



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 13 mai 2003

PUBLICIS AU PREMIER TRIMESTRE 2003 :

- **REVENU : 905 MILLIONS D'EUROS (+ 57 %)**
- **NEW BUSINESS : PRES D'UN MILLIARD D'EUROS**
- **QUELQUES SIGNES ENCOURAGEANTS**

Revenu :

Le revenu consolidé de Publicis Groupe SA au 31 mars 2003 s'est élevé à 905 millions d'euros contre 576 millions d'euros pour la même période de 2002, ce qui représente une augmentation de 57 %. Cette croissance forte s'explique par la consolidation des agences de l'ex-groupe Bcom3 acquis fin septembre 2002.

Le premier trimestre a en outre subi de plein fouet la forte appréciation de l'euro vis à vis de plusieurs devises étrangères, et en particulier le dollar US et la livre sterling. L'impact négatif total des changes (lié à la conversion en euro) a été de 143 millions d'euros au premier trimestre dont 104 millions pour le seul dollar US.

A taux de change et périmètre constants, le revenu a connu une légère baisse de 1,2 %, traduisant une relative amélioration de l'activité par rapport aux périodes précédentes. L'activité aux Etats-Unis est demeurée ferme même si la guerre en Irak a pesé sur les investissements publicitaires et freiné la croissance.

En revanche, plusieurs marchés européens (dont l'Allemagne, les Pays-Bas, l'Espagne et l'Italie) et le Brésil sont demeurés difficiles au premier trimestre.



Revenu par zone géographique :

	en millions d'euros	Croissance	
		Organique	Totale
Europe	348	- 5,2 %	+ 38,6 %
Amérique du Nord	427	- 0,8 %	+ 64,2 %
Asie-Pacifique	82	+ 11,1 %	+ 105 %
Amérique Latine	32	+ 3,7 %	+ 88,2 %
Reste du monde	16	+ 12,5 %	+ 100 %
Total	905	- 1,2 %	+ 57,1 %

Chiffre d'affaires :

Le chiffre d'affaires consolidé de Publicis Groupe SA à fin mars 2003 s'établit à 7,46 milliards d'euros, contre 4,65 milliards d'euros pour la même période de 2002, soit une hausse de 60,5 %. Cette croissance s'explique par l'intégration des activités de l'ancien groupe Bcom3. Par ailleurs, le fort développement des agences « media » du Groupe et l'intégration de Starcom MediaVest Group rendent cet indicateur moins significatif que par le passé. Il reste néanmoins et dans l'absolu un élément révélateur du niveau d'activité du Groupe.

New business :

Publicis Groupe SA a connu au premier trimestre 2003 une très forte activité de conquête de nouveaux budgets et a acquis au total au cours du trimestre 950 millions d'euros de nouveaux budgets nets, au travers de ses différents réseaux. Ce chiffre se décompose en 620 millions d'euros pour la publicité et les SAMS et 330 millions d'euros pour les activités de conseil et achat média.

Ont été notamment conquis par :

Publicis Worldwide : les budgets Cadbury (confiserie de chocolat) dans plusieurs pays ; Carrefour en Chine et au Japon ; Wyeth en Autriche ; Allianz en République Tchèque ; Renault/YuLoon et Hey Song (boissons) à Taiwan ; National Commercial Bank en Arabie Saoudite ; INPEV au Brésil et Airbus au Japon.



PUBLICIS GROUPE S.A.

Saatchi & Saatchi Worldwide : les budgets Wyeth aux Etats-Unis ; des extensions significatives du budget Toyota/Lexus aux Etats-Unis et en Europe ; The Royal Bank of Scotland et e-Bookers au Royaume-Uni ; Enel en Italie ; La Loterie Nationale des Pays-Bas ; et une extension du budget européen de l'Office du Tourisme de Grèce.

Leo Burnett Worldwide : les budgets Gateway Computers au niveau mondial ; Visa International en Amérique Latine ; Affinity en Europe ; China Resources Group en Chine et Vitasoy à Hong Kong ; IDBI Principal en Inde ; Bardahl et Walmart/Suburbia au Mexique et Plasmon en Italie.

Autres réseaux publicitaires :

- le Ministère du Tourisme des Bahamas par Fallon Worldwide,
- Ruby Tuesday par Kaplan Thaler Group.

ZenithOptimedia (conseil et achat média) : les budgets Toyota Scion aux Etats-Unis ; Wyeth au niveau international ; l'Office du Tourisme d'Indonésie et Focus en Allemagne ; Sony en Asie et PZU (assurances) en Pologne.

Starcom MediaVest Group (conseil et achat media) : les budgets Visa International et BellSouth pour l'Amérique Latine ; Italtel, Bracco et Plasmon en Italie ; HFC Bank et Admiral Insurance au Royaume-Uni et Red Bull en Thaïlande.

SAMS (agences spécialisées et marketing services) :

- Berlex/Campath, The Diabetes Consortium et Bertek/Asimia par Nelson Communications,
- Watson Pharmaceuticals/Oxytrol, AstraZeneca/Rhinocort, Pulmicort et Symbicort par Medicus Group
- Pfizer/Aricept - Pfizer/Pharmacia/Xalatan par Manning, Selvage & Lee.

Enfin, il est important de noter qu'au cours des mois d'avril et mai 2003 les différents réseaux du Groupe ont enregistré des succès significatifs en new business, dont notamment : le budget mondial d'Allied Domecq (spiritueux) sur l'ensemble des disciplines de la communication par Publicis Worldwide, Gateway par Starcom MediaVest Group (média) et Miramax par ZenithOptimedia (média).



PUBLICIS GROUPE S.A.

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

«Le marché mondial de la publicité a été marqué au premier trimestre par un niveau très élevé d'incertitude lié à la guerre en Irak. Toutefois, certaines tendances ont pu se dessiner, et en particulier une confirmation des premiers signes positifs perçus aux Etats-Unis au cours du quatrième trimestre 2002. De même, la croissance observée en Asie-Pacifique reste très encourageante. Il reste malheureusement qu'un marché déprimé dans plusieurs pays européens tire le marché mondial vers une légère baisse .

L'activité de Publicis Groupe SA a globalement suivi cette tendance, avec un premier trimestre qui affiche toutefois la meilleure performance organique depuis le quatrième trimestre 2001. Publicis a surtout fait preuve d'une vitalité commerciale exceptionnelle : au cours de ce premier trimestre 2003, nous avons conquis près d'un milliard d'euros de nouveaux budgets, qui devraient conforter les performances attendues au second semestre 2003 et compenser d'éventuelles déconvenues relatives à un prolongement de la faiblesse des marchés européens ou aux conséquences en Chine de l'épidémie de pneumonie atypique.

L'intégration de Bcom3 se poursuit de façon satisfaisante et l'amélioration sensible de nos marges (avec un objectif de marge opérationnelle de 15 % au deuxième semestre 2003) demeure notre priorité absolue. Sur ces deux sujets, je tiens à souligner que nous avançons conformément à notre plan de marche. L'intégration de D'Arcy s'effectue à notre rythme, minimisant les risques de perte de budgets ».

* *
*

Publicis Groupe S.A. (Euronext Paris : 13057 - NYSE : PUB) est le 4^{ème} groupe mondial de communication (classement AdAge avril 2003) et leader mondial de conseil et achat média (classement RECMA janvier 2003), 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 et la vente d'espace media. Publicis offre une gamme complète de services à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome : Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi Worldwide et Leo Burnett Worldwide ; deux réseaux multi-hubs : Fallon Worldwide et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; et deux marques mondiales de conseil et achat média : ZenithOptimedia et Starcom MediaVest Group.

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



PUBLICIS GROUPE S.A.

Contacts Publicis Groupe SA :

Pierre Bénaïch
Tél. 01 44 43 65 00

Directeur des Relations Investisseurs

Eve Magnant
Tél. 01 44 43 70 25

Directeur de la Communication