



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 5 mai 2004

PUBLICIS GROUPE AU PREMIER TRIMESTRE 2004 :

- **REVENU : 866 millions € (1059 millions \$)**
- **CROISSANCE ORGANIQUE : + 4,4 %**
- **NEW BUSINESS : 830 millions € (1015 millions \$)**

Un revenu en croissance organique de 4,4 %

Le revenu consolidé de Publicis Groupe au 31 mars 2004 s'est élevé à 866 millions d'euros, traduisant une croissance organique de 4,4 %. Cette progression du revenu s'explique par la poursuite d'une croissance très satisfaisante en Amérique du Nord, dans la zone Asie-Pacifique et en Amérique Latine. Parallèlement le marché européen, bien que globalement en croissance, présente toutefois des disparités selon les pays et ne montre pas encore de signes de reprise significative.

Le premier trimestre 2004 s'inscrit donc dans la ligne des tendances encourageantes observées au quatrième trimestre 2003.

En données publiées, le revenu de 866 millions d'euros au premier trimestre 2004 se compare à 905 millions d'euros pour la même période de 2003, en retrait de 4,3 % du fait de l'impact de conversion de change de 71 millions d'euros au premier trimestre, dont 60 millions pour le seul dollar US. Par ailleurs, les variations du périmètre de consolidation ont été relativement négligeables durant le premier trimestre.

Revenu par zone géographique

	en millions d'euros	Croissance organique
Europe	350	+ 1,8 %
Amérique du Nord	381	+ 4,2 %
Asie-Pacifique	85	+ 9,1 %
Amérique Latine	36	+ 21 %
Reste du monde	14	+ 11,4 %
Total	866	+ 4,4 %



PUBLICIS GROUPE

La croissance asiatique a été notamment soutenue par la Chine (+ 20,2 %), l'Indonésie (+ 55 %) et par la Malaisie (+ 27,7 %). Les deux principaux marchés d'Amérique Latine, le Mexique et le Brésil, ont enregistré une croissance de l'ordre de 20 %.

Une nouvelle performance en New Business

Après une année 2003 excellente en New Business, Publicis Groupe a poursuivi sur cette dynamique au premier trimestre 2004. La forte activité de conquête de nouveaux budgets s'est traduite par 830 millions d'euros nets (1015 millions de dollars US nets) au travers de ses différents réseaux. Ce chiffre se décompose entre 40 % pour la publicité et les SAMS et 60 % pour les activités de conseil et achat média.

Classé deuxième mondial du New Business par le magazine Ad Age et par Lehman Brothers dans sa New Business Scorecard à fin mars, Publicis Groupe est premier mondial pour le seul mois de mars dans les deux classements.

Ont été notamment conquis par :

Publicis Worldwide :

L'Oréal/MiniNurse (Chine) - Agencia Tributaria (Espagne) - 24 Hour Fitness (Etats-Unis) - Cœur de Lion et Fidelity Investments (France) - Purefoods (Philippines) - UDC (Italie) - S-Oil (Corée) - Jetstar et Gulf Air (Australie).

Leo Burnett :

ConAgra/Life Choice (Etats-Unis) - GM/Cadillac (Chine) - Swatch (Brésil) - McDonald's (Thaïlande et Inde) - Supermercados Norte (Argentine) - les vins Sogrape (Portugal) - Loterias del Estado et la Croix Rouge (Espagne).

Saatchi & Saatchi :

Toyota/Lexus (ext.) et Sagatiba Rum (Europe) - P&G/Olay Daily Facials et les assurances automobiles Saga Services (Royaume-Uni) - Snowflake Beer (Chine) - Snipp Juices (Rép. Tchèque) - Yoplait (ext. - Etats-Unis) - Pacific Brands et Emirates Airline (Australasie).

Autres réseaux et agences de publicité :

- *Fallon* : BT Broadband (Royaume-Uni) - Volkswagen/Golf (Japon) - ConAgra Snack Foods (Etats-Unis).
- *Beacon Communications* (Japon) : McDonald's (conjointement avec Dentsu).
- *Bromley Communications* (Etats-Unis) : Circuit City.

Starcom MediaVest Group (conseil et achat média) :

Mars/Masterfoods, restaurants Chuck E. Cheese et Caterpillar (États-Unis) - Interbrew/Beck's (Italie, Pays-Bas, Rép. Tchèque et Ukraine) - Coca-Cola (Hong Kong) - Capital One (Italie) - US Pharmacia (Pologne).



PUBLICIS GROUPE

ZenithOptimedia (conseil et achat média) :

Ferrero (Etats-Unis) - Wella et Transitions Optical (Royaume-Uni) - Heineken, Grupo SOS Cuetara, Multiópticas et banque Sygma (Espagne).

SAMS (agences spécialisées et marketing services) :

- *ARC North America* (Etats-Unis) : California State - Häagen Dasz - Capital One - P&G/Always, Whisper et PUR.
- *Publicis Healthcare Communications Group* : Roche + GsK/Boniva - Bristol-Myers Squibb + Sanofi-Synthélabo/Plavix - Abbott/Humira - AstraZeneca/Symbicort - Sanofi-Synthélabo/Eloxatin.

Les pertes de budget significatives du trimestre ont été Lexmark et Earthlink (Etats-Unis) en publicité, et Enterprise Rent-A-Car (Etats-Unis) dans le domaine du conseil et achat média.

Classements

Confirmé comme premier groupe mondial par le chiffre d'affaires dans le domaine du conseil et achat média (classement RECMA du 19 avril 2004), Publicis Groupe a été également primé :

- dans le domaine du conseil et achat média, avec Starcom MediaVest Group, qui a obtenu le meilleur score mondial du « Vitality Assessment Report » établi par RECMA,
- dans le domaine de la Communication Santé, avec le groupe Medicus, nommé « Best Global Agency Network » par Med Ad News, la revue de référence de la profession,
- dans le domaine des Relations Publiques aux Etats-Unis, avec l'agence Manning Selvage & Lee, nommée « Agency of the Year » par The Holmes Report, l'une des plus prestigieuses distinctions du secteur aux Etats-Unis.

Publicis Groupe, numéro un aux EFFIE Awards 2004

Les agences de Publicis Groupe ont totalisé le plus grand nombre d'EFFIE Awards 2004 aux Etats-Unis (26), plaçant Publicis Groupe au premier rang des groupes de communication. Les EFFIE Awards, créées par la New York American Marketing Association en 1968, récompensent chaque année l'efficacité commerciale des campagnes publicitaires pour les marques de leurs clients. Le réseau ayant reçu le plus de récompenses a été Leo Burnett (8), en tête pour la troisième année consécutive, suivi de Saatchi & Saatchi, Fallon et Publicis Worldwide.



PUBLICIS GROUPE

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

« Les chiffres du premier trimestre 2004 confirment la solidité de la reprise publicitaire amorcée en 2003, notamment en Amérique du Nord, en Amérique Latine et en Asie, mais rappellent aussi que l'amélioration de l'activité reste encore timide en Europe. Je demeure tout à fait confiant sur l'année en cours et pense que la progression se poursuivra, notamment dans la deuxième partie de l'année en Europe.

Pour sa part, Publicis Groupe, fort de ses atouts et de son dynamisme commercial, poursuit son développement tant auprès de ses clients existants que de nouveaux clients. Ces conquêtes devraient nous permettre de réaliser nos objectifs de gains de parts de marché.

A ce stade, les premières indications sur nos résultats me permettent de confirmer notre objectif de marge opérationnelle de 15 % sur l'ensemble de l'année 2004 ».



Contacts Publicis Groupe :

Pierre Bénaich 01 44 43 65 00	Directeur des Relations Investisseurs
Eve Magnant 01 44 43 70 25	Directeur de la Communication Corporate

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 109 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 Worldwide, Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi Worldwide; 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, communication corporate et financière, communication ethnique, communication santé...).

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