



PUBLICIS GROUPE S.A.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 5 mars 2002

PUBLICIS GROUPE S.A. : FORTE PROGRESSION DU REVENU ET DES RESULTATS

Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe S.A., présidé par Madame Elisabeth Badinter, s'est réuni le mardi 5 mars 2002 pour approuver les comptes et le rapport de gestion de l'exercice 2001, présentés par Maurice Lévy, Président du Directoire.

Les chiffres témoignent d'une progression d'autant plus remarquable qu'elle a été réalisée dans un contexte économique difficile et perturbé et un marché publicitaire mondial en forte baisse :

- Chiffre d'affaires : + 41,2 %
- Revenu : + 37,5 %
- EBITDA : + 27,5 %
- Résultat net (avant amortissement des survaleurs et éléments extraordinaires) : + 32,5 %



PUBLICIS GROUPE S.A.

Les chiffres (en euros)

	2001	2000	% de progression
Chiffre d'affaires	16,7 milliards	11,8 milliards	+ 41,2 %
Revenu	2,43 milliards	1,8 milliard	+ 37,5 %
EBITDA <i>Ratio EBITDA/Revenu</i>	426 millions <i>17,5 %</i>	334 millions <i>19 %</i>	+ 27,5 %
EBIT <i>Ratio EBIT/Revenu</i>	342 millions <i>14,1 %</i>	275 millions <i>15,5 %</i>	+ 24,4 %
Résultat net part du Groupe avant amortissement des survaleurs et éléments extraordinaires	200 millions	151 millions	+ 32,5 %
Résultat net part du Groupe après amortissement des survaleurs et éléments extraordinaires	151 millions	128 millions	+ 18 %
Bénéfice net par action avant amortissement des survaleurs et éléments extraordinaires	1,44	1,40	+ 3 %
Bénéfice net par action dilué avant amortissement des survaleurs et éléments extraordinaires	1,43	1,37	+ 4,4 %
Dividende proposé	0,225	0,20	+12,5 %
Marge brute d'autofinancement courante	240 millions	228 millions	+ 5,3 %



PUBLICIS GROUPE S.A.

Les faits marquants de Publicis pour l'année 2001 ont été :

1. **Un effort considérable dans la gestion, la rationalisation et l'intégration des sociétés acquises en 2000 et au début de 2001**, se traduisant par un succès total à la fois sur le plan des économies d'échelle, des ressources humaines et des clients.
2. **Un renforcement dans le domaine des métiers**, avec :
 - la poursuite du développement dans le secteur des marketing services et agences spécialisées (SAMS) avec l'acquisition de *Triangle Group* (Royaume-Uni), de *Fisch.Meier.Direkt* (Suisse), de *FusionDM* à San Francisco, de la prise de contrôle par Frankel de *Creative AIM*, de *Fabianne Gershon & Associates*, du *Hudson Stone Group* et de *Sanchez & Levitan* (Etats-Unis), de *Carré Noir* et d'*Ecocom* (France).
 - la création du 3^{ème} groupe mondial de conseil et achat media : *The Zenith Optimedia Group*, dont Publicis détient 75 %.
3. **La poursuite de son expansion géographique** avec :
 - le développement international du réseau Fallon Worldwide : déjà présent à Minneapolis, New York et Londres, il s'élargit en s'implantant à Sao Paulo, à Singapour et à Hong Kong.
 - l'acquisition de l'agence indonésienne Metro Advertising, une des agences les plus réputées du pays qui a connu une très impressionnante croissance depuis sa création.
4. **New Business** :

Publicis Groupe SA a conquis 2,3 milliards d'euros (net) de nouveaux budgets en 2001, au travers de ses différents réseaux (Zenith Media n'est intégré qu'au quatrième trimestre). (cf liste jointe).
5. **Sur le plan créatif**, les agences ont réalisé de belles performances qui ont permis au Groupe d'être classé deuxième au Palmarès du Festival International de Cannes avec 28 lions, en particulier grâce au talent de Saatchi & Saatchi.



PUBLICIS GROUPE S.A.

6. **Sur le plan financier**, Publicis a procédé à une restructuration de son endettement afin de donner une plus grande flexibilité financière au Groupe :
- Une émission d'obligations échangeables en actions Interpublic, pour un montant de 200 millions d'euros et portant un intérêt à taux fixe de 2 %. Cette opération a été largement sur-souscrite.
 - Au tout début de l'année 2002, Publicis a émis une Océane (obligation convertible ou échangeable en actions nouvelles ou existantes) de 690 millions d'euros qui a constitué également un grand succès lors de son placement, témoignant ainsi de la confiance que les investisseurs portent à Publicis.

Par ailleurs, la dette financière nette du groupe, prenant déjà en compte le paiement des CVG (certificats de valeur garantie) émis lors de l'acquisition de Saatchi & Saatchi, s'est élevée à 465 millions d'euros, soit 1,09 fois l'EBITDA et 0,11 fois la capitalisation boursière au 1^{er} mars 2002.

Enfin, il convient de noter que les comptes 2001 intègrent un résultat négatif exceptionnel net d'impôt de 3 millions d'euros en raison d'une part de charges exceptionnelles liées à l'environnement économique et d'autre part d'une plus-value résultant de la cession de 25 % d'Optimedia à la nouvelle entité The Zenith Optimedia Group.

7. Assemblée Générale des Actionnaires/Dividende

L'Assemblée Générale des Actionnaires sera convoquée le mardi 18 Juin 2002 à 11h30. Il sera proposé un dividende de 0,225 euro par action (hors avoir fiscal) contre 0,20 euro au titre de 2000. La progression du dividende est de 12,5 %.

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe SA, a déclaré :
« L'année 2001 aura sans aucun doute été une des années les plus difficiles depuis longtemps. Commencée avec des prévisions de forte hausse (+ 4,5 à 5,5 %), elle s'est terminée avec une baisse de l'ordre de 4,5 %, ce qui représente un écart de 9 à 10 %. Elle a eu à affronter le durcissement de la récession américaine, l'éclatement de la bulle internet et les conséquences des événements tragiques du 11 septembre. Dans ce contexte il n'est pas exagéré de dire que la performance de Publicis est tout à fait exceptionnelle. Non seulement le groupe a absorbé de façon satisfaisante Saatchi & Saatchi (sans perte de clients ni de collaborateurs) et les autres acquisitions, mais a su en maîtriser les conséquences financières. Publicis a également su conquérir des parts de marché substantielles tant par la consolidation de ses relations avec des clients existants que par le développement de son portefeuille. »



PUBLICIS GROUPE S.A.

Le groupe est actuellement en mesure de prendre des initiatives de croissance et entame l'année 2002 dans une position favorable. Nous considérons pouvoir encore réaliser une année de croissance supérieure à celle du marché mondial. Par ailleurs, nos résultats devraient encore marquer une progression en 2002. »

* *
*

Publicis Groupe SA (Euronext Paris : 13057, NYSE : PUB) est le 6^{ème} groupe mondial de communication (classement AdAge avril 2001) présent dans 102 pays sur les 5 continents.

Le Groupe opère à la fois dans la publicité, les marketing services et la communication spécialisée (relations publiques, communication corporate et financière, communication ethnique, communication santé...), le conseil et l'achat d'espace media (3^{ème} mondial de ce secteur) et la vente d'espace media. Publicis offre ainsi une gamme complète de services à travers ses 3 réseaux mondiaux fonctionnant de manière autonome : Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi Worldwide, et Fallon Worldwide, et ses 2 réseaux de conseil et achat media : Optimedia & Zenith Media.

Publicis a su pré-empter les besoins des annonceurs et l'évolution des publics grâce à la mise en œuvre d'un concept innovant de communication : la Holistic Difference.

#

Contacts Publicis Groupe SA :

Pierre Bénaich
Tél. 01 44 43 65 00

Directeur des Relations Investisseurs

Laurence Rey
Tél. 01 44 43 70 10

Directeur de la Communication



PUBLICIS GROUPE S.A.

ANNEXE

Budgets acquis en 2001

Publicis Worldwide : Siemens Corporate, VoiceStream, Ciba Vision, Siebel, The Washington Apple Commission, Washington State Lottery, Safeco aux Etats-Unis ; Areva, Jet Tours, Syngenta, Helena Rubinstein, Façonnable en France ; Credito Italiano en Italie ; The Post Office, Six Continents Retail en Angleterre ; Molson Black Label au Canada ; le FC Barcelone en Espagne ; Zivnostenska Banka en République Tchèque ; Novartis, Liquorland Vintage Cellars en Australie ; Korea Telecom et Renault Samsung en Corée ; les biscuits São Luiz & Tostines au Brésil.

Saatchi & Saatchi Worldwide : T-Mobile (Deutsche Telekom) ; Guinness en Asie ; Adidas au Japon ; i-STT à Singapour ; une extension significative de sa collaboration avec General Mills aux Etats-Unis et avec Procter & Gamble dans plusieurs pays ; CDC (Centers for Disease Control and Prevention) aux Etats-Unis avec Frankel et Publicis Dialog ; l'Office National du Tourisme de Grèce au niveau mondial ; Alfred Ritter Chocolate en Allemagne ; Danone Dairy et Danone Robust et Sony Consumer Electronics en Chine ; Hankook Tires en Corée en collaboration avec Publicis•Welcomm.

Fallon Worldwide : United Airlines, Gulfstream Aircraft, National Oil Heat Research Alliance, les aliments pour animaux Purina One aux Etats-Unis ; le Ministère de la Défense et le Central Office of Information (COI) en Grande-Bretagne ; Timberland au niveau mondial et une extension à l'Europe du budget Citibank.

Zenith Optimedia Group (achat et conseil media) : Vizzavi en Europe ; Entertainment Film Distributors, Sony Digital, Toyota (concessionnaires) en Grande-Bretagne ; Bausch & Lomb aux Etats-Unis ; Le Ministère des Finances aux Pays-Bas ; Le Ministère de l'Education Nationale, Usinor, L'Armée de Terre en France ; Honda, Fairfax Newspapers et Lion Nathan Brewery en Australie ; Procter & Gamble, Chun Lan et Sony en Chine ; Polo Ralph Lauren en Europe ; et au niveau mondial Sanofi Synthélabo, Aspen Technology, Allied Domecq, Siemens-Infineon, Iberia.