



PUBLICIS GROUPE

---

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

---

Paris, le 8 juin 2004

## **ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DES ACTIONNAIRES DE PUBLICIS GROUPE**

L'Assemblée Générale Mixte de Publicis Groupe s'est tenue ce jour sous la présidence de Madame Elisabeth Badinter, Présidente du Conseil de Surveillance, et de Monsieur Maurice Lévy, Président du Directoire.

Maurice Lévy a rappelé aux actionnaires les faits marquants et les résultats de l'exercice 2003 et évoqué les perspectives de l'année en cours.

Les actionnaires ont ensuite procédé au vote des résolutions des Assemblées ordinaire et extraordinaire, et ont en particulier approuvé la fixation du dividende à 0,26 euro par action.

Par ailleurs, le mandat de six membres du Conseil de Surveillance a été renouvelé pour six ans, Mesdames Sophie Dulac, Hélène Ploix, Monique Bercault et Messieurs Michel Cicurel, Amaury-Daniel de Sèze et Gérard Worms.

### ***Une année 2003 riche en défis***

Malgré un contexte économique et sectoriel peu favorable, l'année 2003 aura été particulièrement révélatrice de la capacité de l'ensemble des équipes de Publicis Groupe à mener de front, avec succès, quatre enjeux majeurs :

- Réussir l'intégration de Bcom3,
- Reprendre le chemin de la croissance organique,
- Augmenter la marge opérationnelle,
- Améliorer une nouvelle fois la structure du bilan.

### **1 - Succès de l'intégration de Bcom3 :**

L'année 2003 a été dédiée à l'intégration de la plus grosse acquisition jamais réalisée dans le secteur, Bcom3.



## PUBLICIS GROUPE

**Tous les chantiers mis en œuvre ont été exécutés conformément aux prévisions :**

- Constitution d'une nouvelle équipe de Direction du Groupe intégrant les responsables des différentes unités.
- Création d'un seul état-major et d'une structure unique de holding à Paris avec simultanément la suppression de tous les organes correspondant à l'ancien Bcom3. Ceci a été réalisé dans l'harmonie et sans problème majeur.
- Démantèlement du réseau D'Arcy et re-distribution de ses actifs au sein des autres entités du Groupe : alors même que des fusions beaucoup plus simples s'accompagnent généralement de difficultés de toutes sortes, cette opération a été réalisée dans des conditions satisfaisantes sans perte significative de clients ou de collaborateurs clé.
- Reconfiguration de notre offre dans le secteur à fort potentiel de la Communication Santé avec la création de Publicis Healthcare Communications Group, aujourd'hui leader mondial du secteur (classement MedAd News) avec une offre centrée sur Medicus, Saatchi & Saatchi Healthcare et Publicis Healthcare Communications Specialty Group.
- Les Réseaux Leo Burnett, Saatchi & Saatchi et Publicis Worldwide ont trouvé une place naturelle dans le Groupe et avec chacun son positionnement original et différencié sont en mesure d'accroître la dynamique du Groupe sur le marché.
- Les activités de Marketing Services ont été réorganisées pour assurer une meilleure cohérence de la prestation du Groupe, fidèle à sa philosophie de communication holistique, avec la création de Arc North America et le renforcement de Publicis Dialog.
- Dans le domaine des agences média, activité majeure pour les groupes de communication, Publicis Groupe est le numéro un mondial (classement Recma) avec les réseaux Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia qui ont été renforcés au cours de l'année 2003 par le rachat des intérêts minoritaires de Starcom Motive et de ZenithOptimedia. Des réflexions sont actuellement en cours pour améliorer encore les performances de ce secteur.
- De nombreux chantiers de restructurations administratives et immobilières ont été lancés en 2003 et notamment la mise en œuvre de Centres de Ressources Partagées.

**L'intégration de Bcom3 à fin 2003 est sans conteste la plus grande réalisation de 2003 et l'une des plus belles réussites du secteur.**

### **2 - Reprise d'une croissance organique significative :**

**Le revenu de l'année 2003 s'est élevé à 3,86 milliards d'euros en augmentation de 32 % par rapport à 2002. A périmètre et taux de change constants (croissance organique), la croissance est de 2 % sur l'ensemble de l'année. Ceci marque le retour de la croissance organique du Groupe.**



## PUBLICIS GROUPE

### **3 - Progression de la marge opérationnelle :**

Conformément aux engagements pris par le groupe, la **marge opérationnelle** du deuxième semestre a non seulement atteint mais dépassé **l'objectif de 15 % pour se situer à 15,3 %**. Ainsi, sur l'ensemble de l'année la marge a été portée à 14,3 %. Elle se compare à 13,4 % pour 2002 selon les comptes proforma audités (soit une progression de 90 points de base).

### **4 - Amélioration de la Structure Financière du Groupe :**

**Le besoin en fonds de roulement (BFR)** s'est très sensiblement amélioré au cours du second semestre 2003, en produisant sur l'année une ressource totale de 232 millions d'euros, et sur le seul deuxième semestre une ressource de 445 millions d'euros qui faisait suite à un besoin de 213 millions au premier semestre 2003 : cette amélioration reflète clairement un des premiers effets de la mobilisation des réseaux du groupe autour du programme « Focus on Cash », même s'il y a lieu de tenir compte de la saisonnalité des activités plus favorable au deuxième semestre.

Parallèlement, **l'endettement net du Groupe, qui avait atteint un point haut à 1553 millions d'euros au 30 juin 2003**, a été significativement réduit au deuxième semestre pour s'établir à 1166 millions d'euros au 31 décembre 2003. Le ratio Dette Nette / Fonds Propres était de 91 % à cette date, et de 71 % à taux de changes constants.

Publicis Groupe a poursuivi en 2003 les actions de **refinancement** initiées en 2002 ainsi que l'amélioration de sa liquidité : lancement d'une Océane de 672 millions d'euros (échéance 5 ans, 0,75 %) et signature d'un crédit syndiqué « Club Deal » à trois ans pour 700 millions d'euros.

Les **liquidités mobilisables** (crédits confirmés non tirés) étaient légèrement supérieures à 1 milliard d'euros au 31 décembre 2003.

### **5 - Partenariat stratégique avec Dentsu :**

Le partenariat avec Dentsu se déroule de façon extrêmement positive. Il se traduit par le développement de relations avec des clients communs et la création prometteuse de iSe (capital détenu à parité par Publicis Groupe et Dentsu Inc.—45 % chacun—et à hauteur de 10 % par Sports Mondial). Entre autres succès notables, iSe a remporté le contrat du programme d'hospitalité de la Coupe du Monde de Football de 2006 qui se déroulera en Allemagne.

### **6 - Simplification du Capital de Publicis Groupe :**

La fusion Publicis Groupe, SOMAREL et MLMS, MLMS 2 est intervenue le 15 mai 2003, **simplifiant de façon significative l'actionnariat du Groupe**, qui se composait au 31 décembre 2003 (droits de vote) de :

18,8 % pour Madame Elisabeth Badinter,

16,6 % pour Dentsu (plafonné à 15%) et

64,6 % pour le public.



## PUBLICIS GROUPE

### **7 - Publicis Groupe, numéro un mondial du New Business :**

Le volume de New Business net de 4 milliards de dollars (3,4 milliards d'euros) classe le Groupe au premier rang mondial\* de la conquête de budgets. Cette performance permet d'effacer les effets de l'attrition naturelle des budgets et constitue un signe décisif de la perception de l'offre du Groupe par le marché. Cette perception est également favorisée par la reconnaissance de la créativité des réseaux de Publicis Groupe :

- **Publicis Groupe s'est classé deuxième au Festival de Cannes 2003** avec 255 points et 47 Lions.
- **Publicis Groupe ressort très largement en tête** du classement Gunn pondéré par les revenus.
- **Leo Burnett et Saatchi & Saatchi**, sont apparus dans les cinq premiers du Gunn Report, (palmarès de la créativité à partir du nombre de prix et récompenses reçus par les agences et réseaux).
- **Starcom MediaVest Group** a été nommé par Media Magazine et par Ad Age respectivement "**Agency of the Year**" et "**US Media Agency of the Year**" en 2003.

### ***Perspectives 2004***

Maurice Lévy a déclaré « *Le marché mondial montre des signes certains de reprise, y compris en Europe, même s'ils y sont moins vigoureux. Notre objectif de marge opérationnelle à 15 % est confirmé et devrait constituer une base solide pour l'avenir.* »

**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 média. 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](http://www.publicis.com) et [www.finance.publicis.com](http://www.finance.publicis.com)

#### Contacts au sein de Publicis Groupe :

Pierre Bénaich, relations investisseurs	+33 1 4443 6500
Eve Magnant, communication Groupe	+33 1 4443 7025

\* Classement établi par la banque d'investissement Lehman Brothers - *New Business Scorecard* (Janvier 2004)