



COMMUNIQUE DE PRESSE

PUBLICIS GROUPE S.A. : Résultats 2002 : objectifs atteints Résultats 2003 : objectifs maintenus

Paris, le 11 mars 2003 - Dans un contexte mondial particulièrement difficile, Publicis Groupe SA a atteint la **totalité de ses objectifs** :

- **Revenu : + 20,2 %**
- **EBIT : + 25,4 %**
- **MBA : + 51,7 %**
- **Variation BFR : + 163 millions d'euros**
- **Free Cash Flow : 337 millions d'euros (pro-forma)**

- la **marge EBIT/revenu** est conforme aux objectifs du Groupe, avec un ratio de 13,8 % pour le périmètre de Publicis seul (hors Bcom3) et un ratio de 14,7 % en intégrant Bcom3 sur un trimestre. La différence substantielle est due au fait que le quatrième trimestre dégage, traditionnellement, la plus forte marge de l'année. Ces deux ratios intègrent les coûts des restructurations courantes.
- le **ratio endettement net/fonds propres** s'améliore sensiblement (de 1,25 à 0,83) renforçant la structure financière du Groupe.
- Le « **free cash flow** » a connu une très forte croissance (de 39 millions d'euros en 2001 à 337 millions d'euros en 2002), en raison notamment d'un BFR en fort excédent.
- La **fusion avec Bcom3** a été menée dans le respect du calendrier.
- L'**intégration de D'Arcy** dans les autres entités du Groupe se déroule conformément aux objectifs.
- L'**intégration de Saatchi & Saatchi** a été une réussite exceptionnelle, couronnée en 2002 des plus hautes distinctions du secteur.



PUBLICIS GROUPE S.A.

- Saatchi & Saatchi Worldwide et Publicis Worldwide, se sont classés respectivement n°1 mondial et n°2 mondial du new business international.
- Le Groupe a engrangé un montant total de **2,2 milliards d'euros de budgets nets**.
- Les **liquidités mobilisables** s'élèvent à 815 millions d'euros.

La fusion acquisition de Bcom3 par le groupe Publicis opère une transformation radicale du marché publicitaire mondial au bénéfice de Publicis Groupe SA qui intègre le « Top Tier » (4^{ème} groupe mondial, leader dans le secteur de la communication » santé, n°1 mondial des agences médias...).

Dans une conjoncture 2003 dominée par un climat d'incertitude, Publicis Groupe SA reste fidèle à son mode de management et fait porter ses efforts avant tout sur le service à ses clients pour leur apporter la meilleure prestation, conforme à leurs attentes. Par ailleurs, Publicis Groupe SA entend clairement se concentrer sur la réalisation de son objectif de 15 % de marge opérationnelle dès le 2^{ème} semestre de l'exercice 2003.

L'Assemblée Générale des Actionnaires sera convoquée le jeudi 15 mai 2003 à 11 heures à la Maison des Arts et Métiers, Paris 8^{ème}. Il sera proposé un dividende de 0,24 euro par action (hors avoir fiscal) contre 0,22 euro au titre de 2001. La progression du dividende est de 9 %. Il sera également proposé de voter la fusion de SOMAREL et de MLMS avec Publicis Groupe SA conformément aux engagements pris en 1998.

Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe S.A., présidé par Madame Elisabeth Badinter, s'est réuni le mardi 11 mars 2003 pour approuver les comptes et le rapport de gestion de l'exercice 2002, présentés par Maurice Lévy, Président du Directoire.



PUBLICIS GROUPE S.A.

Chiffres-clés* (en euros) :

	2001	2002	% de progression
Chiffre d'affaires	16,7 milliards	24,7 milliards	+ 48,5 %
Revenu	2,43 milliards	2,93 milliards	+ 20,2 %
EBITDA <i>Ratio EBITDA/Revenu</i>	426 millions 17,5 %	533 millions 18,2 %	+ 25,1 %
EBIT <i>Ratio EBIT/Revenu</i>	342 millions 14,1 %	429 millions 14,7 %	+ 25,4 %
Résultat net part du Groupe avant amortissement des survaleurs	215 millions	237 millions	+ 10,2 %
Résultat net part du Groupe après amortissement des survaleurs	151 millions	147 millions	-2,6 %
Bénéfice net par action avant amortissement des survaleurs	1,55	1,63	+ 5,2 %
Bénéfice net par action dilué avant amortissement des survaleurs et	1,55	1,51	- 2,6 %
Dividende proposé	0,22	0,24	+ 9%
Marge brute d'autofinancement courante	259 millions	393 millions	+ 51,7 %

* Les chiffres intègrent Bcom3 sur trois mois et cinq jours.



PUBLICIS GROUPE S.A.

Commentant l'année 2002, Maurice Lévy a déclaré :

« Nous vivons depuis plus de deux ans dans un climat d'incertitude. L'année 2002 a été particulièrement perturbée et malgré cela nos équipes ont été en mesure de mener de front une constante amélioration du service à nos clients, le développement de nos activités et la fusion la plus importante de l'histoire de la publicité tout en délivrant des résultats en ligne avec nos objectifs. Nous sommes satisfaits de ces performances très supérieures à la moyenne de notre secteur et qui témoignent, si besoin en était, de l'exceptionnelle qualité de l'ensemble de nos collaborateurs. »

La fusion avec Bcom3 : un événement majeur

Le 7 mars 2002 Publicis Groupe SA a annoncé sa fusion avec le groupe américain Bcom3 et la signature d'un accord de partenariat stratégique avec Dentsu, le premier groupe de communication au Japon et en Asie. Cette opération finalisée le 24 septembre 2002, a transformé le paysage concurrentiel mondial au bénéfice de Publicis Groupe SA, non seulement en lui permettant d'accéder au cercle restreint des tous premiers acteurs mondiaux du secteur mais aussi d'occuper des positions stratégiques incontournables dans le domaine de la communication santé et des agences média.

Le Groupe est par ailleurs doté des plus belles marques du marché, avec le réseau Leo Burnett, la marque publicitaire américaine la plus prestigieuse venue compléter l'offre « agences » aux côtés de Publicis Worldwide et Saatchi & Saatchi Worldwide. Par l'opération Bcom3, le Groupe s'est considérablement renforcé aux Etats-Unis, en Amérique Latine et en Asie- Pacifique.

Publicis Groupe SA a enrichi son offre de services en intégrant Starcom MediaVest Group, triplant ainsi sa taille dans le domaine hautement stratégique du conseil et achat média. Cette position de numéro un mondial (35,6 milliards de dollars de volumes achetés) a été confirmée récemment par le rapport RECMA.

Publicis Groupe SA a également consolidé sa position de leader dans le domaine de la communication santé et s'est renforcé dans plusieurs disciplines spécialisées telles que les relations publiques et la communication ethnique.

L'une des conséquences indirectes de cette opération est l'augmentation sensible du potentiel de croissance de Publicis Groupe SA dans tous les secteurs.



PUBLICIS GROUPE S.A.

Processus d'intégration et de réorganisation de Bcom3 :

Quelques semaines après la finalisation de l'acquisition de Bcom3, le Groupe a annoncé sa décision de concentrer ses ressources sur trois marques publicitaires mondiales, Publicis, Saatchi & Saatchi et Leo Burnett et de répartir les actifs de D'Arcy dans ces trois réseaux. Cette opération se déroule actuellement au mieux des espérances du management.

Par ailleurs, un important programme d'intégration et de rationalisation a été entrepris afin d'optimiser les performances du nouveau Groupe.

Renforcement des structures de management du Groupe :

A la suite de la fusion avec Bcom3, d'importantes modifications ont été apportées aux structures de management du Groupe :

- **Roger Haupt** : ancien CEO du groupe Bcom3, a rejoint le Directoire du Groupe en qualité de *Chief Operating Officer (COO)*.
- **Rick Bendel** a été nommé *COO* du réseau Publicis Worldwide.
- **Susan Gianinno** a été nommée *Chair & CEO* de Publicis USA, en remplacement de Bob Bloom, qui part en retraite à la fin de ce mois.
- **John Farrell**, ancien dirigeant du réseau D'Arcy, a été nommé *President & CEO* du pôle SAMS avec la mission de coordonner et développer l'offre du Groupe dans le domaine de la communication spécialisée.
- **Walter van der Mee** a été nommé *Executive Vice President* auprès du Directoire du Groupe, en charge de la gestion des ressources et du développement en Europe.
- **Paulo Salles**, ex-Regional Chairman Amérique Latine de D'Arcy, est nommé aux mêmes fonctions chez Publicis Worldwide.

Par ailleurs, **Kevin Roberts** reste *CEO* de Saatchi & Saatchi Worldwide ; **Linda Wolf**, *CEO* de Leo Burnett Worldwide ; **Bertrand Siguier**, membre du Directoire de Publicis Groupe SA et *Executive Vice President* de Publicis Worldwide ; **Jack Klues**, *CEO* du Starcom MediaVest Group ; et **John Perriss**, *CEO* de ZenithOptimedia.



PUBLICIS GROUPE S.A.

Accord stratégique avec Dentsu :

Dans le cadre de la fusion avec Bcom3, un accord stratégique et de long terme a été conclu avec Dentsu. Il s'agit d'une part d'un pacte d'actionnaires conclu avec Madame Elisabeth Badinter, à la suite de l'entrée de Dentsu dans le capital de Publicis Groupe SA ; d'autre part, d'une véritable alliance stratégique sur un plan professionnel, qui a déjà trouvé à se concrétiser autour de quelques axes essentiels :

- la collaboration au Japon, où l'extraordinaire puissance de Dentsu est extrêmement précieuse aux clients des différents réseaux du Groupe Publicis,
- la création d'une société commune (iSe) dans les domaines du marketing et sponsoring sportif et des programmes de télévision, domaines dans lesquels Dentsu excelle,
- la collaboration dans le développement de relations avec les clients de Dentsu au plan international.

Réussite exceptionnelle de l'intégration de Saatchi & Saatchi :

Le succès de l'intégration de Saatchi & Saatchi Worldwide a été confirmé de façon éclatante par les succès remportés sur tous les fronts :

- premier réseau mondial pour le new business international (Advertising Age – 30 décembre 2002),
- primé au Festival de Cannes en juin 2002 : réseau numéro un et agence de Londres nommée « Agence de l'Année »,
- « Global Agency Network of the Year » par Advertising Age et AdWeek datés du 13 janvier 2003,
- amélioration de ses marges,
- apport de talents et d'image au Groupe.

Un New business, support de croissance future :

Publicis Groupe SA (seul) a conquis environ **2 milliards d'euros (net)** de nouveaux budgets en 2002, à travers ses différents réseaux (hors Bcom3), dont environ 450 millions d'euros au quatrième trimestre.

Par ailleurs, Bcom3 a conquis 220 millions d'euros de new business net sur l'année. Au total, le nouveau Groupe (pro-forma) aura enregistré 2,2 milliards d'euros de gains nets en 2002.



PUBLICIS GROUPE S.A.

Pour la première fois de son histoire, Publicis Groupe SA a placé deux réseaux en tête pour la conquête de budgets internationaux. Dans son édition du 30 décembre 2002, Advertising Age a publié le classement qui place Saatchi & Saatchi Worldwide numéro un mondial et Publicis Worldwide numéro deux mondial. Pour autant, les développements sur un plan local ou régional n'ont pas baissé d'intensité.

Poursuite très sélective du développement dans les SAMS :

Publicis Groupe SA a poursuivi par ailleurs, de façon très ciblée et limitée, sa stratégie de renforcement dans le domaine des agences spécialisées : en France avec l'acquisition de *Sales Story*, *Stella*, *ECA2*, *Media Publics* intégrées à l'offre de Publicis Dialog ; en Belgique avec l'acquisition de l'agence *Magnesium* ; en Autriche avec l'acquisition de *Direct'n More* ; aux Pays-Bas avec l'acquisition de *Van Sluis Consultants* ; au Japon avec *Gravitas* ; et aux Etats-Unis avec *Johnston & Associates*.

Cette stratégie, élaborée depuis 2001, sera poursuivie.

Pour les perspectives de 2003, Maurice Lévy a déclaré :

« L'année 2003 s'annonce également incertaine : climat de confiance des investisseurs non rétabli, tensions diplomatiques, difficultés économiques. Nos priorités sont adaptées à la situation. Il s'agit pour nous, avant toute chose, d'améliorer le potentiel concurrentiel de nos clients en leur apportant le service le plus engagé, le plus complet et le plus compétitif. Les nouvelles ressources de Publicis, sa nouvelle dimension et surtout la qualité et la combativité de ses équipes, en sont un nouveau gage de réussite. Notre objectif reste plus que jamais d'être le partenaire préféré de nos clients.

Par ailleurs nous concentrons nos efforts sur la rentabilité du groupe et sa gestion financière. Notre objectif reste clairement d'atteindre les 15 % de marge EBIT/revenu au cours du 2^{ème} semestre 2003.

Enfin et conformément à ce qui avait été annoncé en 1998 lors de la restructuration du capital de SOMAREL, holding de contrôle du Groupe, il sera proposé au vote des actionnaires à la prochaine Assemblée Générale, la fusion de cette société avec Publicis Groupe SA. »

* *
*



PUBLICIS GROUPE S.A.

Publicis Groupe S.A. (Euronext Paris : 13057 - NYSE : PUB) est le 4^{ème} groupe mondial de communication (classement AdAge avril 2002) et leader mondial de conseil et achat média (classement RECMA janvier 2003), présent dans 109 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 et la vente d'espace media. Publicis offre une gamme complète de services à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome : Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi Worldwide et Leo Burnett Worldwide ; deux réseaux multi-hubs : Fallon Worldwide et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; et deux marques mondiales de conseil et achat média : ZenithOptimedia et Starcom MediaVest Group.

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

Contacts Publicis Groupe SA :

Pierre Bénaïch
01 44 43 65 00

Directeur des Relations Investisseurs

Eve Magnant
01 44 43 70 25

Directeur de la Communication Corporate