



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 7 février 2006

Publicis Groupe :

- **4^{ème} trimestre 2005 :**
 - Revenu : 1 194 millions €, (+ 13,4% / 2004),
 - Croissance organique : + 8,6%
- **Année 2005 :**
 - Revenu : 4 127 millions €, (+ 7,7% / 2004)
 - Croissance organique : proche de 7%
- **New Business 2005: proche de 10 Mds \$**
 - Record absolu
- **Perspectives optimistes pour 2006**

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

«Avant toute chose, je tiens à remercier chaleureusement nos clients de leur confiance et nos équipes pour le travail formidable réalisé en 2005.

Dans notre métier, il n'y a pas de hasard : la croissance réalisée en 2005 et l'exceptionnelle moisson de nouveaux budgets sont le résultat d'un engagement fort de nos équipes et d'une offre de services pointue, juste, précise et en phase avec les besoins des annonceurs (compréhension et utilisation des nouveaux média, croissance des besoins en communication santé, essor de la communication holistique).

Il est particulièrement satisfaisant de constater que notre croissance s'est révélée supérieure au marché dans toutes les régions du monde et sur la plupart de nos activités. Notre marge opérationnelle devrait se situer au-dessus de nos objectifs, et bien entendu au-dessus des 15,1% réalisés en 2004 (normes IFRS).

L'activité 2006 s'annonce favorablement pour notre Groupe. Les gains de budgets réalisés en 2005 n'ont pas encore donné leur plein effet et nourriront une partie de la croissance de 2006. On peut aussi s'attendre à une meilleure tenue des marchés en France et en Allemagne et aux effets positifs d'événements sportifs d'envergure comme La Coupe du Monde de Football et dans une moindre mesure les Jeux Olympiques d'Hiver. »



PUBLICIS GROUPE

Pour l'année 2005, Publicis Groupe a réalisé un revenu consolidé de 4 127 millions d'euros, en hausse de 7,7% par rapport à 2004. La croissance organique de l'année a été proche de 7% (à 6,8 %).

Le quatrième trimestre a été particulièrement bon avec une croissance organique de 8,6%. Le revenu du quatrième trimestre s'est élevé à 1 194 millions d'euros sachant que toutes les zones géographiques ont dépassé les 5% de croissance organique.

Record absolu dans l'histoire du secteur de la publicité, le New Business Net s'élève à 9,8 milliards de dollars, ce qui laisse augurer de bonnes perspectives de croissance pour l'année 2006, dans toutes les disciplines et toutes les zones géographiques.

Un Quatrième trimestre particulièrement dynamique

Toutes les zones géographiques ont connu une croissance vigoureuse, y compris l'Europe, sur le quatrième trimestre 2005. De plus, ce trimestre a concentré les effets du niveau exceptionnel de New Business remporté début 2005, et en particulier, les budgets d'achat d'espace de General Motors aux Etats-Unis, de L'Oréal en Europe et de Nestlé dans de nombreux pays.

Revenu du quatrième trimestre 2005 par zone géographique

	En millions d'euros	Croissance organique
Europe	488	+ 5,2 %
Amérique du Nord	493	+11,7 %
Asie-Pacifique	125	+ 10,3 %
Amérique Latine	57	+11,0 %
Reste du monde	31	+ 8,9 %
Total	1 194	+ 8,6 %

Le revenu de Publicis Groupe a désormais franchi les 4 milliards d'euros et les 5 milliards de dollars

Le revenu consolidé de Publicis Groupe pour l'année 2005 s'est élevé à **4 127 millions d'euros (5 129 millions de dollars)** contre 3 832 millions d'euros en 2004 (IFRS) reflétant une **croissance de 7,7%**. Grâce au faible impact des taux de change (28 millions d'euros) et des effets de périmètre (5 millions d'euros), **la croissance organique du Groupe approche les 7%, à 6,8 % sur l'ensemble de l'année.**



PUBLICIS GROUPE

Revenu de l'année 2005 par zone géographique

	En millions d'euros	Croissance organique
Europe	1 647	+ 3,8 %
Amérique du Nord	1 763	+ 8,0 %
Asie-Pacifique	435	+ 10,3 %
Amérique Latine	191	+ 9,7 %
Reste du monde	91	+ 17,7 %
Total	4 127	+ 6,8 %

Toutes les zones géographiques et les réseaux du Groupe ont connu une année satisfaisante, très largement tirée par les gains de budgets engrangés en 2004 et début 2005, en publicité, dans le domaine des médias et en communication santé. Il convient de noter que le revenu réalisé dans l'ensemble des **marchés émergents** a atteint **20,1%** du revenu.

Record historique en New Business en 2005

Le solde net de New Business des différents réseaux du Groupe s'est élevé à 1,6 milliard de dollars US (1,3 milliard d'euros) au quatrième trimestre 2005. La performance cumulée de New Business net de l'année 2005 a atteint 9,8 milliards de dollars US (7,8 milliards d'euros).

Ces performances ont positionné Publicis Groupe au rang de **n°1 mondial** au palmarès Bear Stearns des gains nets de nouveaux budgets pour 2005 (classement du 9 janvier 2006) et de n°2 mondial à celui de Lehman Brothers (classement du 12 janvier 2006).

Résultats annuels 2005

Les résultats du Groupe pour l'exercice 2005 seront publiés le vendredi 3 mars 2006 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

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 :

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 2005

Publicis :

Nestlé promotion multi-marques 2006 (Brésil) - Pernod Ricard (plusieurs marques - Chine) - KTF 'Gpang' Gaming and Levi's (Corée) - Bongrain/Caprice des Dieux et Coca-Cola Classic (France) - McArthur Glen (Royaume-Uni) - Red Bull (Thaïlande).

Leo Burnett :

Samsung (monde) - If Insurance (pays nordiques) - Delmonte (Belgique) - China Construction Bank (Chine) - Washington Mutual (Etats-Unis) - Monster.co.uk (Royaume-Uni).

Saatchi & Saatchi :

Gouvernement du Parana et Nike (Brésil) - Toyota/Prius et Hybrid Synergy Drive (Chine) - Plymouth Gin (Royaume-Uni) - Carlsberg (Suède) - Chocolat Cailler (Suisse) - Macro Wholefoods (Australie).

Autres réseaux et agences de publicité :

- *Fallon* : NBC Universal (Etats-Unis) - Volkswagen/Jetta et Passat (Japon) - More Th>n (Royaume-Uni).
- *Kaplan Thaler Group*: Office Depot (Etats-Unis).

Starcom MediaVest Group (conseil et achat média) :

P&G / Gillette (monde) - Luxottica, Starwood Hotels et Washington Mutual (Etats-Unis) - British Telecom TV (Royaume-Uni).

ZenithOptimedia (conseil et achat média) :

Nestlé (Espagne, France et Russie) - L'Oréal (Canada) - DaimlerChrysler (Espagne) - Lloyds TSB (Royaume-Uni).

SAMS (agences spécialisées et marketing services) :

- *Arc Worldwide* : Nickelodeon (Royaume-Uni).
- *Publicis Healthcare Communications Group* : Schering-Plough/Claratyne et Claramax (Australie) - Gelita/CH-Alpha, Novartis/Femara, Sanofi-Altana/ Alvesco et Sanofi-Pasteur/Pentacel (Etats-Unis).
- *MS&L* : GE Money (Royaume-Uni).
- *Publicis Consultants* : Thomson (Etats-Unis) - Manpower et Thiriet (France) - Philips International (Pays-Bas).

Les pertes significatives du trimestre ont été US Army et Morgan Stanley en publicité aux Etats-Unis, et BMW en conseil et achat média aux Etats-Unis.