



PUBLICIS GROUPE

---

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

---

Paris, le 2 novembre 2004

**CROISSANCE ORGANIQUE PROCHE DE 5 %**  
**AU TROISIEME TRIMESTRE :**  
**OBJECTIFS DE RENTABILITÉ**  
**ET OBJECTIFS FINANCIERS CONFIRMÉS**

**Revenu :**

Le revenu consolidé de Publicis Groupe au troisième trimestre 2004 s'est élevé à **932 millions d'euros** contre 918 millions d'euros en 2003 sur la même période, représentant **une croissance organique supérieure à 4,8 %**. Cette performance est en amélioration par rapport à celle du 1<sup>er</sup> trimestre 2004 (+ 4,4 %) et celle du 2<sup>ème</sup> trimestre (+ 4,5 %).

Au 30 septembre 2004, le revenu du Groupe s'est élevé à **2779 millions d'euros** contre **2788 millions d'euros** pour la même période de 2003, soit **une croissance organique de 4,6 % sur les neuf premiers mois de l'année, constituant une nouvelle amélioration**. L'impact des différences de taux de change sur le revenu a été respectivement de **39 millions d'euros** au troisième trimestre et de **137 millions d'euros** sur neuf mois et ont essentiellement concerné le dollar US.

Sur le plan géographique, l'Amérique du Nord a continué à bénéficier d'une bonne croissance des investissements publicitaires. En raison de la forte accélération de croissance de cette zone au fil des trimestres de l'année 2003, la performance relative apparaît de ce fait moins flatteuse en 2004.

Sur toutes les autres zones, les signes de reprise observés se confirment, notamment sur les marchés européens qui connaissent une nouvelle progression au troisième trimestre. L'Amérique Latine sur la lancée prometteuse du début d'année poursuit sa progression. La région Asie-Pacifique enregistre une nouvelle amélioration de sa performance par rapport au trimestre précédent.



## PUBLICIS GROUPE

### Revenu par zone géographique

<b>Troisième trimestre</b>	<b>En millions d'euros</b>	<b>Croissance organique</b>
Europe	366	+ 3,5 %
Amérique du Nord	411	+ 3,1 %
Asie-Pacifique	97	+ 10,7 %
Amérique Latine	40	+ 14,4 %
Reste du monde	18	+ 27,9 %
<b>Total</b>	<b>932</b>	<b>+ 4,8 %</b>

  

<b>Neuf mois</b>	<b>En millions d'euros</b>	<b>Croissance organique</b>
Europe	1117	+ 2,5 %
Amérique du Nord	1219	+ 3,7 %
Asie-Pacifique	278	+ 8,8 %
Amérique Latine	116	+ 23,1 %
Reste du monde	49	+ 17,3 %
<b>Total</b>	<b>2779</b>	<b>+ 4,6 %</b>

### **New Business :**

#### **Un niveau comparable à celui du 3<sup>ème</sup> trimestre 2003**

Publicis Groupe a connu une nouvelle fois au troisième trimestre 2004 une activité de conquête de nouveaux budgets satisfaisante et a acquis au total au cours du trimestre 670 millions de dollars US (540 millions d'euros) de nouveaux budgets, à travers ses différents réseaux. Ce chiffre se décompose entre 51 % pour la publicité et les SAMS et 49 % pour les activités de conseil et achat média.

**Cela porte la performance totale en New Business net des neuf premiers mois de l'année à 2,6 milliards de dollars US (2,1 milliards d'euros), se répartissant à part égales entre publicité/SAMS, et conseil et achat média.**

Ont été notamment conquis au troisième trimestre 2004 :

#### **Publicis Worldwide :**

Paddy Power (Royaume-Uni) - Bundesversicherungsanstalt (Allemagne) - Sprint/Local Consumer Solutions Division et Whirlpool/Gladiator GarageWorks (Etats-Unis) - La région de Calabre, le Ministère de l'Éducation et le Ministère de l'Équipement (Italie) - Renault Samsung Motors (extension) et Korea Telecom (Corée).



## PUBLICIS GROUPE

### **Leo Burnett :**

ConAgra/Pam Cooking Spray et Simmons (Etats-Unis) - Bacardi et Aeromexico (Mexique) - Fissler (Allemagne) - Telenor (Pakistan).

### **Saatchi & Saatchi :**

Lego/Duplo et Clikits Universe (monde) - ENEL/Terna (extension - Italie) - P&G/Prilosec (projet - Etats-Unis) - Sydney Morning Herald (Australie) - Friesland Hellas/NoyNoy Yoghurts (extension - Grèce) - WRAP (Water and Resources Action Programme - Royaume-Uni).

### **Autres réseaux et agences de publicité :**

- *Fallon* : EMAP Magazine et Jacobs Creek Wines (Royaume-Uni).
- *MS&L* : Equifax et Sanofi-Aventis (extension) (Etats-Unis).
- *Bromley Communications* (Etats-Unis) : San Antonio Convention and Visitors Bureau.

### **Starcom MediaVest Group** (conseil et achat média) :

Raiffeisen Bank (Rép. Tchèque) - Harvey's et Barclay's/First Plus (Royaume-Uni) - General Motors (out-of-home) (Etats-Unis) - Versatel (Allemagne) - Sunny Delight et Kraft Foods (Espagne) - General Mills (Chine) - Lindex (Suède) - Coca-Cola (Pérou).

### **ZenithOptimedia** (conseil et achat média) :

Nokia (Inde) - Région Ile de France et Siemens Corporate (France) - Frosta, AMB Generali Holding et Nordsee (Allemagne) - SmarTone (Hong Kong) - WildBlue (Etats-Unis).

### **SAMS** (agences spécialisées et marketing services) :

- *Arc North America* (Etats-Unis): Procter & Gamble/Respiratory brands.
- *Publicis Healthcare Communications Group* : Novartis/Prexige (Allemagne) - BMS/SRC Kinese (monde) - plusieurs marques de Boots Healthcare International (Royaume-Uni).

Aucune perte significative n'a été enregistrée au cours du troisième trimestre.

Par ailleurs, l'activité du quatrième trimestre a démarré sous de bons auspices avec notamment trois gains de budgets significatifs qui totalisent près de 1,7 milliard de dollars US :

- la consolidation mondiale chez Publicis Groupe des budgets des marques d'Aventis (Sanofi-Aventis), à l'exception des marques Lantus, Apidra et Lovenox qui restent maintenues chez leur prestataire actuel. Sont concernés par ce mouvement : l'achat d'espace, l'événementiel et les opérations de communication, notamment publicitaires.
- la majeure partie du budget mondial de conseil et achat média de Nestlé,
- le budget de Renault Espagne, sixième annonceur espagnol et premier budget automobile du pays.



## PUBLICIS GROUPE

### Réunion d'analystes :

Conformément à ce qui avait été annoncé le 10 septembre dernier lors de la présentation des résultats semestriels, une réunion d'analystes complémentaire sera organisée en décembre 2004 à Paris, afin de présenter les impacts détaillés des normes IFRS sur les comptes de Publicis Groupe au 30 juin 2004 ainsi que les nouveaux objectifs de marge opérationnelle du Groupe à moyen terme et les moyens d'y parvenir.

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

*« Le marché mondial demeure solide et poursuit un rythme de croissance satisfaisant. Comme nous l'avions anticipé, nous constatons une montée en puissance de la croissance en Europe, qui vient compenser la décélération de la croissance en Amérique du Nord ; l'Asie se maintenant à un rythme satisfaisant.*

*Nous continuons de gagner des parts de marché grâce à une dynamique de groupe qui fonctionne bien et à une attractivité forte de notre offre auprès des annonceurs, confirmée par de bonnes performances en New Business tout au long de l'année 2004. Notre croissance organique est solide et supérieure à nos prévisions.*

*Nous abordons le quatrième trimestre à la fois très confiants compte tenu de notre position et toujours prudents, en raison des risques habituels d'ajustements des budgets publicitaires et marketing en fin d'année.*

*Les résultats du deuxième semestre devraient afficher une progression tant en ce qui concerne nos marges opérationnelles que la génération de liquidités.*

*Les premières indications de la part de nos principaux clients, dans le cadre de la procédure budgétaire 2005 sont positives et tendent à confirmer nos commentaires initiaux : la croissance devrait être au rendez-vous en 2005. »*

\* \*  
\*

**Publicis Groupe** (Euronext Paris : FR0000130577 et membre du CAC 40 - NYSE : PUB) est le 4<sup>ème</sup> groupe mondial de communication et le 2<sup>ème</sup> groupe 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](http://www.publicis.com) et [www.finance.publicis.com](http://www.finance.publicis.com)

### **Contacts :**

Relations Investisseurs : Pierre Bénaïch - + 33 (0)1 44 43 65 00  
Communication : Eve Magnant - + 33 (0)1 44 43 70 25