



## COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 14 mai 2001

### **PUBLICIS : Chiffre d’Affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2001 : + 78,3 %**

Le chiffre d’affaires consolidé de Publicis Groupe SA au premier trimestre 2001 s’établit à 3,576 milliards d’euros, contre 2,006 milliards d’euros pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2000, soit une hausse de 78,3 %.

Cette très forte progression prend en compte la contribution des acquisitions réalisées au deuxième semestre 2000 : Saatchi & Saatchi et Nelson Communications.

La croissance organique nette de toute acquisition, c’est-à-dire à taux de change et périmètre constant, s’élève à 8,2 %.

#### • Répartition du Chiffre d’Affaires par zone géographique :

	en millions d’euros	en pourcentage 2001	en pourcentage 2000
Europe	1 359,2	38,0 %	48,0 %
Amérique du Nord	1 774,7	49,5 %	40,8 %
Asie-Pacifique	276,1	7,7 %	7,5 %
Amérique Latine et autres	175,4	4,8 %	3,7 %
Opérations intra-groupe	(9,1)		
Total	3 576,3		

#### • Le premier trimestre a été marqué par deux éléments majeurs :

##### 1. Un fort développement dans le secteur des marketing services et agences spécialisées (SAMS) avec :

- la prise de contrôle de *Fisch.Meier.Direkt*, une des premières agences de marketing relationnel en Suisse



## PUBLICIS GROUPE S.A.

- la fusion en France des sociétés *Global Event System* et *Publicis Dialog* renforçant l'offre de « Total Relationship Management »
- le rachat de l'agence hispanique américaine *Sanchez & Levitan* qui propulse le Groupe dans les toutes premières places de la communication ethnique, en pleine expansion aux Etats-Unis.
- l'acquisition de l'agence *Carré Noir* en France qui permet de créer un des premiers pôles de design.
- le renforcement significatif de l'activité de communication financière en France (avec notamment l'acquisition toute récente d'*Ecocom* ) et dans d'autres pays.

Tout récemment encore, l'acquisition de *Triangle*, prestigieux groupe britannique à vocation internationale, confirme la stratégie de développement de Publicis dans le domaine des SAMS.

### **2. Un fort développement en new-business :**

Au cours du premier trimestre 2001, Publicis Groupe SA a acquis plus de 800 millions d'euros de nouveaux budgets, au travers de ses différents réseaux. Ont été notamment conquis par :

**Publicis Worldwide** : les budgets Siemens Corporate, Voice Stream, Iomega, Informix, ATA Airlines et Lens Express aux Etats-Unis, Credito Italiano en Italie, The Post Office (UK), Korea Telecom et Renault Samsung en Corée.

**Saatchi & Saatchi Worldwide** : les budgets Guinness en Asie, Sudaméris au Brésil et une extension significative de sa collaboration avec General Mills.

**Fallon Worldwide** : les budgets United Airlines, Gulfstream Aircrafts aux Etats-Unis et le Ministère de la Défense en Grande Bretagne.

**Optimedia** (achat et conseil media) : Vizzavi en Europe, Entertainment Film Distributors en Grande-Bretagne, Honda en Australie, Le Ministère des Finances aux Pays-Bas, Le Ministère de l'Education Nationale en France.



## PUBLICIS GROUPE S.A.

Pour Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe SA :  
*« Bien que de façon générale la consommation reste à un niveau très élevé, le marché publicitaire est incertain, les prévisions de croissance ont été revues à la baisse et la pression des annonceurs sur les coûts demeure forte. Dans ce contexte, le chiffre d'affaires réalisé au premier trimestre par Publicis Groupe SA est tout à fait satisfaisant avec une croissance organique, dans le cadre du nouveau périmètre du Groupe, de 8,2 %.*

*Le portefeuille de new business construit au cours de l'année 2000 a été un élément moteur de notre croissance. L'intégration de Saatchi & Saatchi se déroule dans de très bonnes conditions et ses performances en new business confirment la justesse de notre choix.*

*Après une année 2000 euphorique, notre objectif pour 2001 est de consolider nos positions et d'assurer une croissance de nos parts de marché dans un environnement hautement compétitif. Nos acquisitions seront concentrées sur les Marketing Services et agences spécialisées. Les concepts de services développés par notre Groupe, l'exceptionnelle qualité de nos entités et de nos équipes nous permettent d'envisager une croissance organique supérieure au marché ».*