

22 octobre 2015

COMMUNIQUE DE PRESSE



PUBLICIS GROUPE **Revenu du 3^{ème} trimestre 2015**

3^{ème} trimestre 2015

	<i>Millions d'euros</i>	<i>% variation</i>
▪ Revenu	2 325	+33,0%
▪ Croissance à taux de change constants		+20,5%
▪ Croissance organique		+0,7%

Au 30 septembre 2015

	<i>Millions d'euros</i>	<i>% change</i>
▪ Revenu	6 867	+34,5%
▪ Croissance à taux de change constants		+19,1%
▪ Croissance organique		+1,0%

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :

« Le mois de septembre a connu une croissance zéro du fait d'un nombre anormalement élevé de réductions de budgets, décalages ou suppressions de campagnes, conduisant à une croissance organique pour le trimestre de 0,7%. Malgré cela, nous publions une forte hausse du revenu de l'ordre de 35% pour les neuf premiers mois de l'année dont 20% hors effet des variations de taux de change.

Comme annoncé et attendu, Sapien, acquis par Publicis Groupe début 2015, a renoué avec la croissance avec une progression d'environ 5% au troisième trimestre. La phase d'intégration se poursuit de façon tout à fait satisfaisante sur tous les plans. Le potentiel attendu de cette acquisition se révèle plus important que prévu.

Enfin, nous sortons renforcés des remises en compétition de budgets media lancées par de grands annonceurs, avec une performance positive et supérieure à celle attendue par les marchés.

Nous travaillons activement au nouveau positionnement du Groupe et à son offre intégrant Sapien, le numérique et les nouveaux outils technologiques. Le séminaire qui a réuni 350 cadres à San Francisco début octobre, constitue une étape importante de ces chantiers. Les annonceurs sont de plus en plus exigeants sur les critères d'innovation, de pertinence des cibles et d'intégration, leur permettant de tirer le meilleur parti de tous les actifs du Groupe. C'est tout l'enjeu de notre stratégie. C'est d'ailleurs le sens de notre investissement récent dans Lucid, plateforme IA (intelligence artificielle) décrite comme la plus complète et la plus avancée au monde. Grâce à des données compilées sur les comportements des individus depuis des décennies, il est désormais possible d'avoir des modèles prédictifs plus pertinents et plus opérationnels que ce que donnent les études traditionnelles.

Nous avons la conviction que nos approches et nos offres sont les plus probantes et les plus pertinentes pour permettre à nos clients de bénéficier des formidables opportunités de la numérisation tout en évitant les conséquences de l'arrivée de nouveaux entrants « disrupteurs ». C'est avec une grande confiance que nous abordons l'avenir.

Cette année se conclura avec une hausse à deux chiffres de nos principaux indicateurs sur une base publiée et permettra de dégager un free cash-flow supérieur à un milliard d'euros. »

1 - REVENU

1.1 - Revenu du 3^{ème} trimestre 2015

Le revenu consolidé de Publicis Groupe pour le troisième trimestre 2015 est de 2 325 millions d'euros qui se compare à 1 748 millions d'euros en 2014, en hausse de 33,0%.

Avec une exposition au dollar et à la livre sterling représentant plus de 60% du revenu du groupe, les variations des taux de change ont un impact positif de 182 millions d'euros, représentant 10,4% du revenu du troisième trimestre 2014. Les acquisitions ont contribué pour 381 millions d'euros soit 21,8% du revenu du troisième trimestre 2014.

La croissance organique est de +0,7% compte-tenu d'une croissance qui reste modeste en Europe et en Amérique du Nord, et malgré une amélioration des tendances sur la zone Asie - Pacifique.

Répartition du revenu au 3^{ème} trimestre 2015 par zone géographique

En millions d'euros	Revenu		Croissance organique	Croissance publiée
	T3 2015	T3 2014		
Europe	625	517	+0,6%	+20,9%
Amérique du Nord	1 292	866	+0,4%	+49,2%
Asie Pacifique	260	213	+4,3%	+22,1%
Amérique Latine	87	104	-7,5%	-16,3%
Moyen Orient / Afrique	61	48	+6,1%	+27,1%
Total	2 325	1 748	+0,7%	+33,0%

1.2 - Revenu à fin septembre 2015

Le revenu consolidé de Publicis Groupe pour les neuf premiers mois de 2015 est de 6 867 millions d'euros comparé à 5 106 millions d'euros en 2014, soit une hausse de 34,5%.

Avec une exposition au dollar et à la livre sterling sur 60% du revenu du Groupe, les variations des taux de change ont un impact positif de 660 millions d'euros, soit 12,9% du revenu à fin septembre 2014. Les acquisitions ont contribué pour 1 042 millions d'euros soit 20,4% du revenu à fin septembre 2014.

La croissance organique est de +1,0%, soutenue notamment par celle des activités numériques (+4,1%). Le Groupe reste pénalisé par les pertes de budget de 2014 (notamment Microsoft), dans un environnement macroéconomique incertain.

Répartition du revenu à fin septembre 2015 par zone géographique

En millions d'euros	Revenu		Croissance organique	Croissance publiée
	9 mois 2015	9 mois 2014		
Europe	1 894	1 563	+1,4%	+21,2%
Amérique du Nord	3 767	2 503	+0,9%	+50,5%
Asie Pacifique	746	597	+3,5%	+25,0%
Amérique Latine	278	299	-6,0%	-7,0%
Moyen Orient / Afrique	182	144	+2,2%	+26,4%
Total	6 867	5 106	+1,0%	+34,5%

L'Europe affiche une progression de 21,2%. Hors impact des acquisitions et des taux de change, la croissance organique est de 1,4%. L'activité en France et en Allemagne progresse respectivement de 3,9% et 5,8%. Les activités de Publicis Groupe au Royaume-Uni restent difficiles, une nouvelle équipe managériale ayant été mise en place récemment au sein de Publicis Worldwide UK. Elles reculent de 5,1% au 3^{ème} trimestre 2015 à comparer à une baisse de 2,1% au premier semestre 2015. Les pays du Sud de l'Europe sont proches de l'équilibre (-0,2%), la croissance en Espagne, Portugal et Grèce étant compensée par le recul de l'Italie. Le digital est en forte croissance de 7,2%.

L'Amérique du Nord est en hausse de 50,5%. Hors impact des acquisitions et des taux de change, la croissance organique est de 0,9%. Cette progression modeste provient des activités numériques elles-mêmes en faible croissance (+1,4%) compte-tenu notamment de la perte du budget Microsoft en 2014 et d'un nombre anormalement élevé de réductions de budgets, décalages ou suppressions de campagnes dans les secteurs des biens de consommation, automobile et santé.

L'Asie Pacifique est en progression 25,0% et de 3,5% sur une base organique, avec notamment une bonne tenue des activités en Inde (+12,5%) et une accélération de la croissance en Chine au 3ème trimestre (+5,3%) après un retour à la croissance enregistré au 2ème trimestre et sur l'ensemble du 1er semestre 2015.

L'Amérique Latine est en recul de 7,0% et de 6,0% sur une base organique, impactée par la baisse au Brésil et au Mexique (respectivement -7,2% et -16,1%), qui continuent d'évoluer dans un environnement économique difficile.

Le Moyen Orient et l'Afrique progressent de 26,4% (+2,2% sur une base organique).

Répartition du revenu à fin septembre 2015 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 (4,1%) notamment en Europe et dans les pays à forte croissance, qui compense l'érosion des activités analogiques (-1,2%).

	Europe	Amérique du Nord	Asie Pacifique	Amérique Latine	Moyen Orient / Afrique	Total
Digital	+7,2%	+1,4%	+14,2%	+14,7%	+11,5%	+4,1%
Analogique	-1,8%	+0,3%	-0,2%	-10,1%	-0,2%	-1,2%
Total	+1,4%	+0,9%	+3,5%	-6,0%	+2,2%	+1,0%

2 – ENDETTEMENT FINANCIER NET

L'endettement financier net s'établit à 3 111 millions d'euros au 30 septembre 2015 contre une situation de trésorerie nette positive de 985 millions d'euros au 31 décembre 2014 et un endettement financier net de 93 millions d'euros au 30 septembre 2014 : cette situation financière nette s'explique par l'évolution du besoin en fonds de roulement habituelle en cette période de l'année, et par le paiement de l'acquisition de Sapient.

La dette nette moyenne du Groupe au cours des neuf premiers mois de 2015 s'élève à 2 305 millions d'euros contre une situation de trésorerie nette moyenne de 66 millions d'euros au cours des neuf premiers mois de 2014.

3 – FAITS MARQUANTS A FIN SEPTEMBRE 2015

3.1 - Lancement de Blue 449

ZenithOptimedia a lancé un nouveau réseau média international afin de stimuler la croissance de son activité et développer des méthodes de communication inédites. Baptisé **Blue 449**, le nouvel

ensemble aura son siège à Londres, dans les bureaux de l'agence Walker Media, qui a été rebaptisée 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 de VivaKi et des réseaux de Publicis Groupe.

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.

3.2 - Acquisitions

- **Sapient** : finalisation du processus d'acquisition le 6 février 2015, pour un montant total d'environ 3,7 milliards de dollars (sur une base totalement diluée).
- **The Creative Counsel Group**, le plus grand groupe intégré d'agences marketing d'Afrique du Sud, procurant des solutions marketing et d'activation aux clients locaux aussi bien qu'internationaux.
- **Match Media**, agence média indépendante en Australie. Match fera partie de Blue 449, le nouveau réseau média mondial de ZenithOptimedia Group.
- **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.

3.3 - Finances

- 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 176 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.

L'opération reflète une décote de 2% par rapport à la moyenne pondérée du cours des cinq derniers jours de négociation précédant l'achat 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 : Exécution du contrat d'achat d'actions propres par l'intermédiaire d'un Prestataire de Services d'Investissements

Publicis Groupe a mis en place un contrat d'achat d'actions avec un Prestataire de Services d'Investissements 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, portait sur un volume maximal de 3 935 000 d'actions à acquérir 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 était 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 pouvait lui être supérieur.

La période d'achat prévue par le contrat courait du 30 mars 2015 au 31 juillet 2015 au plus tard et s'est effectivement terminée le 9 juin 2015. A cette date, le Groupe avait acquis dans le cadre de ce contrat 3 935 000 actions à un cours moyen pondéré (VWAP) de 74,11 euros, représentant un montant total de 291 millions d'euros.

Cette opération s'inscrit dans le cadre du projet de remboursement anticipé des ORANE 2022 approuvé par le Conseil de surveillance et annoncé le 16 septembre 2014.

Les porteurs d'ORANE, réunis en assemblée le 19 juin 2015, ont approuvé à l'unanimité des porteurs présents ou représentés la modification du Contrat d'Emission visant à permettre le remboursement anticipé de l'ensemble des ORANE au gré de la Société. Cette modification a également été approuvée par l'assemblée générale des actionnaires de Publicis Groupe SA tenue le 27 mai 2015.

- 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 coût moyen de la dette brute résiduelle du Groupe.

- Réalisation du remboursement anticipé de l'ORANE 2022

Le 15 juillet 2015, Publicis Groupe SA a procédé au remboursement anticipé des ORANE à raison de 8,12 actions par ORANE et ainsi distribué 12 684 356 actions Publicis Groupe détenues en portefeuille aux porteurs d'ORANE. La société a en outre versé à la date de remboursement, en numéraire, le coupon couru jusqu'au 15 juillet 2015, calculé *pro rata temporis* depuis le 1^{er} septembre 2014, soit un montant total de 11 millions d'euros.

- Mise en place d'une nouvelle ligne de crédit syndiqué multi devises

Publicis Groupe a contracté un nouveau crédit syndiqué multidevises de 2 milliards d'euros à 5 ans, signé le 22 juillet 2015, et destiné aux besoins de financement généraux de la société. Il remplace le crédit syndiqué de 1,2 milliard d'euros du 13 juillet 2011.

4 - PERSPECTIVES

A l'occasion de la mise à jour de ses estimations en septembre 2015, l'observatoire des médias de ZenithOptimedia a de nouveau légèrement abaissé les perspectives de croissance des investissements publicitaires médias dans le monde, de +4,2% en juin 2015 à +4,0% en septembre 2015 (contre +4,9% pour celles publiées en décembre 2014). Cette baisse traduit une légère détérioration des prévisions pour l'ensemble des zones du globe, en raison du ralentissement de la croissance économique en Chine et de ses implications sur les Etats-Unis et l'Europe.

Publicis Groupe anticipe une croissance organique de son revenu de l'ordre de 1% pour l'ensemble de l'année. En 2015, Publicis Groupe devrait afficher une progression à deux chiffres, sur une base publiée :

- du revenu
- de la marge opérationnelle
- du bénéfice net courant par action.

Le free cash-flow avant variation du BFR devrait excéder le milliard d'euros.

* * *

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 évènement 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.

À 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 76 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com | [Twitter: @PublicisGroupe](https://twitter.com/PublicisGroupe) | [Facebook:](https://www.facebook.com/publicisgroupe)
www.facebook.com/publicisgroupe | [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/publicis-groupe) : [Publicis Groupe](https://www.linkedin.com/company/publicis-groupe) |
<http://www.youtube.com/user/PublicisGroupe> | *Viva la Difference!*

Contacts

Publicis Groupe

Peggy Nahmany	Communication 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
Chi-Chung Lo	Relations Investisseurs	+ 33 (0)1 44 43 66 69	chi-chung.lo@publicisgroupe.com

Annexes

New Business : Principaux gains à fin septembre 2015

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 Macédoine (Macédoine), Heineken (Mexique), Dos Equis (Mexique), Barcel (Mexique), UBS (Royaume-Uni), SCA (Royaume-Uni), Jungheinrich AG (Allemagne), Telekom Deutschland GmbH (Allemagne), Commerzbank AG (Allemagne), Bridgestone (Brésil), Habib's (Brésil), Nestlé (Brésil), P&G (Chine Elargie), EverGrande (Chine Elargie), Qihoo360 (Inde), Mobile Wallet (Inde), Michelin Tyres (Inde), Tabcorp (Australie), P&G (Australie), Commonwealth Games (Australie), Samsung (Afrique du Sud), Sears, Shop Your Way (Etats-Unis), Red Lobster (Etats-Unis), Hofer (Slovénie), KD Skladi (Slovénie), Nissan (Bulgarie), Uber (France), SNCF (France), Citi (Global), Heineken (Global)

Saatchi & Saatchi

HomeAway (Royaume-Uni), Benecol - Pan European (Fallon London/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 (Émirats arabes unis / Moyen-Orient & Afrique du Nord), Toyota Corolla (Australie), Geely (Chine), Saunier Duval Brand Group (Allemagne), Siemens (Inde), Tonno Nostromo (Italie), FWD Group (Singapour/Thaïlande), Bathstore (Royaume-Uni), Bauli (Italie), Eurobet (Italie), Hamdard Laboratories (Inde), Huawei – digital AOR (Mexique), PLDT/Sun Cellular (Philippines), The Big Issue (Royaume-Uni), Visa 2016 Olympics sponsorship (Royaume-Uni /Global), Wuling (Indonésie)

Leo Burnett

Fererro Chocolates (Italie), Allergan Medical Aesthetics (Singapour), OSN Cable & Network Provider (Émirats arabes unis), Marshall's (Etats-Unis), Big W (Australie), Brooks Running (Etats-Unis), Bridgestone Olympics Activation (Etats-Unis), Avios (Royaume-Uni), Fortis Healthcare (Inde), GEMS World Academy (Singapour), Samsung Digital AOR (Vietnam), Tigerair (Singapour), Masafi (Émirats arabes unis), Lurie Children's Hospital (Etats-Unis), T-Mobile (Pologne), iSelect (Australie), Canon media (Australie)

BBH/NEOGAMA

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

DigitasLBI

BP East of Rockies (Etats-Unis), Sony PlayStation (Etats-Unis), Pandora (Etats-Unis), CÜR Music (Etats-Unis)

MSLGROUP

Alcon (Etats-Unis), 24 Hour Fitness (Etats-Unis), Rover.com (Etats-Unis), AIG (France), Conforama (France), Elixir (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), Instagram (Italie), Reckitt Benckiser (Italie), Amazon (Pologne), Federation of German Industries (Allemagne), Rotterdam World Gateway Terminal (Pays-Bas), Fiat (Brésil), Marriott (Hongrie), Pratt and Whitney (Singapour), Credit Agricole (France), Sanofi Pasteur (France), Orange (France), American Public Health Association (Etats-Unis), BP (Pays-Bas), Uber (Allemagne), Lockheed Martin (Pologne), Amgen (Italie), Lidl (France), Maison du Monde (France), Engie (France), Alibaba (Chine), Dongfeng Nissan (Chine), Cath Kidston (Chine), Hyundai (Chine), Adidas (Taiwan), AXA (Brésil), lifeIMAGE (Etats-Unis)

Starcom MediaVest Group

TomTom (Global), Mars (Etats-Unis), UNHCR (Italie), Poczta Polska (Pologne), Viacom (Pologne), Liberty Insurance (Pologne), VF Corp. - Wrangler, Lee/The North Face/Timberland Pro/Nautica - (Etats-Unis), Keurig Green Mountain (Etats-Unis), Telenor (Suède), Poczta Polska (Post Office) (Pologne), TAMEK GIDA (Turquie), CSOB (République tchèque), UNHCR (Italie), Seguros Constitución (Panama), Dutch Government - social security counsel (Pays-Bas), Sun Generation Ltd (Pologne), Viacom (Pologne), BANKIMIA (Espagne), Liberty Insurance (Pologne), CSOB (République tchèque), Dabur Inde LTD. (Inde), Discovery Channel (Pologne), Dogtas / Kelebek (Turquie), Duracell (Amérique), Dutch Government - Social Security Counsel (Pays-Bas), Etihad Airways Partners (Global), Houzz (Etats-Unis), Infocomm Development Authority of Singapore (Singapour), iRobot (Etats-Unis), Kalbe (Malaisie), Keurig Green Mountain (Etats-Unis), Liberty Insurance (Pologne), Lidl (Royaume-Uni), Mars (Digital Buying) (Etats-Unis), Mathijs

Maaltijdbox (Pays-Bas), National Environment Agency of Singapour (Singapour), NBA (Etats-Unis), Nielson FS (Royaume-Uni), OB (Corée), Oppo Mobile (Inde), Piatnica (Pologne), Pingan (Chine), Poczta Polska (Pologne), PPG Deco (Pologne), Providence Health (Etats-Unis), Qingku - Herbal Tea (Chine), Royal London (Royaume-Uni), Savola (Émirats arabes unis), Seguros Constitución (Panama), Singapour Airlines (Malaisie & Thaïlande), Sun Generation Ltd (Pologne), Tacit Development (Pologne), TAMEK GIDA (Turquie), Tauron (Pologne), Telenor (Norvège & Suède), Tempo Scan (Indonésie), TVN (Pologne), UNHCR (Italie), Vakko (Turquie), Valspar (Etats-Unis), VF Corp (Etats-Unis), Viacom (Pologne), Visa (Global), Walmart (Mexique), Wonga (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 Euroepan Commission (Arménie), Alkaloid (Arménie), Coty (Global, 13 markets), Harvey Nichols (Royaume-Uni), Kimberly Clark (Etats-Unis), Uniqlo (Royaume-Uni), Uber (France), Corbis Corporation, IAAF, Pitch International, AMS (Global), Molson Coors (Roumanie), College Football Hall of Fame (Etats-Unis), GNV (Italie), 4a-event (Biélorussie), Singapour Airlines (Global), Czech Tourism (République tchèque), Truecaller (Inde), Frank Lloyd (Pays-Bas)

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 en tant que Vice-President, Investor Relations & Strategic Financial Planning.
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 électronique 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
21-04-2015	Revenu du 1er trimestre 2015
13-05-2015	Contrat de Rachat d'Actions
28-05-2015	Assemblée Générale Mixte 2015
01-06-2015	Réalisation de l'acquisition de Relaxnews au prix de 9,58 € par action
23-06-2015	Avis de remboursement anticipé des ORANE
29-06-2015	Arthur Sadoun, Président de Publicis Worldwide, voit s'ajouter à ses responsabilités celle de la supervision directe de MSLGROUP. Olivier Fleurot est nommé Senior Vice-President de Publicis Groupe
22-07-2015	Résultats du 1er semestre 2015
23-07-2015	Remboursement anticipé des ORANE
19-08-2015	Nomination de Chris Foster, actuellement Worldwide Chief Operating Officer de Saatchi & Saatchi au poste nouvellement créé de Senior Vice President Global Clients, Publicis Groupe
10-09-2015	Acquisition de The Creative Counsel Group (TCC) le plus grand groupe intégré d'agences marketing d'Afrique du Sud, procurant des solutions marketing et d'activation

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 millions d'euros)	T1	T2	T3	9 mois	Impact des taux de change à fin septembre 2015 (en millions d'euros)	
Revenu 2014	1 597	1 761	1 748	5 106	GBP ⁽²⁾	52
Impact des taux de change ⁽²⁾	215	263	182	660	USD ⁽²⁾	523
Revenu 2014 au taux de change 2015 (a)	1 812	2 024	1 930	5 766	Autres	85
Revenu 2015 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b)	1 829	2 052	1 944	5 825	Total	660
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	274	387	381	1 042		
Revenu 2015	2 103	2 439	2 325	6 867		
Croissance organique (b/a)	+0,9%	+1,4%	+0,7%	+1,0%		

(1) Acquisitions (L&K India, Hawkeye, Lead 2 Action, Salter Baxter, Crown, Proximedia, 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, B2B, Expicient, Practice iLeo Romania, Relaxnews, C, Match Media, Domani, AKOM 360, TMC, Voden, 2DataFish, Frubis, The Solutions Group), nettes de cessions.

(2) EUR = USD 1,114 à fin septembre 2015 vs. USD 1,355 à fin septembre 2014
 EUR = GBP 0,727 à fin septembre 2015 vs. GBP 0,812 à fin septembre 2014