



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 15 mai 2003

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DES ACTIONNAIRES DE PUBLICIS GROUPE SA FUSION PUBLICIS GROUPE SA / SOMAREL RÉALISÉE

L'Assemblée Générale Mixte de Publicis Groupe SA 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 2002, présenté l'opération de fusion entre Publicis Groupe SA et SOMAREL, MLMS et MLMS 2 conformément aux engagements pris en 1998 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 fusion de Publicis Groupe SA avec SOMAREL, MLMS et MLMS 2 à 99,61 %.

Une année 2002 intense et des résultats conformes aux objectifs

Compte-tenu du contexte économique difficile qui a lourdement pesé sur le marché publicitaire mondial, Publicis Groupe SA a réalisé des performances financières satisfaisantes en 2002 :

- un **revenu** de 2926 millions d'euros en croissance de 20,2% (- 3,9 % de performance organique avec Bcom3 sur un trimestre),
- un **résultat opérationnel** de 429 millions d'euros, en croissance de 25,4 %,
- une **marge opérationnelle** conforme aux objectifs du Groupe, de 13,8 % pour le périmètre de Publicis seul (hors Bcom3) et de 14,7 % en intégrant Bcom3 sur un trimestre.
- un **ratio endettement net/fonds propres** qui s'est amélioré (passant de 1,25 à 0,83), traduisant un renforcement de la structure financière du Groupe.

Par ailleurs, le Groupe a mené à bien sa **fusion avec Bcom3** et l'intégration de **D'Arcy** dans les autres entités du Groupe s'est déroulée conformément aux objectifs.



PUBLICIS GROUPE

L'intégration de **Saatchi & Saatchi** a été une réussite exceptionnelle, le réseau ayant été couronné en 2002 des plus hautes distinctions du secteur.

Enfin, sur un plan commercial, le Groupe a engrangé un montant total de **2,2 milliards d'euros** de budgets nets.

1. La fusion avec Bcom3 : un événement majeur

Le 7 mars 2002, Publicis Groupe SA a annoncé sa fusion avec le groupe américain Bcom3 et la signature d'un accord de partenariat stratégique avec Dentsu, le premier groupe de communication au Japon et en Asie. Cette opération finalisée le 24 septembre 2002, a transformé le paysage concurrentiel mondial au bénéfice de Publicis Groupe SA, non seulement en lui permettant d'accéder au cercle restreint des tous premiers acteurs mondiaux du secteur mais aussi d'occuper des positions stratégiques incontournables dans le domaine de la communication santé et des agences média. L'une des conséquences indirectes de cette opération est l'augmentation sensible du potentiel de croissance de Publicis Groupe SA dans tous les secteurs.

2. Processus d'intégration et de réorganisation de Bcom3

Quelques semaines après la finalisation de l'acquisition de Bcom3, le Groupe a annoncé sa décision de concentrer ses ressources sur trois marques publicitaires mondiales, Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi Worldwide et Leo Burnett Worldwide, et de répartir les actifs de D'Arcy dans ces trois réseaux. Cette opération se déroule actuellement au mieux des espérances du management et à un rythme visant à minimiser les risques de pertes de clients. Par ailleurs, un important programme d'intégration et de rationalisation a été entrepris afin d'optimiser les performances du nouveau Groupe.

3. Renforcement des structures de management du Groupe

A la suite de la fusion avec Bcom3, d'importantes modifications ont été apportées aux structures de management du Groupe :

- **Roger Haupt** : ancien CEO du groupe Bcom3, a rejoint le Directoire du Groupe en qualité de Chief Operating Officer (COO).
- **Rick Bendel** a été nommé COO du réseau Publicis Worldwide.
- **Susan Gianinno** a été nommée Chair & CEO de Publicis USA.
- **John Farrell** a été nommé President & CEO du pôle SAMS avec la mission de coordonner et développer l'offre du Groupe dans le domaine de la communication spécialisée.
- **Walter van der Mee** a été nommé Executive Vice President auprès du Directoire du Groupe, en charge de la gestion des ressources et du développement en Europe.



PUBLICIS GROUPE

- **Jean-Yves Naouri**, nommé Regional Chairman, Europe du Nord de Publicis Worldwide.
- **Paulo Salles**, nommé Regional Chairman, Amérique Latine de Publicis Worldwide.
Par ailleurs, **Kevin Roberts** reste CEO de Saatchi & Saatchi Worldwide ; **Linda Wolf**, CEO de Leo Burnett Worldwide ; **Bertrand Siguier**, membre du Directoire de Publicis Groupe SA et Executive Vice President de Publicis Worldwide ; **Jack Klues**, CEO du Starcom MediaVest Group ; et **John Perriss**, CEO de ZenithOptimedia.

4. Accord stratégique avec Dentsu

Dans le cadre de la fusion avec Bcom3, un accord stratégique et de long terme a été conclu avec Dentsu. Il s'agit d'une part d'un pacte d'actionnaires conclu avec Madame Elisabeth Badinter, à la suite de l'entrée de Dentsu dans le capital de Publicis Groupe SA ; d'autre part, d'une véritable alliance stratégique sur un plan professionnel, qui a déjà trouvé à se concrétiser autour de quelques axes essentiels :

- la collaboration au Japon, où l'extraordinaire puissance de Dentsu est extrêmement précieuse aux clients des différents réseaux du Groupe Publicis,
- la création d'une société commune (iSe) dans les domaines du marketing et sponsoring sportif, domaines dans lesquels Dentsu excelle,
- la collaboration dans le développement de relations avec les clients de Dentsu au plan international.

5. Réussite exceptionnelle de l'intégration de Saatchi & Saatchi

Le succès de l'intégration de Saatchi & Saatchi Worldwide a été confirmé de façon éclatante par les succès remportés sur tous les fronts :

- premier réseau mondial pour le new business international (Advertising Age – 30 décembre 2002),
- primé au Festival de Cannes en juin 2002 : réseau numéro un et agence de Londres nommée « Agence de l'Année »,
- « Global Agency Network of the Year » par Advertising Age et AdWeek datés du 13 janvier 2003,
- amélioration de ses marges,
- apport de talents et d'image au Groupe.

6. Poursuite très sélective du développement dans les SAMS

Publicis Groupe SA a poursuivi par ailleurs, de façon très ciblée et limitée, sa stratégie de renforcement dans le domaine des agences spécialisées.



PUBLICIS GROUPE

7. Fusion Publicis Groupe SA / SOMAREL / MLMS / MLMS 2

Comme cela avait été prévu en 1998, les sociétés holdings SOMAREL, MLMS et MLMS 2 vont être fusionnées avec Publicis Groupe SA. Cette opération, neutre au plan financier, aura pour effet principal de simplifier la structure de l'actionnariat du Groupe.

La structure du capital sera désormais la suivante (en droits de vote) :

Elisabeth Badinter	20,2%
Dentsu	16 %*
Salariés + autres membres de la famille fondatrice	7,7%
Public	56,1%

* plafonnés à 15 %

Compte-tenu de la nature des actionnaires de SOMAREL et des sociétés MLMS et MLMS 2, le Groupe estime que le risque de reflux de titres sur le marché, consécutif à cette opération, demeure extrêmement limité.

Perspectives 2003

Maurice Lévy a déclaré :

« L'année 2003 ne sera sans doute pas celle de la reprise du marché publicitaire, même si quelques signes encourageants apparaissent çà et là aux Etats-Unis ou en Asie. Nos priorités sont néanmoins très claires. Il s'agit pour nous, avant tout, d'améliorer le potentiel concurrentiel de nos clients en leur apportant le service le plus engagé, le plus complet et le plus compétitif. Les nouvelles ressources de Publicis, sa nouvelle dimension et surtout la qualité et la combativité de ses équipes, en sont un nouveau gage de réussite. Notre objectif reste plus que jamais d'être le partenaire préféré de nos clients.

Par ailleurs nous concentrons nos efforts sur la rentabilité du groupe et sa gestion financière. Notre objectif reste clairement d'atteindre les 15 % de marge opérationnelle au deuxième semestre 2003.

La fusion de SOMAREL tourne une belle page de notre histoire et devrait être positive pour tous : elle supprime l'échelon de contrôle du Groupe, simplifie la structure de l'actionnariat et devrait avoir comme effet l'amélioration de la liquidité du titre. »