



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 9 Septembre 2004

**PUBLICIS CREE UN NOUVEAU MANAGEMENT BOARD
POUR L'ENSEMBLE DE SES ACTIVITES MEDIA**

Ce Board, sous l'appellation Publicis Groupe Media, visera à renforcer l'offre des réseaux Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia

Publicis Groupe a annoncé aujourd'hui la création d'un nouveau Management Board des activités Media visant à renforcer ses deux réseaux mondiaux, Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia. Ce Board, sous l'appellation Publicis Groupe Media (PGM), aura pour mission de préserver et de consolider les multiples enseignes media du Groupe.

« Publicis Groupe dispose de deux des plus puissants réseaux d'agences media au monde, offrant leurs services à un nombre important de grandes marques mondiales » a déclaré Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe. « Notre projet est de renforcer la force intrinsèque de chaque réseau, de préserver leur indépendance, de les doter des plus forts atouts concurrentiels avec les meilleurs talents et les meilleurs outils du marché. Chaque réseau conservera son positionnement et sa propre offre de services, au profit de ses clients respectifs ; le rôle de Publicis Groupe Media sera d'évaluer attentivement les besoins de chacun et d'entreprendre les investissements et améliorations susceptibles d'apporter aux clients les solutions les plus performantes et les plus efficaces ».

PGM sera placé sous la présidence de **Roger Haupt**, *Chief Operating Officer* de Publicis Groupe SA et comptera parmi ses membres principaux **Jack Klues**, *Chief Executive Officer* de SMG, **Steve King**, *Chief Executive Officer* de ZenithOptimedia, **Adrian Sayliss**, *Global Chief Financial Officer* de ZenithOptimedia et **Frank Voris**, *Chief Financial Officer* de SMG. Siègeront également à ce Conseil **Renetta McCann**, *Chief Executive Officer* de SMG/Amérique ; **Rich Hamilton**, *Chief Executive* de ZenithOptimedia/Amérique ; **Mark Cranmer**, *Chief Executive* de SMG Europe/Moyen-Orient/Afrique et **Rishad Tobaccowala**, responsable de SMG Next practice.

PGM n'est pas une nouvelle société, mais un Board dont l'objet est l'amélioration constante de l'offre du Groupe. *« Publicis Groupe Media ne sera pas une fusion de nos réseaux mondiaux »* a ajouté Roger Haupt. *« Nous restons attachés à notre stratégie multimarques et nous entendons consolider la capacité de ces réseaux à offrir un service inégalé et spécifique pour chaque client. Notre leadership sur le marché doit être source d'avantages plus nombreux pour nos clients. Ce Board explorera attentivement les différentes opportunités de rationalisation des investissements dans le cadre des services media de base, dont l'acquisition de données externes et des technologies non spécifiquement liées à un client donné. Cela devrait garantir que chaque réseau, Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia, puisse être à même d'offrir à ses clients les meilleurs outils et systèmes. »*



PUBLICIS GROUPE

Ce Board étudiera également la possibilité d'une consolidation de certaines fonctions administratives pour gagner en efficacité. Il devra aussi veiller à l'optimisation des investissements en matière de nouveaux outils de modélisation, destinés à une meilleure évaluation de la performance pour les clients des deux réseaux.

La gestion des conflits constitue une priorité

« Quelles que soient les améliorations recherchées, nous travaillerons étroitement avec nos clients sur chaque marché afin de nous assurer que les mesures que nous prenons ont pour résultat de générer simultanément des avantages mesurables pour eux – parmi lesquels une offre media renforcée, de meilleurs outils et talents au service de leurs marques – et une amélioration du retour sur investissement. Cela se fera bien entendu dans le respect de la plus stricte confidentialité à l'égard des activités de nos clients » a souligné Roger Haupt.

Services media diversifiés

PGM favorisera également la mise en commun d'activités de services spécialisés qui existent au sein de ZenithOptimedia et de SMG, notamment les entités Relay Sports et Events Marketing de SMG, mais aussi SMG Directory Marketing, Play, Sponsorship Intelligence et Ninah Consulting, (agence de conseil en investissements et performance de ZenithOptimedia). Ces unités, qui reporteront à Frank Voris, seront à la disposition de toutes les marques placées sous PGM et, à plus grande échelle, de la « famille » Publicis Groupe.

« Nos activités de services spécialisés favorisent la relation directe entre nos clients et leurs consommateurs dans des univers de communication non traditionnels et émergents, qui occupent une place essentielle dans l'efficacité des plans de communication » a précisé Roger Haupt. *« Ces entités sont complémentaires et seront une source nouvelle de croissance des revenus en favorisant le contact des marques avec leurs consommateurs, plus que jamais insaisissables »*. Cependant, certaines de ces unités existant au sein de SMG et de ZenithOptimedia conserveront un statut à part compte tenu de leur lien unique avec certains clients ; c'est le cas de ZenithOptimedia Direct, SMG IP, Tapestry et Halogen Direct.

Responsabilités au sein de SMG et de ZenithOptimedia

Au sein de chaque réseau, les responsabilités de management resteront identiques.

La direction régionale de SMG ne change pas ; les CEO régionaux sont les suivants : Renatta McCann, Amériques ; Mark Cranmer, Europe/Moyen-Orient/Afrique ; Blaise D'Sylva, Asie du Nord Est ; D. Sriram, Asie du Sud Est/Inde et Martha Marin, Amérique Latine. Laura Desmond conserve son rôle de *Chief Executive Officer* de MediaVest USA et Dennis Donlin garde le titre de *Executive Officer* de GM Planworks à Detroit, tous deux reportant à Renetta McCann.

Au sein de ZenithOptimedia, Steve King conserve les fonctions de *Global Chief Executive Officer* de ZenithOptimedia, responsabilité qu'il assume depuis le mois de mars. Adrian Sayliss poursuit son rôle en matière financière. Tous les autres postes de direction au niveau régional restent identiques, à savoir Rich Hamilton au poste de *Chief Executive* de ZenithOptimedia/Amériques, Phil Talbot à celui de *Chief Executive Officer* pour la région Asie/Pacifique, John Taylor à celui de *Global client services Director* pour ZenithOptimedia.

Améliorations marché par marché

Selon J. Klues, PGM se concentrera dans l'immédiat sur plusieurs marchés déjà identifiés. *« Nous prévoyons des améliorations significatives dans plusieurs pays d'Europe de l'Ouest, et nous avons l'intention d'effectuer relativement rapidement*



PUBLICIS GROUPE

certains investissements stratégiques sur une sélection de marchés-clés » a-t-il déclaré. « Alors que nous ne rapprocherons jamais nos capacités d'achat aux États-Unis où nos entreprises jouissent déjà d'une force de négociation suffisante pour pouvoir offrir les meilleurs prix à leurs clients, nous explorerons la faisabilité d'une telle démarche sur d'autres pays où les pratiques du secteur le permettent et où nos clients pourraient bénéficier d'un pouvoir de négociation renforcé. Là encore, nous saisissons ces opportunités en toute transparence à l'égard de nos clients et seulement après avoir pris toutes les garanties nécessaires en matière de préservation de la confidentialité. »

Steve King a indiqué : *« la structure de PGM va nous donner un cadre de travail qui apportera un nouveau souffle et de la force à l'offre de services que nous pouvons proposer, sans pour autant diluer la culture et le management propres à chaque réseau ».*

« L'univers de la communication, sous l'impulsion irrésistible des nouvelles technologies, se développe de façon exponentielle et se fragmente rendant la relation directe avec le consommateur plus complexe à construire et tout aussi cruciale que les contenus même des messages. Les agences media jouent, au sein de Publicis Groupe, un rôle essentiel dans la recherche constante d'un lien, d'un contact avec les consommateurs et la consolidation de ce lien. Notre intention est de conserver notre avance et de la renforcer pour faire de nos activités media les meilleurs partenaires de nos clients dans cet univers. » analyse Maurice Lévy.

Starcom Media Vest Group offre une palette complète de services dans les media (www.smvgroup.com). SMG compte parmi les sociétés de communication media les plus importantes au monde avec plus de 4800 personnes (« architectes »). Le réseau de SMG, avec 110 bureaux dans 76 pays, fournit des solutions complètes à de nombreuses entreprises et marques de renommée mondiale. En complément avec les sociétés Starcom, MediaVest et d'autres marques régionales, SMG possède des unités de services media diversifiés pour répondre à l'évolution constante de l'environnement. Parmi lesquelles Relay Sports et Event Marketing, SMG Directory Marketing, Halogen Direct, Tapestry (multiculturelle), et SMG Entertainment.

ZenithOptimedia Group est l'un des leaders mondiaux dans le conseil et achat media avec 4000 collaborateurs au sein de 162 bureaux dans 59 pays. ZenithOptimedia a développé une approche client très orientée sur son engagement et sa capacité à leur offrir le meilleur retour sur investissement, incarné par la mise en oeuvre d'une stratégie spécifique : The ROI Blueprint ; Et chaque étape de son déploiement s'appuie sur une démarche propriétaire ZOOM (ZenithOptimedia Optimisation of Media), qui apporte les ancrages indispensables pour son application et succès. Enfin, ZenithOPTimedia Village rassemble un ensemble d'activités de communications complémentaires destinées à renforcer les liens entre les marques et leurs consommateurs.

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 media. 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 et www.finance.publicis.com

Contacts au sein de Publicis Groupe :

Pierre Bénaich, relations investisseurs	+33 1 44 43 65 00
Eve Magnant, communication Groupe	+33 1 44 43 70 25