



## COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 15 mars 2001

### PUBLICIS GROUPE S.A. REALISE UNE ANNEE 2000 RECORD

Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe S.A., présidé par Mme Elisabeth Badinter, s'est réuni le jeudi 15 mars 2001 pour approuver les comptes et le rapport de gestion de l'exercice 2000, présentés par Maurice Lévy, Président du Directoire.

Les chiffres sont tous en très forte hausse :

|   |   |        |
|---|---|--------|
| - Marge brute   | : | + 70 % |
| - EBITDA  | : | + 78 % |
| - Résultat net (avant amortissement des survaleurs et éléments extraordinaires) | : | + 83 % |

Ces chiffres intègrent les acquisitions de l'exercice à partir de leur date d'acquisition, c'est-à-dire que la contribution de Saatchi & Saatchi par exemple, est prise en compte sur quatre mois et celle de Nelson Communications sur deux mois.

#### I – Les chiffres (en euros)

|  | 2000           | 1999          | % de progression |
|--|----------------|---------------|------------------|
| Chiffre d'affaires   | 11,8 milliards | 6,9 milliards | + 72 %           |
| Marge Brute  | 1,8 milliard   | 1,04 milliard | + 70 %           |
| EBITDA   | 334 millions   | 187 millions  | + 78 %           |
| Ratio EBITDA/Marge Brute   | 19 %           | 18 %          |                  |
| EBIT   | 275 millions   | 156 millions  | + 76 %           |
| Ratio EBIT/Marge Brute   | 16 %           | 15 %          |                  |
| Résultat net part du Groupe avant amortissement des survaleurs et éléments extraordinaires   | 151 millions   | 82,5 millions | + 83 %           |
| Résultat net part du Groupe après amortissement des survaleurs et éléments extraordinaires   | 127,5 millions | 74,4 millions | + 71 %           |
| Bénéfice net par action avant amortissement des survaleurs et éléments extraordinaires       | 1,40           | 0,94          | + 49 %           |
| Bénéfice net par action dilué avant amortissement des survaleurs et éléments extraordinaires | 1,37           | 0,93          | + 47 %           |
| Dividende proposé  | 0,20           | 0,17          | + 18 %           |
| Marge brute d'autofinancement courante   | 236 millions   | 134 millions  | + 77 %           |

## II - La transformation de Publicis

L'année 2000 a été marquée par une profonde transformation du Groupe Publicis :

- 1 **Notre taille a été multipliée par deux**, nous propulsant à la 5<sup>me</sup> place mondiale des Groupes de Communication. Ceci a été réalisé grâce au programme d'acquisitions dont celle de Saatchi & Saatchi, la marque la plus prestigieuse et la plus mondialement connue. Publicis s'est ainsi doté d'un deuxième réseau mondial - Saatchi & Saatchi Worldwide – aux côtés de Publicis Worldwide.  
Publicis Groupe S.A. est maintenant présent dans 102 pays et 170 villes et compte plus de 20 000 collaborateurs.
- 2 **Notre présence a été largement accrue aux Etats-Unis**, premier marché mondial de la communication. Nous y disposons désormais d'entités fortes et créativement reconnues, avec des implantations réparties sur tout le territoire américain. L'acquisition de Fallon Mc Elligott, devenue ensuite Fallon Worldwide, nous apporte une agence de très grande réputation créative et la possibilité d'élargir notre offre internationale.  
Nous réalisons désormais 39 % de notre marge brute sur le continent nord-américain.
- 3 **Nous nous sommes considérablement renforcés dans des domaines très stratégiques** comme les **Marketing Services** (avec l'acquisition de *Frankel* et l'extension du réseau *Publicis Dialog*), **la communication spécialisée** (notamment dans le domaine de la santé avec *Nelson Communications Worldwide*, numéro un mondial du secteur, et dans le domaine de la communication ethnique avec les agences *Burrell* et *Conill*), **la communication interactive** (avec le développement de *Publicis.Net*), **le conseil et l'achat media** (avec l'agence américaine *DeWitt Media* qui a permis de lancer *Optimedia* aux Etats-Unis, et le réseau *Zénith Media* en partenariat avec Cordiant).
- 4 **Publicis a été introduit au New York Stock Exchange**, sous forme d'ADRs.

## III – Une année exceptionnelle en New Business

L'année a été très fructueuse en matière de conquête de nouveaux clients ainsi que d'extension de budgets existants tant sur un plan domestique qu'à l'échelle mondiale. Au total, 1,7 milliard d'euros de nouveaux budgets ont été conquis en 2000 par les différentes agences du Groupe et donneront leur plein effet en 2001. Selon un tableau établi par la banque Crédit Suisse First Boston, dans une étude récente, Publicis est numéro deux mondial au classement du «new business». (cf. tableau ci-joint).

Enfin, de nombreuses récompenses sont venues consacrer le travail des équipes tant dans le réseau Publicis que dans les réseaux Saatchi & Saatchi et Fallon.

#### IV - Des performances économiques et financières remarquables

Les chiffres de Publicis qui étaient déjà en forte hausse depuis cinq ans montrent une croissance spectaculaire en 2000.

Il convient de noter que :

- 1) la progression du chiffre d'affaires (+ 72 % ; 11,8 milliards d'euros) a été réalisée grâce, d'une part, aux acquisitions (pour 51 %), d'autre part, à la croissance interne (+ 15 %) et à l'effet positif de l'évolution des taux de change (+ 6 %).
- 2) la marge brute se répartit sur le plan géographique de la manière suivante :
 

|                    |   |      |
|--------------------|---|------|
| - Europe           | : | 50 % |
| - Amérique du Nord | : | 39 % |
| - Reste du Monde   | : | 11 % |
- 3) la participation de Publicis dans True North (environ 9 % du capital) est devenue essentiellement financière et laisse apparaître une plus value latente de l'ordre de 167 millions d'euros (sur la base d'un cours de bourse à 38 dollars).

#### V - Intégration de Saatchi & Saatchi

L'intégration de Saatchi & Saatchi Worldwide est une véritable réussite : la collaboration avec les clients s'est intensifiée ; nous avons su conserver tous les talents et le programme d'intégration se déroule comme prévu tant en ce qui concerne les synergies de croissance - en offrant une gamme étendue de services aux clients de Saatchi & Saatchi - que de coûts (économies).

Comme cela avait été annoncé, l'acquisition de Saatchi & Saatchi s'est révélée relative au niveau du BNPA.

#### VII - Perspectives 2001

L'année a commencé sous de bons auspices avec quelques belles réalisations de campagnes comme celle de l'Euro et quelques gains de budgets tels que United Airlines, Informix, Renault en Corée et au Japon.

La dynamique du Groupe nous laisse augurer de bonnes performances en 2001, supérieures à celles du marché. Nous bénéficions à la fois de moteurs de croissance très performants et de positions fortes sur les marchés actuellement porteurs : l'Europe où le Groupe jouit d'une situation favorable, l'Asie qui devient une priorité de développement mais où nous avons d'ores et déjà acquis une part de marché substantielle.

## VII - Assemblée Générale des Actionnaires / Dividende

L'Assemblée Générale des Actionnaires sera convoquée le jeudi 14 juin 2001 à 11h 30 au siège de Publicis (133, avenue des Champs Elysées, Paris). Il sera proposé un dividende de 0,2 euro par action (hors avoir fiscal) contre 0,17 euro au titre de 1999. La progression du dividende est de 18 %.

Pour Maurice Lévy, Président de Publicis Groupe S.A. : *"L'année qui vient de s'écouler restera celle du tournant de notre Groupe qui figure désormais parmi les très grands acteurs mondiaux de notre secteur. L'agence fondée par Marcel Bleustein-Blanchet en 1926 compte parmi ses clients les plus beaux fleurons de l'économie mondiale et tout en étant restée fidèle à sa culture et à ses racines, rayonne sur les cinq continents avec une approche innovante et une créativité performante. Le talent et le dynamisme de nos équipes sont l'actif le plus précieux de notre Groupe et nous permettent d'envisager l'avenir avec confiance. Nous disposons d'atouts uniques pour poursuivre notre croissance selon un rythme plus élevé que le marché. Les signes de ralentissement perçus à ce jour sur le marché américain sont pris en compte. Notre portefeuille de clients, notre flexibilité et notre culture entrepreneuriale devraient nous permettre de réaliser un taux de croissance organique et une progression de nos résultats supérieurs aux prévisions mondiales".*

###

**Table 1**  
**Account Wins and Losses, 2000**  
\$ in millions

| Company                   | Wins       |                 | Losses     |                 | Net Gain (Loss) |                 |
|---------------------------|------------|-----------------|------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                           | Accounts   | Billings        | Accounts   | Billings        | Accounts        | Billings        |
| Omnicom Group             | 125        | \$5,474         | 37         | \$1,486         | 88              | \$3,988         |
| Publicis Groupe           | 54         | \$1,697         | 11         | \$241           | 43              | \$1,456         |
| bcom3 Group               | 46         | \$1,642         | 14         | \$379           | 32              | \$1,263         |
| WPP Group                 | 66         | \$2,262         | 36         | \$1,582         | 30              | \$680           |
| Interpublic Group         | 111        | \$2,811         | 45         | \$2,157         | 66              | \$654           |
| Grey Global Group         | 20         | \$499           | 6          | \$195           | 14              | \$304           |
| Cordiant Communications   | 11         | \$216           | 2          | \$83            | 9               | \$133           |
| Havas Advertising         | 39         | \$986           | 12         | \$1,071         | 27              | (\$85)          |
| True North Communications | 36         | \$1,606         | 20         | \$1,893         | 16              | (\$287)         |
| Other Agencies            | 280        | \$4,929         | 124        | \$2,706         | 156             | \$2,223         |
| <b>Total</b>              | <b>788</b> | <b>\$22,122</b> | <b>307</b> | <b>\$11,793</b> | <b>481</b>      | <b>\$10,329</b> |

Note : Taken from various trade press sources. Creative accounts only.

Source : CREDIT SUISSE FIRST BOSTON CORPORATION – January 22, 2001