

**OmnicomGroup**

**Publicis Omnicom Group**

Une nouvelle référence dans le secteur

# Le regroupement de deux grands du secteur

---



**Une nouvelle référence dans le secteur**

# Une fusion stratégique entre égaux

**Nom de la nouvelle entité**

**Publicis Omnicom Group**

**Termes de la fusion**

- Fusion entre égaux
- Actionnariat 50/50<sup>1</sup>

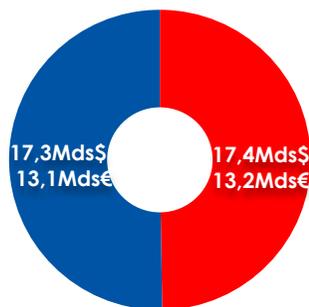
**Places de cotation**

- Cotation des actions sur NYSE et Euronext Paris sous le symbole OMC

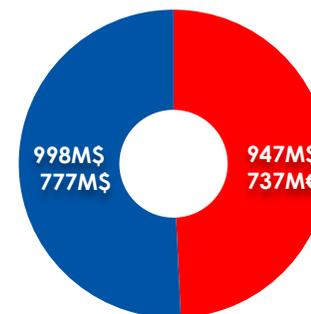
**Fonds propres et résultats**

■ Omnicom  
■ Publicis Groupe

**Capitalisations boursières<sup>2</sup>**



**Résultats nets 2012<sup>3</sup>**



(1) Actionnariat à environ 50/50 après versement d'un dividende exceptionnel

(2) Capitalisations boursières calculées sur la base d'un nombre dilué d'actions et d'un cours de bourse de référence à la clôture du 26 juillet 2013; taux de change EUR/USD retenu de 1,327

(3) Résultat net part du Groupe; les résultats nets de Publicis Groupe et d'Omnicom sont présentés ici à titre illustratif uniquement et n'ont pas été retraités des différences comptables IFRS et US GAAP. La conversion du résultat net de Publicis Groupe est effectuée sur la base d'un taux de change EUR/USD de 1,285 (moyenne annuelle en 2012)

---

# Bénéfices stratégiques de la fusion

# Un nouveau groupe pour un monde nouveau

---

- **Développement exponentiel des géants des médias (internet...)**
- **Effacement des frontières entre les différents métiers**
- **Explosion des données (Big Data), outils de mesure et d'analyse**
- **Evolution profonde des modes de consommation: sociétal, partage, co-crédation de contenus**
- **Emergence de nouvelles expertises à la croisée de la technologie et de la science**
- **Accès à de nouveaux outils et de nouveaux modèles**



**Une offre de solutions complète et innovante pour nos clients  
De nouvelles opportunités pour nos talents**



**UNE NOUVELLE REFERENCE DANS LE SECTEUR**

# Création d'une nouvelle référence dans le secteur

---

- ✓ **La meilleure réponse à l'évolution des besoins de nos clients**
  - Offre de services de premier plan dans la publicité, le numérique, les médias, les RP, le CRM, la santé et le marketing spécialisé
  - Offre de service enrichie et étendue sur l'ensemble des métiers de la communication, des géographies et des secteurs pour assurer un développement mondial de la notoriété des marques et des activités de nos clients
  - De strictes murailles de Chine assurant la confidentialité
  
- ✓ **La combinaison des meilleurs talents**
  - Les équipes les plus reconnues et les plus récompensées de l'industrie
  - Une capacité démontrée à recruter, développer et fidéliser les talents grâce à une culture et une vision commune de l'innovation
  - Développer un environnement de travail favorable à une nouvelle génération de talents, à la croisée de l'intelligence stratégique, de la créativité, de la science et de la technologie
  - Un réseau fort de 130 000 professionnels présents sur les cinq continents
  
- ✓ **A la pointe de l'innovation**
  - Capacité d'investissement dans les outils de mesure, d'analyse et d'intelligence numériques
  - Accélération de l'innovation en mutualisant les investissements dans les nouvelles technologies
  - Nouvelle dimension dans le monde numérique : Big Data, analyse, nouvelles initiatives de storytelling, e- et m-commerce

# Une création de valeur accélérée

---

## Potentiel de croissance renforcé



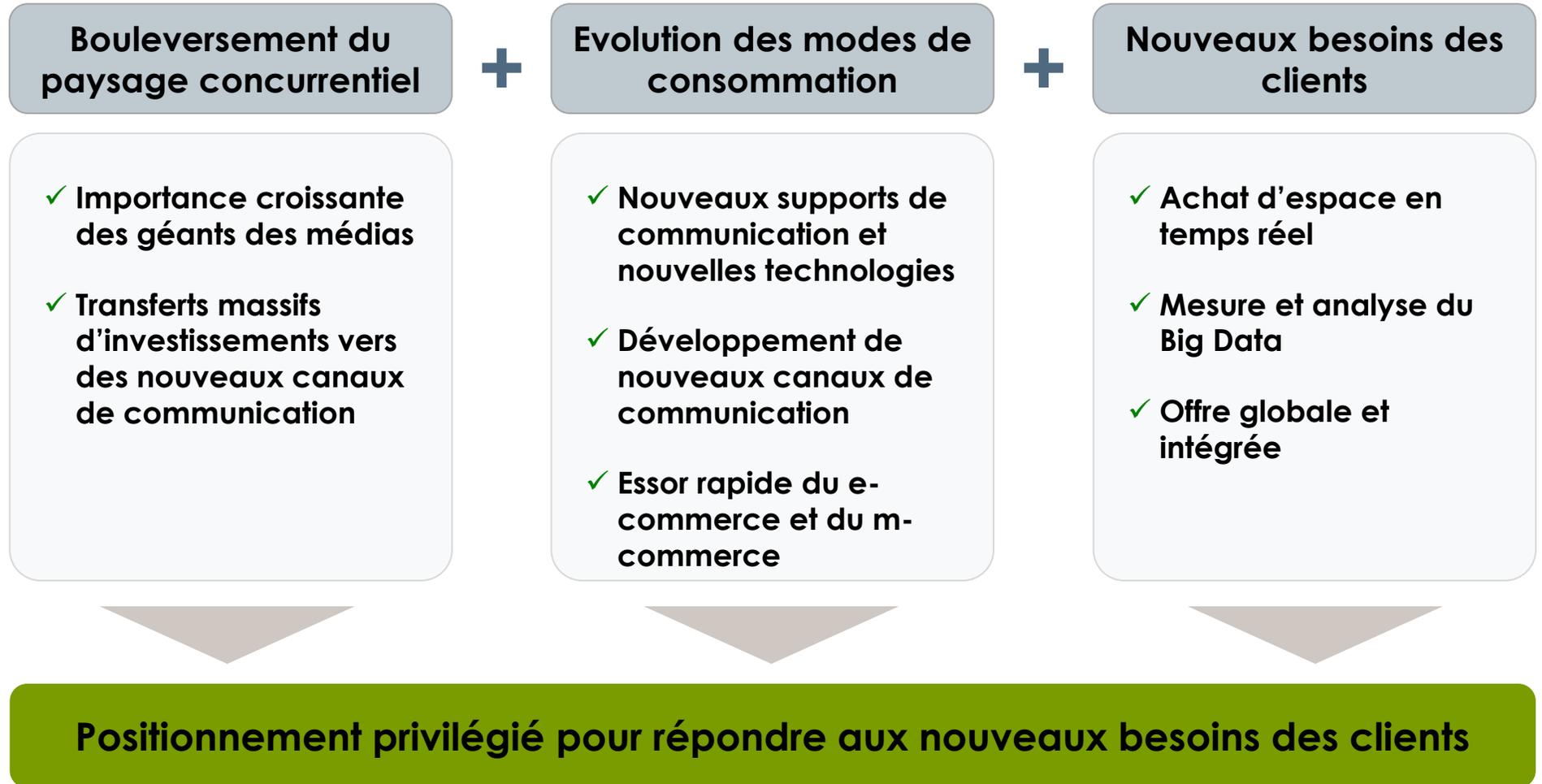
- Offre de services très complète
- Présence mondiale renforcée
- Recrutement et fidélisation des talents
- Accélération de l'innovation numérique
- Nombreuses opportunités de développer nos relations avec nos clients existants

## Gains d'efficacité

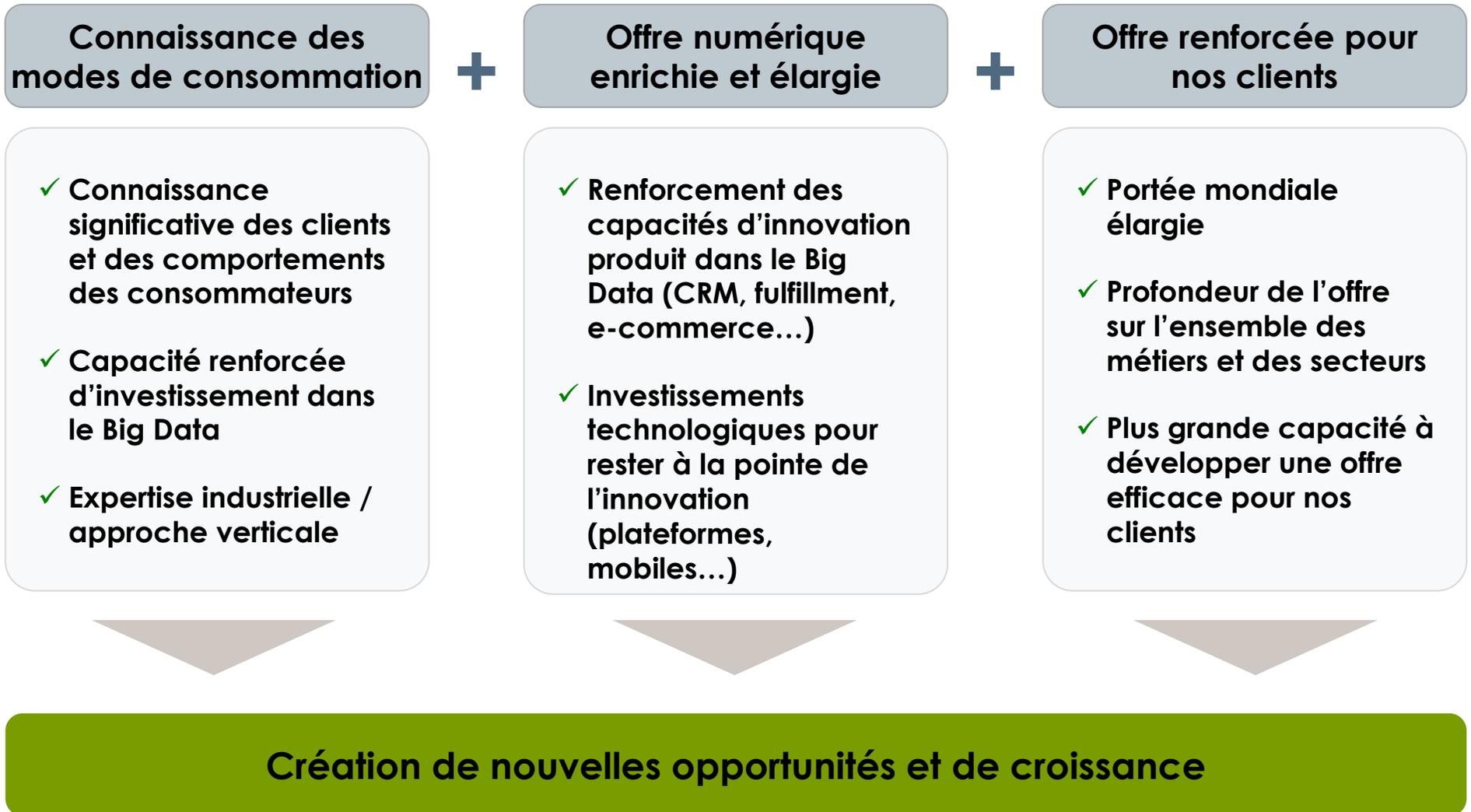


- Ressources partagées
- Plateformes de production
- Optimisation par pays
- Capitaliser sur une expérience éprouvée de gestion de coûts

# Anticipation des besoins de nos clients dans un environnement en constante mutation



# Des solutions efficaces et innovantes



# Partenariats innovants avec les géants des médias

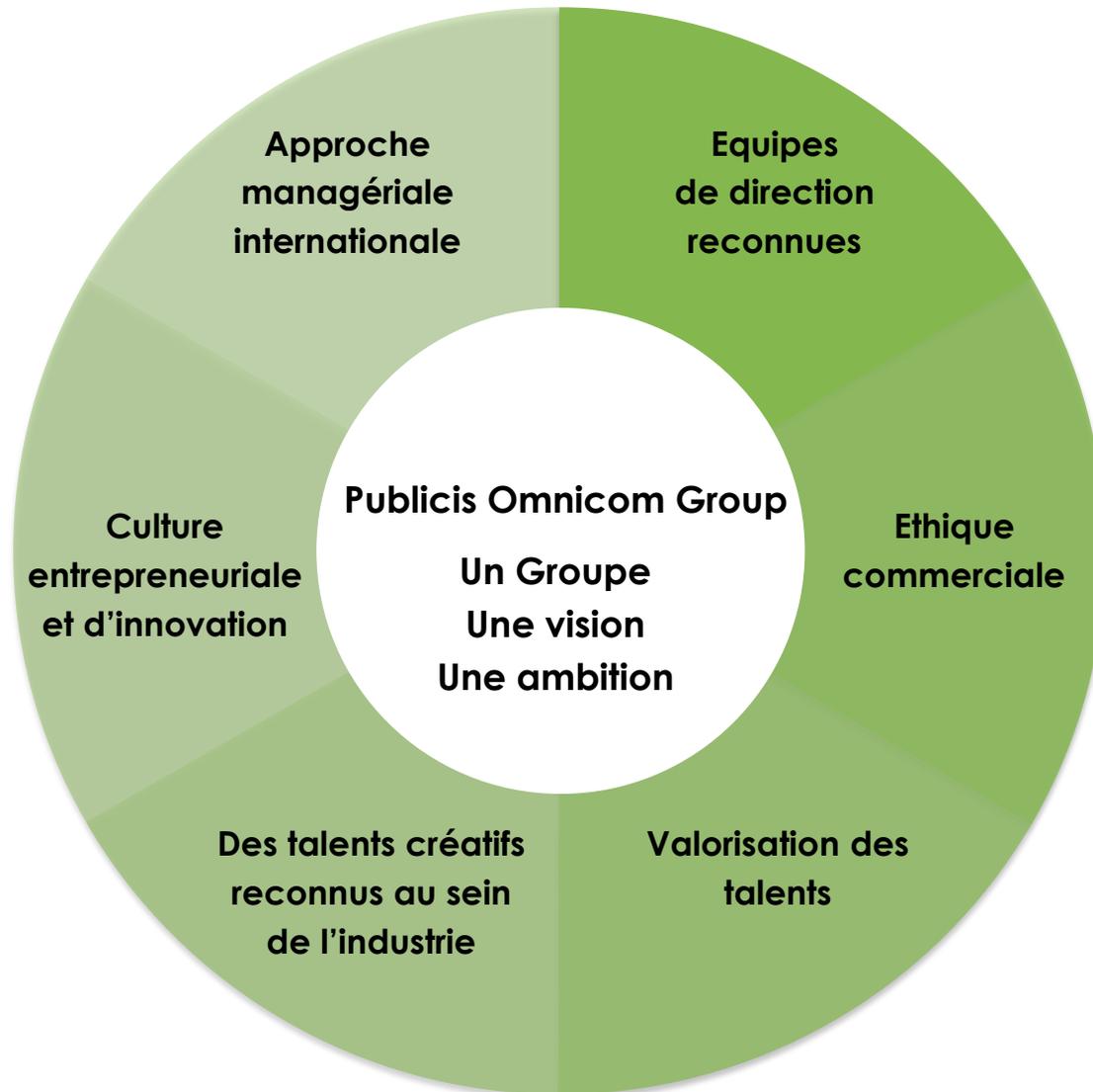


## Publicis Omnicom Group

- ✓ Partenaire majeur pour interagir avec les nouveaux géants des médias
- ✓ Développement d'offres à forte valeur-ajoutée intégrant le Big Data
- ✓ Capacité accrue à générer des analyses de données en temps réel
- ✓ Diffusion instantanée et à grande échelle de nouveaux contenus « story-telling » ainsi que e-commerce et m-commerce

# La combinaison de nos forces et de nos valeurs

---



---

Création d'un portefeuille leader de l'industrie

# Des agences et des talents les plus reconnus de l'industrie

- **7 des 15** réseaux d'agences les plus récompensés en 2012<sup>1</sup>
- **7 des 10** agences créatives les plus récompensées<sup>1</sup>
- **4 des 10** agences numériques les plus récompensées<sup>1</sup>
- Des agences leaders dans les secteurs de la communication, les médias, les relations publiques et la santé

(1) Gunn Report 2012



# Des offres de premier plan dans toutes les disciplines

Création

Digital

Média

CRM

PR

Communication  
spécialisée

BBDO

annalec+  
GROUP

OMP

CPM  
EFFECTIVE CUSTOMER CONTACT

FLEISHMAN  
INTERNATIONAL COMMUNICATIONS  
HILLARD

Adelphi

DDB°

CRITICAL MASS

phd

RAPP

TBWA\

ORGANIC®

ICON  
INTERNATIONAL INC

proximity  
WORLDWIDE

Ketchum

cdn

Leo Burnett

DIGITAL  
ARTS  
NETWORK  
WORLDWIDE

Starcom MediaVest™  
GROUP

integer

PORTER  
NOVELLI >

communispace™



Tribal DDB  
Worldwide

GMR

Interbrand

B B H



DigitasLBI

themarketingarm

MSLGROUP

Hall & Partners



PUBLICIS

razorfish  
ROSETTA

ZenithOptimedia

crm  
365

Publicis Healthcare  
Communications Group

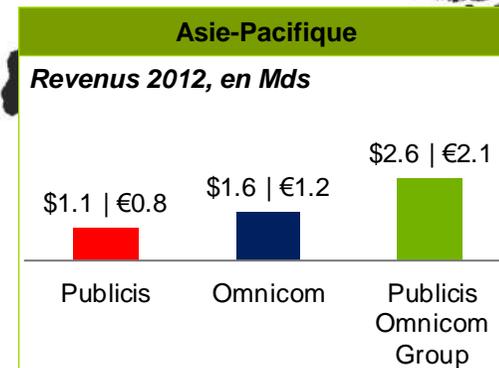
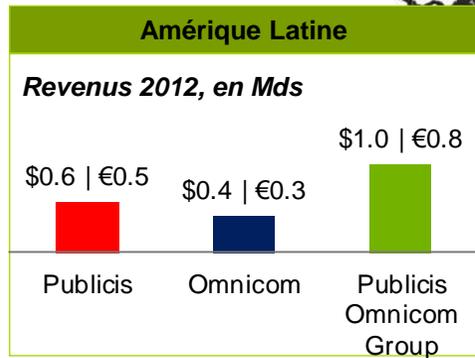
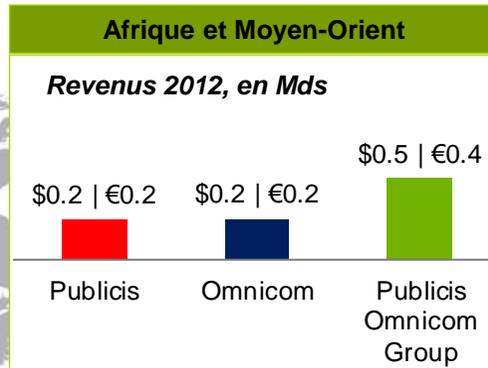
SAATCHI & SAATCHI

vivaki



DigitasLBI

# Couverture renforcée dans les pays à forte croissance



**Note**

Revenus combinés calculés sur la base des données annuelles 2012, présentés uniquement à titre illustratif (sans prise en compte des éventuels ajustements comptables).  
Conversion du Revenu 2012 sur la base d'un taux moyen 2012 EUR / USD de 1.285

---

# Publicis Omnicom Group – Chiffres-clés

# Chiffres-clés (Mds\$)

2012	Omnicom	Publicis Groupe <sup>1</sup>	Combiné <sup>4</sup>
Revenu	14,2	8,5	22,7
EBITDA	2,1	1,5	3,6
Marge d'EBITDA	14,7%	18,0%	15,9%
Résultat opérationnel	1,8	1,3	3,1
Marge opérationnelle	12,7%	15,4%	13,7%
Résultat net <sup>2</sup>	1,0	0,9	1,9
Free cash flow <sup>3</sup>	1,4	1,1	2,6

(1) Calculé sur la base d'un taux de change moyen EUR / USD de 1,285 en 2012

(2) Part des actionnaires

(3) Free cash flow calculé avant prise en compte des évolutions de BFR et des investissements en capital

(4) Chiffres combinés présentés uniquement à titre illustratif sans prise en compte des ajustements comptables IFRS et US GAAP

# Chiffres-clés (Mds€)

2012	Omnicom <sup>1</sup>	Publicis Groupe	Combiné <sup>4</sup>
Revenu	11,1	6,6	17,7
EBITDA	1,6	1,2	2,8
Marge d'EBITDA	14,7%	18,0%	15,9%
Résultat opérationnel	1,4	1,0	2,4
Marge opérationnelle	12,7%	15,4%	13,7%
Résultat net <sup>2</sup>	0,8	0,7	1,5
Free cash flow <sup>3</sup>	1,1	0,9	2,0

(1) Calculé sur la base d'un taux de change moyen USD/EUR de 1,285 en 2012

(2) Part des actionnaires

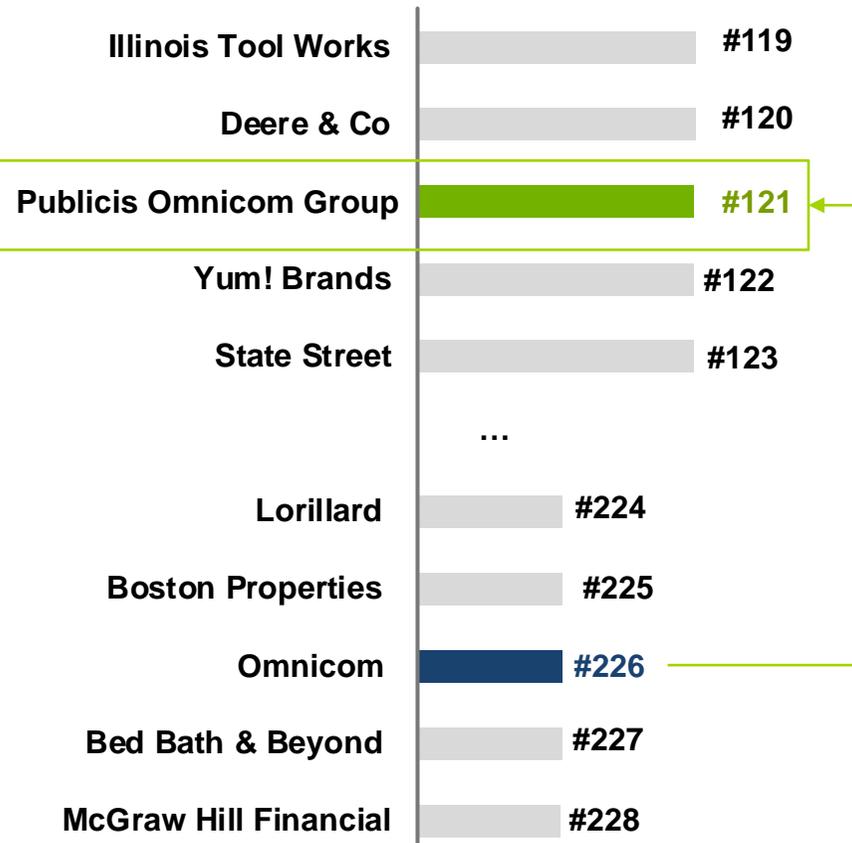
(3) Free cash flow calculé avant prise en compte des évolutions de BFR et des investissements en capita

(4) Chiffres combinés présentés uniquement à titre illustratif sans prise en compte des ajustements comptables IFRS et US GAAP

# Un nouveau positionnement dans les indices boursiers de référence

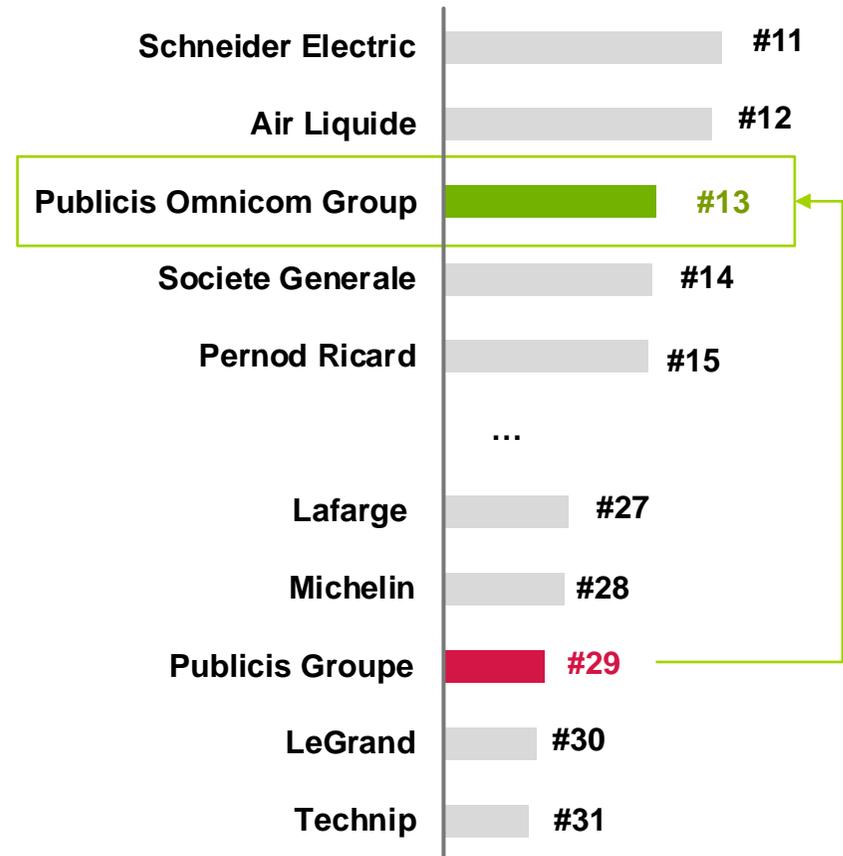
## S&P 500

Classement illustratif par capitalisation boursière <sup>1/2/3</sup>



## CAC 40

Classement illustratif par capitalisation boursière <sup>1/2/3</sup>

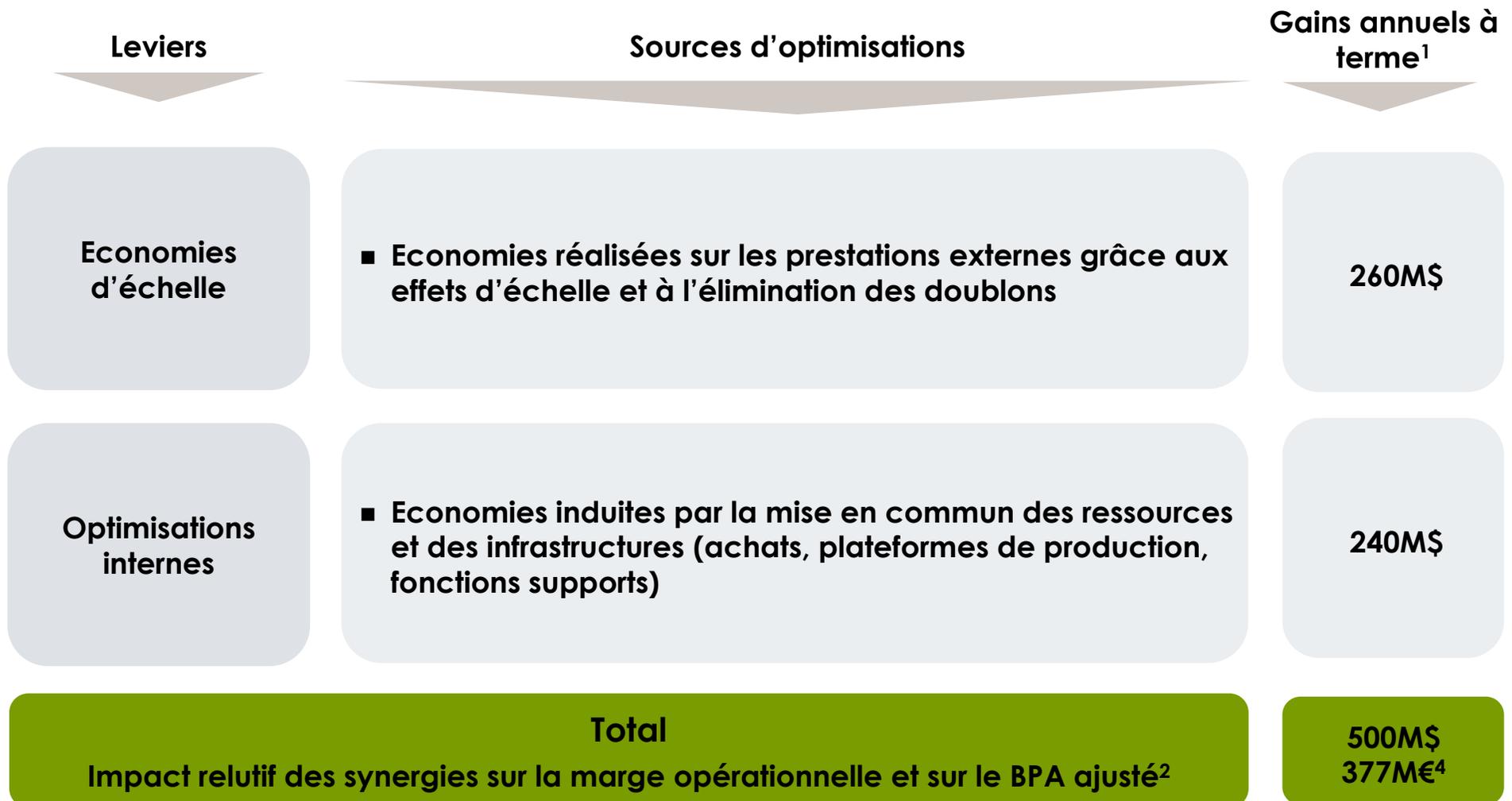


(1) Capitalisations boursières calculées à partir des cours de bourse au 25 juillet 2013

(2) Les capitalisations boursières d'Omnicom et Publicis Groupe reflètent les cours de bourse au 25 juillet 2013 ainsi que les nombres d'actions en circulation à cette date, à l'exception des actions autodétenues; taux de change EUR/USD = 1,324

(3) Classement théorique de Publicis Omnicom au sein du S&P et du CAC 40 – Classement final soumis à la décision des comités scientifiques respectifs

# Des synergies significatives pour améliorer la rentabilité



(1) L'effet complet des synergies sera atteint en 5 ans; le coût total estimé de mise en œuvre s'élève à \$400m / €301m

(2) BPA avant dépréciation exceptionnelle d'actifs immatériels non cash

(3) Taux de change USD/EUR de 1.327 au 26 juillet 2013

---

# Structure de l'opération

# Structure de l'opération

<b>Nom de la nouvelle entité</b>	<b>Publicis Omnicom Group</b>
<b>Structure de l'opération</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Fusion entre égaux</li><li>■ Actionnariat 50/50<sup>1</sup></li><li>■ Impact fiscal neutre attendu pour les actionnaires d'Omnicom et de Publicis Groupe</li></ul>
<b>Conséquences pour les actionnaires</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Actionnaires d'Omnicom : pour chaque action Omnicom, 0,813 action de la nouvelle entité et un dividende exceptionnel de 2\$ par action<sup>2</sup></li><li>■ Actionnaires de Publicis Groupe : pour chaque action Publicis Groupe, 1 action de la nouvelle entité et un dividende exceptionnel d'1€ par action</li></ul>
<b>Domiciliation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Pays-Bas</li></ul>
<b>Cotation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Actions ordinaires cotées au NYSE et à Euronext Paris</li><li>■ Inclusion attendue au sein des indices S&amp;P 500 et CAC 40</li><li>■ Symbole : OMC</li></ul>

(1) Actionnariat réparti à environ 50/50 entre les deux groupes après distribution de dividendes exceptionnels visant à équilibrer les contributions respectives

(2) De plus, les actionnaires d'Omnicom recevront le dividende de 0.40\$ par action annoncé le 18 juillet 2013, ainsi qu'un dividende trimestriel régulier, d'un montant de 0.40\$ par action, si la date d'enregistrement est antérieure à la clôture de l'opération

# Une gouvernance équilibrée

## Equipe Dirigeante

- Maurice Lévy et John Wren: Co-Directeurs Généraux pour 30 mois
- A l'issue des 30 mois :
  - Président non exécutif, Maurice Lévy
  - Directeur Général, John Wren

## Conseil d'administration

- Représentation égale au sein du Conseil d'administration
- Bruce Crawford Président non-exécutif pendant la première année et Elisabeth Badinter pendant la seconde année suivant la clôture
- 4 comités : nomination et gouvernance, audit, rémunération et finance
- Décisions stratégiques et nominations des Directeurs Généraux votées à la majorité des 2/3 du Conseil

**Une gouvernance reflétant l'esprit d'une fusion entre égaux**

# Une structure financière solide

---

## Structure financière

- Bilan solide
- Levier financier modéré et maîtrisé

## Rating

- Intention de Publicis Omnicom Group de conserver **un rating BBB+**
- En adéquation avec les rating actuels de Publicis Groupe et d'Omnicom

## Structure de financement

- Volonté de conserver les lignes de crédit en place chez Publicis Groupe et Omnicom
- Maintenir une liquidité financière importante

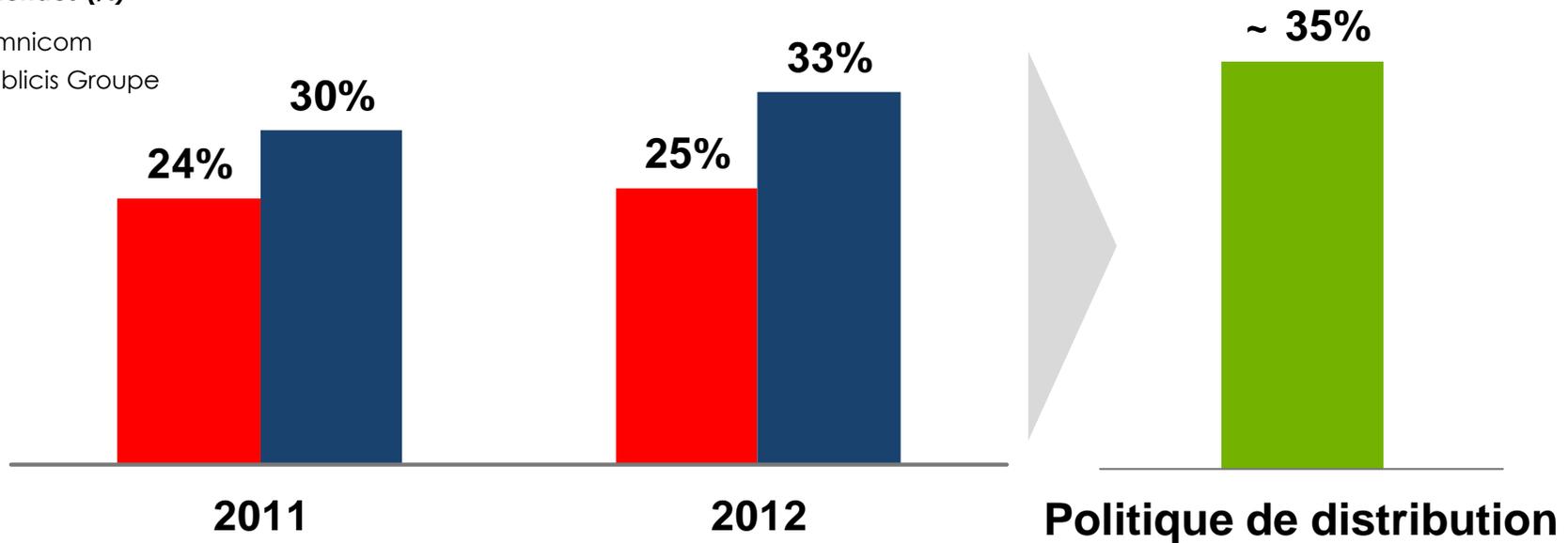
# Forte génération de cash-flow et retour aux actionnaires

## Publicis Omnicom Group

Taux de distribution de dividendes (%)

■ Omnicom

■ Publicis Groupe



Objectif de taux de distribution de Publicis Omnicom Group de l'ordre de 35%

# Calendrier d'exécution prévisionnel

---

**Processus réglementaire**

**Enregistrement des Prospectus auprès de l'AFM, AMF (passeport) et SEC**

**Assemblées Générales Extraordinaires des actionnaires de Publicis Groupe et d'Omnicom**



**Clôture de la transaction et cotation des actions nouvelles : T4 2013 / T1 2014**

---

# Conclusion

# Publicis Omnicom Group : tout pour réussir !

## Clients

- Offrir ce dont ils ont besoin...
- Partout où ils se trouvent...
- En tant que leader dans un environnement en constante mutation
- Strictes « murailles de Chine » pour protéger la confidentialité des clients

## Equipes

- Les meilleurs talents du secteur, les plus reconnus et récompensés, sur les 5 continents

## Culture

- Au service des clients
- Développement des talents
- Culture de l'innovation / esprit entrepreneurial
- Le respect comme valeur centrale

## Management

- Une vision commune sur l'avenir du secteur
- Historique de performances financières solides et d'intégrations d'acquisitions réussies
- Conseil d'Administration expérimenté et équilibré
- 2 co-Directeurs Généraux reconnus comme de grands professionnels

## Numérique/ Plateformes

- Force de frappe renforcée dans un secteur où la taille est un facteur clé pour les clients

**Renforcement du potentiel de croissance et de rentabilité**

---

# ANNEXES

# Chiffres-clés comparés – Compte de résultat 2012<sup>1/2</sup>

	En M\$			En M€		
	Omnicom	Publicis Groupe	Combiné	Omnicom	Publicis Groupe	Combiné
<b>Revenu</b>	<b>14,219</b>	<b>8,492</b>	<b>22,712</b>	<b>11,068</b>	<b>6,610</b>	<b>17,678</b>
Charges d'exploitation	(12,133)	(6,963)	(19,096)	(9,443)	(5,420)	(14,863)
<b>EBITDA</b>	<b>2,087</b>	<b>1,529</b>	<b>3,616</b>	<b>1,624</b>	<b>1,190</b>	<b>2,814</b>
<i>% du Revenu</i>	14.7%	18.0%	15.9%	14.7%	18.0%	15.9%
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(182)	(162)	(343)	(141)	(126)	(267)
<b>EBITA</b>	<b>1,905</b>	<b>1,367</b>	<b>3,272</b>	<b>1,483</b>	<b>1,064</b>	<b>2,547</b>
<i>% du Revenu</i>	13.4%	16.1%	14.4%	13.4%	16.1%	14.4%
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(101)	(58)	(159)	(79)	(45)	(124)
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>1,804</b>	<b>1,309</b>	<b>3,113</b>	<b>1,404</b>	<b>1,019</b>	<b>2,423</b>
<i>% du Revenu</i>	12.7%	15.4%	13.7%	12.7%	15.4%	13.7%
Autres produits et charges non courants	NA	36	36	NA	28	28
Charges financières nettes	(145)	(33)	(178)	(113)	(26)	(139)
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>1,660</b>	<b>1,312</b>	<b>2,971</b>	<b>1,292</b>	<b>1,021</b>	<b>2,313</b>
<i>% du Revenu</i>	11.7%	15.4%	13.1%	11.7%	15.4%	13.1%
Impôt sur le résultat	(527)	(362)	(889)	(410)	(282)	(692)
<i>% du résultat avant impôt</i>	31.8%	27.6%	29.9%	31.8%	27.6%	29.9%
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	(15)	32	17	(12)	25	13
Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	(119)	(35)	(154)	(93)	(27)	(120)
<b>Résultat net part du Groupe<sup>3</sup></b>	<b>998</b>	<b>947</b>	<b>1,945</b>	<b>777</b>	<b>737</b>	<b>1,514</b>
<i>% du Revenu</i>	7.0%	11.1%	8.6%	7.0%	11.1%	8.6%

(1) Éléments financiers 2012 convertis au taux moyen 2012 USD/EUR de 1.285

(2) La comparaison des données financières ainsi que les données pro forma sont présentées uniquement à titre illustratif sans prise en compte des ajustements comptables

(3) Avant ajustements pour les titres participatifs

# Chiffres-clés comparés – Compte de résultat S1 2013<sup>1/2</sup>

	En M\$			En M€		
	Omnicom	Publicis Groupe	Combiné	Omnicom	Publicis Groupe	Combiné
<b>Revenu</b>	<b>7,036</b>	<b>4,399</b>	<b>11,435</b>	<b>5,360</b>	<b>3,351</b>	<b>8,711</b>
Charges d'exploitation	(5,999)	(3,712)	(9,712)	(4,570)	(2,828)	(7,398)
<b>EBITDA</b>	<b>1,037</b>	<b>687</b>	<b>1,723</b>	<b>790</b>	<b>523</b>	<b>1,313</b>
<i>% du Revenu</i>	14.7%	15.6%	15.1%	14.7%	15.6%	15.1%
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(91)	(80)	(171)	(70)	(61)	(131)
<b>EBITA</b>	<b>945</b>	<b>606</b>	<b>1,552</b>	<b>720</b>	<b>462</b>	<b>1,182</b>
<i>% du Revenu</i>	13.4%	13.8%	13.6%	13.4%	13.8%	13.6%
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(51)	(30)	(81)	(39)	(23)	(62)
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>895</b>	<b>576</b>	<b>1,471</b>	<b>682</b>	<b>439</b>	<b>1,121</b>
<i>% du Revenu</i>	12.7%	13.1%	12.9%	12.7%	13.1%	12.9%
Autres produits et charges non courants	NA	16	16	NA	12	12
Charges financières nettes	(82)	(7)	(88)	(62)	(5)	(67)
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>813</b>	<b>585</b>	<b>1,399</b>	<b>619</b>	<b>446</b>	<b>1,065</b>
<i>% du Revenu</i>	11.6%	13.3%	12.2%	11.6%	13.3%	12.2%
Impôt sur le résultat	(273)	(164)	(437)	(208)	(125)	(333)
<i>% du résultat avant impôt</i>	33.5%	28.0%	31.2%	33.5%	28.0%	31.2%
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	6	3	9	5	2	7
Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	(52)	(12)	(64)	(39)	(9)	(48)
<b>Résultat net part du Groupe<sup>3</sup></b>	<b>495</b>	<b>412</b>	<b>907</b>	<b>377</b>	<b>314</b>	<b>691</b>
<i>% du Revenu</i>	7.0%	9.4%	7.9%	7.0%	9.4%	7.9%

(1) Eléments financiers du S1 2013 convertis au taux moyen du S1 2013 USD/EUR de 1.313

(2) La comparaison des données financières ainsi que les données pro forma sont présentées uniquement à titre illustratif sans prise en compte des ajustements comptables

(3) Avant ajustements pour les titres participatifs

# Chiffres-clés comparés – Bilan au 30 juin 2013<sup>1/2</sup>

	En M\$			En M€		
	Omnicom	Publicis Groupe	Combiné	Omnicom	Publicis Groupe	Combiné
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1,415	976	2,390	1,088	750	1,838
Autres actifs courants	8,874	10,439	19,313	6,822	8,026	14,848
<b>Actifs courants</b>	<b>10,288</b>	<b>11,415</b>	<b>21,703</b>	<b>7,910</b>	<b>8,776</b>	<b>16,686</b>
<b>Actifs non courants</b>	<b>10,237</b>	<b>10,246</b>	<b>20,482</b>	<b>7,870</b>	<b>7,877</b>	<b>15,747</b>
<b>Total de l'actif</b>	<b>20,525</b>	<b>21,661</b>	<b>42,186</b>	<b>15,780</b>	<b>16,653</b>	<b>32,433</b>
Dettes court terme	13	1,121	1,134	10	862	872
Autres dettes et passifs courants	11,214	13,023	24,237	8,621	10,012	18,633
<b>Passifs courants</b>	<b>11,227</b>	<b>14,144</b>	<b>25,371</b>	<b>8,632</b>	<b>10,874</b>	<b>19,506</b>
Dettes financières à long terme	4,038	689	4,727	3,104	530	3,634
Autres passifs non courants	1,751	844	2,595	1,346	649	1,995
<b>Passifs non courants</b>	<b>5,789</b>	<b>1,534</b>	<b>7,322</b>	<b>4,450</b>	<b>1,179</b>	<b>5,629</b>
<b>Sous-total du passif</b>	<b>17,016</b>	<b>15,677</b>	<b>32,693</b>	<b>13,082</b>	<b>12,053</b>	<b>25,135</b>
Total capitaux propres	3,509	5,983	9,493	2,698	4,600	7,298
<b>Total du passif</b>	<b>20,525</b>	<b>21,661</b>	<b>42,186</b>	<b>15,780</b>	<b>16,653</b>	<b>32,433</b>
Dettes nettes	2,636	835	3,471	2,027	642	2,669
<b>Dettes nettes / EBITDA (12 derniers mois)</b>	<b>1.2x</b>	<b>0.5x</b>	<b>0.9x</b>	<b>1.2x</b>	<b>0.5x</b>	<b>0.9x</b>

(1) Eléments financiers au 30/06/2013 convertis au taux au 30/06/2013 USD/EUR de 1.301

(2) La comparaison des données financières ainsi que les données pro forma sont présentées uniquement à titre illustratif sans prise en compte des ajustements comptables

# Avertissement

Cette présentation contient des informations prospectives (y compris au sens du Private Securities Litigation Reform Act de 1995) concernant Omnicom, Publicis Groupe, Publicis Omnicom, l'opération envisagée et d'autres sujets. Ces déclarations peuvent envisager des objectifs, intentions et anticipations portant sur des plans, tendances, événements futurs, résultats d'opérations, conditions financières ou autres fondées sur des croyances actuelles des managements d'Omnicom et de Publicis Groupe ainsi que sur les hypothèses faites par eux et l'information dont ils disposent actuellement. Les informations prospectives peuvent être accompagnées de mots tels que « viser », « anticiper », « croire », « planifier », « pourrait », « serait », « devrait », « estimer », « s'attendre à », « prévoir », « avenir », « orientation », « avoir l'intention », « peut », « sera », « possible », « potentiel », « prédire », « projeter » ou des mots, phrases ou expressions comparables. Ces informations prospectives sont sujettes à divers risques et incertitudes, dont plusieurs échappent au contrôle des parties. Par conséquent, il ne doit pas être accordé une confiance induite à ces informations. Les facteurs qui pourraient faire que les résultats réels diffèrent substantiellement de ces informations prospectives comprennent : le défaut d'obtention des approbations réglementaires applicables ou de celles des actionnaires en temps voulu ou autre ; le non-respect d'autres conditions suspensives à la réalisation de l'opération proposée ; le risque que les nouvelles activités ne soient pas intégrées avec succès ou que les sociétés combinées ne réalisent pas les économies, les impôts différés actifs, les synergies ou la croissance estimés, ou que ces bénéfices prennent plus de temps que prévu à se réaliser ; l'impossibilité de réaliser les avantages escomptés des opérations combinées ; les risques liés à des coûts d'intégration imprévus ; les pertes sur les achats média et les coûts de production engagés pour le compte des clients ; la réduction des dépenses des clients, des retards de paiement des clients et l'évolution des besoins de communication des clients ; l'incapacité à gérer les conflits d'intérêts potentiels entre ou propres aux clients ; les changements imprévus liés à des facteurs concurrentiels dans les industries de la publicité et du marketing ; la capacité d'embaucher et de retenir le personnel clé ; la capacité d'intégrer avec succès les activités des sociétés ; l'impact potentiel de l'annonce ou de la réalisation de l'opération proposée sur les relations avec des tiers, y compris les clients, les employés et les concurrents ; la capacité d'attirer de nouveaux clients et fidéliser les clients existants de la manière prévue ; la dépendance à l'égard de et l'intégration des systèmes de technologie de l'information ; les changements dans les législations et réglementations gouvernementales affectant les sociétés ; les conditions économiques internationales, nationales ou locales, ou les conditions sociales ou politiques qui pourraient nuire aux sociétés ou à leurs clients ; les conditions sur les marchés du crédit, les risques associés aux hypothèses que les parties font en relation avec les estimations comptables critiques et les procédures judiciaires des parties ; et les opérations internationales des parties, qui sont soumis aux risques de fluctuations des devises et au contrôle des changes. La liste de facteurs qui précède n'est pas exhaustive. Ces facteurs doivent être examinés attentivement, ainsi que les autres risques et incertitudes qui affectent les activités des parties, y compris ceux décrits dans le rapport annuel d'Omnicom sur le formulaire Form 10-K, ses rapports trimestriels sur le formulaire Form 10-Q, ses rapports d'information permanente sur le formulaire Form 8-K et dans les autres éventuels documents déposés auprès de la Securities and Exchange Commission (la « SEC ») ainsi que ceux décrits dans les rapports annuels et Documents de Référence de Publicis Groupe et dans les autres éventuels documents déposés auprès de l'autorité française des marchés financiers (Autorité des marchés financiers ou « AMF »). Sauf la loi applicable l'exige, les parties ne sont soumises à aucune obligation de mettre à jour ces informations prospectives.

Cette présentation n'est pas destinée à être et ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre de souscription ou d'achat, ni une sollicitation d'achat ou de souscription pour des valeurs mobilières ou la sollicitation de vote, et ce dans aucun pays, conformément aux opérations proposées ou autres, et aucune vente, délivrance ou transfert de valeurs mobilières ne doit intervenir dans une quelconque juridiction en violation de la législation applicable. Aucune offre de titres ne sera faite, excepté au moyen d'un prospectus répondant aux exigences de la Section 10 du Securities Act de 1933, dans sa version actuelle, et de la réglementation européenne applicable. Sous réserve de certaines exceptions qui auront été approuvées par les organismes de réglementation compétents ou de certains éléments qui devront être confirmés, l'offre ou la proposition au public ne sera pas faite, directement ou indirectement, dans ou à destination d'une juridiction où cela constituerait une violation des lois qui y sont en vigueur, ou par l'utilisation de tout moyen de communication (y compris, sans que cette liste soit exhaustive, par courrier, facsimile, téléphone ou Internet) ou au moyen d'infrastructures de marché d'une telle juridiction.

Publicis Omnicom déposera auprès de la SEC un document d'enregistrement (*registration statement*) selon un formulaire *Form S-4*, qui comprendra la circulaire de sollicitation de procurations (*proxy statement*) d'Omnicom et qui constitue également un prospectus de Publicis Omnicom (le « prospectus/proxy »). **LES INVESTISSEURS ET LES ACTIONNAIRES SONT PRIÉS DE LIRE ATTENTIVEMENT LE PROSPECTUS/PROXY COMMUN, AINSI QUE LES AUTRES DOCUMENTS PERTINENTS DEVANT ÊTRE DÉPOSÉS AUPRÈS DE LA SEC, DANS LEUR INTEGRALITÉ ET DÈS QU'ILS SERONT DISPONIBLES, CAR ILS CONTIENDRONT DES INFORMATIONS IMPORTANTES SUR OMNICOM, Publicis Groupe, PUBLICIS OMNICOM, LES OPERATIONS PROPOSÉES AINSI QUE D'AUTRES SUJETS CONNEXES.** Les investisseurs et les actionnaires pourront obtenir des exemplaires gratuits du prospectus/proxy et d'autres documents de procurations déposés auprès de la SEC par les parties sur le site Web de la SEC à l'adresse [www.sec.gov](http://www.sec.gov). En outre, les investisseurs et les actionnaires pourront obtenir des exemplaires gratuits du prospectus/proxy et des autres documents déposés auprès de la SEC par les parties en contactant Relations-investisseurs, Corporate Secretary, Omnicom Group Inc., 437 Madison Avenue, New York, NY 10022, (212) 415-3600 (pour les documents déposés auprès de la SEC par Omnicom) ou Relations-investisseurs, 133, avenue des Champs Elysées, 75008 Paris, France, +33 (0) 1 44 43 65 00 (pour les documents déposés auprès de la SEC par Publicis Groupe ou par Publicis Omnicom).

#### Informations Complémentaires Importantes devant être rendues publiques dans un Prospectus visé par l'AMF

Publicis Omnicom rendra public un prospectus, visé par l'Autorité néerlandaise des marchés financiers (*Stichting Autoriteit Financiële Markten* ou « AFM »), relatif à l'émission d'actions nouvelles à la suite de l'opération proposée et à leur admission à la négociation sur un marché réglementé de l'Union européenne (en ce compris tout supplément afférent, le « Prospectus d'Admission »). Le Prospectus d'Admission sera approuvé par l'AMF et transmis à l'AMF selon la procédure du passeport européen en vue de l'admission des actions de Publicis Omnicom à la négociation sur Euronext Paris. **LES INVESTISSEURS ET LES ACTIONNAIRES SONT PRIÉS DE LIRE ATTENTIVEMENT LE PROSPECTUS D'ADMISSION, AINSI QUE LES AUTRES DOCUMENTS PERTINENTS, DANS LEUR INTEGRALITÉ ET DÈS QU'ILS SERONT DISPONIBLES, CAR ILS CONTIENDRONT DES INFORMATIONS IMPORTANTES SUR OMNICOM, Publicis Groupe, PUBLICIS OMNICOM, LES OPERATIONS PROPOSÉES AINSI QUE D'AUTRES SUJETS CONNEXES.** Les investisseurs et les actionnaires pourront obtenir des exemplaires gratuits du Prospectus d'Admission de Publicis Omnicom sur le site de Publicis Groupe à l'adresse [www.Publicisgroupe.com](http://www.Publicisgroupe.com) ou en contactant Relations-investisseurs, 133, avenue des Champs Elysées, 75008 Paris, France, +33 (0) 1 44 43 65 00.

#### Informations supplémentaires importantes à destination des actionnaires de Publicis Groupe

Publicis préparera un rapport qui sera mis à disposition des actionnaires dans le cadre de l'Assemblée générale de Publicis appelée à statuer sur l'opération proposée (le « Rapport »). **LES INVESTISSEURS ET LES ACTIONNAIRES SONT PRIÉS DE LIRE ATTENTIVEMENT LE RAPPORT, AINSI QUE LES AUTRES DOCUMENTS PERTINENTS DEVANT ÊTRE DÉPOSÉS AUPRÈS DE L'AMF, DANS LEUR INTEGRALITÉ ET DÈS QU'ILS SERONT DISPONIBLES, CAR ILS CONTIENDRONT DES INFORMATIONS IMPORTANTES SUR PUBLICIS, OMNICOM, PUBLICIS OMNICOM, LES OPERATIONS PROPOSÉES AINSI QUE D'AUTRES SUJETS CONNEXES.** Les investisseurs et les actionnaires pourront obtenir des exemplaires gratuits du Rapport de Publicis sur son site Web à l'adresse [www.Publicisgroupe.com](http://www.Publicisgroupe.com) ou en contactant Relations-investisseurs, 133, avenue des Champs Elysées, 75008 Paris, France, +33 (0) 1 44 43 65 00.

#### Absence de Prospectus EEE jusqu'au Prospectus d'Admission

Aucun prospectus n'est exigé dans l'Espace Economique Européen (EEE) en vertu de la Directive Prospectus 2003/71/CE, telle que modifiée et transposée en droit néerlandais et en droit français, et aucun prospectus ou document ne sera mis à disposition jusqu'à ce que le Prospectus d'Admission soit mis à disposition.

#### Participants à la Sollicitation

Omnicom, Publicis Groupe, Publicis Omnicom et les membres de leurs organes d'administration, de surveillance et de direction et leurs dirigeants respectifs peuvent être considérés comme des participants à la sollicitation de procurations (sollicitation of proxies) auprès des actionnaires d'Omnicom en rapport avec les opérations proposées visées par le prospectus/proxy. Les informations concernant les personnes qui sont, en vertu de la réglementation de la SEC, considérées comme des participants à la sollicitation des actionnaires d'Omnicom dans le cadre des opérations envisagées, comprenant notamment une description de leurs intérêts directs ou indirects par la détention d'actions ou autres, seront incluses dans le prospectus/proxy lorsqu'il sera déposé auprès de la SEC. Les informations concernant les administrateurs et les dirigeants d'Omnicom sont présentées dans son rapport annuel sur le formulaire Form 10-K pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 et sur son Proxy Statement du Schedule 14A en date du 11 avril 2013, qui sont déposés auprès de la SEC. Omnicom, Publicis Groupe, Publicis Omnicom et les membres de leurs organes d'administration, de surveillance et de direction et leurs dirigeants respectifs peuvent être considérés comme des participants à la sollicitation de procurations (sollicitation of proxies) auprès des actionnaires d'Omnicom en rapport avec les opérations proposées visées par le prospectus/proxy. Les informations concernant les personnes qui sont, en vertu de la réglementation de la SEC, considérées comme des participants à la sollicitation des actionnaires d'Omnicom dans le cadre des opérations envisagées, comprenant notamment une description de leurs intérêts directs ou indirects par la détention d'actions ou autres, seront incluses dans le prospectus/proxy lorsqu'il sera déposé auprès de la SEC. Les informations concernant les administrateurs et les dirigeants d'Omnicom sont présentées dans son rapport annuel sur le formulaire Form 10-K pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 et sur son Proxy Statement du Schedule 14A en date du 11 avril 2013, qui sont déposés auprès de la SEC.