



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Publicis Groupe vient d'acquérir le Groupe BOZ et devient ainsi le numéro 1 de la Communication Santé en France

Paris - le 25 juillet 2006 – Publicis Groupe annonce aujourd'hui l'acquisition du Groupe BOZ, leader de la communication santé, basé à Paris. Le Groupe BOZ, qui souhaitait devenir un acteur global en Europe, a choisi de rejoindre Publicis Healthcare Communications Group (PHCG), numéro 1 mondial de la communication santé. Avec cette opération, PHCG France devient ainsi le leader incontesté de la communication médicale en France et consolide son importance en Europe.

Face à un environnement où la communication médicale se globalise, le Groupe BOZ ne pouvait rester en dehors de ce mouvement. En effet, l'harmonisation des pratiques médicales alliées à des exigences nouvelles et souvent mondiales dans les lancements des nouvelles molécules, pousse les laboratoires à rechercher un accompagnement stratégique par des réseaux mondiaux capables de couvrir tous les segments de la communication.

BOZ a su développer une approche intégrée de la communication médicale avec des offres synergiques autour de la communication produit. Ainsi, l'environnement scientifique, les études de marché, la formation des visiteurs médicaux, la formation médicale auprès des médecins, la gestion des observatoires de pathologies sont devenus des services indispensables aux laboratoires et sont bien maîtrisés par les équipes de BOZ. Cette approche est en cohérence parfaite avec la vision holistique de la communication développée par Publicis Groupe et notamment dans le secteur de la santé.

PHCG France sera articulé autour de 3 pôles distincts : Medicus Paris, Saatchi & Saatchi Healthcare Paris et BOZ Paris. Afin de garantir la parfaite confidentialité stratégique de ses clients, chaque structure gardera son indépendance. Cette nouvelle organisation permet à PHCG France de doubler sa taille et d'acquérir de nouveaux métiers. Le « Medical Education » sera régi par deux enseignes : Cascade et Discovery avec leurs programmes de FMC et les observatoires de pathologies. La formation des visiteurs médicaux sera assurée par l'Institut VIP, les études de marché par Yssup Research, la communication numérique par Melody Healthcare, les relations presse par Core Press, les relations professionnelles par Discovery et Tasse de Thé. Medicus International Paris continuera de gérer des projets de communication globale et internationale.



PUBLICIS GROUPE

Pour mener à bien ce projet, Alain Sarraf, qui a 20 ans d'expérience dans la communication santé et Président du groupe BOZ représentera PHCG France, avec l'ambition de créer une offre française puissante capable de rayonner dans le monde.

Maurice LEVY, Président du Directoire de Publicis Groupe: *"Le secteur pharmaceutique est d'une très grande importance stratégique pour Publicis Groupe. Nous offrons déjà la plus large palette de services et souhaitons vivement nous renforcer avec des équipes de premier plan. BOZ est un très beau groupe, avec des compétences et des talents largement reconnus, qui va nous permettre de constituer un pôle d'excellence en France avec un fort potentiel international"*.

Alain Sarraf, Président de BOZ : *"Je souhaitais donner à BOZ les moyens d'une expansion européenne car en France nous avons atteint une taille critique. Publicis Healthcare Communications Group, n°1 mondial de notre secteur, était le meilleur candidat pour une alliance durable. Les synergies effectives tant au niveau des compétences qu'au niveau de nos clients nous ont amenés très vite à nous unir. Nous allons participer à la création de l'offre la plus large dans la communication santé en France et à son développement international"*.

Le Groupe BOZ

Le Groupe BOZ, fondé en 1969, est l'agence leader dans la communication santé en France depuis plus de 25 ans. Elle emploie 65 personnes. Ses forces: un team médical regroupant 17 médecins communicants, un studio de création intégré, une offre de services large, et une organisation clients garantissant une totale confidentialité.

Site internet : www.boz.fr

Publicis Healthcare Communications Group (PHCG)

PHCG (Publicis Groupe S.A.) regroupe l'ensemble des activités de communication dans le domaine médical du Groupe dans le monde, autour de plusieurs enseignes au rayonnement international pour la plupart d'entre elles : Medicus, Discovery, Saatchi & Saatchi Healthcare, et Publicis Vital. Avec plus de 2700 collaborateurs, PHCG offre une gamme large et unique de services tels que le « Medical Education », la formation des visiteurs médicaux, la gestion des Affaires Médicales et Scientifiques, et des prestations de consulting très en amont des projets.

Site internet : www.publicishealthcare.com

Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577 et membre du CAC 40 - NYSE : PUB) est le 4^{ème} groupe mondial de communication et le 2^{ème} groupe mondial de conseil et achat média, avec une présence dans 104 pays sur les 5 continents.

Les activités de communication du Groupe comprennent à la fois 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 %) ; le conseil et l'achat d'espace à travers deux réseaux mondiaux : ZenithOptimedia et Starcom MediaVest Group ; les marketing services et la communication spécialisée (marketing relationnel, relations publiques, communication corporate et financière, communication événementielle, communication ethnique, communication santé...).

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

Contacts - Publicis Groupe :

Pierre Benaich, Relations Investisseurs	+33 1 44 43 65 00
Eve Magnant, Communication Corporate	+33 1 44 43 70 25
	BOZ
Charlotte de Saint-Marcq, Core Press	+33 1 44 95 99 41



Le Groupe BOZ

Le Groupe BOZ comprend 65 personnes dont 17 médecins, travaillant actuellement pour plus de 35 laboratoires pharmaceutiques. Leader de la communication Santé en France, l'Agence BOZ a développé une approche intégrée de la communication Santé à travers la création de filiales spécialisées permettant une offre globale autour du produit.

Parce qu'il est important d'adapter la communication au marché et à ses attentes, chaque communication produit est précédée par une étude du capital image des marques, des comportements des prescripteurs à travers l'institut de recherche, **Yssup Research**, qui possède un panel unique de 6 000 médecins en France. La visite médicale étant le « média » majeur du métier, l'amélioration de sa qualité est un facteur essentiel dans le succès des produits. **L'institut de formation VIP** travaille à l'amélioration des standards de qualité, permettant une écoute plus active de l'interlocuteur et des échanges plus fructueux.

Les observatoires de pathologies et les congrès internationaux sont d'une grande utilité pour parfaire la formation médicale continue des médecins dans les différentes pathologies. La société **Cascade Communication**, société d'éducation médicale, excelle dans cette démarche hautement scientifique, intégrant plus de 250 leaders d'opinions en France et en Europe.

Les sollicitations des médecins sont nombreuses, et il faut aujourd'hui proposer des manifestations qui créent « la Différence » pour capter leur intérêt. La société **Tasse de Thé** au travers de programmes éducationnels pragmatiques et d'animation attractifs a su développer ce savoir faire.

L'accompagnement des clients par une équipe unique dédiée, chef d'orchestre des différents métiers du groupe, est le facteur d'efficacité le plus souvent mis en avant par les clients, et aussi de fidélité, dont la preuve n'est plus à faire.

Alain Sarraf - Biographie

Alain Sarraf, 44 ans, DESS Marketing IAE d'Aix, est un homme de la communication santé. Après un passage dans le groupe AKZO Nobel, il rejoint BOZ, agence spécialiste de la communication médicale, en qualité de Directeur de Clientèle junior et grimpe tous les échelons. Il devient majoritaire de l'agence BOZ en 1999 et fait de l'Agence un groupe de communication en lançant 4 nouveaux métiers : Education Médicale, Etudes de marchés, Formation des visiteurs médicaux et des médecins, Relations Professionnelles. En 2006, il cède le Groupe BOZ qu'il dirige, à Publicis Groupe et devient Country Manager de l'entité Publicis Healthcare Communications Group France tout en gardant la Présidence de BOZ.



ANNEXE 2



Alain Sarraf - Country Manager PHCG France



Dr Denis Lefebvre



Dr Philippe Pariente

- **Agence Medicus Paris** – Denis Lefebvre
Agence de Communication
- **Discovery Paris** – Barbara Joly
Éducation Médicale
- **Medicus International Paris** – John Bruton
Agence de Communication dédiée à la communication globale

- Agence de Communication



Alain Sarraf – Président

Éric Moret – Directeur Général



- Éric Moret
Agence de Communication



- Dr Pierre-Louis Prost
Éducation Médicale, congrès,
observatoires de pathologies



- Fabienne Achard
Relations Publiques



- Hélène Panak
Études de Marchés, Consulting



- Dr Cécile Rabian
Formation VM, Médecins



Gilles Elalouf

- Agence de Communication Numérique