



PUBLICIS GROUPE S.A.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 3 octobre 2001

Les « Centers For Disease Control and Prevention » (CDC) viennent de confier leur budget de communication à Publicis aux Etats-Unis.

Trois agences du groupe Publicis ont été choisies par **CDC** pour une importante campagne holistique d'information : **Frankel, Saatchi & Saatchi et Publicis Dialog.**

Le budget global de cette campagne visant notamment à promouvoir auprès des jeunes des comportements préservant la santé et évitant les risques, s'élève à 125 millions de dollars.

Frankel aura en charge l'ensemble des actions concernant les événements nationaux, la communication on-line et l'élaboration de partenariats locaux ; Saatchi & Saatchi concevra et mettra en œuvre la campagne publicitaire et Publicis Dialog gèrera les opérations de relations publiques.

Pour CDC – qui est l'agence fédérale américaine de protection de la santé pour tous les citoyens américains vivant aux Etats-Unis et à l'étranger – les expériences de ces 3 agences Publicis qui travaillent pour des clients aussi importants et variés que Tropicana, Visa, AT&T Wireless, General Mills, Kodak, Procter & Gamble, Johnson & Johnson, Guidant Corporation, Transitions Optical, et l'expertise de Publicis dans la communication holistique, ont été déterminantes dans l'attribution du budget.

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis SA, a déclaré : « L'acquisition de ce budget témoigne du succès de la stratégie déployée par Publicis depuis de nombreuses années et notamment de la pertinence du concept de la "holistique différence" qui met en œuvre et coordonne tous les moyens d'actions pour toucher au mieux les consommateurs ».

En référence à la conjoncture actuelle, Maurice Lévy a précisé : « Même si les signes d'un ralentissement marqué sont de plus en plus perceptibles, Publicis réalisera en 2001 un bon niveau d'activité avec une croissance du revenu qui devrait se situer entre 3,5 et 5,5 % et un taux de marge EBIT/revenu de 14 % ».