



PUBLICIS GROUPE S.A.

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'AGENCE PUBLICIS DE CHICAGO FUSIONNE AVEC PUBLICIS NEW YORK

Paris, le 16 septembre 2002 - Publicis a décidé de fusionner ses agences de Chicago et de New York afin de se renforcer à New York et d'offrir encore davantage de ressources et de talents aux clients, dans le cadre de la communication holistique, concept exclusif développé par le Groupe Publicis.

La nouvelle entité sera dirigée par Barry Krause qui était Chairman CEO de Publicis Chicago et qui devient donc Chairman CEO de Publicis New York. Par ailleurs, Peter Nicholson, créatif de grand renom, qui était Chief Creative Officer de Publicis Chicago assurera ces mêmes fonctions au sein de la nouvelle agence Publicis New York.

En 4 ans, Publicis a réalisé aux Etats-Unis une croissance exceptionnelle de plus de 227 %, et sa créativité est largement reconnue, comme en attestent encore tout récemment les nombreuses récompenses obtenues dont celle au Festival de Cannes pour la campagne Fuji.

Les sociétés Publicis Dialog (marketing relationnel), Burrell Communications (communication ethnique), Frankel (marketing services) Optimedia (conseil et achat media) et Market Forward (marketing technologique) conservent leurs implantations à Chicago.

La fusion des agences prend effet à compter du 3 octobre prochain, les équipes des deux agences étant regroupées à cette date à New York au 4 Herald Square.

Après la fusion, Publicis New York réalisera un chiffre d'affaires de 400 millions de dollars avec plus de 300 collaborateurs et une liste de clients prestigieux tels que L'Oréal, Novartis/CIBA Vision, Whirlpool, Club Med, Fujifilm, OfficeMax, International Securities Exchange, BMW, Principal Financial Group, Siemens, Char-Broil, and American Trans Air.



Publicis Groupe SA (Euronext Paris : 13057, NYSE : PUB) sera, à l'issue de l'opération Bcom3, le 4^{ème} groupe mondial de communication (classement AdAge avril 2002) présent dans 109 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 (1er mondial de ce secteur) et la vente d'espace media. Publicis offrira ainsi une gamme complète de services à travers ses réseaux mondiaux fonctionnant de manière autonome : Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi Worldwide, Leo Burnett Worldwide, D'Arcy Worldwide et Fallon Worldwide, et ses réseaux de conseil et achat media : The Zenith Optimedia Group et Starcom MediaVest Group.

Publicis est aujourd'hui le Groupe qui a su le mieux 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 (avant acquisition Bcom3) avec 20.592 collaborateurs, un chiffre d'affaires de 16,7 milliards d'euros, une marge brute de 2,43 milliards d'euros et un résultat net de 151 millions d'euros.