



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 14 décembre 2005

**Publicis Groupe obtient une notation « Investment Grade »
de Standard & Poor's et Moody's**

**La croissance organique devrait être supérieure à 6 %
en 2005 et les perspectives 2006 sont positives**

Comme cela avait été annoncé dès 2003 et confirmé lors de la première émission obligataire du Groupe en janvier dernier, Publicis Groupe a lancé courant 2005 un processus de notation officielle auprès des deux premières agences internationales Standard & Poor's et Moody's. Publicis Groupe vient d'être évalué « Investment Grade » par ces deux agences avec respectivement les notes « BBB+ » pour Standard & Poor's et « Baa2 » pour Moody's avec dans les deux cas la mention « Stable Outlook ». Cette notation constitue un nouvel atout pour Publicis Groupe puisqu'elle devrait permettre une nouvelle amélioration de sa structure de financement tant au niveau des conditions que des opportunités offertes.

Pour Maurice Lévy, Président du Directoire : *« Cette notation est une nouvelle étape importante pour le Groupe et traduit la confiance accordée par les deux agences dans la structure de notre bilan et la conduite des opérations. Elle vient apporter une confirmation supplémentaire de la stature du Groupe. Tout comme notre entrée dans l'indice CAC 40 en 2004, cette notation « Investment Grade » implique pour nous des devoirs dans le domaine de notre politique financière : il nous appartient de renforcer à tous les niveaux une discipline financière qui a toujours fait notre force. »*

Jean-Michel Etienne, Directeur Financier, a pour sa part précisé : *« Cette étape couronne des années d'efforts depuis l'acquisition de Bcom3, qui ont visé à améliorer notre structure et à optimiser la gestion de nos financements et de notre trésorerie. Notre marge de manœuvre financière s'en trouve aujourd'hui accrue, mais nous sommes conscients des exigences nouvelles que cela nous impose ».*



New Business, perspectives 2005 et 2006

La performance nette de New Business devrait approcher la barre des 10 milliards de dollars en 2005, et permettre au Groupe de rester en tête du palmarès mondial sur l'ensemble de l'année.

L'objectif de réaliser sur l'ensemble de l'année une croissance organique supérieure à 6 % est par ailleurs confirmé et le taux de marge opérationnelle du Groupe devrait encore s'améliorer en 2005.

Les perspectives 2006 sont positives, tant par le potentiel du New Business, que par un environnement légèrement meilleur en Europe, en partie favorisé par la Coupe du Monde de Football.

Maurice Lévy a indiqué : « *Nous sommes confiants pour 2006 et considérons que notre Groupe est remarquablement armé pour répondre à tous les besoins des annonceurs. Notre maîtrise de la communication holistique nous permet de tirer parti des arbitrages d'investissement marketing entre différents médias.* »

Les objectifs du Groupe en normes IFRS : confirmation des objectifs de rentabilité opérationnelle et de structure financière

Publicis Groupe ne communique pas de prévisions et donne au marché des indications sur ses objectifs.

L'objectif ambitieux de 17 % de taux de marge opérationnelle en 2008, annoncé le 9 décembre 2004 en normes françaises, est clairement confirmé. En normes IFRS, le taux de marge opérationnelle à atteindre se situe désormais à 16,7 % en 2008.

Par ailleurs, les ratios de bilan du Groupe en normes IFRS sont les suivants :

- Dette nette moyenne / Résultat opérationnel av. amortissements : inférieure à 1,5
- Dette nette / Capitaux propres : inférieure à 0,5
- Couverture des intérêts (Charge financière / Résultat opérationnel av. amortissements) : supérieure à 7

Rappelons que la dette nette se calcule en prenant l'ensemble des dettes financières à court et long terme, les earn-outs et engagements de rachat d'intérêts minoritaires moins les liquidités et valeurs mobilières de placement.

* *

*



Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577 - NYSE : PUB) est le 4^{ème} groupe mondial de communication et le leader mondial de conseil et achat média, avec une présence dans 104 pays sur les 5 continents.

Le Groupe opère à la fois dans 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 %) ; dans le **conseil et l'achat d'espace** à travers deux réseaux mondiaux : ZenithOptimedia et Starcom MediaVest Group ; et dans les marketing services et la **communication spécialisée** (marketing relationnel, relations publiques, événementiel, communication corporate et financière, communication ethnique, communication santé...).

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

Contacts :

Relations Investisseurs : Pierre Bénaich - + 33 (0)1 44 43 65 00

Communication : Eve Magnant - + 33 (0)1 44 43 70 25