement experte en gestion de stocks et de commandes (Order Management Systems).
- **Epic Communications**, la plus grande agence indépendante de communication stratégique intégrée d'Afrique du Sud.
- **Relaxnews**, agence de presse (membre de la Fédération Française des Agences de Presse et de l'International Press and Telecom Council) possédant une expertise globale : conseil, production, animation de contenus au service de la transformation digitale des médias et des entreprises (en négociations exclusives)
- **Monkees**, agence de référence en France, spécialisée dans le marketing digital et le social media.

2. Lancement de Blue 449

ZenithOptimedia lance un nouveau réseau média international afin de stimuler la croissance de son activité et développer des méthodes de communications inédites. Baptisé **Blue 449**, le nouvel ensemble aura son siège à Londres, dans les bureaux de l'agence Walker Media, qui a été « rebrandée » pour devenir la tête de pont du nouveau réseau mondial de ZenithOptimedia.

Blue 449 disposera de bureaux dans 17 villes d'ici la fin de l'année et fonctionnera en collaboration avec d'autres marques de ZenithOptimedia : Zenith, Optimedia, Performics et Newcast. Le nouveau réseau sera également un portail donnant un accès « open source » à la large gamme de métiers au sein des groupes VivaKi et Publicis

Le lancement de Blue 449 fait suite à l'acquisition de Walker Media par le Groupe Publicis en 2014.

Blue 449 sera dirigé par Sébastien Danet, Président Monde, ainsi que par James Shoreland, Directeur Général Monde. Sébastien Danet est également Global Managing Partner de ZenithOptimedia et Président de VivaKi France. James Shoreland était Vice-Président Exécutif, Directeur du Développement Corporate de ZenithOptimedia Etats-Unis, et a été promu au nouveau poste de directeur général de Blue449.

3. Opérations financières

- Rachat d'actions

Publicis Groupe a acquis le 17 mars 2015, avant l'ouverture de la Bourse de Paris, un bloc de 2 406 873 de ses propres actions auprès de la famille Badinter pour un montant total de 175,8 millions d'euros, soit 73,03 euros par action. Cette opération s'inscrit dans le cadre du programme de rachat autorisé par l'Assemblée Générale du 28 mai 2014 et du projet de remboursement anticipé des ORANE 2022 approuvé par le Conseil de surveillance du 15 septembre 2014 et annoncé le 16 septembre 2014. Ce projet de remboursement anticipé sera soumis à l'approbation des actionnaires lors de la prochaine Assemblée Générale de la Société le 27 mai 2015.

L'opération reflète une décote de 2% par rapport à la moyenne pondérée du cours des cinq derniers jours de négociation et de 4,5% par rapport au cours de clôture de 76.47 euros au 16 mars 2015.

La totalité de l'achat des titres a été financée par la trésorerie disponible de Publicis Groupe.

- Contrat d'achat d'actions

Publicis Groupe a mis en place un contrat d'achat d'actions avec un Prestataire de Services d'Investissements (PSI) dans le cadre de son Programme de Rachat d'Actions tel qu'autorisé par l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires en date du 28 mai 2014.

Ce contrat, signé le 27 mars 2015, porte sur un volume maximal de 3 935 000 d'actions à un cours moyen n'excédant pas les limites imposées par l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires du 28 mai 2014. Le prix d'achat de ces actions sera calculé à partir de la moyenne arithmétique des cours moyens pondérés par les volumes des actions observés chaque jour pendant la période de rachat, et ne pourra lui être supérieur.

La période d'achat prévue par le contrat court du 30 mars 2015 au 31 juillet 2015 au plus tard.

Cette opération s'inscrit dans le cadre du projet de remboursement anticipé des ORANE 2022 évoqué ci-dessus.

- Remboursement de l'Eurobond 4.25%

Publicis Groupe a procédé au remboursement de l'Eurobond 4.25% arrivant à échéance en mars 2015 pour un montant de 253 millions d'euros. Le remboursement a été financé par la trésorerie disponible de Publicis Groupe. Compte-tenu du taux d'intérêt effectif de 3,85% de cette ligne obligataire, ce remboursement contribuera à réduire le taux moyen de la dette brute résiduelle du groupe.

IV - Dette nette au 31 mars 2015

Au 31 mars 2015, la dette nette s'élève à 2 966 millions d'euros contre 29 millions au 31 mars 2014. Le Groupe présentait une situation de trésorerie nette positive de 985 millions d'euros au 31 décembre 2014.

V – Perspectives

A l'occasion de la mise à jour de ses estimations le 30 mars 2015, l'observatoire des médias de ZenithOptimedia a légèrement abaissé les perspectives de croissance des dépenses publicitaires médias dans le monde à +4,4% pour 2015, à comparer à +4,9% pour les prévisions publiées en décembre 2014. Cette baisse de 0,5 point résulte de la prise en compte de la crise affectant la Russie, l'Ukraine et la Biélorussie ainsi que d'un ralentissement en Chine. Par zone, les Etats-Unis devraient rester en croissance soutenue (+3,7%) alors que l'Europe de l'Ouest n'afficherait qu'une progression de 3,1% et l'Europe Centrale et l'Europe de l'Est verraient leurs dépenses publicitaires reculer de 5,2%. Les zones Asie-Pacifique et Amérique Latine sont attendues en croissance de 5,2% et 11,2% respectivement.

La croissance organique est attendue en amélioration au deuxième semestre 2015 par rapport au premier semestre de cette même année. La forte exposition aux activités numériques est le garant de la croissance future de Publicis Groupe et de la poursuite de l'amélioration de ses marges à l'horizon 2018.

Prochain événement

Assemblée Générale des Actionnaires
le mercredi 27 mai 2015 à 10 heures
au PublicisCinémas

Avertissement

Déclarations prospectives. Le présent document contient des déclarations prospectives relatives à la situation financière, aux résultats des opérations, aux métiers, à la stratégie et aux perspectives de Publicis Groupe, y compris en termes d'impact de certaines opérations ainsi que de paiement de dividendes et de distributions tout comme de rachats d'action. Même si Publicis Groupe estime que ces déclarations prospectives reposent sur des hypothèses raisonnables, elles ne constituent pas des garanties quant à la performance future de la société. Les résultats effectifs peuvent être très différents des déclarations prospectives en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes, dont la plupart sont hors de notre contrôle, notamment les risques liés à l'obtention de l'accord d'autorités de la concurrence et des autres autorités réglementaires ainsi que toutes les autres autorisations qui pourraient être requises dans le cadre de certaines opérations et les risques décrits dans les documents déposés par Publicis Groupe auprès de l'Autorité des Marchés Financiers, également disponibles en langue anglaise sur notre site (www.publicisgroupe.com). Les investisseurs et les détenteurs de valeurs mobilières peuvent obtenir gratuitement copie des documents déposés par Publicis Groupe auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (www.amf-france.org) ou directement auprès de Publicis Groupe. Le présent document contient des informations prospectives qui ne peuvent s'apprécier qu'au jour de sa diffusion. Publicis Groupe ne prend aucun engagement de compléter, mettre à jour ou modifier ces déclarations prospectives en raison d'une information nouvelle, d'un événement futur ou de tout autre raison.

Ce document ne constitue en aucun cas une offre ou une incitation à acheter des actions Publicis Groupe aux Etats-Unis ou dans n'importe quelle autre juridiction. Les actions ne peuvent être offertes ou vendues aux Etats-Unis en l'absence d'une inscription ou d'une exemption d'enregistrement. Nul ne peut se fier aux informations contenues dans cette présentation pour décider d'acheter ou non des actions Publicis Groupe. Cette présentation vous est donnée uniquement pour votre information.

A propos de Publicis Groupe

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est un leader mondial dans le marketing, la communication et la transformation des entreprises sous l'influence de l'innovation technologique. Dans un monde marqué par une convergence croissante et la prise de pouvoir des consommateurs, Publicis Groupe offre à ses clients les services dans : le numérique, la technologie et le consulting avec Publicis.Sapient (SapientNitro, Sapient Global Markets, Sapient Government Services, Razorfish Global, DigitasLBi, Rosetta) - la plateforme numérique mondiale la plus avancée et la plus large consacrée uniquement à la transformation numérique et à la dynamique d'un monde toujours connecté - 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 environ 75 000 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	peggy.nahmany@publicisgroupe.com
Jean-Michel Bonamy	Relations Investisseurs	+ 33 (0)1 44 43 77 88	jean-michel.bonamy@publicisgroupe.com
Stéphanie Constand	Relations Investisseurs	+ 33 (0)1 44 43 74 44	stephanie.constand@publicisgroupe.com

Annexes

New Business -1^{er} trimestre 2015

Principaux Gains

BBH/NEOGAMA

Tesco (Royaume-Uni), Magnum whatches (Brésil), Viva Channel (Brésil), Vale (Brésil).

Leo Burnett

Fererro Chocolates (Italie), Allergan Medical Aesthetics (Singapour), OSN Cable & Network Provider (Émirats arabes unis).

MSLGROUP

Alcon (Etats-Unis), 24 Hour Fitness (Etats-Unis), Rover.com (Etats-Unis), AIG (France), Conforama (France), Elior (France), Michelin (France), Cathay Pacific (Pays-Bas), Ranstad Holding (Pays-Bas), Nivea (Pologne), ThyssenKrupp AG (Pologne), ING (Pologne), Mahanagar Gas Limited (Inde), Alstom (Inde), Belkin International (Singapour, Hong Kong, Chine), Alibaba.com (Chine), Orient Europharma (Taiwan).

Publicis Worldwide

Arla (Belgique), Mobistar (Belgique), Fédération des Médecins Omnipraticiens du Québec (Canada), BASF (Brésil), Henkel (Brésil), Metro_ Santiago (Chili), Sodimac (Chili), Universidad de Piura (Pérou), Tencent (Chine), Heinz ABC (Indonésie), Tourism NT (Australie), Civil Engineering Institute (Macédoine), Roche Macedonia (Macédoine).

Saatchi & Saatchi

HomeAway - integrated (c/o) (Royaume-Uni), Benecol - Pan European (Royaume-Uni), Praktiker – digital (Pologne), Drinkworks/Monteith's Cider (Australie), Bank SA (Australie), Bank of Melbourne (Australie), Berlitz (Japon), Acer (Singapour), ADT (Afrique du Sud), Cadillac (Emirats Arabes Unis/MENA).

Starcom MediaVest Group

TomTom (Global), Mars (Etats-Unis), UNHCR (Italie), Poczta Polska (Pologne), Viacom (Pologne), Liberty Insurance (Pologne),

ZenithOptimedia

eis.de (Allemagne), Pixmania (France), Toyota (Slovaquie, République Tchèque), Mercedes-Benz (Roumanie), BRD - Groupe Société Générale (Roumanie), Bella Food (Roumanie), AXN Europe Limited (Roumanie), L'Oréal (Bolivie), Viva (Bolivie), ABInBev (Bolivie), Nestlé (Bolivie), NH Hotels (Colombie), Istanbul Cerrahi Hospital (Turquie), The European Commission (Arménie), Alkaloid (Arménie).

Communiqués de Presse 2015

08-01-2015	Extension par Publicis Groupe de l'offre publique d'achat de Sapient
15-01-2015	Nomination d'Anthony Gazagne à la présidence de PublicisLive
23-01-2015	Extension par Publicis Groupe de l'offre publique d'achat de Sapient
27-01-2015	Publicis Groupe acquiert Monkees, agence de marketing digital, qui sera alignée avec Publicis Activ
29-01-2015	Nomination de Jean-Michel Bonamy à la direction des Relations Investisseurs
04-02-2015	Publicis Groupe et Sapient obtiennent toutes les autorisations réglementaires nécessaires à l'acquisition proposée
06-02-2015	Publicis Groupe finalise l'acquisition de Sapient
12-02-2015	Résultat annuels 2014
16-02-2015	Publicis Groupe et Relaxnews annoncent l'ouverture de négociations exclusives en vue de l'acquisition de Relaxnews, agence de presse spécialisée dans la creation de contenu lifestyle, sur la base d'une valorisation de 9,58 € par action
26-02-2015	Publicis Groupe acquiert Epic Communications en Afrique du Sud. Spécialisée dans la communication intégrée et les RP, l'agence rejoint MSLGROUP
12-03-2015	Avec l'acquisition d'Expicient Inc., Publicis Groupe renforce le leadership de Publicis.Sapient dans le commerce electronique omnicanal
17-03-2015	Rachat d'actions
25-03-2015	Dernières nouvelles de la plateforme Always On de Publicis Groupe
30-03-2015	Contrat de Rachat d'Actions

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

(en million euro)	T1 2015
Revenu 2014	1 597
Impact des taux de change ⁽²⁾	215
Revenu 2014 au taux de change 2015 (a)	1 812
Revenu 2015 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b)	1 829
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	274
Revenu 2015	2 103
Croissance organique (b/a)	+0,9%

Impact des taux de change (en million euro) T1	
GBP ⁽²⁾	16
USD ⁽²⁾	167
Autres ⁽²⁾	32
Total	215

(1) Acquisitions (L&K India, Hawkeye, Lead 2 Action, Salter Baxter, Crown, Proximédia, Ambito 5, Liquorice, Nurun, Turner Duckworth, Tangerine, Run, ZME, Machine, BrandsRock, 3Share, Relevant 24, Monkees, ZO Puerto Rico, AKM3, Vivid, Epic, Spindrift, Star Reacher, Sapient, Expicient, Practice iLeo Romania), nettes de cessions.

(2) EUR = USD 1,125 au 1er trimestre 2015 vs. USD 1,370 au 1er trimestre 2014
EUR = GBP 0,743 au 1er trimestre 2015 vs. GBP 0,828 au 1er trimestre 2014