



PUBLICIS ET Bcom3 ANNONCENT LA FUSION DE LEURS GROUPE ET LA CONCLUSION D'UN PARTENARIAT STRATEGIQUE AVEC DENTSU

Paris, Chicago et Tokyo, le 7 mars 2002- Publicis Groupe SA (Euronext :13057 et NYSE : PUB), Bcom3 et Dentsu Inc.

(Tokyo Stock Exchange : 4324) annoncent conjointement un accord tripartite comportant deux volets distincts et complémentaires :

- D'une part la fusion de Publicis et Bcom3 donnant ainsi naissance au quatrième groupe publicitaire mondial
- D'autre part un accord de partenariat stratégique et de long terme avec Dentsu permettant aux clients de Dentsu de bénéficier des réseaux mondiaux de Publicis et aux clients de Publicis d'avoir un accès privilégié, grâce à Dentsu, au marché stratégique du Japon.

Ces accords de caractère tout à fait unique permettent de répondre de la façon la plus efficace aux besoins croissants des annonceurs en leur donnant accès à la première force mondiale réellement multiculturelle et à des ressources exceptionnelles dans le domaine de la création, des marketing services et des média.

Selon l'accord de fusion, Publicis Groupe SA acquiert 100 % du capital de Bcom3 pour un montant de 3 milliards de dollars financé à 50 % par émission d'actions nouvelles et à 50 % au moyen d'OBSA et d'ORANE.

Publicis Groupe SA – dont le siège restera basé à Paris - continuera à être administré par un Conseil de Surveillance présidé par Mme Elisabeth Badinter et géré par un Directoire présidé par Maurice Lévy qui continuera à assurer les fonctions de Président du Directoire. Roger Haupt, actuellement Chairman and CEO de Bcom3, deviendra COO du Groupe Publicis et rejoindra le Directoire.

L'accord de fusion a été approuvé par le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe SA et par le Conseil d'Administration de Bcom3.

Publicis, qui était devenu le 6^{ème} groupe mondial de communication grâce d'une part à sa politique d'acquisitions, d'autre part à sa croissance interne, poursuit ainsi, par cette opération, sa stratégie de mondialisation.

Pour Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe SA :

« Cet accord tripartite, conclu au niveau mondial entre des groupes puissants et complémentaires apporte une valeur ajoutée considérable à nos clients. Bcom3 est un groupe solide financièrement, constitué d'enseignes prestigieuses, très créatives avec notamment Leo Burnett, D'Arcy Masius Benton & Bowles, Manning Selvage & Lee, Bartle Bogle Hegarty et Starcom MediaVest et dispose d'un brillant portefeuille de clients. Nous sommes très honorés d'accueillir Bcom3 dans la famille Publicis. En outre, le partenariat avec Dentsu est de première importance ; il donne accès à nos clients au 2^{ème} plus grand marché économique mondial au travers du premier groupe publicitaire en Asie. Publicis Groupe SA sera très équilibré sur le plan géographique : nous réaliserons 49 % de nos revenus en Amérique du Nord, 37 % en Europe et 14 % dans le reste du monde. Nous améliorerons également la part de revenus que nous réalisons dans la communication spécialisée et les marketing services.

Notre objectif a toujours été d'être le meilleur partenaire de nos clients. Cet accord nous permet d'être encore plus performant en leur offrant des prestations de grande qualité dans le domaine de la publicité, du marketing, de la recherche et des services media, avec des agences de premier plan. Nous sommes vraiment heureux de la réalisation de cet accord.»

Création du 4^{ème} Groupe mondial de communication

Par cette fusion avec Bcom3, Publicis Groupe SA rejoint le cercle des tout premiers acteurs mondiaux du secteur de la communication et se situera au quatrième rang avec un revenu de 4,6 milliards d'euros (4,0 milliards de \$), un effectif de 38 000 collaborateurs, et une liste impressionnante de clients. A l'issue de cette opération, le Groupe occupera la première place en Europe, la troisième aux Etats-Unis et son partenariat avec Dentsu renforce considérablement sa position au Japon et en Asie.

Bcom3 est le 7^{ème} groupe mondial de communication. Basé à Chicago, il opère sur les cinq continents dans 90 pays et gère au travers de ses enseignes de notoriété mondiale – notamment Leo Burnett, d'Arcy Masius Benton & Bowles, Manning Selvage & Lee, Bartle Bogle

Hegarty et Starcom MediaVest Group – des clients aussi réputés que *Philip Morris, McDonald's, General Motors, Procter & Gamble*, ou encore *Diageo*.

Bcom3, société non cotée, est détenue à environ 79 % par ses collaborateurs et à environ 21 % par Dentsu auquel il est lié depuis deux ans par une alliance stratégique.

Pour Roger Haupt, CEO de Bcom3 : *« Quand nous avons signé le partenariat avec Dentsu il y a deux ans, nous étions conscients de la nécessité d'une approche multiculturelle pour construire des marques mondiales. L'accord que nous annonçons aujourd'hui répond à ce besoin et renforce notre offre avec une expertise et des services de premier plan ainsi qu'une extraordinaire couverture géographique. Nous avons pu apprécier les forces de Dentsu et nous savons que Publicis réussit à intégrer de nouvelles structures, tout en respectant les cultures, et les personnalités propres à chaque agence. Avec Publicis nous avons trouvé le « juste » partenariat qui est bénéfique à la fois pour nos clients, pour nos collaborateurs et pour nos actionnaires ».*

Un partenariat stratégique avec Dentsu

A la suite de la fusion entre Publicis et Bcom3, l'accord stratégique qui préexistait entre Bcom3 et Dentsu se poursuivra et sera même renforcé entre Dentsu et Publicis. Ce partenariat stratégique permettra d'une part aux clients de Dentsu de bénéficier des services des réseaux mondiaux de Publicis, d'autre part aux clients de Publicis d'avoir un accès privilégié au marché hautement compétitif du Japon et aux services offerts par Dentsu. Par ailleurs, des développements communs pourront être envisagés notamment dans le marketing sportif où Dentsu occupe une position de leader mondial.

Pour Yutaka Narita, Président de Dentsu : *« Dentsu, Publicis et Bcom3 ont beaucoup de points communs dont le plus important est la même philosophie de notre métier : d'abord l'application du principe du « client first » ; ensuite le même mode de management fondé sur une attention particulière portée aux collaborateurs, aux clients, aux actionnaires et aux médias ; enfin un grand respect pour nos racines et nos fondateurs qui nous ont insufflé l'esprit qui nous anime aujourd'hui, et à partir desquels nous avons forgé notre propre culture et notre identité.*

L'addition des ressources des trois groupes – qui se sont développés dans trois environnements culturels différents et complémentaires - permettra de fournir les meilleurs services dans chaque domaine de la communication au niveau international et d'être le meilleur groupe mondial. C'était notre rêve mutuel et notre objectif commun.

Enfin, nous tenons à souligner que sans le soutien de Mme Elisabeth Badinter, fille du fondateur de Publicis, rien de cela n'aurait été possible. Avec Maurice Lévy, Président du Directoire et Mme Elisabeth Badinter nous avons la volonté de forger un partenariat stratégique solide.

Avec cet accord, Dentsu témoigne à nouveau de sa détermination à satisfaire au mieux les intérêts de ses clients. ».

La Création du 2^{ème} groupe mondial de conseil et achat media

La puissance combinée de Starcom MediaVest Group, numéro quatre mondial du secteur et de Zenith Optimedia Group, détenu à 75% par Publicis et 25% par Cordiant, numéro trois mondial, permettra de créer le deuxième pôle mondial d'achat et conseil média pour le plus grand profit des clients qui bénéficieront d'une puissance d'achat accrue et d'outils de recherche exclusifs permettant de mieux appréhender les audiences des différents médias .

Un renforcement dans tous les métiers de la communication :

Cette fusion va également renforcer Publicis dans plusieurs domaines de la communication spécialisée. Notamment dans le secteur de la santé avec le Groupe Medicus qui complètera les prestations offertes par le réseau Nelson Communications (Groupe Publicis), dans les Relations Publiques avec Manning Selvage & Lee qui étendra la palette de services proposés par Publicis Consultants et Publicis Dialog, dans la communication ethnique qui comprendra en plus des agences Burrell, Conill et Publicis Sanchez & Levitan (groupe Publicis) avec les marques Bromley, Lapiz, New-A, Vigilante et d'autres entités du Groupe Pangea (Bcom3) et enfin dans le marketing sportif et événementiel avec Relay.

Un Management autonome

Fidèle à sa philosophie de management, le groupe Publicis veillera à ce que les réseaux et les entités soient gérés de manière autonome, dans le respect des personnalités, des clients et des enseignes. Le nouveau Groupe conservera le nom de Publicis. Les agences de Bcom3 continueront à reporter à M. Roger Haupt dans le cadre de ses responsabilités de COO de Publicis.

Les termes de la transaction

Publicis va acquérir 100 % du capital de Bcom3 pour un montant de 3 milliards de dollars (3,4 milliards d'Euros) sur la base de 30,5 euros par action Publicis. Ce montant sera financé à hauteur de 50 % (1,5 milliard de \$) par augmentation du capital de Publicis et émission d'actions nouvelles (56,25 millions), de 25 % (750 millions de \$ - 858 millions d'Euros) par émission d'obligations remboursables en actions nouvelles ou existantes (ORANE) d'une durée de 20 ans et de 25 % (750 millions de \$ - 858 millions d'Euros) par émission d'obligations à bons de souscription d'actions (OBSA) d'une durée de 20 ans au prix de conversion de 30,50 euros.

Ces titres émis au closing de l'opération seront assortis de modalités de cession ordonnée et dispositions de lock-up d'une durée allant de 6 mois à 4 ans.

Cette opération devrait être relative dès l'année 2002, avant même prise en compte des synergies qui seront dégagées par cette fusion.

Dentsu, qui détient actuellement environ 21 % du capital de Bcom3, procédera à un investissement complémentaire en actions Bcom3, préalablement à la fusion Publicis/Bcom3. A l'issue de la fusion, Dentsu détiendra une participation de 15 % des droits de vote du nouvel ensemble et consolidera cet investissement par mise en équivalence. Dentsu sera représenté au Conseil de Surveillance par deux membres : M. Yutaka Narita, Président de Dentsu et M. Fumio Oshima, Senior Managing Director de Dentsu.

Dentsu signera un pacte d'actionnaires d'une durée de 12 ans avec Mme Elisabeth Badinter.

Dentsu s'engagera dans un partenariat à long terme avec Elisabeth Badinter et considère que le rôle d'Elisabeth Badinter et de l'actuel management constitue pour Dentsu un facteur fondamental du succès de Publicis. Dentsu apportera son soutien à Elisabeth Badinter en tant que Présidente du Conseil de Surveillance et dans les décisions au Conseil de Surveillance.

Dentsu entend être un actionnaire stable, de long terme dans Publicis et s'engage à limiter ses droits de vote à 15 %.

L'opération de fusion Publicis/Bcom3 sera soumise à l'approbation des actionnaires des deux groupes et des autorités compétentes dans les différents pays.

Dentsu et certains actionnaires importants de Bcom3 représentant environ 31 % du capital ont accepté de voter en faveur de cette fusion. Elisabeth Badinter et la Somarel (représentant environ 45 % des droits de vote de Publicis) ont également accepté de voter en faveur de la fusion. Cette opération devrait être clôturée d'ici le 30 Juin 2002.

Les Banques Conseil étaient Lazard pour Publicis, Morgan Stanley pour Bcom3 et Dresdner Kleinwort Wasserstein pour Dentsu.

Les avocats conseil de Publicis étaient Wachtell, Lipton, Rosen & Katz et Darrois, Villey, Maillot & Brochier. Ceux de Bcom3 : Davis Polk & Wardell, Bredin Prat et Kirkland & Ellis. Ceux de Dentsu : Debevoise & Plimpton (bureaux de Paris et de New-York).

Les Organes de gestion et d'administration

- Le Directoire, présidé par Maurice Lévy sera composé de Roger Haupt, Kevin Roberts, Bertrand Siguier, et Bruno Desbarats.
- Le Conseil de Surveillance, présidé par Mme Elisabeth Badinter, accueillera deux dirigeants de Dentsu : Yutaka Narita, Président et Fumio Oshima, Senior Managing Director.

Contacts Publicis Groupe SA :

Pierre Bénaich
Tél. 01 44 43 65 00

Directeur des Relations Investisseurs

Laurence Rey
Tél. 01 44 43 70 10

Directeur de la Communication