



COMMUNIQUE DE PRESSE

PUBLICIS : LES NEUF PREMIERS MOIS DE 2002

CHIFFRE D'AFFAIRES : + 28,5 %

REVENU : + 1,6%

Paris, le 13 novembre 2002 - Le revenu du Groupe sur les neuf premiers mois de l'année s'est élevé à 1,77 milliard d'euros contre 1,74 milliard d'euros au 30 septembre 2001, ce qui représente une augmentation de 1,6 %.

Cette progression résulte principalement de la consolidation de Zenithmedia (consolidé seulement au quatrième trimestre 2001) et de quelques jours d'activité de Bcom3, dont le closing a été finalisé le 24 septembre 2002. En revanche, la variation des taux de change a été défavorable en raison de la très forte appréciation de l'euro vis-à-vis du dollar US depuis le milieu du deuxième trimestre 2002 et a pratiquement compensé les effets de périmètre. A taux de change et périmètre constants, l'activité (croissance organique) marque un retrait de 3,7 %.

- **Revenu au 30 septembre par zone géographique :**

	en millions d'euros	Croissance réelle	Croissance organique
Europe	785	+ 4 %	- 3,7 %
Amérique du Nord	757	- 1,1 %	- 5,8 %
Asie-Pacifique	138	+ 5,9 %	+ 3,3 %
Amérique Latine	59	+ 0,7 %	+ 6,5 %
Reste du monde	26	- 4,4 %	+ 6,6 %
Total	1 765	+ 1,6 %	- 3,7 %



PUBLICIS GROUPE S.A.

- **Revenu par trimestre (millions d'euros) :**

	2002	2001	Croissance réelle	Croissance organique
1 ^{er} trimestre	576	550	+ 4,6 %	- 2,2 %
2 ^e trimestre	600	598	+ 0,3 %	- 4,8 %
3 ^e trimestre	589	589	+ 0,1 %	- 3,9 %
total 9 mois	1765	1737	+ 1,6 %	- 3,7 %

Le chiffre d'affaires consolidé de Publicis Groupe SA à fin septembre 2002 s'établit à 14,6 milliards d'euros, contre 11,3 milliards d'euros pour la même période de 2001, soit une hausse de 28,5 %. Il convient de rappeler que cet indicateur d'activité est moins pertinent que par le passé en raison de l'accroissement important des activités de média en 2002.

Le troisième trimestre a été marqué par :

1. Poursuite d'un environnement publicitaire aux perspectives incertaines

Le marché publicitaire mondial se révèle assez homogène sur le plan géographique : l'Europe en général et l'Amérique du Nord connaissent des niveaux de baisse comparables, alors que l'Asie est la seule zone affichant de la croissance. Les différences se traduisent plutôt entre secteurs d'activités : résistance confirmée des secteurs de la grande consommation et de l'automobile et réduction persistante des investissements en communication des secteurs de la finance, de la technologie et des télécommunications.

2. Finalisation de l'acquisition de Bcom3 et du partenariat stratégique avec Dentsu (24 septembre 2002)

Par cette fusion, Publicis Groupe SA devient le quatrième groupe mondial de communication, le leader mondial du conseil et achat média et rejoint le cercle restreint des leaders mondiaux du secteur de la communication. Le Groupe occupe désormais la première place en Europe, la troisième aux Etats-Unis et son partenariat avec Dentsu renforce considérablement sa position au Japon et sur tout le continent asiatique. Le Directoire de Publicis Groupe SA a accueilli Roger Haupt, *Chief Operating Officer*.

Dans les semaines qui ont suivi cette acquisition, d'importantes décisions ont été annoncées, dont la fusion de D'Arcy avec d'autres unités du groupe, conduisant à un renforcement des trois réseaux mondiaux : Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi Worldwide et Leo Burnett Worldwide.



3. Dentsu entre dans le capital de Publicis Groupe SA

Dentsu, qui détient désormais une participation dans Publicis, entend être un actionnaire stable, de long terme dans Publicis et s'engage à limiter ses droits de vote à 15 %. Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe SA, présidé par Madame Elisabeth Badinter, a accueilli deux nouveaux membres : M. Yutaka Narita, *Chairman and CEO* de Dentsu Inc. et M. Fumio Oshima, *Executive Vice President* de Dentsu Inc.

4. De très bonnes performances en new business

Les gains nets du troisième trimestre ont dépassé le niveau élevé atteint au deuxième trimestre, à 690 millions d'euros. Au 30 septembre 2002, Publicis Groupe SA avait acquis 1,5 milliard d'euros net de nouveaux budgets, au travers de ses différents réseaux.

Les principaux gains du trimestre ont été :

Publicis Worldwide : Allied Domecq (Kahlua, Stolichnaya, Beefeater) au niveau mondial, Nestlé/Purina au Royaume-Uni, en Australie et au Brésil, Sara Lee/Sanex en Italie, Berliner Sparkasse en Allemagne, Migros, ICN Europe et Pfister en Suisse, SCA Velvet et Ferrero au Royaume-Uni, Generali en Pologne, Akai en Inde et Denny's, Sara Lee/Champion et JustMySize, Ghirardelli Chocolate et North Mississippi Medical Center aux Etats-Unis.

Saatchi & Saatchi Worldwide : General Mills/Pillsbury au niveau mondial hors Etats-Unis (Géant Vert, Old El Paso, Betty Crocker,...), KitchenAid et Boost Mobile aux Etats-Unis, T-Mobile et CPW/Cookie Crisp Cereal au Royaume-Uni, PayLess Shoes en Amérique Latine, SmarTone Mobile à Hong Kong, Tourisme de la région Attique en Grèce et Petron Corp. aux Philippines.

Zenith Optimedia Group (conseil et achat média) : MBNA Credit Card en Europe, Pfizer au Mexique, une extension du budget Nestlé aux Philippines, Curves for Women et Hermès aux Etats-Unis, Kotsovolos en Grèce, Benja Cereal en Thaïlande, Lexus en Chine et Zuji.com à Singapour.

SAMS (agences spécialisées et marketing services) :

BristolMyersSquibb/Pravachol et Avapro, BioPure/HemoPure et Schwarz Pharmaceutical/NuLev pour Nelson Communications aux Etats-Unis (communication santé) et Luminarc USA, Scott's Lawn Care et Allstate Insurance pour Frankel (marketing direct).



PUBLICIS GROUPE S.A.

Les principales pertes de budgets du trimestre ont été :

- Club Internet en France, WalMart et Citibank en Allemagne, DuPont/Lycra aux Etats-Unis dans le domaine de la publicité,
- ExxonMobil (Etats-Unis) et Dell (Chine) dans le domaine de l'achat d'espace.

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

« La caractéristique fondamentale du marché actuellement reste la faible visibilité et, de ce fait, une incertitude sur les investissements des annonceurs y compris à court terme. Les améliorations attendues au troisième trimestre ne se sont pas produites ; bien au contraire, la baisse amorcée en 2001 s'est poursuivie et même accentuée dans certains pays. Dans ce contexte morose, Publicis réalise des performances très nettement supérieures à celles de la plupart de ses concurrents, grâce à un portefeuille de clients très équilibré dont une bonne part appartient à des secteurs résistants. Le new business du Groupe a retrouvé un rythme très soutenu avec de très bonnes performances qui compensent pour une large part les baisses de marché et les réductions budgétaires de nos clients. Nos efforts continuent de porter sur le new business, l'amélioration de nos structures de coûts et l'intégration de Bcom3 ».

* *
*

Publicis Groupe SA (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 juin 2002), 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 : Zenith Optimedia Group et Starcom MediaVest Group.

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.

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

Contacts Publicis Groupe SA :

Pierre Bénaich
01 44 43 65 00

Directeur des Relations Investisseurs

Laurence Rey
01 44 43 70 10

Directeur de la Communication