



PUBLICIS GROUPE

---

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

---

Paris, le 9 décembre 2004

## Réunion d'analystes

Une réunion d'analystes et de journalistes se tiendra ce matin à Paris, au cours de laquelle Publicis Groupe abordera quatre thèmes principaux : des précisions sur son nouvel objectif de marge opérationnelle à moyen terme (17 % à horizon 4 ans), une évaluation détaillée des impacts IFRS sur les comptes du Groupe (compte-tenu des informations disponibles à ce jour), un point sur le processus de simplification du bilan et enfin, un commentaire sur l'activité de cette fin d'année.

### **1 - Marge opérationnelle à 17 % en 2008 :**

Publicis Groupe va présenter des objectifs stratégiques à 4 ans.

Le revenu de Publicis Groupe se répartit à ce jour de la façon suivante : l'Amérique du Nord atteint aujourd'hui 44 %, l'Europe 41 % et le reste du monde 15 %. L'objectif principal 2008 est de faire progresser le reste du monde à hauteur d'environ 20 % ce qui donnerait 42 % pour l'Amérique du Nord et 38 % pour l'Europe. Ceci devrait être réalisé grâce à un accent fort mis sur le développement de l'Asie où le Groupe détient déjà des positions très fortes.

En termes de répartition par métier, le revenu de Publicis Groupe se répartit actuellement comme suit : 55 % pour la publicité, 23 % pour les SAMS et 22 % pour les médias. Grâce à une croissance organique forte, notre approche holistique et des acquisitions sélectives, notre objectif de répartition par métier pour 2008 devrait évoluer vers une configuration sensiblement différente : publicité 44 %, SAMS 28 % et médias 28 %.

Enfin, la marge opérationnelle, qui devrait atteindre 15 % en 2004, devrait être portée à 17 % dans 4 ans (selon les normes comptables françaises actuelles).

Les moyens mis en œuvre pour atteindre cet objectif ambitieux sont multiples et concernent de nombreux domaines, tout en conservant en tête la priorité et la détermination d'apporter à nos clients un service et une qualité encore meilleurs :

- simplification des processus de fonctionnement de nos agences,
- optimisation des organisations et des modèles de collaboration,
- mise à niveau des unités dans certaines zones géographiques,
- montée en puissance des entités spécialisées (SAMS) restructurées récemment,
- synergies liées à la constitution de Publicis Groupe Media,
- optimisation de notre réseau d'agences dans les marchés émergents,



## PUBLICIS GROUPE

- mise en place d'une politique d'achats et de production centralisés dans les principaux pays,
- poursuite du processus en cours de mise en place des centres de ressources partagées (*Shared Services Centers*) qui devrait marquer une accélération dans la production d'économies à partir de 2005.

### **2 - Principaux impacts IFRS :**

Par souci de transparence, Publicis Groupe présentera au cours de cette réunion un état d'avancement de la mise en place des normes IFRS et de ses principaux impacts.

L'information présentée a été préparée en application des textes IFRS publiés à ce jour. Certaines normes IFRS sont en cours d'élaboration, d'autres en cours de modification ou sujettes à interprétation par la profession comptable. Certaines normes n'ont pas encore été approuvées par l'Union Européenne.

Par conséquent, les informations présentées sont susceptibles d'évolution en fonction de la finalisation des textes et des travaux correspondants.

Enfin, Publicis Groupe précise que les données présentées lors de la réunion n'ont pas fait l'objet à ce stade de travaux d'audit

Compte de résultats : les principaux impacts anticipés sont une inscription de la valeur des stock-options dans les frais de personnel pour un montant de l'ordre de 20 à 25 millions d'euros par an, et une charge financière supplémentaire estimée de l'ordre de 54 millions d'euros (en 2004) pour prendre en compte le nouveau traitement comptable des deux Océanes et de l'Orane. En revanche, l'arrêt de l'amortissement du goodwill (environ 100 millions d'euros en 2004), avec cependant d'éventuelles charges d'"*impairment*", entraînera un impact positif.

Bilan : l'inscription à la valeur de marché de l'immeuble Publicis se fera pour un montant de 164 millions à l'actif, et certains éléments de dettes (composante capitaux propres des Oranes et des Océanes) seront reclassés dans les capitaux propres. Par ailleurs, les Bons de Souscription d'Actions sont également inscrits dans les capitaux propres depuis le remboursement de la partie obligataire des OBSAs en septembre dernier. L'ensemble de ces éléments conduira à une contraction de la dette nette de l'ordre de 350 millions d'euros. Les autres effets sur le bilan portent sur les buy-outs, désormais comptabilisés au passif (autres dettes) pour un montant de 129 millions d'euros, dès lors que Publicis Groupe détient un engagement de rachat d'intérêts minoritaires.

### **3 - Simplification du bilan :**

Le Groupe est engagé dans un processus de simplification du bilan ayant quatre objectifs :

- réduction de la dette,
- maintien d'un bon niveau de liquidité et d'échéances longues,
- désengagement des instruments financiers de nature complexe,
- réduction progressive de la dilution du BNPA.



## PUBLICIS GROUPE

Au cours de l'année 2004, le Groupe a analysé diverses solutions présentées par des institutions bancaires et cela a abouti à l'automne 2004 sur une première initiative, la cession des CLNs et le rachat de la partie obligataire des OBSA. La volonté du Groupe est d'exécuter d'ici l'été 2005 la suite du programme de simplification du bilan.

### **4 - Club Deal :**

Publicis Groupe a mandaté ABN AMRO Bank N.V., Banc of America Securities Limited, BNP Paribas, Calyon, Citibank International Plc, Société Générale et Natexis Banques Populaires pour la mise en place d'un crédit syndiqué multi-devises de 850 millions d'euros (« *multi-currency revolving credit facility* ») pouvant être porté à 1 milliard d'euros. Cette opération, qui a une durée de 5 ans, vise à améliorer la liquidité globale du Groupe en refinançant le crédit syndiqué de 700 millions d'euros signé en novembre 2003.

### **5 - Activité du Groupe fin 2004 :**

Maurice Lévy, Président du Directoire, a déclaré « *L'activité se déroule à ce jour comme prévu et nous sommes convaincus de pouvoir atteindre notre objectif de marge de 15 %, voire de le dépasser légèrement.*»

\* \*  
\*

**Publicis Groupe SA** (Euronext Paris : FR0000130577, NYSE : PUB) est le quatrième groupe mondial de communication. Il est également numéro un mondial du conseil et achat média. Ses activités couvrent 109 pays sur six continents.

Les activités du groupe s'articulent autour de **la publicité**, avec trois réseaux mondiaux autonomes, Leo Burnett Worldwide, Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi Worldwide, ainsi que deux réseaux multihubs créatifs, Fallon Worldwide et Bartle Bogle Hegarty, détenu à 49 % ; **le conseil et achat média** au travers de deux réseaux mondiaux ZenithOptimedia et Starcom MediaVest Group ; **les agences spécialisées et marketing services** avec en particulier le marketing direct, les relations publiques, la communication institutionnelle et financière, la communication interculturelle et santé.

Sites Internet : [www.publicis.com](http://www.publicis.com) et [www.finance.publicis.com](http://www.finance.publicis.com)

#### Contacts au sein de Publicis Groupe :

Pierre Bénaïch, relations investisseurs	+33 1 4443 6500
Eve Magnant, communication Groupe	+33 1 4443 7025