



Communiqué de presse

23/04/13



A L'OCCASION DE SON INVESTOR DAY, PUBLICIS GROUPE PRÉSENTE UN NOUVEAU MODÈLE D'AGENCE DE PUBLICITÉ ET D'AMBITIEUX OBJECTIFS DE CROISSANCE SUR CINQ ANS

À l'horizon 2018 : nouveaux services, le numérique au cœur des métiers, Commerce +, 75% du chiffre d'affaires réalisé dans le numérique et les pays à forte croissance, progression des marges d'environ 200 à 400 points de base par rapport à 2012.

Londres, 23 avril 2013 - Publicis Groupe, réunissant 25 de ses cadres dirigeants du monde entier, a présenté son nouveau modèle d'agence publicitaire devant les investisseurs réunis à l'occasion de l'Investor Day. Le Groupe a également confirmé des objectifs ambitieux de croissance et de progression de ses marges, compte-tenu d'un développement focalisé stratégiquement sur le secteur numérique et les marchés émergents.

Au cours des dix dernières années, ont souligné les dirigeants, le secteur mondial de la publicité a connu de profonds changements systémiques, marqués par l'émergence d'un écosystème numérique en mutation rapide, bouleversant tous les aspects de la communication et par une réorientation massive vers les pays à forte croissance. Ces transformations inédites ont profondément remodelé les comportements des consommateurs, à la fois dans leurs modes de consommation et dans leurs relations aux médias, à travers l'émergence de nombreux outils de communication. La multiplication des supports, des technologies marketing et la complexité de la gestion des médias « paid/ earned/ owned » n'ont fait qu'exacerber les défis qu'ont à relever aujourd'hui les services marketing des annonceurs pour atteindre leurs cibles de manière efficace et rentable.

Publicis Groupe a très tôt anticipé ces transformations systémiques et opéré un tournant stratégique réussi vers le secteur numérique et les pays à forte croissance. De 2006 à 2012, le groupe a mené une politique d'acquisitions marquée notamment par le rachat de Digitas, Razorfish, Rosetta, Big Fuel et tout récemment LBi, ce qui lui a permis de se construire un nouveau profil à la pointe de l'innovation. L'accent n'a pas été mis que sur les investissements numériques mais dans une plus

large mesure sur l'innovation marketing, commerciale, publicitaire, « social » ainsi que sur l'e-commerce.

Cette journée londonienne dédiée aux investisseurs de Publicis Groupe a été l'occasion de présenter des outils définissant de nouvelles normes, à la croisée des stratégies technologiques, créatives et médias, afin de permettre aux clients du Groupe d'optimiser leur communication avec les consommateurs pour construire la fidélisation aux marques et développer les ventes.

Le Groupe a présenté des outils propriétaires de pointe, au service de communications ciblées d'une grande souplesse de déploiement. Des technologies créatrices de valeur non seulement sur le cœur de métier du Groupe – la publicité et les médias – mais aussi dans le développement d'expériences de marque répondant aux besoins individuels des consommateurs, à travers une gamme complète de médias et d'outils de communication. Le nouveau « modèle d'agence de publicité » fournit des produits construits sur des contenus et services créatifs et innovants, à travers une approche entièrement renouvelée. Les clients bénéficieront d'innovations, de produits et services de pointe et d'une organisation entièrement repensée mutualisant toutes les ressources autour d'eux.

D'autres présentations durant l'Investor Day ont mis en lumière l'expansion géographique, les économies d'échelle réalisées et les compétences de pointe du groupe dans les régions à forte croissance les plus éloignées. Au cours des six dernières années, Publicis Groupe a organisé la montée en puissance de ses activités dans certains des pays du monde les plus prometteurs et les plus dynamiques, comme le Brésil et la Chine.

Une politique soutenue d'acquisitions menée ces dernières années dans les pays à croissance rapide a été favorisée par l'intégration réussie au sein du Groupe d'entreprises nouvellement rachetées.

À l'heure de la mise en œuvre de sa prochaine phase d'opérations pour la croissance des cinq prochaines années, la transformation que poursuit le Groupe en direction du numérique et des marchés en plein essor va se traduire par une croissance qui lui assurera une avance durable par rapport à la moyenne du secteur mondial de la publicité.

Publicis Groupe prévoit de réaliser 75% de son chiffre d'affaires dans le secteur numérique et les pays à forte croissance d'ici 2018 et d'améliorer ses marges de 200 à 400 points de base par rapport à 2012.

Le programme d'amélioration des marges a été également présenté. Il repose notamment sur la montée en puissance des marges dans le numérique : après une période de fort investissement, les marges du numérique devraient raisonnablement dépasser la moyenne du groupe, en particulier du fait de la mise en œuvre de nouveaux produits à fort effet d'échelle tels que ceux présentés lors de l'Investor Day. Sont également prévues des améliorations du fait de la croissance des revenus et d'un bon contrôle des coûts grâce aux gestions centralisées ou aux outils mis en œuvre.

« Cette rencontre avec les investisseurs a été l'occasion de montrer l'étendue de nos talents qui rayonnent dans tous nos segments d'activités et organisations à travers le monde » a dit Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe. « Les partenariats noués avec les acteurs clés de l'innovation numérique comme Google, Microsoft, Facebook, IBM, Adobe... nous permettent de continuer à fixer les règles du jeu et d'anticiper les tendances de demain. Nous visons haut et je sais que notre organisation, nos talents et nos équipes dirigeantes se tiennent prêts aussi bien à innover qu'à nous faire croître et à obtenir des résultats. Nous avons une culture de l'ambition et sommes fiers de notre longue tradition d'objectifs atteints et de satisfaction des clients comme celle de toutes nos parties prenantes. Nous avons des avantages stratégiques : nous sommes le creuset où convergent technologie, innovation, stratégie et créativité. Soit l'équation magique du marketing d'aujourd'hui : TI+QI+QE. C'est le nouveau Publicis Groupe. »

A propos de Publicis Groupe

Publicis groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est l'un des premiers groupes mondiaux de communication. Nous sommes présents dans tous les secteurs et les métiers : le numérique (DigitasLBI, Razorfish, Rosetta, VivaKi), les agences créatives (BBH, Leo Burnett, Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi), les relations publiques, la communication institutionnelle et l'événementiel (MSLGROUP), l'achat d'espace et la stratégie média (Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia) et enfin la communication santé avec Publicis Healthcare Communications Group (PHCG). Le Groupe est présent dans 108 pays et compte environ 58 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com | Twitter : @PublicisGroupe | Facebook : <http://www.facebook.com/publicisgroupe>

Viva la Difference !

Contacts

Publicis Groupe

Peggy Nahmany
Martine Hue
Stéphanie Atellian

Communication corporate
Investor Relations
Investor Relations

+ 33 (0)1 44 43 72 83
+ 33 (0)1 44 43 65 00
+ 33 (0)1 44 43 74 44