



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 14 mai 2002

PUBLICIS AU PREMIER TRIMESTRE 2002 BONNES PERFORMANCES : REVENU + 4,6 %

Le revenu consolidé de Publicis Groupe SA à fin mars 2002 s'est élevé à 576 millions d'euros contre 550 millions d'euros pour la même période de 2001, ce qui représente une augmentation de 4,6 %.

A taux de change et périmètre constants, le revenu connaît une baisse de 2,2%, ce qui, dans la conjoncture présente, place Publicis parmi les toutes meilleures performances des groupes mondiaux de communication pour le premier trimestre 2002.

Revenu par zone géographique :

	en millions d'euros	Croissance	
		Organique	Brute
Europe	251	- 0,1%	+ 6,4%
Amérique du Nord	260	- 4,9 %	+ 4%
Asie-Pacifique	40	+ 3%	+ 4,4%
Reste du monde	25	- 1,7 %	- 3,8%
Total	576	- 2,2 %	+ 4,6%

Le chiffre d'affaires consolidé de Publicis Groupe SA à fin mars 2002 s'établit à 4,65 milliards d'euros, contre 3,58 milliards d'euros pour la même période de 2001, soit une hausse de 30 %. Le fort développement des agences « media » du Groupe et l'intégration de Zenith Media rendent cet indicateur moins significatif que par le passé. Il reste néanmoins et dans l'absolu un élément révélateur du niveau d'activité du Groupe.



PUBLICIS GROUPE S.A.

Publicis a poursuivi au cours du premier trimestre 2002 son développement dans le secteur des marketing services et agences spécialisées (SAMS) avec les acquisitions de :

- *Gravitas*, agence japonaise de marketing relationnel permettant de constituer l'entité de Publicis spécialisée dans le marketing relationnel, sous le nom de Publicis Dialog et de compléter ainsi l'offre de services au Japon,
- *Johnston & Associates*, agence spécialisée dans la représentation des intérêts publics et privés auprès du Congrès et du Gouvernement fédéral des Etats-Unis, renforçant ainsi le pôle de Publicis Consultants,
- *Magnesium*, agence de marketing services en Belgique, qui nous permet de compléter notre offre holistique sur ce marché,
- *Média Publics*, spécialisée dans le tourisme d'affaires, *Sales Story* (marketing relationnel) et *ECA 2* (communication événementielle) donnant à Publicis Dialog en France une offre de services sans comparaison avec le marché.

New business :

Malgré le ralentissement persistant du marché publicitaire mondial entraînant une diminution des mises en compétition, Publicis Groupe SA est resté très actif et a acquis au cours de ce premier trimestre 2002 environ 130 millions d'euros de nouveaux budgets nets, au travers de ses différents réseaux. Ce chiffre prend notamment en compte la perte substantielle du budget Saturn aux Etats-Unis en janvier dernier.

Ont été notamment conquis par :

Publicis Worldwide : les budgets PMU et AGF en France ; Vivendi Universal Entertainment, RealNetworks et Old National Bankcorp aux Etats-Unis ; Kia Motors au Canada ; Bridgestone/Firestone au Mexique ; Energy snacks & bars et les boissons Prigat en Israel ; Kamis (épices) en Pologne ; Grupo Santander (banque) au Portugal ; Furnas (électricité) au Brésil.

Saatchi & Saatchi Worldwide : les budgets internationaux de Chantelle (lingerie), de la région de Sicile (Italie), des parfums Bulgari ; une extension du budget européen de Tiscali ; Dell en Chine ; The Singapore Navy (Singapour) ; Turner International (CNN, TNT, Cartoon Network) en Argentine ; les supermarchés Extra et Visa au Brésil ; une extension du budget Verizon à Porto Rico ; Playwin Infraves (loterie on-line) en Inde ; les chocolats Cadbury aux Emirats Arabes Unis.



PUBLICIS GROUPE S.A.

Fallon Worldwide : le budget Speedo en Europe ; Bibendum et Noble House au Royaume-Uni ; SoBe et Fractal ainsi que des extensions de collaboration avec Nuveen, International et Holiday Inn aux Etats-Unis.

The Zenith Optimedia Group (achat et conseil média) : Nestlé, Maggi, Frankenbrunnen en Allemagne ; des extensions de budgets avec AstraZeneca, Allied Domecq et Georgia-Pacific aux Etats-Unis ; Woolworths et une extension de la collaboration avec British Airways au Royaume-Uni ; Pillsbury et Kia Motors au Canada ; Chun Lan, China Mobile, YiBai Pharmaceutical en Chine ; SCV/StarHub à Singapour ; LAE (loterie nationale) en Espagne.

SAMS : de nombreux budgets ont été gagnés dans ce domaine par différentes agences du Groupe, en particulier les budgets Clorox, ConAgra et Luminarc par l'agence Frankel et Galderma/Differin, AstraZeneca/Crestor et Reliant par Nelson Communications.

Emission d'une Océane

Publicis Groupe SA a procédé au lancement d'une obligation convertible ou échangeable en actions Publicis nouvelles ou existantes de 690 millions d'euros en janvier 2002. Il s'agissait de la toute première opération de ce type pour Publicis. L'objectif de l'émission était de refinancer une grande partie de la dette du groupe, alors essentiellement à court terme, et d'abaisser le coût moyen de ses charges financières en profitant d'un taux d'intérêt avantageux (rendement actuariel de 2,75 % par an).

Annonce de la fusion avec Bcom3 et d'un partenariat stratégique avec Dentsu

L'actualité du premier trimestre 2002 restera dominée par le tournant stratégique pris par le Groupe avec l'acquisition de Bcom3, septième groupe mondial du secteur et la signature de l'accord avec Dentsu, premier groupe japonais, largement dominant en Asie (*voir communiqué du 7 mars 2002*).

Au terme de cette acquisition, Publicis Groupe SA rejoindra le « top tier » du marché avec la quatrième position et un revenu supérieur à 4,5 milliards d'euros. Il contrôlera, outre Publicis Worldwide et Saatchi & Saatchi Worldwide, les agences Leo Burnett, D'Arcy et l'agence media Starcom MediaVest. Il se renforcera également dans les marketing services et l'accord avec Dentsu lui ouvrira le marché japonais.



PUBLICIS GROUPE S.A.

L'annonce a été extrêmement bien reçue tant par les collaborateurs que les clients des deux groupes. La clôture définitive devrait intervenir au plus tard en septembre 2002.

Pour Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe SA :

«Comme prévu, les tendances négatives du dernier trimestre 2001 se sont poursuivies au premier trimestre 2002. Le marché accuse une forte baisse par rapport à l'année précédente, comme l'attestent les chiffres annoncés par un grand nombre de sociétés du secteur. Dans ce contexte, nos performances peuvent donc être considérées comme extrêmement encourageantes. En effet, nous affichons une croissance absolue de 4,6 % et une légère baisse organique de 2,2 %. En l'absence de certitude sur la lisibilité du marché, nous avons décidé, dans la perspective de la fusion avec Bcom3, de mettre l'accent sur la gestion et le développement d'un portefeuille de clientèle extrêmement riche et sur l'amélioration des marges opérationnelles afin d'atteindre les objectifs ambitieux que le Groupe s'est fixés. Les perspectives du Groupe pour 2002 restent très bonnes comparativement à la plupart de nos concurrents. Les formalités administratives et techniques liées à la fusion Bcom3 sont actuellement en cours. Les premières indications reçues nous laissent penser qu'il ne devrait pas y avoir de problème majeur, si ce n'est celui du délai naturellement nécessaire à l'examen des dossiers. La date probable de clôture se situera probablement en août ou septembre.»

* *
*

Publicis Groupe SA (Euronext Paris : 13057, NYSE : PUB) est le 4^{ème} groupe mondial de communication (classement AdAge avril 2002) 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 est aujourd'hui le Groupe qui a su le mieux 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.

Le Groupe a réalisé en 2001 avec 20.592 collaborateurs, un chiffre d'affaires de 16,7 milliards d'euros, une marge brute de 2,43 milliards d'euros et un résultat net de 200 millions d'euros.



PUBLICIS GROUPE S.A.

Contacts Publicis Groupe SA :

Pierre Bénaïch
Tél. 01 44 43 65 00

Directeur des Relations Investisseurs

Laurence Rey
Tél. 01 44 43 70 10

Directeur de la Communication