



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 10 février 2005

Revenu 2004

Croissance organique : + 4 %



**Record absolu en New Business au 4^{ème} trimestre :
1,8 milliard de dollars**



Bonnes perspectives pour 2005

L'activité de l'année 2004 fait ressortir une croissance organique de 4 % avec un revenu consolidé de 3,83 milliards d'euros. Les objectifs de marge opérationnelle pour l'année seront atteints et certainement dépassés.

L'année restera marquée par des performances record en New Business, qui se poursuivent début 2005, et qui laissent augurer de très bonnes perspectives de croissance pour l'année en cours.

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

« La croissance 2004 est saine et solide. Elle générera une marge opérationnelle au-dessus de nos objectifs. Nos performances en termes de génération de liquidités devraient là-aussi dépasser nos objectifs.

L'année 2005 s'annonce bonne : une croissance solide, sans le bénéfice d'événements exceptionnels et sans le handicap de grandes incertitudes économiques.

Cette croissance sera en particulier nourrie par le fort New Business réalisé en 2004 et déjà début 2005. Notre Groupe est clairement confirmé dans un rôle d'acteur incontournable sur tous les continents et toutes les disciplines. C'est ainsi qu'il a bénéficié de la redistribution des parts de marché avec des gains de budgets de grande qualité, tant par le nom des entreprises, la diversité des secteurs, que les disciplines concernées. »



PUBLICIS GROUPE

Revenu 2004 : une année de croissance

Le revenu consolidé de Publicis Groupe pour l'année 2004 s'est élevé à **3,83 milliards d'euros** reflétant une **croissance organique** (taux de change et périmètre constants) **de 4 % sur l'ensemble de l'année**.

Compte-tenu de l'impact défavorable des taux de change (d'un montant de 183 millions d'euros), notamment dans la conversion dollar contre euro, le revenu ressort quasiment stable (- 1 %) par rapport à 2003.

Revenu de l'année 2004 par zone géographique

	En millions d'euros	Croissance organique
Europe	1 579	+ 2,0 %
Amérique du Nord	1 633	+ 2,7 %
Asie-Pacifique	379	+ 10,0 %
Amérique Latine	158	+ 15,9 %
Reste du monde	76	+ 21,7 %
Total	3 825	+ 4,0 %

Publicis Groupe a amélioré ses positions et gagné d'importantes parts de marché aux Etats-Unis et en Asie. Le Groupe a également bénéficié du dynamisme et du développement de nombre de ses clients.

Quatrième trimestre

Le quatrième trimestre 2003 avait concentré un niveau exceptionnel d'investissements publicitaires, en particulier aux Etats-Unis, ce qui s'était traduit par une forte accélération de la croissance organique à + 5,2 %.

De ce fait, cette base de comparaison élevée induit un taux de croissance de + 2,4 % au quatrième trimestre 2004. Ce taux de croissance ne reflète pas le dynamisme du quatrième trimestre.



PUBLICIS GROUPE

Revenu du quatrième trimestre 2004 par zone géographique

	En millions d'euros	Croissance organique
Europe	462	+ 1,0 %
Amérique du Nord	414	0 %
Asie-Pacifique	102	+ 13,3 %
Amérique Latine	42	- 0,3 %
Reste du monde	26	+ 30,7 %
Total	1 046	+ 2,4 %

Une performance exceptionnelle en New Business en 2004...

Pour le seul quatrième trimestre 2004, le solde net de New Business des différents réseaux du Groupe s'est élevé à 1,8 milliard de dollars US (1,4 milliard d'euros), soit **le niveau de New Business trimestriel le plus élevé jamais atteint par le Groupe**. La performance cumulée de New Business net de l'année 2004 a atteint 4,4 milliards de dollars US (3,5 milliards d'euros).

Ces performances positionnent Publicis Groupe comme **n°2 mondial** au palmarès des gains nets de nouveaux budgets de 2004, et au **1^{er} rang mondial pour décembre 2004** (Classement Lehman Brothers "New Business Scorecard" en date du 13 janvier 2005).

...et au début 2005

Cette forte accélération de gains de budgets fin 2004 s'est poursuivie début 2005. Sur le seul mois de janvier 2005, les gains nets de nouveaux budgets se sont élevés à **plus de 800 millions de dollars US**.

Résultats annuels 2004

Les résultats du Groupe pour l'exercice 2004 seront publiés le mercredi 9 mars 2005 avant bourse. Une réunion d'analystes est prévue à Paris à 9 heures le même jour, au siège de la société.



PUBLICIS GROUPE

* *
*

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 Worldwide, Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi Worldwide ; 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 ethnique, communication santé...).

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

Contacts :

Relations Investisseurs : Pierre Bénaïch - + 33 (0)1 44 43 65 00
Communication : Eve Magnant - + 33 (0)1 44 43 70 25



PUBLICIS GROUPE

New Business de Publicis Groupe au quatrième trimestre 2004 et en janvier 2005

Publicis Groupe : Sanofi-Aventis (monde)

Publicis Worldwide : Korea Telecom (ext. - Corée) - Renault (Espagne) - Nestlé/Hot Pockets (Etats-Unis) - Nestlé/Buitoni (Italie) - Shu Uemura (Japon) - Powergen (Royaume-Uni).

Leo Burnett : McDonald's (Australie) - l'enseigne de bricolage EASY (Chile) - Grana Padano (Italie) - Norwich Union et Scottish Widows (Royaume-Uni) - le fonds de pension Swisscanto (Suisse) - la société pharmaceutique Ibrahim Ulagay (Turquie).

Saatchi & Saatchi : Ritz-Carlton Hotels (Asie) - Embratel Telecom (Brésil) - Air Tahiti Nui et Olympic Paint (Etats-Unis) - Reliance Infocom (Inde) - Novartis/Theraflu, Triaminic, Voltaren et Otrivin (monde) - OTE (Organisation des Telecoms Grecs - Grèce) - les brasseries DB (Nouvelle-Zélande) - FöreningsSparbanken (Suède) - Qatar Airlines (Emirats Arabes Unis).

Autres réseaux et agences de publicité :

- *Fallon* : United TED (Etats-Unis) et OMSCO (Royaume-Uni).
- *Kaplan Thaler Group* (Etats-Unis) : US Bank.
- *MS&L* : P&G (ext.- Royaume-Uni).
- *Conill Advertising* (Etats-Unis) : T-Mobile.

Starcom MediaVest Group (conseil et achat média) : Diageo/Johnnie Walker Black Label (Asie) - Loterie et Trésor Public (Espagne) - Finish Line et Heineken/Dos Equis (Etats-Unis) - Sacla (Italie, France et Irlande).

ZenithOptimedia (conseil et achat média) : Nestlé (monde) - Intermarché et Karavel/Promovacances (France) - Associated British Foods (Royaume-Uni).

Agences spécialisées :

- *Arc North America* (Etats-Unis) : P&G (divers produits).
- *Publicis Healthcare Communications Group* : Avapro/Avalide, Bayer/Pravachol, Berlex/Bonefos, NitroMed/BiDil et Schering-Plough+GsK/Levitra (Etats-Unis) - Eli Lilly (Allemagne).

Les pertes de budget les plus significatives du trimestre ont été Paramount Pictures (Etats-Unis) et SC Johnson (Europe) dans le conseil et achat média.

L'activité du premier trimestre 2005 démarre sous de bons auspices avec notamment les budgets publicitaires de Schering-Plough au niveau mondial et de Echostar/ Dish Network aux Etats-Unis (publicité et média), et le budget média de JP Morgan Chase aux Etats-Unis.