

Communiqué de presse

Lausanne, le 28 mars 2007

Résultats 2006

PubliGroupe augmente son chiffre d'affaires de 3.8% grâce à sa croissance sur les marchés internationaux ainsi que dans les médias électroniques et online – Progression de 7.7% de l'EBIT sur une base comparable – Augmentation du dividende

L'EBIT de CHF 61.8 millions reflète une bonne performance opérationnelle des activités de base du groupe. Il progresse de 7.7% sur une base comparable qui exclut les gains non récurrents sur ventes de participations ainsi que l'impact des changements de périmètre intervenus en 2006, essentiellement au début du second semestre ensuite des acquisitions liées aux développements dans les médias électroniques et les guides locaux. Cette progression est de surcroît obtenue alors que PubliDirect et PubliPresse consacrent ensemble CHF 14.4 millions (+ 24%) pour le déploiement de leurs activités online.

Ces acquisitions et lancements de nouvelles activités positionnent le groupe dans des secteurs à forte croissance et stratégiquement importants. La croissance du groupe dans les médias électroniques et les services online est ainsi de plus de 60% en 2006. Ces efforts se poursuivront.

Tous les secteurs d'activités sont par ailleurs bien orientés : amélioration de l'EBIT de PubliPresse (+ 15.9%), de la division internationale Publicitas Promotion Network (+ 18.5%) et des activités en développement qui réduisent leur perte de moitié. L'EBIT de PubliDirect diminue de 15.3% en raison des moyens mis en œuvre pour le lancement et la croissance du portail www.local.ch.

Le résultat financier atteint CHF 16.6 millions. En 2005, une augmentation de CHF 14.1 millions de la valeur des actions « PSP Swiss Property » avait porté ce résultat à CHF 25.2 millions.

Le résultat net attribuable aux actionnaires de PubliGroupe S.A. est de CHF 53.9 millions. Sa progression est de 12.3% sur une base comparable.

Le conseil propose à la prochaine assemblée générale de verser aux actionnaires un montant porté à CHF 12.– par action (2005 : CHF 11.–). Le taux de distribution passe de 37% à 53%.

Chiffres clés

en millions de CHF	2006			2005			Evolution 2005–2006	
	IFRS	Pro forma excluant les éléments non récurrents et avant les changements de périmètre 2006		IFRS	Pro forma excluant les éléments non récurrents		IFRS	Pro forma
Chiffre d'affaires	2'084.4	(4.4)	2'080.0	2'007.5		2'007.5	+ 3.8%	+ 3.6%
Marge brute	441.4		3.2 444.6	430.9		430.9	+ 2.4%	+ 3.2%
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	55.5	0.4	55.9	62.4	(11.9)	50.5	- 11.1%	+ 10.7%
Résultat d'exploitation (EBIT)	61.8		2.8 64.6	71.9		(11.9) 60.0	- 14.0%	+ 7.7%
Résultat financier	16.6	(5.1)	11.5	25.2	(15.3)	9.9	- 34.1%	+ 16.2%
Résultat net, part de PubliGroupe S.A.	53.9	(3.7)	50.2	71.9	(27.2)	44.7	- 25.0%	+ 12.3%
Nombre d'employés en fin de période	2'783			2'783			-	

GROUPE //

Progression du chiffre d'affaires de 3.8% grâce à la croissance du groupe sur les marchés internationaux ainsi que dans les médias électroniques et online

La croissance de 3.8% du chiffre d'affaires, porté à CHF 2'084 millions, est principalement alimentée par la progression du réseau international Publicitas Promotion Network (+ 9%) et celle des activités en développement (+ 60.4%). PubliPresse (+ 1%) bénéficie d'une reprise de la publicité presse suisse qui s'est matérialisée par une hausse du chiffre d'affaires de 7% durant le quatrième trimestre. PubliDirect a une marge brute stable malgré une diminution de 2.6% de son chiffre d'affaires.

Progression de 7.7% de l'EBIT sur une base comparable

L'EBIT de CHF 61.8 millions reflète une bonne performance opérationnelle des activités de base du groupe. Il progresse de 7.7% sur une base comparable qui exclut les gains non récurrents sur ventes de participations* ainsi que l'impact des changements de périmètre intervenus en 2006, essentiellement au début du second semestre ensuite des acquisitions liées à nos développements dans les médias électroniques (Radiotele) et les guides locaux (The Guide Company). Cette progression est de surcroît obtenue alors que PubliDirect et PubliPresse consacrent ensemble CHF 14.4 millions (+ 24%) pour le déploiement de leurs activités online. Ces efforts se poursuivront. Ils sont supportés par les bonnes performances des différents secteurs d'activités du groupe, qui sont tous bien orientés.

Avec un chiffre d'affaires en légère diminution et une marge brute stable, PubliDirect voit son EBIT passer de CHF 52.3 millions à CHF 44.3 millions (- 15.3%) en raison du développement du portail-moteur de recherche « local.ch » lancé en avril 2006 sur l'ensemble de la Suisse; cette nouvelle activité pèse à hauteur de CHF 8.9 millions sur l'EBIT de PubliDirect, en tenant compte des coûts d'intégration des sociétés associées à cette plate-forme telles que Fundgrueb et Autobörse. The Guide Company pèse également sur l'EBIT de ce secteur.

L'EBIT de PubliPresse progresse de 15.9% pour atteindre CHF 19 millions. La croissance des ventes conjuguée avec une augmentation de la productivité permettent de réaliser cette performance tout en supportant la poursuite du développement de Publiconnect (coût de CHF 5.5 millions), entité spécialisée dans la commercialisation, la gestion et la diffusion des annonces rubriques online et print.

La division internationale Publicitas Promotion Network porte son EBIT à CHF 9.6 millions (+ 18.5%) grâce aux marchés asiatiques et européens.

La perte d'exploitation de CHF 2.5 millions des activités en développement est réduite de moitié par rapport à 2005 grâce aux excellentes performances de namics (consulting-e-business) et de web2com (publicité online) et à l'amélioration de celles de cinecom (publicité cinéma et TV). L'intégration de Radiotele (publicité radio et TV) pèse sur l'EBIT de ce secteur.

Résultat financier fluctuant en fonction de l'évolution du portefeuille titres

Le résultat financier atteint CHF 16.6 millions; il inclut des gains non récurrents sur vente d'actifs financiers de CHF 5.1 millions. En 2005, une augmentation de CHF 14.1 millions de la valeur des actions « PSP Swiss Property » avait porté ce résultat à CHF 25.2 millions.

Résultat net en hausse de 12.3% sur une base comparable

Le résultat net attribuable aux actionnaires de PubliGroupe SA atteint CHF 53.9 millions (2005 : CHF 71.9 millions), soit CHF 22.55 par action.

Augmentation du dividende

La solidité des performances opérationnelles ainsi que celle du bilan permettent au conseil de proposer à la prochaine assemblée générale des actionnaires, qui se tiendra à Lausanne le 30 avril 2007, d'approuver le versement d'un dividende porté à CHF 12.– par action (montant distribué pour 2005 : CHF 11.–); si cette proposition est acceptée, c'est un montant de CHF 28.8 millions, correspondant à un taux de distribution de 53% (2005 : 37%), qui sera versé aux actionnaires.

** Les gains non récurrents sur ventes de participations et sur les sociétés en liquidation avaient atteint CHF 11.9 millions en 2005 et seulement CHF 1.4 million en 2006.*

Conseil d'administration

Le Conseil d'administration souhaite que la Fondation Jean-Robert Gerstenhauer-Grolimund, actionnaire à plus de 11% de l'entreprise depuis des décennies, soit à nouveau représentée en son sein. Il propose donc à la prochaine assemblée générale l'élection de M. Pascal Böni (1967), président de cette fondation. Il est Managing Partner de Remaco Merger AG, à Bâle, depuis 1998. Depuis 2005, il est également président et CEO de « Internationale Treuhand Gruppe », à Bâle.

Perspectives 2007

Un environnement qui reste favorable aux marchés publicitaires en ce début d'année, les gains de productivité obtenus dans notre division PubliPresse, la solidité de notre division PubliDirect, la croissance dans les médias électroniques au sein de structures ayant achevé leur intégration dans le groupe ainsi que des marchés internationaux dynamiques sont autant de facteurs qui devraient permettre une amélioration des performances opérationnelles du groupe en 2007. Des ressources importantes continueront en parallèle à être engagées dans le renforcement des positions de PubliGroupe dans les marchés en croissance.

Une stratégie qui conduit à une nouvelle organisation en 2008

Le secteur des médias se trouve en pleine mutation, et ce, dans le monde entier. Cette mutation est caractérisée par une consolidation du marché des médias ainsi que par la digitalisation de leur environnement. Les éditeurs traditionnels se transforment en prestataires multimédias, réagissant ainsi à l'évolution des comportements dans une société où la consommation de médias est de plus en plus fragmentée. Dans cet environnement qui se transforme, les exigences auxquelles est confrontée une entreprise comme PubliGroupe évoluent fortement. Certes, les médias imprimés continuent de jouer un rôle primordial dans la formation de l'opinion. Ils sont cependant de plus en plus complétés par des médias électroniques et des plateformes numériques. Les prestations de conseil aux donneurs d'ordres et l'offre de services hautement spécialisés pour soutenir la mise en œuvre de leurs stratégies de communication et médias prennent donc une importance accrue. Dans ce contexte, les compétences cross-média jouent un rôle crucial.

La stratégie d'entreprise de PubliGroupe a été définie en conséquence et correspond à son modèle d'affaires. Elle se fonde sur deux axes, à savoir la commercialisation de médias et la fourniture de prestations de conseil et de service à nos donneurs d'ordres et clients. Ce sont donc ces deux piliers auxquels sont affectés les segments « Search & Find » et « Media Sales » (commercialisation) ainsi que les segments « Custom Publishing » et « Marketing & Digital Services » (conseil et services).

- Search & Find est et reste la première place de marché en Suisse où se rencontrent l'offre et la demande locales. Ce sont les répertoires/annuaires imprimés ou interactifs qui constituent le fondement de la plate-forme Search & Find. Celle-ci est complétée en permanence par des offres de services supplémentaires (loisirs, automobile, emplois, culture, etc.).
- Media Sales représente le métier central de PubliGroupe, lequel s'appuie sur des partenariats avec les médias établis depuis de longues années. Cette activité est surtout appelée à se développer au niveau national, mais aussi sur des marchés internationaux sélectionnés, au travers d'une commercialisation « tous médias » dans laquelle les compétences cross-média de PubliGroupe joueront un rôle central.
- Custom Publishing propose des moyens de communication conçus sur mesure pour les compagnies aériennes (médias « inflight ») et d'autres sociétés. Ces activités ont été développées avec succès en Asie où elles bénéficient toujours d'un potentiel important. Désormais, elles seront étendues à d'autres régions.
- Marketing & Digital Services propose un portefeuille de prestations de conseil et de service à l'intention de clients et d'agences, pour soutenir la mise en œuvre de leurs stratégies de communication et médias. Ce segment englobe toutes les compétences liées à ce domaine et concerne l'ensemble des catégories de médias. Dans un marché médias complexe, il est appelé à se transformer en un secteur d'activité fortement orienté sur l'international et à connaître une croissance plus rapide que les autres segments.

L'activité de commercialisation des médias demeure le fondement de PubliGroupe. Le secteur de prestations de conseil et de service, nouvellement défini, permettra cependant de créer de nouvelles activités en tirant profit des opportunités liées aux évolutions du marché. En s'appuyant sur sa large implantation en Suisse dans son métier de base – la commercialisation de la

communication commerciale – PubliGroupe est en mesure de développer ses activités de prestations de conseil et de service, fortement orientées sur l'international.

L'organisation de PubliGroupe sera adaptée dans le courant de cette année aux nouveaux segments d'activité présentés. Leur entrée en vigueur officielle interviendra au 1^{er} janvier 2008.

INFORMATIONS SECTORIELLES //

en millions de CHF	PubliDirect		PubliPresse		PPN		Activités en dev.		Corporate & autres						
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005					
Chiffre d'affaires	- 2.6%	129.4	132.8	+1.0%	1'495.6	1'480.5	+9.0%	375.9	345.0	+60.4%	108.3	67.5	+0.5%	40.4	40.2
Marge brute	+0.3%	106.7	106.4	- 0.3%	228.7	229.3	+5.3%	72.9	69.2	+41.9%	42.0	29.6	+0.3%	28.9	28.8
EBITDA	- 16%	29	34.5	+12.6%	22.3	19.8	+17.9%	9.9	8.4	-	2.1	(2.2)	-	(7.8)	1.8
Sociétés associées	- 4.7%	18.2	19.1	-	-	-	-	0.6	0.6	-	(0.3)	(0.2)	+80%	4.5	2.5
EBIT	-15.3%	44.3	52.3	+15.9%	19.0	16.4	+18.5%	9.6	8.1	-	(2.5)	(4.9)	-	(8.6)	0.0
Effectif du personnel	- 4.6%	514	539	- 2.7%	1'303	1'339	+2.3%	495	484	+24.9%	284	228	- 3.1%	187	193

PubliDirect - Search & Find / Edition de Pages Jaunes et d'autres annuaires print/Internet

PubliDirect maintient sa marge brute au niveau de l'année antérieure avec un chiffre d'affaires en légère diminution de 2.6%. En Suisse, les produits imprimés édités par PubliDirect, soit 97 annuaires «LOCAL» et 7 annuaires Pages Jaunes, parviennent à renouveler en 2006 le chiffre d'affaires élevé atteint en 2005. En revanche, les commissions sur les ventes pour les produits du partenaire Swisscom Directories diminuent de 19.8% pour des raisons inhérentes au rythme de renouvellement des contrats de publicité à trois ans. Pour mieux apprécier le marché suisse des directories print/Internet, il faut considérer le chiffre d'affaires publicitaire réalisé ensemble par les sociétés du joint-venture PubliDirect/Swisscom Directories. Il a atteint CHF 196.1 millions en 2006, en hausse de 3.5% par rapport à 2005, grâce à une croissance de 25.7% des produits Internet. 2006 a été une année de lancement pour www.local.ch et une année de transformation pour les sociétés associées à cette plate-forme : Fundgrueb et Autobörse Medien. Cela a conduit à une diminution du chiffre d'affaires de ces dernières de 35.9%. Les activités en France continuent de progresser de manière régulière ; en 2006, leur croissance est de 6.7%.

L'EBIT de PubliDirect atteint CHF 44.3 millions. La diminution de CHF 8 millions (-15.3%) par rapport au résultat record 2005 provient des pertes opérationnelles – CHF 8.9 millions au total – liées au lancement de www.local.ch et à l'intégration des sociétés associées à ce portail, qui sont en forte augmentation par rapport à 2005. The Guide Company pèse également sur l'EBIT de ce secteur. L'EBIT inclut la part du groupe (49%) au résultat de Swisscom Directories.

PubliPresse - Commercialisation de l'offre publicitaire de la presse suisse et de ses compléments online

Le chiffre d'affaires progresse de 1% sous l'impulsion d'un regain de dynamisme du marché de la publicité presse dès la fin de l'été, qui s'est traduit par une croissance de 7% pour le dernier trimestre. Si l'essentiel de cette hausse est encore imputable à la très bonne tenue des offres d'emploi (+ 22%), il faut relever que la publicité commerciale ne recule sur l'année plus que de 1.3% contre une baisse de 2.8% en 2005. Les différents canaux de vente par Internet (E-selling, MyPublicitas) ont continué à se développer très positivement avec une progression de près de 20% du chiffre d'affaires. La société Südostschweiz Publicitas AG (participation PubliGroupe : 50%) est désormais consolidée par mise en équivalence. Ainsi, à périmètre comparable, la hausse du chiffre d'affaires de PubliPresse serait de 2.6%.

Le déploiement de Publicconnect, entité spécialisée dans la vente et la gestion des annonces rubriques dans la presse et Internet au profit des grands clients a été poursuivi. L'effort de PubliPresse pour soutenir l'essor de Publicconnect s'est ainsi chiffré à CHF 5.5 millions en 2006 et porte déjà ses fruits. Sous le nom de marque Publisherconnect, Publicconnect a conclu 18 contrats avec des éditeurs pour la création de 47 portails interactifs dans les secteurs des annonces rubriques, dont 12 sont déjà opérationnels. Son chiffre d'affaires «online» a doublé.

PubliPresse a poursuivi ses efforts de rationalisation et d'optimisation de ses déroulements administratifs, notamment dans le cadre du projet HPO (High Performance Organisation). Ces gains de productivité ont contribué à la maîtrise des coûts, notamment dans le domaine du personnel où, malgré la reprise de 45 collaborateurs dans le cadre de la prise en régie intégrale de nouveaux titres, l'effectif de PubliPresse a pu être maintenu au niveau de celui de 2005 à périmètre constant. La diminution de 36 personnes constatée au niveau de la division est due au fait que Südostschweiz Publicitas S.A. est désormais consolidée par mise en équivalence.

Les effets conjugués d'une reprise du chiffre d'affaires et des économies conséquentes dans les frais généraux ont permis d'améliorer l'EBIT de PubliPresse de 15.9%; il passe de CHF 16.4 millions à CHF 19 millions.

Publicitas Promotion Network - Commercialisation des médias sur le plan international

Un chiffre d'affaires en progression de 9% à CHF 375.9 millions, une marge brute en augmentation de 5.3% à CHF 72.9 millions et un strict contrôle des coûts d'exploitation permettent à Publicitas Promotion Network d'atteindre une rentabilité record en 2006, avec un EBIT porté à CHF 9.6 millions (+ 18.5%).

Ces résultats sont atteints grâce aux excellentes performances du groupe Emphasis basé à Hong Kong et à la forte reprise de la région Europe, en particulier sous l'impulsion de nos sociétés allemande, anglaise et italienne. La croissance de PPN est ainsi de 11% en Asie et de 11.8% en Europe, alors que le marché nord-américain, - 8.1%, n'a pas connu le développement escompté, malgré les bons résultats des sociétés canadiennes. Les activités avec les pays d'Amérique latine ont également provisoirement marqué le pas, la situation devant s'améliorer dès 2007 grâce à la signature d'un important contrat de représentation.

En mars 2007, le groupe a porté sa participation de 40% à 65% dans la société indienne Mediascope Publicitas, qui réalise un chiffre d'affaires annuel de CHF 20.4 millions.

Activités en développement

Ce secteur comprend la société namics spécialisée dans le consulting et la réalisation de solutions e-business, ainsi que les sociétés du groupe actives dans la commercialisation des médias électroniques, digitaux & interactifs : cinecom (commercialisation de publicité pour les cinémas et la télévision), Radiotele (commercialisation de publicité pour la radio et les TV régionales) et web2com (commercialisation de publicité pour Internet et la téléphonie mobile).

Toutes ces sociétés ont amélioré considérablement leurs performances en 2006. Le chiffre d'affaires est porté à CHF 108.3 millions (+ 60.4%). La perte d'exploitation de CHF 2.5 millions est réduite de moitié par rapport à 2005 grâce aux excellentes performances de namics et de web2com et à l'amélioration de celles de cinecom. L'intégration de Radiotele pèse sur l'EBIT de ce secteur.

namics a réalisé une croissance de 29% et porté son chiffre d'affaires à CHF 26.3 millions. Sa progression est forte aussi bien en Suisse qu'en Allemagne.

cinecom augmente son chiffre d'affaires de 27.2% à CHF 50.1 millions. L'activité cinéma progresse de 4%. La publicité nationale est décevante tandis que la publicité locale est en hausse grâce à la digitalisation des processus de transmission et de diffusion des films publicitaires, qui a facilité l'accès à ce média pour les annonceurs, tout en réduisant leurs coûts de production. Les ventes de publicité pour la télévision augmentent de 37%, en partie grâce aux nouveaux contrats de représentation des chaînes kabel eins (depuis janvier 2006) et 3+ (« drei plus », dès le mois de septembre 2006).

Entrée dans le groupe début juillet 2006, Radiotele apporte, sur six mois, un chiffre d'affaires de CHF 20.6 millions réalisé essentiellement (66%) dans le domaine de la publicité radiophonique. L'intégration de Radiotele à PubliGroupe a entraîné des mesures de réorganisation dont les coûts provoquent un résultat déficitaire.

web2com est en pleine expansion depuis son nouveau départ en 2005. Avec une croissance de 49.7%, elle surperforme un marché de la publicité online pourtant déjà très dynamique. Son chiffre d'affaires atteint ainsi CHF 11.5 millions. La société a également fortement amélioré sa profitabilité.

Corporate & autres

Ce segment comprend les sociétés IT du groupe réunies dans PubliService, les participations du groupe dans le domaine de l'édition, ainsi que les services centraux. Il s'agit donc dans une grande mesure d'un centre de coûts pour le groupe qui n'a été positif en 2005 qu'en raison des gains sur ventes de participations et sociétés en liquidation. Ce segment dégage ainsi une perte d'exploitation de CHF 8.6 millions en 2006. L'écart de CHF 8.6 millions par rapport à 2005 (situation équilibrée) s'explique par la diminution des gains sur vente de participations et sociétés en liquidation qui ont atteint CHF 11.9 millions en 2005 et seulement CHF 1.4 million en 2006.

Cédées le 8 mars 2007, la société Zürcher Unterland Medien AG, ses filiales, ainsi que la participation Zürichsee Presse AG sont traitées dans les comptes comme des « activités destinées à être cédées » conformément à IFRS 5. Seule la part de PubliGroupe S.A. au résultat de ce groupe apparaît dans le compte de résultats consolidé sur la ligne « résultat net des activités destinées à être cédées ». L'année 2005 a été retraitée en conséquence pour être rendue comparable.

Bilan consolidé au 31 décembre

en millions de CHF

	2006	2005
Actif		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	63.0	50.6
Titres	33.2	118.1
Débiteurs	354.0	326.9
Impôts à recevoir	1.1	1.4
Actifs transitoires	65.6	66.5
Actifs destinés à être cédés	15.7	-
Actif circulant	532.6	563.5
Terrains et immeubles de placement	45.7	43.2
Terrains et immeubles de propre usage	72.8	78.5
Autres immobilisations corporelles	17.7	17.0
Immobilisations incorporelles	41.5	33.0
Participations dans des sociétés associées	119.6	110.9
Actifs financiers	279.3	268.2
Actifs d'impôts différés	3.7	4.2
Actif immobilisé	580.3	555.0
Total de l'actif	1'112.9	1'118.5
Passif		
Dettes à court terme	45.2	120.6
Créanciers	255.5	236.8
Impôts à payer	6.7	10.3
Passifs transitoires	87.7	76.3
Provisions à court terme	2.9	5.4
Passifs destinés à être cédés	9.6	-
Fonds étrangers à court terme	407.6	449.4
Dettes à long terme	7.1	12.8
Provision pour impôts différés	21.5	20.9
Autres provisions à long terme	10.7	9.7
Fonds étrangers à long terme	39.3	43.4
Fonds étrangers	446.9	492.8
Capital-actions PubliGroupe S.A.	2.5	24.9
Propres actions	(51.3)	(47.9)
Réserves	656.2	590.5
Fonds propres, part des actionnaires de PubliGroupe S.A.	607.4	567.5
Part des actionnaires minoritaires	58.6	58.2
Total des fonds propres	666.0	625.7
Total du passif	1'112.9	1'118.5

Compte de résultats consolidé

en millions de CHF

	2006	2005
Chiffre d'affaires	2'084.4	2'007.5
Achats	(1'528.3)	(1'468.5)
Réductions sur recettes	(114.7)	(108.1)
Marge brute	441.4	430.9
Charges de personnel	(302.8)	(292.0)
Charges de gestion	(88.7)	(92.4)
Autres charges et produits	5.6	15.9
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	55.5	62.4
Amortissements	(14.6)	(12.1)
Pertes de valeur	(2.1)	(0.4)
Part au résultat des sociétés associées	23.0	22.0
Résultat d'exploitation (EBIT)	61.8	71.9
Produits financiers	18.8	28.6
Charges financières	(2.2)	(3.4)
Résultat financier	16.6	25.2
Résultat avant impôts	78.4	97.1
Impôts	(15.1)	(12.7)
Résultat net des activités poursuivies	63.3	84.4
Résultat net des activités destinées à être cédées	0.1	0.6
Résultat net	63.4	85.0
Résultat net attribuable aux :		
- Actionnaires minoritaires	9.5	13.1
- Actionnaires de PubliGroupe S.A.	53.9	71.9

Résultat par action

Résultat de base par action (en CHF)	22.55	29.91
Résultat dilué par action (en CHF)	22.54	29.79

Les chiffres comparatifs 2005 ont été retraités pour tenir compte des activités destinées à être cédées.

Pour de plus amples informations :

PubliGroupe S.A.

Andreas Schmidt, CFO

Tél. : ++ 41 21 317 73 08

Fax : ++ 41 21 317 73 40

e-mail : aschmidt@publigroupe.com

Jean-Denis Briod, IR

Tél. : ++ 41 21 317 73 00

Fax : ++ 41 21 317 72 22

e-mail : jdbriod@publigroupe.com

PubliGroupe S.A.

Avenue des Toises 12
CH-1002 Lausanne

Tél. : ++ 41 21 317 71 11

Fax : ++ 41 21 317 75 55

www.publigroupe.com

Rapport financier et présentations disponibles sur
www.publigroupe.com/media-relations/telecharger.html