



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 6 février 2007

Publicis Groupe : Activité 2006

Croissance Organique :

- 4^{ème} trimestre : + 6,3 %
- Année : + 5,6 %

Revenu :

- 4^{ème} trimestre : 1 251 millions €, + 4,8% / 2005
- Année : 4 386 millions €, + 6,3 % / 2005

New Business net 2006: 3,3 Mds \$

Perspectives prometteuses pour 2007

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe, a déclaré :

«Le quatrième trimestre 2006 a permis au Groupe de reprendre un rythme de croissance plus conforme à ses atouts fondamentaux. Toutes les zones géographiques et tous les réseaux du Groupe ont contribué à ces performances et ont été en amélioration par rapport au troisième trimestre.

L'activité a été excellente, en particulier compte tenu de la base de comparaison élevée que constituait la croissance du quatrième trimestre 2005 (+ 8,6 %), la plus forte de cet exercice. Ceci confirme bien que le fléchissement de l'activité au troisième trimestre 2006 n'était que passager et aucunement annonciateur d'un quelconque changement de tendance.

L'activité 2007 s'annonce favorablement pour notre Groupe. La croissance organique devrait notamment bénéficier de deux moteurs de croissance significatifs : la communication interactive qui représentera près de 15% des revenus après intégration de Digitas et la poursuite de la forte croissance des marchés émergents qui constituent déjà 21% des revenus.

Enfin, nous sommes confiants sur notre niveau de marge opérationnelle, de résultat net et de génération de liquidités pour l'exercice 2006. »



Pour l'année 2006, Publicis Groupe a réalisé un revenu consolidé de 4 386 millions d'euros, en hausse de 6,3 % par rapport à 2005.

La croissance organique de l'année a été de 5,6 %, un niveau supérieur aux attentes du Groupe du fait de la performance élevée du 4^{ème} trimestre.

Un Quatrième trimestre en accélération

Avec un revenu de 1251 millions d'euros, le quatrième trimestre enregistre une croissance organique de 6,3%, rythme plus représentatif des atouts fondamentaux du Groupe après le creux du troisième trimestre.

Revenu du quatrième trimestre 2006 par zone géographique

	En millions D'euros	Croissance organique
Europe	530	+ 5,5 %
Amérique du Nord	491	+ 6,6 %
Asie-Pacifique	134	+ 3,4 %
Amérique Latine	60	+ 10,9 %
Afrique et Moyen-Orient	36	+ 16,3 %
Total	1 251	+ 6,3 %

Toutes les zones géographiques ont contribué à cette croissance satisfaisante :

- **En Europe** : La majorité des pays a enregistré une croissance supérieure à celle du troisième trimestre,

- **En Amérique Latine** : Au-delà de la croissance toujours soutenue au Mexique, le Brésil a enregistré une nette amélioration de son activité,

- **En Amérique du Nord** : Comme attendu, l'activité de la zone Amérique du Nord a commencé à bénéficier des gains de budgets de 2006 et retrouvé son rythme de croissance soutenu notamment par les agences média, la communication santé et les agences de publicité,

- **En Asie** : Le Groupe a connu une nette amélioration en Corée et en Chine après la croissance sélective mise en œuvre volontairement par le Groupe au début de 2006.

- **En Afrique, Moyen-Orient** : Conformément aux prévisions, après le décalage temporaire de revenus sur la partie Média au troisième trimestre, la zone enregistre au quatrième trimestre un niveau de croissance élevé plus conforme à son rythme habituel .



Un revenu annuel à près de 4,4 milliards d'euros, (près de 5,7 milliards \$)

Le revenu consolidé de Publicis Groupe pour l'année 2006 s'est élevé à **4 386 millions d'euros (près de 5 700 millions de dollars)** contre 4 127 millions d'euros en 2005 reflétant une **croissance de 6,3%**.

L'impact des taux de change est demeuré modéré en 2006 (-8 millions d'euros).

Les effets nets de périmètre (32 millions d'euros), reflètent une activité de fusions-acquisitions plus conséquente en 2006 que durant les années précédentes.

Revenu de l'année 2006 par zone géographique

	En millions d'euros	Croissance organique
Europe	1 747	+5,0 %
Amérique du Nord	1 842	+5,1 %
Asie-Pacifique	471	+5,3 %
Amérique Latine	214	+9,3 %
Afrique et Moyen-Orient	112	+20,0 %
Total	4 386	+5,6 %

Avec une contribution satisfaisante de tous les réseaux aussi bien que de toutes les zones géographiques, la **croissance organique du Groupe s'est élevée à 5,6% sur l'ensemble de l'année.**

Le rythme de croissance de Publicis ces dernières années a permis de pratiquement doubler son revenu en l'espace de 5 ans.

New Business

Le solde net de New Business des différents réseaux du Groupe s'est élevé à environ 500 millions de dollars US au quatrième trimestre 2006. La performance cumulée de New Business net de l'année 2006 a atteint 3,3 milliards de dollars US.



Perspectives 2007

- **Un début 2007 très prometteur en new business** : Sur le seul mois de janvier 2007, le Groupe a remporté une série de nouveaux budgets significatifs, **Wal-Mart** et **Fox**, deux importants budgets de conseil et achat média aux Etats-Unis et **Wendy's** en publicité et en achat d'espace aux Etats-Unis.
- **Le climat demeure positif sur l'ensemble des zones géographiques** : notamment sur l'Europe et l'Amérique du Nord qui offrent de bonnes perspectives. Les marchés émergents devraient contribuer plus fortement qu'en 2006 à la croissance du Groupe
- **Enfin, l'évolution stratégique du Groupe dans le domaine du digital**, avec l'intégration de Digitas, effective au 31 janvier 2007, confère à Publicis Groupe une offre innovante et exhaustive aux plus grandes marques mondiales. Cette nouvelle dimension devrait lui permettre de profiter pleinement de la très forte demande en communication interactive.

Résultats annuels 2006

Les résultats du Groupe pour l'exercice 2006 seront publiés le mercredi 28 février 2007 avant bourse. Une réunion d'analystes est prévue à Paris à 9 heures le même jour, au siège de la société, avec transmission simultanée par webcast sur le site www.finance.publicis.com.

* *
*

Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577 et membre du CAC 40 - NYSE : PUB) est le 4^{ème} groupe mondial de communication et le 2^{ème} groupe mondial de conseil et achat média, avec une présence dans 109 pays sur les 5 continents.

Les activités de communication du Groupe comprennent à la fois la publicité, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome : Leo Burnett, Publicis, Saatchi & Saatchi ; deux réseaux multi-hubs : Fallon Worldwide et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; le conseil et l'achat d'espace à travers deux réseaux mondiaux : ZenithOptimedia et Starcom MediaVest Group ; les marketing services et la communication spécialisée (marketing relationnel, relations publiques, communication corporate et financière, communication événementielle, communication ethnique, communication santé...).

Sites internet : www.publicis.com et www.finance.publicis.com

Contacts Publicis Groupe :

Relations Investisseurs : Pierre Bénaich - + 33 (0)1 44 43 65 00

Communication Corporate : Eve Magnant - + 33 (0)1 44 43 70 25



New Business de Publicis Groupe au Quatrième Trimestre 2006

Publicis :

Renault (Amérique Latine et Centrale, Pays Baltes)- Sanofi / Pasteur vaccins (Monde)- P&G (Promotion) Chine)- Disney (promotion) (Chine)- Mengniu Dairy (Chine)- Tencent (Chine)- Marriott Group (Asie)- Federal Government /National Security (Australie)- EasyJet (Allemagne)- HP (Ext. Allemagne)- Otto Publishing (Allemagne) Telecom Italia /Alice (Allemagne).

Leo Burnett :

HBos marketing services (Royaume-Uni)- Barclay's Ishares (Royaume-Uni, France, Allemagne)- Le Gaulois (France)- Online Computer Library Center (USA)- P&G / Herbal Essences (USA)- AstraZeneca / Seroquel (Costa Rica)- Yakult (Autriche)- Manabee (EAU)- WimmBillDann Juices (Russie)- EFKO (Russie).

Saatchi & Saatchi :

Toyota / Auris (Europe)- Cold Stone Creamery (USA)- China Mobile (Ext. Chine) (Zhejiang Province)- Pataks (Australie)- Sony (Projet) (Russie)- Champagne Lanson (Royaume-Uni)- Bridgestone (Moyen-Orient)- Sudatel Telecom (Moyen-Orient)- P&G (Projet, marketing services) (Royaume-Uni)- Loterie Nationale (Equateur)- Chip&Pin ATM (Arabie Saoudite)- Carlsberg / Falcon Beer (Suède)-.

Fallon :

Garmin (Royaume-Uni)

Starcom MediaVest Group : (conseil et achat média) :

EMI (Royaume-Uni)- Premier (Royaume-Uni)- Phillip Morris (Colombie) - Farmatodo (Venezuela)- Pantaloons (Inde)- Friesland Foods (Pays-Bas)- Peroni Drinks (Italie)- Api-Ip (Italie)- Skoda Motors (Pologne) - Binda Accessories (Italie)- Kohler (Chine).

ZenithOptimedia (conseil et achat média) :

Artsana (Italie)- L'Oréal (Ext. Chine)- Xfera Yoigo (Espagne)- Banco Popular-e.com (Espagne)- Reckitt-Benckiser (Pologne)- PKO (Pologne)- Kao Brands / Guhl (Allemagne)- MGA Entertainment (Allemagne).

Publicis Healthcare Communications Group (PHCG) et Publicis Public Relations and Corporate Communications Group (PRCC) ont également remporté de nombreux budgets.

Les pertes significatives du trimestre ont été :
SFR (France)- EDF (France) Heineken (USA)