



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 21 juillet 2009

GM

Après s'être placé sous le régime de protection des faillites (« *Chapter 11* »), le 10 juillet 2009 *General Motors Company* a acheté une partie des actifs de *General Motors Corporation* dans le cadre d'une transaction relevant de la Section 363. Cette opération permet à GM de ne plus être sous la protection du « *Chapter 11* » en se libérant de la plupart de ses engagements antérieurs. Le « *Nouveau GM* » comprendra désormais les marques Chevrolet, Cadillac, Buick et GMC, et poursuivra le processus de vente ou de liquidation des marques Saturn, Saab, Hummer et liquidera la marque Pontiac. *Motors Liquidation Company*, « *l'ancien GM* » liquidera tous les autres actifs. Les agences de Publicis Groupe ont collaboré avec « *l'Ancien GM* » et poursuivront leur collaboration avec le « *Nouveau GM* ».

Depuis la procédure de faillite, « *l'Ancien GM* » a signé des accords avec certaines de nos agences, et a transféré certains contrats existants avec des agences du Groupe au « *Nouveau GM* ». Publicis Groupe a été réglé pour l'essentiel de ses créances existantes à la date du dépôt de bilan et GM s'est engagé à régler les créances d'honoraires émises avant la demande de protection au titre du chapitre 11.

Le Groupe est aujourd'hui capable de mieux mesurer son exposition financière liée à la faillite de GM. Prenant en compte le principe de « responsabilité séquentielle » (*sequential liability*) et les engagements reçus de GM, une provision de 9 millions d'euros a été constituée dans les comptes du Groupe au 30 juin 2009 qui seront publiés le 23 juillet 2009.

A propos de Publicis Groupe

(Euronext Paris : FR0000130577) est le 4ème groupe mondial de communication, le deuxième groupe mondial en conseil et achat media, ainsi que le leader mondial en communication digitale et dans la santé. Le Groupe est présent dans 104 pays sur les 5 continents et compte environ 45 000 collaborateurs.

L'offre de services en communication du Groupe, auprès de clients locaux aussi bien qu'internationaux, comprend la publicité, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux, Leo Burnett, Publicis et Saatchi & Saatchi, ainsi que deux réseaux multi-hubs : Fallon et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %). Le conseil et l'achat d'espace media est offert à travers deux réseaux mondiaux : Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia; et une expertise dans la communication numérique et interactive grâce notamment au réseau Digitas. Publicis Groupe a récemment lancé VivaKi afin de profiter des synergies des opérations autonomes de Digitas, Starcom MediaVest Group, Denuo et ZenithOptimedia. Cette entité développe de nouveaux services et outils, et des plateformes numériques de prochaine génération. L'offre du Groupe comprend également des marketing services et de la communication spécialisée, comme la communication santé, la communication corporate et financière, les relations publiques, le marketing relationnel et direct, la communication événementielle et sportive, ainsi que la communication ethnique.

Site internet : www.publicisgroupe.com

CONTACTS :

Peggy Nahmany, Communication Externe :
peggy.nahmany@publicisgroupe.com

+ 33 (0)1 44 43 72 83

Martine Hue, Relations Investisseurs :
martine.hue@publicisgroupe.com

+ 33 (0)1 44 43 65 00