



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 12 février 2002

CHIFFRE D'AFFAIRES 2001 : UNE PERFORMANCE BIEN SUPÉRIEURE AU MARCHÉ

Le chiffre d'affaires consolidé de Publicis Groupe SA pour l'année 2001 s'inscrit en hausse de **41,2 %** à **16,7** milliards d'euros, contre 11,8 milliards d'euros pour l'année 2000.

Cette très forte progression par rapport à une année 2000 déjà exceptionnelle, prend en compte la contribution des acquisitions, notamment celles de Saatchi & Saatchi (déjà consolidée sur quatre mois en 2000), de Nelson Communications (consolidée sur 2 mois en 2000) et de Zenith Media, consolidée depuis le 1^{er} octobre 2001 à la suite de l'accord conclu avec Cordiant Communications Group.

Le revenu du Groupe pour l'année 2001 s'est élevé à **2,43** milliards d'euros contre 1,8 milliards d'euros en 2000, en augmentation de **37,5 %**. La croissance organique, à taux de change et périmètre constant, s'établit à **3,1 %** (hors Nelson Communications), alors que le marché mondial de la publicité est en net recul (de l'ordre de 4 ou 5 % par rapport à 2000 selon les estimations). Cette **sur-performance de 7 à 8 points** au-dessus du marché place Publicis pour l'année 2001 dans le peloton de tête du secteur en terme de croissance.

- **Revenu par zone géographique :**

	en millions d'euros	Croissance organique	Croissance réelle
Europe	1 097	+ 5,8 %	+ 24,9 %
Amérique du Nord	1 035	- 1,2 %	+ 50,4 %
Asie-Pacifique	180	+ 4 %	+ 81 %
Amérique Latine et autres	122	+ 11,7 %	+ 39,8 %
Total	2 434	+ 3,1 %	+ 37,5 %



PUBLICIS GROUPE S.A.

- **L'année 2001 a été marquée pour Publicis par :**

- 1. Une poursuite du développement dans le secteur des marketing services et agences spécialisées (SAMS) avec :**

- l'acquisition du *Triangle Group*, le plus important groupe indépendant dans le domaine de la promotion des ventes au Royaume-Uni, de *Fisch.Meier.Direkt*, la première agence de marketing direct en Suisse, de *FusionDM*, une importante agence indépendante de marketing direct à San Francisco fusionnée ensuite avec Publicis Dialog, la prise de contrôle par Frankel de *Creative AIM*, une agence de promotion des ventes (« grassroots marketing »),
- le renforcement de Publicis dans des disciplines telles que le design (acquisition de *Carré Noir* en France), la communication financière (acquisition d'*Ecocom* en France et de *Fabianne Gershon & Associates* et du *Hudson Stone Group* aux Etats- Unis) et la communication ethnique avec l'acquisition de *Sanchez & Levitan*, une importante agence hispanique aux Etats-Unis, qui permet de développer l'offre du groupe dans ce secteur en forte croissance.

Enfin, il convient de noter que Publicis vient d'annoncer l'acquisition d'une agence de communication au Japon, *Gravitas*, spécialisée dans les marketing services et les relations publiques. Cette première acquisition au Japon permet à Publicis, déjà présent avec sa propre agence depuis 1998, de proposer à ses clients une offre holistique, intégrant une large palette de services.

- 2. La création du 3^{ème} groupe mondial de conseil et achat média :**

En juillet 2001, Publicis Groupe SA et Cordiant Communications Group plc ont annoncé le rapprochement de leurs activités conseil et achat média. Publicis détient 75% du capital de la nouvelle entité créée, qui regroupe les réseaux Optimedia et Zenith Media. La nouvelle société, baptisée *The Zenith Optimedia Group*, se situe au troisième rang mondial du secteur (classement du magazine Advertising Age du 23 juillet 2001). Ainsi Publicis se trouve actionnaire majoritaire d'un des leaders mondiaux dans le secteur hautement stratégique des agences-média.



3. Le développement international du réseau Fallon Worldwide :

Déjà présent à Minneapolis, New York et Londres, Fallon Worldwide élargit son réseau avec la création d'implantations à Sao Paulo, à Singapour et à Hong Kong. Il s'agit là d'une étape importante dans le développement international du troisième réseau du groupe, dont la vocation est de disposer à terme d'un ensemble de « hubs régionaux » permettant d'offrir aux clients une couverture des grandes régions économiques du globe.

4. Renforcement sur des marchés en forte croissance :

Publicis a procédé au quatrième trimestre 2001 à l'acquisition de l'agence indonésienne *Metro Advertising*, une des agences les plus réputées du pays qui a connu une très impressionnante croissance depuis sa création.

5. New business :

Publicis Groupe SA a conquis 2,3 milliards d'euros (net) de nouveaux budgets en 2001, au travers de ses différents réseaux (Zenith Media n'est intégré qu'au quatrième trimestre), notamment :

Publicis Worldwide : Siemens Corporate, VoiceStream, Ciba Vision, Siebel, The Washington Apple Commission, Washington State Lottery, Safeco aux Etats-Unis ; Areva, Jet Tours, Syngenta, Helena Rubinstein, Façonnable en France ; Credito Italiano en Italie ; The Post Office, Six Continents Retail en Angleterre ; Molson Black Label au Canada ; le FC Barcelone en Espagne ; Zivnostenska Banka en République Tchèque ; Novartis, Liquorland Vintage Cellars en Australie ; Korea Telecom et Renault Samsung en Corée ; les biscuits São Luiz & Tostines au Brésil.

Saatchi & Saatchi Worldwide : T-Mobile (Deutsche Telekom) ; Guinness en Asie ; Adidas au Japon ; i-STT à Singapour ; une extension significative de sa collaboration avec General Mills aux Etats-Unis et avec Procter & Gamble dans plusieurs pays ; CDC (Centers for Disease Control and Prevention) aux Etats-Unis avec Frankel et Publicis Dialog ; l'Office National du tourisme de Grèce au niveau mondial ; Alfred Ritter Chocolate en Allemagne ; Danone Dairy et Danone Robust et Sony Consumer Electronics en Chine ; Hankook Tires en Corée en collaboration avec Publicis•Welcomm.



PUBLICIS GROUPE S.A.

Fallon Worldwide : United Airlines, Gulfstream Aircraft, National Oil Heat Research Alliance, les aliments pour animaux Purina One aux Etats-Unis ; le Ministère de la Défense et le Central Office of Information (COI) en Grande-Bretagne ; Timberland au niveau mondial et une extension à l'Europe du budget Citibank.

Zenith Optimedia Group (achat et conseil média) : Vizzavi en Europe ; Entertainment Film Distributors, Sony Digital, Toyota (concessionnaires) en Grande-Bretagne ; Bausch & Lomb aux Etats-Unis ; Le Ministère des Finances aux Pays-Bas ; Le Ministère de l'Education Nationale, Usinor, L'Armée de Terre en France ; Honda, Fairfax Newspapers et Lion Nathan Brewery en Australie ; Procter & Gamble, Chun Lan et Sony en Chine ; Polo Ralph Lauren en Europe ; et au niveau mondial Sanofi Synthélabo, Aspen Technology, Allied Domecq, Siemens-Infineon, Iberia.

La banque américaine CSFB vient de publier le classement mondial du new business pour 2001 dans son « 2001 New Business Encyclopedia » : Publicis est classé numéro trois mondial, un rang bien supérieur à celui du groupe si l'on ne retenait que des critères de taille (revenus,...).

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

«Alors que l'actualité économique et politique n'a cessé de se dégrader et que de nombreuses révisions à la baisse ont jalonné l'année 2001, nous avons atteint nos objectifs. Cela est très satisfaisant car, si ce niveau de croissance peut sembler modeste en comparaison des performances passées de Publicis, nous avons prouvé notre capacité de résistance en ayant su anticiper et réagir rapidement aux circonstances grâce à une forte mobilisation de nos équipes. C'est cette mobilisation, alliée à une qualité de prestations stratégiques et créatives et à la composition de son portefeuille de clients, qui explique cet écart de 7 à 8 points supérieur au marché.»

L'année 2002 risque de ne pas voir de reprise significative de l'activité publicitaire, même si l'on assiste actuellement à une certaine revitalisation de l'activité commerciale et du new business. Les atouts de Publicis continueront d'être précieux en 2002 et nous prévoyons encore de réaliser une performance supérieure à celle du marché mondial de la publicité.»

* *
*



PUBLICIS GROUPE S.A.

Publicis Groupe SA (Euronext Paris : 13057, NYSE : PUB) est le 6^{ème} groupe mondial de communication (classement AdAge avril 2001) présent dans 102 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 (3^{ème} mondial de ce secteur) et la vente d'espace media. Publicis offre ainsi une gamme complète de services à travers ses 3 réseaux mondiaux fonctionnant de manière autonome : Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi Worldwide, et Fallon Worldwide, et ses 2 réseaux de conseil et achat media : Optimedia et Zenith Media.

Publicis a su 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.

Le Groupe a réalisé en 2001 avec 20.000 collaborateurs, un chiffre d'affaires de 16,7 milliards d'euros et une marge brute de 2,4 milliards d'euros.

Contacts Publicis Groupe SA :

Pierre Bénaïch
01 44 43 65 00

Directeur des Relations Investisseurs

Laurence Rey
01 44 43 70 10

Directeur de la Communication