



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 14 février 2008

Résultats annuels 2007 :
Performances financières exceptionnelles
Objectifs atteints ou dépassés avec un an d'avance

▪ Revenu	4 671 MEUR	+ 6,5%
<i>Hors effets de change⁽¹⁾</i>	4 886 MEUR	+ 11,4%
▪ Marge opérationnelle	779 MEUR	+ 9,3%
<i>Hors effet de change⁽¹⁾</i>	822 MEUR	+ 15,3%
▪ Taux de marge opérationnelle	16,7%	+ 40 bp
▪ Croissance organique		+ 3,1%
▪ Résultat net (part du Groupe)	452 MEUR	+ 2%
<i>Hors plus value de cession 2006</i>		+ 8,7%
▪ Free cash flow	615 MEUR	+ 9 %
<i>Hors effet de change⁽¹⁾</i>	636 MEUR	+ 13%
▪ BNPA courant dilué	2,11 EUR	+ 5%
▪ Dividende ⁽²⁾	0,60 EUR	+ 20%
▪ Annulation de 8 millions d'actions suivie d'un rachat équivalent		

⁽¹⁾ 2007 au taux de change 2006

⁽²⁾ Soumis à l'approbation de l'AGO du 3 juin 2008



Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe, déclare :

«Je tiens d'abord à remercier toutes les équipes de Publicis Groupe qui, partout dans le monde, ont obtenu d'excellents résultats.

Au cours de cette année où l'économie mondiale a été secouée par la crise financière des subprimes, notre groupe s'est engagé dans une modification profonde de ses structures et de son mode de fonctionnement vers le numérique.

Malgré ce contexte économique incertain et les efforts liés à la transformation de notre groupe, nous avons réalisé des performances financières exceptionnelles. C'est avec un an d'avance que nous avons atteint ou dépassé tous les objectifs que nous avons annoncés en décembre 2004 pour la fin de l'année 2008 :

- *la marge opérationnelle du groupe atteint 16,7% (notre objectif 2008) en intégrant Digitas (dont la marge bien qu'en amélioration est inférieure à la moyenne du groupe et malgré les coûts de restructuration liés à cette intégration),*
- *la part des marchés à forte croissance (gage de notre développement futur) a atteint 21,3%. Hors Digitas, dont le poids est essentiellement centré sur les Etats-Unis, la part de ces marchés aurait été de 24%,*
- *la part de la publicité qui en 2004 était de 55% est tombée sous la barre des 40% de nos revenus,*
- *les marketing services et le digital (qui a lui tout seul représente déjà 15%) sont à 36% du total, par rapport à 23% en 2004.*

Ces performances démontrent la solidité de nos opérations, la qualité de nos équipes et notre capacité à résister dans des moments économiques difficiles.

La seule ombre au tableau aura été la croissance organique insuffisante à 3,1%, essentiellement due à la situation particulière du secteur pharmaceutique. L'ensemble de nos activités, hors ce secteur, affichent une croissance annuelle de 4,3%, avec un rythme de croissance retrouvé au second semestre à + 6,1%.

L'activité en New Business - plus de 5 milliards de dollars en 2007 et déjà plus de 1,3 milliard de dollars sur le mois de janvier 2008 - démontre, s'il en était besoin, le dynamisme du groupe et la justesse de son offre.

Un monde nouveau s'ouvre à nous sous l'influence du développement des nouvelles technologies, la co-génération des contenus et l'émergence d'économies puissantes à forte croissance. Pour ce monde nouveau, un nouveau modèle Publicis Groupe, transformé, tourné radicalement vers le numérique, avec la suppression des silos, le renforcement des équipes et des compétences dans la création, le numérique, les pays en forte croissance et les spécialités en développement.



Forts de notre nouveau modèle, notre objectif prioritaire reste la croissance du groupe. Nous sommes mieux armés que nos principaux concurrents pour conquérir de nouvelles positions. Nos investissements seront d'abord dirigés sur le renforcement de notre potentiel humain et technologique afin de mieux appréhender les besoins des consommateurs et mieux servir nos clients.

Le Directoire a été largement renouvelé avec l'entrée de Jean-Yves Naouri et David Kenny. Je tiens à remercier très chaleureusement Bertrand Siguier et Claudine Bienaimé pour les services précieux rendus à l'entreprise pendant de nombreuses années.

L'année 2008 présente quelques défis : le ralentissement aux Etats-Unis, la suite de la crise financière, mais aussi des opportunités : les Jeux Olympiques de Pékin, l'UEFA- Euro 2008 et les enjeux du numérique. Nous sommes profilés pour bien résister face aux incertitudes économiques et plus déterminés que jamais à tirer le meilleur parti de toute opportunité. Pour cela nous pensons être dans une excellente position pour guider nos clients dans ce nouveau monde : non seulement avons-nous la solidité financière qui nous permet de prendre des initiatives mais nous disposons aujourd'hui d'un modèle unique : holistique et digital ; créatif, innovant et fluide ; sans silos ni solo ; et avec les outils et les équipes qui font gagner nos clients ».

*
* *



Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe réuni le 12 février 2008, sous la Présidence de Madame Elisabeth Badinter a entériné les comptes de l'exercice 2007 présentés par Monsieur Maurice Lévy, Président du Directoire.

Chiffres clés

en millions d'euros, à l'exception des % et des données par action (en euros)	2007	2006	Variation 2006/2007
Revenu	4 671	4 386	+6,5%
Marge opérationnelle avant amortissements	888	820	+8,3%
<i>En % du revenu</i>	19,0%	18,7%	-
Marge opérationnelle	779	713	+9,3%
<i>En % du revenu</i>	16,7%	16,3%	-
Résultat opérationnel	746	689	+8,3%
Bénéfice net (Part du Groupe)	452	443	+2,0%
Bénéfice net par action (BNPA)	2,18	2,11	+ 3 %
Bénéfice net par action (dilué)	2,02	1,97	+ 3%
Dividende attribué à chaque action	0,60	0,50	+ 20%
Données extraites du bilan	31/12/2007	31/12/2006	
Total de l'actif	12 244	11 705	
Capitaux propres, part du Groupe	2 198	2 080	

Le montant du dividende de 0,60€ sera soumis à l'approbation des actionnaires lors de l'Assemblée Générale de Publicis Groupe qui se réunira le 3 juin 2008. Il sera mis en paiement le 25 juillet 2008.

La décision du Directoire de procéder à l'annulation de 8 millions d'actions, suivie d'un rachat d'un montant équivalent, a été présentée au Conseil de Surveillance du 12 février 2008.

Analyse des chiffres clés

▪ Revenu 2007

Le revenu consolidé 2007 s'est élevé à 4 671 millions d'euros contre 4 386 millions d'euros en 2006, en hausse de + 6,5% et de + 11,1% hors effets de change (avec un revenu 2006 au taux de change 2007).

L'année 2007 a été une année record pour Saatchi & Saatchi qui a bénéficié de nouveaux contrats, ainsi que de la croissance des budgets de ses grands clients.

Publicis Worldwide a connu une amélioration très sensible au second semestre renouant avec la croissance notamment par le retour gagnant de la France.

Seul Leo Burnett, malgré une très bonne croissance hors Etats-Unis, a continué de souffrir de la perte de budgets significatifs (US Army et Cadillac).

Publicis Groupe Media affiche une croissance exceptionnelle dans les trois régions clés, aux Etats-Unis, en Europe et en Asie.



Comme indiqué tout au long de l'année 2007, le faible taux de croissance organique au premier semestre traduit une base de comparaison défavorable et la poursuite de difficultés conjoncturelles dans certaines activités de la santé.

Les taux de croissance organique, hors le secteur santé, sont en nette amélioration sur le troisième (+ 6,5%) et le quatrième trimestre (+ 6,1%) et confirment la bonne tenue de toutes les autres activités du Groupe et leur retour à une dynamique de croissance.

- Répartition du revenu 2007 par zone géographique :

<i>(en millions d'euros)</i>	Revenu		Croissance	
	2007	2006	Globale	Organique
Europe	1 799	1 747	+ 3,0%	+ 1,7%
Amérique du Nord	2 016	1 842	+ 9,4%	+ 1,7%
Asie-Pacifique	502	471	+ 6,6%	+ 8,6%
Amérique latine	237	214	+ 10,7%	+ 8,9%
Afrique et Moyen-Orient	117	112	+ 4,5%	+ 11,1%
Total	4 671	4 386	+ 6,5%	+ 3,1%

La progression des économies émergentes, qui représentent 21,3% du revenu en 2007 (24% hors Digitas) contre 21,0% en 2006 a permis d'atteindre l'objectif fixé en 2004 pour 2008 avec un an d'avance.

La baisse des activités santé a pesé sur les performances des Etats-Unis et de l'Europe, qui après quelques difficultés ponctuelles, devrait retrouver en 2008 un niveau de croissance plus satisfaisant.

L'Inde et la Russie poursuivent des croissances supérieures à 20%, la Chine affiche pour sa part une croissance de 15%.

▪ Revenu du 4^{ème} trimestre 2007

Le quatrième trimestre a retrouvé un meilleur rythme de croissance à 1,3 milliard d'euros en progression + 4,2% à périmètre et taux de change constants. Toutefois l'accélération de la baisse des activités du secteur santé a lourdement pesé sur la croissance organique de ce quatrième trimestre. Hors cet élément, les activités du groupe ont connu une croissance organique de + 6,1%.

- Répartition du revenu 4^{ème} trimestre par zone géographique :

<i>(en millions d'euros)</i>	Revenu		Croissance	
	4 ^{ème} trimestre 2007	4 ^{ème} trimestre 2006	Globale	Organique
Europe	535	530	+ 0,9%	+ 3,1%
Amérique du Nord	521	491	+ 6,1%	+ 1,1%
Asie-Pacifique	142	134	+ 6,0%	+ 15,3%
Amérique latine	67	60	+ 11,7%	+ 11,1%
Afrique et Moyen-Orient	36	36	-	+ 6,7%
Total	1 301	1 251	+ 4,0%	+ 4,2%

La croissance du revenu du Groupe au quatrième trimestre confirme la tonicité de la croissance des pays émergents.



▪ **Marge opérationnelle**

La marge opérationnelle atteint **779 millions d'euros**, en hausse de **+ 9,3%** et de **+ 15,3%** hors effet de change (2007 recalculé à taux de change 2006).

Le taux de marge opérationnelle pour l'année 2007 s'établit à 16,7% avec une année d'avance sur les objectifs que le Groupe s'était fixés et est en progression de 40 points de base par rapport à un taux de marge déjà élevé en 2006 à 16,3%.

Cette remarquable performance s'explique par les efforts continus en matière de gestion des coûts, pour l'ensemble du Groupe et malgré un niveau significatif de coûts d'intégration de Digitas et une rentabilité de l'ensemble des acquisitions inférieure à la moyenne du groupe.

L'optimisation de coûts opérationnels ainsi que la gestion de divers coûts de fonctionnement ont fortement contribué à l'amélioration de la marge opérationnelle.

▪ **Résultat net**

Le résultat net (part du groupe) s'élève à 452 millions d'euros en croissance de 2% sur 2006. Hors éléments exceptionnels - plus-value de cession d'un immeuble de 27 millions d'euros en 2006 - le résultat net 2007 augmente de **+ 8,7%**.

▪ **Free Cash Flow**

Le free cash flow du Groupe, hors variation de BFR, augmente fortement (+ 9%) à **615 millions d'euros en 2007**, contre 565 millions d'euros en 2006.

Le free cash flow est un indicateur utilisé par le Groupe pour mesurer les liquidités provenant de l'activité, après prise en compte des investissements en immobilisations, mais avant les opérations d'acquisition ou de cession de participations et avant les opérations de financement (y compris le financement provenant du besoin en fonds de roulement).

▪ **Endettement net**

L'endettement financier net est passé de 221 millions d'euros au 31 décembre 2006 à **837 millions d'euros** au 31 décembre 2007 : cette augmentation de l'endettement net est la conséquence de l'utilisation de la trésorerie disponible pour financer l'acquisition de Digitas (1,3 milliard de dollars).

La dette nette moyenne du Groupe au 31 décembre 2007 était de 1 207 millions d'euros contre 636 millions d'euros au 31 décembre 2006. Si l'on exclut l'effet de l'acquisition de Digitas, la dette nette moyenne ressort à **461 millions d'euros**, soit une amélioration de 175 millions d'euros par rapport à l'année précédente.

Au 31/12/ 2007, après acquisition de Digitas, le total de la trésorerie et des lignes de crédit disponibles s'élève à 3,3 milliards d'euros.

▪ **Capitaux propres**

Les capitaux propres consolidés part du Groupe sont passés de 2 080 millions d'euros au 31 Décembre 2006 à **2 198 millions d'euros au 31 décembre 2007**.

Le ratio dette nette / fonds propres est ainsi passé de 0,10 au 31 décembre 2006 à **0,38** au 31 décembre 2007.



La vie du groupe en 2007

L'année 2007 restera pour Publicis Groupe l'année décisive de sa profonde transformation à l'ère numérique, dessinant les fondamentaux de son nouveau modèle économique.

▪ **Nominations/création**

Le Groupe se classe **N°1 au Gunn Report depuis 2004 pour la meilleure performance créative**. Cette place récompense et résume la qualité de la création des équipes de Publicis Groupe, et ce depuis des années, talent d'autant plus précieux qu'à l'ère du numérique la qualité des contenus diffusés acquiert un poids prépondérant.

Cette qualité créative s'est également retrouvée dans les nombreuses distinctions reçues ou classements mondiaux établis.

Sur le plan créatif, Publicis Groupe lors de la 54^{ème} édition du Festival International de la Publicité de Cannes a remporté 93 Lions, pratiquement un quart de tous les prix attribués. Au-delà de sa distinction d' « Agency of the year » pour Saatchi & Saatchi New York, Saatchi & Saatchi arrive en tête avec 33 récompenses.

Franc succès également aux Clio Awards 2007, une des plus prestigieuses compétitions Internationales de publicité. Au total, 418 prix ont été distribués dans 27 pays dont 97 pour Publicis Groupe.

Même reconnaissance de la qualité créative de Publicis Groupe aux Effie Awards 2007, qui récompensent les agences les plus créatives et à la fois les plus efficaces. Le groupe se place 2^{ème} au classement général avec 42 agences primées.

Enfin, Starcom Mediavest Group et ZenithOptimedia Group, à travers Zed Digital, ont été classées en 2007, respectivement dans les dix et trois premières agences media interactives parmi les 450 agences faisant l'objet d'un classement mondial (RECMA).

▪ **New Business**

2007 a été particulièrement fertile en gains de budgets avec plus de 5 milliards de dollars de budgets conquis dans l'année, plaçant Publicis Groupe au 2^{ème} rang mondial (classement Lehman Brothers) battu d'une courte tête par le N°1.

L'année 2007 a été une année record pour Saatchi & Saatchi qui a bénéficié de nouveaux contrats (JC Penney, Wendy's, SAB Miller)

Pour Publicis Worldwide, et au-delà de budgets globaux conquis au long de l'année, il est à souligner le retour de la France avec des gains de budgets significatifs dont BNP Paribas et Cap Gemini monde ...

Le réseau Publicis Groupe Media (PGM) a poursuivi sa moisson de budgets avec notamment pour Starcom MediaVest Group des contrats globaux très importants en 2007 (Samsung).

Toutes les composantes de PGM ont contribué à ces succès notamment grâce à leur développement accéléré dans les solutions numériques, que ce soit au travers de la collaboration avec les sociétés acquises récemment par Publicis Groupe : Moxie, Pôle Nord ou PhoneValley ou à travers des partenariats avec les grands leaders des media interactifs.

Sur un plan mondial, Digitas a clairement contribué à l'enrichissement de l'offre numérique de Publicis Groupe et a eu un rôle déterminant dans le gain d'importants contrats tels que BPG ou GM (hors Europe).



▪ **Croissance externe**

Fidèle à sa stratégie de se développer prioritairement sur les 2 segments à forte croissance que représentent la communication numérique et les pays émergents, Publicis Groupe a poursuivi une politique de croissance externe active tout au long de l'année.

- **Acquisitions dans le digital :**

Fait marquant de l'année 2007, l'acquisition de Digitas a inauguré une série d'acquisitions dans le domaine numérique, certaines entités aussitôt fédérées par Digitas pour son déploiement mondial, telles que CCG 1^{ère} agence chinoise dans le numérique, qui marque l'implantation de Digitas en Chine sous la marque Digitas Greater China.

Business Interactif, société cotée et 1^{er} groupe français indépendant de communication digitale et interactive, a également rejoint le groupe au terme d'une offre de rachat conclue avec succès. Business Interactif a rejoint le réseau sous la marque Digitas France.

Les acquisitions de Wcube et de Phonevalley en France sont venues enrichir l'offre numérique de Publicis, notamment dans le domaine de la communication mobile, marché très porteur.

Enfin sur le segment spécialisé de la communication numérique santé, Publicis Groupe a acquis Healthware SpA, et Multimedia Healthcare Communication en Italie, une des premières agences indépendantes de relations publiques.

- **Acquisitions sur pays émergents :**

Croisant les compétences et les pays à forte croissance, au-delà de CGC, Publicis Groupe a poursuivi son développement prioritaire en Chine en portant à 51% sa participation au capital de Betterway et avec la prise de participation majoritaire dans Yong Yang, agence basée à Chengdu en Chine, leader en marketing services, marketing opérationnel auprès de la grande distribution et opérations promotionnelles.

Yong Yang a été intégrée au réseau Arc, le réseau de marketing services de Leo Burnett Greater China.

Le groupe a également renforcé significativement sa présence en Inde avec l'acquisition de Capital Advertising, l'une des agences publicitaires les plus importantes du pays.

Fortement implantée à Delhi, elle accroît la présence de Publicis Worldwide dans le centre économique le plus actif d'Inde.

De même la prise de participation majoritaire au capital de Hanmer & Partners, l'une des plus grandes agences en Inde, présente dans quarante-deux villes, spécialisée dans le domaine des relations publiques, vient renforcer l'offre de MS&L.

- **Autres acquisitions :**

- **Communication corporate :** Publicis Groupe a acquis « The McGinn Group », agence basée à Arlington (Virginie) et spécialisée dans la communication corporate, la gestion des risques et la gestion des situations de crise. Cette acquisition renforce considérablement la position de MS&L dans l'univers de la communication corporate.
- **Médias :** Publicis Groupe a annoncé la conclusion d'un accord pour le rachat de Muraglia, Calzolari & Associati (M, C&A), la plus importante agence média indépendante en Italie rebaptisée « M, C&A MediaVest » renforce la position du Groupe en Italie.



▪ **Gouvernance**

Le 4 décembre 2007, le Conseil de Surveillance réuni sous la présidence de Madame Elisabeth Badinter a examiné la composition du Directoire de Publicis Groupe, composé de cinq membres dont la durée des mandats est, conformément à la loi, de quatre ans.

Le Conseil a décidé le renouvellement des mandats de Messieurs Kevin Roberts, Jack Klues et Maurice Lévy, ce dernier étant également reconduit dans ses fonctions de CEO et de Président du Directoire.

Les mandats de Monsieur Bertrand Siguier et de Madame Claudine Bienaimé n'ayant pas été renouvelés compte tenu de leur départ à la retraite, le Conseil a procédé à la nomination de deux nouveaux membres : David Kenny, CEO de Digitas et Jean-Yves Naouri, Directeur Général Adjoint- Opérations, Publicis Groupe.

Jean-Michel Etienne en sa qualité de Directeur Général Adjoint-Finances de Publicis Groupe, participe aux réunions du Directoire.

Ces événements sont le gage que Publicis a toujours su réunir quelques uns des meilleurs talents du secteur avec la volonté d'être fidèle à son histoire et à sa différence tout en se projetant en permanence dans l'avenir.

Année 2008

▪ **Événements récents :**

Le début de l'année 2008 est prometteur : **+ de 1,3 milliard de dollars de New Business** enregistrés sur le seul mois de janvier 2008, gains de contrats prestigieux parmi lesquels Yoplait, L'Oréal (achats media), Crest (numérique) ou BT.

Le 22 janvier Publicis Groupe et Google rendaient public leur projet de collaboration. Cette collaboration, engagée depuis plus d'un an se fonde sur une vision partagée de l'utilisation des nouvelles technologies pour le développement de la publicité. Cette collaboration qui n'est pas exclusive vient enrichir des partenariats établis avec plusieurs leaders dans le domaine des media interactifs. Cette approche unique permet des progrès remarquables dans l'identification et la mesure des impacts de campagnes publicitaires, de répondre avec précision aux besoins spécifiques des annonceurs en dessinant notamment des profils de consommateurs de plus en plus élaborés.

Le 31 janvier le Groupe a annoncé l'acquisition d'Act Now créé et dirigé par l'une des figures du développement durable aux Etats-Unis. Apportant une véritable expertise aux entreprises pour mieux appréhender le sujet capital du développement durable dans toutes ses dimensions, économiques, environnementales, sociales et culturelles, Act Now rejoint le réseau Saatchi & Saatchi X et fonde la marque Saatchi & Saatchi S.

▪ **Perspectives**

Au terme d'une année 2007 caractérisée par une entrée décisive dans le monde du numérique, le renforcement dans les pays émergents notamment en Chine et en Inde, Publicis Groupe se donne la croissance pour mot d'ordre.

Dans un environnement préoccupant (subprimes, ralentissement aux Etats-Unis, coûts des matières premières), cette croissance devrait cependant être en partie assurée par des événements mondiaux porteurs (JO de Pékin, élections aux Etats-Unis), et l'accélération de



la croissance des économies émergentes et de la communication digitale dont Publicis Groupe est le leader mondial.

Pour atteindre ces objectifs, Publicis Groupe entend donner la priorité aux Ressources Humaines en investissant dans les talents, la formation et la diversité culturelle. Les atouts du Groupe et la motivation des équipes doivent lui permettre de mieux servir ses clients, ce qui est la meilleure façon de gagner et d'atteindre 50% de ses revenus en 2010 dans le digital et les pays émergents.

Publicis Groupe s'est doté d'un robuste « business model » adossé à :

- la stabilité du management,
- l'attraction et la rétention des talents,
- son rôle de leader dans le digital,
- le bon équilibre acquis dans toutes ses composantes :
 - Media / Publicité / Marketing services
 - Marchés matures / Margés émergents
 - Clients dans les secteurs en croissance et/ou de moindre sensibilité aux cycles économiques
- un bilan solide,
- un niveau de marge historique dans le secteur,
- son expérience de l'intégration réussie des acquisitions.

C'est avec confiance que le Groupe aborde un futur proche incertain, peut-être plus difficile, au moins à court terme, en raison du risque de ralentissement que pourraient connaître certaines économies majeures.

Les résultats de l'année 2007 démontrent la solidité du groupe et sa capacité à améliorer ses résultats tout en gagnant de nouveaux contrats dans un contexte heurté, constituant ainsi la preuve de sa « résilience ».

Ces excellents résultats confortent Publicis Groupe dans ses ambitions de croissance à court et moyen terme.

#

CONTACTS :

Publicis Groupe:

Peggy Nahmany, Communication Externe :

+ 33 (0)1 44 43 72 83

peggy.nahmany@publicisgroupe.com

Martine Hue, Relations Investisseurs :

+ 33 (0)1 44 43 65 00

martine.hue@publicisgroupe.com

Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577) est le 4^{ème} groupe mondial de communication, le deuxième groupe mondial en conseil et achat media, ainsi que le leader mondial en communication digitale et dans la santé. Le Groupe est présent dans 104 pays sur les 5 continents et compte environ 44 000 collaborateurs.

L'offre de services en communication du Groupe, auprès de clients locaux aussi bien qu'internationaux, comprend la publicité, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome, Leo Burnett, Publicis et Saatchi & Saatchi, ainsi que deux réseaux multi-hubs : Fallon et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; le conseil et l'achat d'espace media, à travers deux réseaux mondiaux : Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia; une expertise dans la communication numérique et interactive grâce notamment au réseau Digitas ; les marketing services et la communication spécialisée, comme la communication santé, la communication corporate et financière, les relations publiques, le marketing relationnel et direct, la communication événementielle et sportive, ainsi que la communication ethnique.

Site internet : www.publicisgroupe.com



New Business Année 2007

Principaux Gains :

Leo Burnett :

Allstate Insurance (Etats-Unis), Astra Zeneca (Costa Rica), Bally's (Etats-Unis), Coca-Cola (Chine), Coca-Cola (Royaume-Uni), Coca-cola Japan company (Japon), Coke/Red Lounge (Chine), Courts (Singapour), Doof (Royaume-Uni), Emirates Airlines (Dubai), Emperor Group (Chine), Galaxy Entertainment Group (Chine), General Motors (Etats-Unis), GM/Buick & GMC brands (Etats-Unis), Harrah's (Etats-Unis), Heineken (Chine), HP (Singapour), Kellogg's (Royaume-Uni), Learning and Skills Council (Royaume-Uni), Macquarie Equity Markets (Australie), Mirae/AP (régional), Mount Franklin Water (Australie), Nandos (Kuwait), Numericable (France), Numico (Royaume-Uni), Orange (Roumanie), Pharmavite (Etats-Unis), Promperu (Chili), Sama Dubai (Dubai), Seek (Australie), Stockland (Australie)

Publicis :

Airbus (Royaume-Uni), Aircel (Inde), ANIA (Italie), Bticino (Italie), Boston International (Italie), Bticino (Italie), Coca-cola (Australie), Diet Coke (Australie), Easyjet (Europe), FastWeb (Italie), Girard-Perregaux (Italie), Honda (Chine), Intermarché (France), JC Decaux (Belgique), Lion Nathan (Publicis Mojo), Manpower (France), Marionnaud (France), National Basketball Association (Etats-Unis), Newell Rubbermaid (Etats-Unis), Patrimoine Canada (Canada), Procter & Gamble/ Oral B (global), Renault (ext.7 pays), Spanish Traffic Directorate (Espagne), Talbots (Etats-Unis), Terminix (Etats-Unis), Trading Post (Publicis Mojo), Ubisoft (Canada), Visionlab (Espagne), Wellpoint (Etats-Unis)

Saatchi & Saatchi :

*AAMS Monopoli di Stato (sports betting & games) (Italie), Accademia della Scala (Italie), Amplifon (Royaume-Uni), Asia Pacific Breweries/ Tiger beer (Malaysia/ Asie), Barclays Capital (Royaume-Uni/ global), Bombardier FLEXJET (Etats-Unis), Carrefour - GB+Express (Belgique), Cederroth (Suède), Ciba Vision (Etats-Unis/ global), Contact Energie (Nouvelle Zélande), Continental Airlines (Etats-Unis/ Conill), CVS Pharmacy (Etats-Unis/ Conill), Deutsche Telecom/ T-Mobile (Pays-Bas), Electrolux (Brésil), EMAP/First Magazine (Royaume-Uni), EMI (Etats-Unis), Emirates Hotels & Resorts (Allemagne/ global), Future Generali (Inde), Jindal Steel (Inde), La Halle (France), MSIG Insurance (Singapour/ Asie), Nestle/ Henniez mineral water (Suisse), News Verlag (Autriche), Novartis (Inde), NYS Dept of Economic Development –
I Love NY (Etats-Unis / NY), Poste Italiana (Italie), Qixer (Autriche), SABMiller/ Miller High Life (Etats-Unis/ NY), SM Investments (Philippines), Sony (Australie), Sony Entertainment Television (Inde), Sony Ericsson (Australie, Canada, Chine, Danemark, Grèce, Inde, Lettonie/Pays baltes, Nouvelle Zélande, Russie, Suède/région nordique, Taiwan, Thaïlande), Standard Life (Royaume-Uni), Toshiba Air Conditioners (Italie), Toyota (Egypte), Uplace shopping mall (Belgique), Visit Britain (Royaume-Uni), Wellington Rugby Ltd's Hurricanes (Nouvelle Zélande), Wendy's (Canada, Etats-Unis)*



Starcom MediaVest Group :

Asobancaria (Colombie), Avon Cosmetics (Venezuela), BT Group (Royaume-Uni), Corporation Radial (Pérou), Cranium (Etats-Unis), Diageo Alcohol (Venezuela), Future Group (Inde), Illva Di Saronno (Italie), Interpark, Mirae Asset (Séoul), Jemca Jemnice (République Tchèque), Johnson Controls (Etats-Unis), Microsoft (Philippines), Morgan Stanley (Italie), NG (Etats-Unis), PODS (Etats-Unis), Rhene Pharmaceutical (Chine), Richemont (Séoul), Samsung (global), Smart Telco (Indonesie), Tele2 (Europe), Toshiba (Allemagne), Travelers (Etats-Unis), United International Pictures (Argentine), UOB Bank Buana (Indonesie), Wal-Mart (Etats-Unis), Wendy's (Etats-Unis)

ZenithOptimedia (media consultancy and buying):

20th Century Fox (Etats-Unis, Canada, Australie), Anheuser-Busch (Chine), BGL (Royaume-Uni), CIMB Group (Malaisie), Constellation Europe (Royaume-Uni), Guangdong Development Bank (Chine), H&M (France), HP – Digital – Search Engine Marketing (global), Inbev (France), Instituto de Credito Oficial (Espagne), L'Oréal (Thaïlande, Ukraine), L'Oréal Active Cosmetics – Planning (Chine), Lagardère Active Media (France), MFI (Royaume-Uni), Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (Espagne), Mio Technology (Europe), Nestlé (Ukraine), NRJ Group/NRJ Mobile (France), P4, Netia & Play (Pologne), Payback (Allemagne), Premier Inn (Royaume-Uni), Rhapsody America (Etats-Unis), Sabanci (Turquie), Talbots (Etats-Unis), Totalizator Sportowy – National Lottery (Pologne), Verizon Wireless – Retail Planning (Etats-Unis), Wyeth Healthcare (Chine), Yahoo ! – Yahoo ! Shopping (Europe), Zesko (Pays-Bas), Zurich Connect (Allemagne, Russie)

PHCG :

Acorda Therapeutics (Etats-Unis), Amylin & Lilly Partnership (Etats-Unis), Boeinger Ingelheim (Etats-Unis), Danone (Espagne), DepoMed (Etats-Unis), Galderma (Etats-Unis), Gilead Sciences (Etats-Unis), Merck (Australie), Wyeth (France)

PRCC :

Alghanim (Royaume-Uni), Atol (France), BAA (Royaume-Uni), BP (Etats-Unis), Dutch Union of Hospitals (Pays-Bas), Eiffage (France), EPAD (France), France Express (France), Gecina-Resico (France), General Mills (Etats-Unis et Royaume-Uni), KPMG (Royaume-Uni), Leroy Merlin (France), Loblaw Companies (Canada), Manpower (France), Ministère de l'Education (Pays-Bas), Ministère du Travail (France), Orange (France), Royal and Sun Alliance (Royaume-Uni), SC Johnson (France), Suez (France), Sunny D Elations (Etats-Unis), Thalys (France), Unedic (France), Zürich (Royaume-Uni)

Digitas :

Blackmores (PRC), General Motors iAOR (Prodigious), Joost (Royaume-Uni), Longchamp (France), Maxxium [Absolute] (PRC), Miller Brewing Company (Etats-Unis), Samsung (Etats-Unis), Sara Lee (Etats-Unis), Venetian Casino & Hotel (PRC)



Kaplan Thaler Group (Etats-Unis) :

Champion Apparel (Hanesbrands Inc.), Sanofi Pasteur

Fallon :

Anheuser Busch (Royaume-Uni), Asda (Royaume-Uni), BBC Radio Identities (Royaume-Uni), Black's Leisure Group (Royaume-Uni), Cadbury Dairy Milk (Royaume-Uni), Citi Finances (Japon), Equinox (Etats-Unis), Eurostar (Royaume-Uni), Fox Motion Pictures (Japon), L'Oréal (Japon), Lycra (Royaume-Uni), Orange B2B (Royaume-Uni), Old Speckled Hen (Royaume-Uni), TheLadders.com (Etats-Unis)



Définitions

Croissance organique du revenu : croissance du revenu à périmètre et taux de change constants, qui se calcule comme suit (année 2007) :

<i>(millions d'euros)</i>	
Revenu 2006	4386
Impact des taux de change	(180)
Revenu 2006 au taux de change 2007 (a)	4206
Revenu 2007 avant impact des acquisitions ⁽¹⁾ (b)	4334
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	337
Revenu 2007	4671
Croissance organique (b) / (a)	3.1 %

⁽¹⁾ Nettes de cessions

Taux de marge opérationnelle : marge opérationnelle / revenu.

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

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

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



Liquidité au 31 décembre 2007

<i>(millions d'euros)</i>	<i>Montant total</i>	<i>Tirées</i>	<i>Disponibles</i>
Lignes de crédit à 364 jours	201	-	201
Crédit syndiqué à 5 ans	1 500	-	1 500
Total lignes confirmées	1 701	-	1 701
Lignes non confirmées	288	-	288
Total	1 989	-	1 989
Trésorerie			1 313
Liquidité totale disponible			3 302

Publicis Groupe

Comptes consolidés – Exercice 2007

Compte de résultat consolidé

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006	2005
Revenu	4 671	4 386	4 127
Charges de personnel	(2 829)	(2 630)	(2 454)
Autres charges opérationnelles	(954)	(936)	(908)
Marge opérationnelle avant amortissements	888	820	765
Dotations aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(109)	(107)	(116)
Marge opérationnelle	779	713	649
Dotations aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(30)	(22)	(23)
Perte de valeur	(6)	(31)	(33)
Autres produits et charges non courants	3	29	59
Résultat opérationnel	746	689	652
Coût de l'endettement financier net	(73)	(36)	(78)
Autres charges et produits financiers	(5)	(14)	(14)
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	668	639	560
Impôt sur le résultat	(201)	(192)	(157)
Résultat net des entreprises consolidées	467	447	403
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	9	22	11
Résultat net	476	469	414
Dont intérêts minoritaires	24	26	28
Dont part du Groupe	452	443	386

Données par action (<i>en euros</i>)			
<i>Nombre d'actions</i>	207 599 301	209 611 690	210 415 990
Bénéfice net par action	2,18	2,11	1,83
<i>Nombre d'actions dilués</i>	239 365 113	240 064 428	233 816 994
Bénéfice net par action – dilué	2,02	1,97	1,76

Bilan consolidé

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006 ⁽¹⁾	31 décembre 2005 ⁽¹⁾
Actif			
Écarts d'acquisition nets	3 546	2 840	2 883
Immobilisations incorporelles nettes	826	693	763
Immobilisations corporelles nettes	501	511	580
Impôts différés actifs	148	186	230
Titres mis en équivalence	49	44	33
Autres actifs financiers	112	118	118
Actifs non courants	5 182	4 392	4 607
Stocks et en-cours de production	391	430	436
Clients et comptes rattachés	4 926	4 550	4 289
Autres créances et actifs courants	432	413	446
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 313	1 920	1 980
Actifs courants	7 062	7 313	7 151
Total de l'actif	12 244	11 705	11 758
Passif			
Capital	81	79	79
Réserves consolidées, part du Groupe	2 117	2 001	1 977
Capitaux propres, part du Groupe	2 198	2 080	2 056
Intérêts minoritaires	27	27	20
Total capitaux propres	2 225	2 107	2 076
Dettes financières à plus d'un an	1 293	1 911	1 913
Impôts différés passifs	240	216	220
Provisions à long terme	449	509	582
Passifs non courants	1 982	2 636	2 715
Fournisseurs et comptes rattachés	5 662	5 270	5 030
Dettes financières à moins d'un an	819	203	224
Dettes d'impôts sur les sociétés	99	149	263
Provisions à court terme	107	116	120
Autres dettes et passifs courants	1 350	1 224	1 330
Passifs courants	8 037	6 962	6 967
Total du passif	12 244	11 705	11 758

(1) Après harmonisation du classement comptable des achats d'espace livrés non facturés.

Tableau des flux de trésorerie consolidés

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006 ⁽²⁾	2005 ⁽²⁾
I- Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net	476	469	414
Impôt sur le résultat	201	192	157
Coût de l'endettement financier net	73	36	78
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(3)	(27)	(58)
Dotation aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	145	160	172
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	22	16	20
Autres produits et charges calculés	9	11	11
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	(9)	(22)	(11)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	11	19	9
Impôt payé	(197)	(229)	(167)
Intérêts financiers payés	(87)	(85)	(93)
Intérêts financiers encaissés	51	74	44
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	106	(21)	44
Flux net de trésorerie généré par l'activité	798	593	620
II- Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(88)	(81)	(83)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	11	32	8
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(6)	(3)	7
Acquisitions de filiales ⁽³⁾	(1 006)	(58)	(71)
Cessions de filiales	10	11	98
Flux net de trésorerie lié aux opérations investissement	(1 079)	(99)	(41)
III- Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Augmentation de capital	2		
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(92)	(66)	(55)
Dividendes versés aux minoritaires des sociétés consolidées	(26)	(23)	(19)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	12	19	747
Remboursement des emprunts	(24)	(52)	(460)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et de BSA	(162)	(264)	7
Encaissements provenant des opérations de couverture	52	36	-
Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement	(238)	(350)	220
IV- Incidence des variations de taux de change	(82)	(139)	72
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	(601)	5	871
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	1 920	1 980	1 186
Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	<u>(30)</u>	<u>(95)</u>	<u>(172)</u>
Trésorerie à l'ouverture	1 890	1 885	1 014
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 31 décembre	1 313	1 920	1 980
Soldes créditeurs de banques au 31 décembre	<u>(24)</u>	<u>(30)</u>	<u>(95)</u>
Trésorerie à la clôture	1 289	1 890	1 885
Variation de la trésorerie consolidée	(601)	5	871
<i>⁽¹⁾ Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</i>			
Variation des stocks et en-cours de production	32	(46)	40
Variation des créances clients et autres créances	(689)	(526)	(528)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	<u>763</u>	<u>551</u>	<u>532</u>
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	106	(21)	44

(2) Après reclassement des frais de restructuration payés dans la variation du besoin en fonds de roulement et harmonisation du classement comptable des achats d'espace livrés non facturés.

(3) Après déduction de 191 millions d'euros de trésorerie nette acquise chez Digitas et 9 millions d'euros pour les autres acquisitions.

Tableau de variation des capitaux propres

Nombre d'actions	<i>en millions d'euros</i>	Capital social	Réserves liées au capital	Réserves et résultats consolidés	Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	Total part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total capitaux propres
182 088 218	31 décembre 2004	78	2 537	(1 024)	30	1 621	31	1 652
	Gains et (pertes) enregistrés en capitaux propres				88	88	5	93
	Résultat net de l'exercice			386		386	28	414
	Total des produits et (charges) de la période			386	88	474	33	507
1 637 949	Augmentation de capital de Publicis Groupe	1	47	(48)				
	Dividendes versés			(55)		(55)	(19)	(74)
	Rémunérations fondées sur des actions			20		20		20
	Rachat de bons de souscription d'actions			(2)		(2)		(2)
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(2)		(2)		(2)
	Rachat partiel de la partie option de l'Océane 2018			(9)		(9)		(9)
	Effet de périmètre et des engagements de rachats de minoritaires						(25)	(25)
343 079	Achats/Ventes d'actions propres			9		9		9
184 069 246	31 décembre 2005	79	2 584	(725)	118	2 056	20	2 076
	Gains et (pertes) enregistrés en capitaux propres				(103)	(103)	(4)	(107)
	Résultat net de l'exercice			443		443	26	469
	Total des produits et (charges) de la période			443	(103)	340	22	362
1 600 219	Augmentation de capital de Publicis Groupe	-	47	(47)				
	Dividendes versés			(66)		(66)	(23)	(89)
	Rémunérations fondées sur des actions			16		16		16
	Rachat de bons de souscription d'actions			(201)		(201)		(201)
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(1)		(1)		(1)
	Effet de périmètre et des engagements de rachats de minoritaires						8	8
(2 065 587)	Achats/Ventes d'actions propres			(64)		(64)		(64)
183 603 878	31 décembre 2006	79	2 631	(645)	15	2 080	27	2 107
	Gains et (pertes) enregistrés en capitaux propres				(229)	(229)	(3)	(232)
	Résultat net de l'exercice			452		452	24	476
	Total des produits et (charges) de la période			452	(229)	223	21	244
3 678 125	Augmentation de capital de Publicis Groupe	2	111	(48)		65		65
	Dividendes versés			(92)		(92)	(26)	(118)
	Rémunérations fondées sur des actions			22		22		22
	Juste valeur des stock-options intégrées dans le coût d'acquisition de Digitas et Business Interactif			65		65		65
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(3)		(3)		(3)
	Effet de périmètre et des engagements de rachats de minoritaires						5	5
(3 681 592)	Achats/Ventes d'actions propres			(162)		(162)		(162)
183 600 411	31 décembre 2007	81	2 742	(411)	(214)	2 198	27	2 225

Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres

Variations de la période

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006	2005
Réévaluation des titres disponibles à la vente	(16)	11	(16)
Couverture d'investissements nets	(1)	(8)	9
Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies	8	2	(21)
Impôts différés sur stock options	(8)	2	-
Réserve de conversion	(212)	(110)	116
Total des gains et (pertes) de la période enregistrés directement en capitaux propres	(229)	(103)	88

Soldes à la clôture

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Réévaluations d'immobilisations corporelles	105	105	105
Réévaluation des titres disponibles à la vente	19	35	24
Couverture d'investissements nets	-	1	9
Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies	(19)	(27)	(29)
Impôts différés sur stock options	(6)	2	-
Réserve de conversion	(313)	(101)	9
Solde de clôture des gains et pertes enregistrés directement en capitaux propres	(214)	15	118

Définitions

Bénéfice net par action (BNPA)

Bénéfice net par action (de base et dilué)		2007	2006	2005
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA (m€)				
Résultat net part du Groupe	a	452	443	386
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt ⁽¹⁾		32	31	25
Résultat net part du Groupe – dilué	b	484	474	411
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA				
Nombre d'actions moyen en circulation				
Actions à remettre en remboursement des Oranes				
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	207 599 301	209 611 690	210 415 990
<i>Impact des instruments dilutifs : ⁽²⁾</i>				
- Effet des levées de stock-options dilutives		2 941 554	1 736 783	228 591
- Effet de l'exercice des Bons de Souscription d'Actions (BSA)		167 511	59 208	-
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles ⁽¹⁾		28 656 747	28 656 747	23 172 413
Nombre d'actions dilué	d	239 365 113	240 064 428	233 816 994
Bénéfice net par action (en euros)	a/c	2,18	2,11	1,83
Bénéfice net par action – dilué (en euros)	b/d	2,02	1,97	1,76

(1) En 2005, seule l'Océane 2008 est prise en compte dans le calcul du BNPA dilué ; en 2006 et 2007, les deux Océanes 2008 et 2018 sont prises en compte dans le calcul.

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

Bénéfice net courant par action (de base et dilué)		2007	2006	2005
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾ (m€)				
Résultat net part du Groupe		452	443	386
<i>Eléments exclus :</i>				
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt		18	13	14
- Perte de valeur, nette d'impôt		4	23	24
- Cession de l'immeuble Saatchi & Saatchi (Ile de la Jatte)		-	(27)	-
- Plus-value sur cessions de JCDecaux Netherlands, VKM, Sopact et de 33 % de Metrobus, nette d'impôt		-	-	(87)
- Moins-value sur remboursement anticipé Océane 2018, nette d'impôt		-	-	16
Résultat net courant part du Groupe	e	474	452	353
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt		32	31	25
Résultat net courant part du Groupe – dilué	f	506	483	378
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA				
Nombre d'actions moyen en circulation				
Actions à remettre en remboursement des Oranes				
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	207 599 301	209 611 690	210 415 990
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Effet des levées de stock-options dilutives		2 941 554	1 736 783	228 591
- Effet de l'exercice des Bons de Souscription d'Actions (BSA)		167 511	59 208	-
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles		28 656 747	28 656 747	23 172 413
Nombre d'actions dilué	d	239 365 113	240 064 428	233 816 994
Bénéfice net par action courant ⁽¹⁾ (en euros)	e/c	2,28	2,16	1,68
Bénéfice net par action courant - dilué ⁽¹⁾ (en euros)	f/d	2,11	2,01	1,62

(1) BNPA avant amortissement des incorporels liés aux acquisitions, perte de valeur, plus(moins)-value sur opérations de cession immeuble ile de la Jatte, JCDecaux Netherlands et de 33 % de Metrobus, Océane 2018.

Croissance organique du revenu

(en millions d'euros)

Revenu 2006	4 386
Impact des taux de change	(180)
Revenu 2006 à taux de change 2007 (a)	<u>4 206</u>
Revenu 2007 avant impact des acquisitions ⁽¹⁾ (b)	4 334
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	<u>337</u>
Revenu 2007 (c)	4 671
Croissance organique (b/a)	3,1%
Croissance à taux de change constants (c/a)	11,1%

(1) net des cessions

Rapprochement de la variation de la dette nette de la présentation du 14 février 2008 avec la variation de la trésorerie du bilan consolidé

(en millions d'euros)

	31 décembre <u>2007</u>	31 décembre <u>2006</u>	<u>Variation</u>
Calcul de la variation de la dette nette			
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 313	1 920	(607)
Dettes financières à plus d'un an	(1 293)	(1 911)	618
Dettes financières à court terme	(819)	(203)	(616)
Dérivés sur dettes financières *	(38)	(27)	(11)
Dette nette	(837)	(221)	(616)

* inclus dans les « Autres créances et actifs courants » et les « Autres dettes et passifs courants »

Rapprochement entre la variation de la dette nette et la variation de la trésorerie

	<u>2007</u>
Variation de la dette nette	(616)
Paiements de l'exercice diminués des nouveaux Earn-Out/Buy-Out et des revalorisations des Earn-out/Buy-Out existants	3
Encaissement provenant des nouveaux emprunts	12
Remboursement des emprunts	(24)
Encaissement provenant des opérations de couverture	52
Intérêts courus et intérêts complémentaires "taux effectif" IFRS	35
Effets de change liés aux dérivés et sur les dettes financières	(63)
Variation de la trésorerie **	(601)

** cf tableau de flux publié au format IFRS

Communiqués année 2007 :

- 1 Proposition d'OPA de Publicis Groupe sur Digitas Inc. _ 10.01.07
- 2 Feu vert de l'office fédéral allemand de la concurrence _ 19.01.07
- 3 Succès de l'OPA sur Digitas _ 25.01.07
- 4 iSe Hospitality AG _ 29.01.07
- 5 OPA sur Digitas : clôture de la 2nd période de l'offre _ 30.01.07
- 6 Publicis Groupe – Digitas Inc. : fusion réalisée _ 31.01.07
- 7 Publicis Groupe : Activité 2006 _ 06.02.07
- 8 Publicis Groupe : 2006 une année record _ 28.02.07
- 9 Publicis Groupe achète Pharmagistics USA _ 07.03.07
- 10 Acquisition d'une participation majoritaire dans Yong Yang _ 02.04.07
- 11 Publicis Groupe devient « partenaire officiel » du CNOSF _ 03.04.07
- 12 Publicis Groupe remporte le budget global Oral B de P&G _ 03.04.07
- 13 Publicis Groupe achète l'agence The McGinn Group _ 11.04.07
- 14 Publicis Groupe et Richard Attias lancent PublicisLive _ 20.04.07
- 15 Publicis sera en charge des campagnes de communication globales de Citi _ 30.04.07
- 16 Publicis Worldwide lance une offre numérique au plan mondial : Publicis Modem _ 03.05.07
- 17 Revenu du 1^{er} trimestre 2007 _ 03.05.07
- 18 Clio Awards : Saatchi & Saatchi primé « Réseau d'agences de l'année » _ 21.05.07
- 19 Diffusion Officielle du Rapport 20-F (SEC) _ 04.06.07
- 20 Assemblée Générale des Actionnaires de Publicis Groupe _ 04.06.07
- 21 Acquisition de Business Interactif par Publicis Groupe _ 14.06.07
- 22 Lancement de la Joint Venture 3dswym _ 28.06.07
- 23 Grand succès pour Publicis Groupe à Cannes _ 25.06.07
- 24 Publicis Groupe rachète Muraglia, Calzolari & Associati _ 03.07.07
- 25 Acquisition d'un bloc de 49,32 % du capital de Business Interactif _ 09.07.07
- 26 Résultats du premier semestre 2007 _ 26.07.07
- 27 Acquisition de CCG _ 31.07.07
- 28 Publicis Groupe lance le « SSF Group » _ 01.08.07
- 29 Business Interactif – offre déclarée conforme par l'AMF _ 02.08.07
- 30 NYSE delisting _ 05.09.07
- 31 Acquisition de Phonevalley _ 06.09.07
- 32 Acquisition de WCube _ 12.09.07
- 33 Acquisition de Capital Advertising _ 12.09.07
- 34 Delisting 25F _ 17.09.07
- 35 Résultats de l'offre BI _ 18.09.07
- 36 Acquisition de SAS _ 24.09.07
- 37 Publicis Groupe renforce ses opérations au Japon _ 10.10.07
- 38 Acquisition de Healthcare SPA & Multimedia Healthcare Communication _ 11.10.07
- 39 Lancement de la version Beta de HoneyShed _ 25.10.07
- 40 Revenu du troisième trimestre 2007 _ 29.10.07
- 41 Acquisition de Hanmer & Partners en Inde _ 31.10.07
- 42 Leo Burnett évolue vers un nouveau modèle _ 13.11.07
- 43 Retrait obligatoire des actions Business Interactif _ 15.11.07
- 44 Conseil de Surveillance : Renouvellement du Directoire _ 05.12.07

Pour plus d'information : www.publicisgroupe.com