



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 2 novembre 2005

Publicis Groupe : 3^{ème} trimestre 2005

Revenu : 1001 m€

Hausse de 7,4 %

Croissance organique : + 6,2 %

**New Business :
2,1 milliards US\$ (1,7 milliard €)**

Objectifs confirmés

Pour Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe :

« Nous ne pouvons qu'être particulièrement satisfaits des performances de Publicis Groupe sur le troisième trimestre 2005, après deux premiers trimestres eux-mêmes en forte hausse.

Dans la même ligne, nos succès en New Business ne cessent d'aller de record en record et portent la promesse de la croissance future.

Mais plus encore que les gains de parts de marché, ces victoires sont la démonstration de deux dimensions essentielles de Publicis Groupe :

- *d'une part la justesse de notre stratégie : le Groupe a été transformé pour anticiper les évolutions des médias et les besoins des annonceurs. Les faits témoignent de la réussite de cette stratégie.*
- *d'autre part la qualité des équipes et des outils qui se traduit dans les performances créatives et les gains de budgets face aux meilleurs du marché, sur toutes les zones géographiques et tous les segments du métier.*

Ces performances me permettent aussi de réitérer les perspectives de croissance organique et de rentabilité évoquées fin juillet, au moment où nous avons annoncé au marché que nous relevions notre objectif à au moins 6 % de croissance organique en 2005 et que la marge opérationnelle serait en progression par rapport à 2004. Enfin, nous sommes actuellement entrés dans la phase active de discussion avec les agences de rating et je souhaiterais rappeler que la simplification de notre bilan demeure une priorité du Groupe. »



PUBLICIS GROUPE

Un revenu en croissance organique de 6,2 %

L'Amérique du Nord, l'Asie et l'Amérique Latine portent la croissance organique du Groupe au troisième trimestre. L'Europe y contribue également, bien que de façon plus modeste. Les gains de parts de marché enregistrés fin 2004 et début 2005 ont alimenté cette croissance, en particulier dans le domaine des agences média, de la communication santé et de la publicité.

Un nouveau record en New Business net : 2,1 milliards de dollars

Après un premier semestre 2005 record en New Business, Publicis Groupe a poursuivi sur cette lancée au troisième trimestre 2005. Cette forte activité traduite par la conquête de nombreux budgets, place Publicis Groupe une nouvelle fois en tête du palmarès mondial du secteur à fin septembre (classements de Lehman Brothers - 12 mois glissants à fin septembre 2005 - et de Bear Stearns - janvier/septembre 2005).

Au total, 2,1 milliards de dollars nets (1,7 milliard d'euros nets) ont été remportés par les différents réseaux du groupe au cours du trimestre, soit **8,2 milliards de dollars nets sur les neuf premiers mois de l'année** (vs. 2,6 milliards de dollars nets sur les 9 premiers mois de 2004). Rappelons que les récents gains de budgets incluent pour le troisième trimestre L'Oréal CPD (média - Grande Europe), Richemont (média - Europe et Etats-Unis), Wellpoint (publicité - Etats-Unis), Fidelity Investment (publicité - Asie) et plus récemment Gillette (média - monde) en octobre.

Faits marquants du troisième trimestre 2005

Indépendamment des bonnes performances en revenu et en conquête de budgets, le troisième trimestre a été marqué par l'acquisition d'une participation majoritaire dans l'agence britannique de relations publiques Freud Communications et son intégration à l'ensemble PRCC (Publicis Public Relations and Corporate Communications Group). Enfin, le Groupe a indiqué en septembre 2005 l'existence de discussions très préliminaires avec le groupe britannique Aegis, puis en octobre le fait qu'aucune offre ne serait faite à ce stade.

Revenu par zone géographique du 3^{ème} trimestre 2005

	Millions d'euros	Croissance organique
Europe	377	+ 2,3 %
Amérique du Nord	436	+ 7,7 %
Asie-Pacifique	114	+ 10,1 %
Amérique Latine	50	+ 9,6 %
Reste du monde	24	+ 30,4 %
Total	1 001	+ 6,2 %



PUBLICIS GROUPE

En données publiées, le revenu est en progression de 7,4 % par rapport au troisième trimestre 2004, notamment en raison de variations de change devenues positives pour la première fois depuis le premier semestre 2002. Enfin, les variations du périmètre de consolidation ont été négligeables sur la période.

Revenu par zone géographique des 9 premiers mois de 2005

	Millions d'euros	Croissance organique
Europe	1 159	+ 3,3 %
Amérique du Nord	1 271	+ 6,5 %
Asie-Pacifique	310	+ 10,3 %
Amérique Latine	133	+ 9,2 %
Reste du monde	60	+ 22,0 %
Total	2 933	+ 6,1 %

En données publiées, le revenu est en progression de 5,5 % par rapport à la même période de 2004.

* *
*

Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577 - NYSE : PUB) est le 4^{ème} groupe mondial de communication et le leader mondial de conseil et achat média, avec une présence dans 104 pays sur les 5 continents.

Le Groupe opère à la fois dans la **publicité**, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome : Leo Burnett, Publicis, Saatchi & Saatchi ; deux réseaux multi-hubs : Fallon Worldwide et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; dans le **conseil et l'achat d'espace** à travers deux réseaux mondiaux : ZenithOptimedia et Starcom MediaVest Group ; et dans les marketing services et la **communication spécialisée** (marketing relationnel, relations publiques, événementiel, communication corporate et financière, communication ethnique, communication santé...).

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

Contacts :

Relations Investisseurs : Pierre Bénaïch - + 33 (0)1 44 43 65 00

Communication : Eve Magnant - + 33 (0)1 44 43 70 25



PUBLICIS GROUPE

Annexe

New Business du 3ème trimestre 2005

Publicis :

Fidelity (Asie) - Playtex/Wonderbra (Europe) - Buena Vista International (Allemagne) - Petronas Oil (Chine) - les brasseries Bohae (Corée) - Coca-Cola/Vault, MTV, Wellpoint et TUMI (Etats-Unis) - Jardiland (France).

Leo Burnett :

Energy Australia et 7-Eleven (Australie) - Inbev et Office of the Deputy Prime Minister (Royaume-Uni).

Saatchi & Saatchi :

Bacardi/Dewar's (monde) - United Overseas Bank (Malaisie, Thaïlande, Singapour) - P&G/Millstone Coffee et Novartis/Excedrin et Buckley's (Etats-Unis) - Société Générale (France) - Standard Life (Royaume-Uni) - Krung Thai Bank (Thaïlande).

Autres réseaux et agences de publicité :

- *Fallon* : Vanguard (Etats-Unis).
- *Kaplan Thaler Group* : Outback Steakhouse (Etats-Unis).
- *MS&L* : Sanofi-Synthélabo/Taxotere (ext. - Etats-Unis).
- *Publicis Consultants* : Los Angeles Turf Club (Etats-Unis) - Nestlé France corporate, Dexia corporate et Védior Bis (France).

Starcom MediaVest Group (conseil et achat média) :

AstraZeneca (ext. - Etats-Unis) - CNAMTS et Honda (France) - United Biscuits/Jacob's Bakery et James Villas (Royaume-Uni).

ZenithOptimedia (conseil et achat média) :

Richemont (Europe et Etats-Unis) - L'Oréal CPD (Grande Europe) - KTF Telecom (Corée) - Central Lechera Asturiana (Espagne) - Kaleidoscope (Royaume-Uni).

SAMS (agences spécialisées et marketing services) :

- *Arc Worldwide* : Chevrolet (Pays-Bas) - Network Solutions (Etats-Unis).
- *Publicis Healthcare Communications Group* : Bayer/Traylol et Levitra (Canada) - AstraZeneca/Seroquel et autres projets (Etats-Unis).

Les pertes significatives du trimestre ont été BMW, Dyson et Morgan Stanley en publicité aux Etats-Unis. Aucune perte significative n'a été enregistrée en conseil et achat média.