

# Résultats annuels 2019

## Des résultats solides dans une année de transformation

6 février 2020

- Revenu net publié en hausse de 9,3% sur l'année, Epsilon contribuant au 2<sup>nd</sup> semestre
- Croissance organique de -2,3%, en ligne avec l'objectif communiqué en octobre
- Taux de marge opérationnelle en hausse à 17,3%<sup>(1)</sup> (+30 points de base), incluant environ 100 millions d'euros d'investissements supplémentaires dans nos talents
- BNPA courant dilué de 5,02€ (+8,2%)<sup>(2)</sup> et Free Cash Flow<sup>(3)</sup> de près de 1,3 milliard d'euros (+8,2%)
- Numéro 1 en New Business pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive<sup>(4)</sup>
- Confirmation des perspectives 2020

### Résultats 2019

(millions d'euros)	2019	2019 vs 2018
Revenu	11 001	+10,6%
Revenu net	9 800	+9,3%
<i>Croissance organique</i>		-2,3%
Marge opérationnelle <sup>(1)</sup>	1 699	+11,6%
<i>Taux de marge opérationnelle<sup>(1)</sup></i>	17,3%	+30 <i>pdb</i>
Résultat net courant part du groupe	1 188	+9,8%
Bénéfice net courant par action dilué (euros)	5,02	+8,2% <sup>(2)</sup>
Free Cash Flow <sup>(3)</sup>	1 253	+8,2%

### T4 2019

Revenu net	2 871 M€
Croissance publiée	+15,2%
Croissance organique	-4,5%

(1) Hors coûts de transaction de 40M€ liés à l'acquisition d'Epsilon  
 (2) A taux de changes constants, hors BEAT Tax. En base publiée : +8,9%  
 (3) Avant variation du BFR  
 (4) Sources : Goldman Sachs, JP Morgan

Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe :

*« 2019 a été une année de transition au cours de laquelle nous avons complété notre modèle.*

*Nous avons fait l'acquisition d'Epsilon et l'avons intégré. Nous avons renouvelé le management de Publicis Sapient et repositionné ses opérations autour de la transformation des entreprises, à travers des expertises métiers. Nous avons mis en place notre modèle pays pour faciliter la cross-fertilisation entre nos activités de création, media, data et technologie. Dans le même temps, nous avons continué à promouvoir une nouvelle génération de leaders, à des postes stratégiques, au sein de nos marques les plus iconiques et dans nos pays les plus importants, ainsi que pour nos plus grands clients.*

*Ces évolutions nécessaires, combinées aux effets de la transition, ont eu un impact négatif sur notre croissance organique en 2019. Mais ce modèle montre déjà des résultats concrets, qui nous rendent confiants pour l'avenir. Notre croissance publiée de +9,3%, incluant Epsilon, témoigne de l'évolution de notre mix de revenu. Nos résultats financiers sont solides, avec une augmentation de la marge opérationnelle <sup>(1)</sup> de +11,6% et du bénéfice courant par action de +8,2% <sup>(2)</sup>, tout en investissant environ 100 millions d'euros supplémentaires dans nos talents. Notre modèle, ainsi que notre approche du marché démontrent leur attractivité, comme en témoigne le classement en « new business » : pour la deuxième année consécutive, nous sommes en tête des classements de gains de nouveaux budgets.*

*Notre transformation est désormais finalisée, à la fois en termes d'actifs et d'organisation. Nous avons aujourd'hui un positionnement unique pour apporter à nos clients ce dont ils ont besoin pour réussir dans un monde de plus en plus dominé par les plateformes, comme en témoignent nos succès récents avec Disney et Novartis.*

*Notre priorité en 2020 est de mettre en œuvre notre plan pour renouer avec la croissance organique, qui passe tout d'abord par un redressement progressif de nos activités traditionnelles. Nous préparons également la croissance de nos revenus futurs grâce à Epsilon et Publicis Sapient, tout en continuant à investir dans nos talents et dans leur formation, de manière à renforcer notre offre.*

*Nous avons fait des changements déterminants afin d'accélérer notre transformation. Notre feuille de route est claire et nous nous concentrons désormais sur sa mise en œuvre. Je tiens à remercier l'ensemble des équipes du Groupe Publicis pour leurs efforts, ainsi que tous nos clients pour leur confiance. »*

\* \*

\*

(1) Hors coûts de transaction de 40M€ liés à l'acquisition d'Epsilon

(2) A taux de changes constants, hors BEAT Tax. En base publiée : +8,9%

Le Conseil de surveillance de Publicis Groupe, réuni le 5 février 2020 sous la présidence de Monsieur Maurice Lévy, a examiné les résultats de l'année 2019, présentés par Monsieur Arthur Sadoun, Président du Directoire.

## CHIFFRES CLES

<i>En millions d'euros, à l'exception des données par action et des %</i>	2019	2018	2019 vs. 2018
<b>Données extraites du compte de résultat et du tableau de trésorerie</b>			
Revenu net	9 800	8 969	+9,3%
Revenu des coûts refacturables	1 201	982	+22,3%
Revenu	11 001	9 951	+10,6%
Marge opérationnelle avant amortissements	2 245	2 049	+9,6%
<i>En % du revenu net</i>	22,9%	22,8%	+10 pdb
Marge opérationnelle	1 659	1 523	+8,9%
<i>En % du revenu net</i>	16,9%	17,0%	-10 pdb
Marge opérationnelle hors coûts de transaction <sup>(1)</sup>	1 699	1 523	+11,6%
<i>En % du revenu net</i>	17,3%	17,0%	+ 30 pdb
Résultat opérationnel	1 267	1 303	-2,8%
Résultat net part du groupe	841	919	-8,5%
Bénéfice par action	3,59	4,01	-10,5%
Bénéfice courant par action, dilué <sup>(2)</sup>	5,02	4,61	+8,9%
Dividende par action <sup>(3)</sup>	2,30	2,12	+8,5%
Free cash-flow <i>avant variation du BFR</i>	1 253	1 158	+8,2%
<b>En millions d'euros, Données extraites du bilan</b>			
	<b>31 12 2019</b>	<b>31 12 2018</b>	
Total de l'actif	32 659	27 080	+20,6%
Capitaux propres, part du Groupe	7 401	6 853	+8,0%
Endettement financier net (trésorerie nette)	2 713	(288)	-

(1) Les coûts de transaction liés à l'acquisition d'Epsilon s'élèvent à 40 millions d'euros en 2019.

(2) Résultat net part du Groupe après élimination des pertes de valeur, des dépenses liées au plan de restructuration immobilière, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des principales plus ou (moins)-values de cession, de la variation de juste valeur des actifs financiers, de la réforme fiscale aux Etats-Unis, de la réévaluation des earn-out et des frais d'acquisition Epsilon, divisé par le nombre moyen d'actions sur une base diluée.

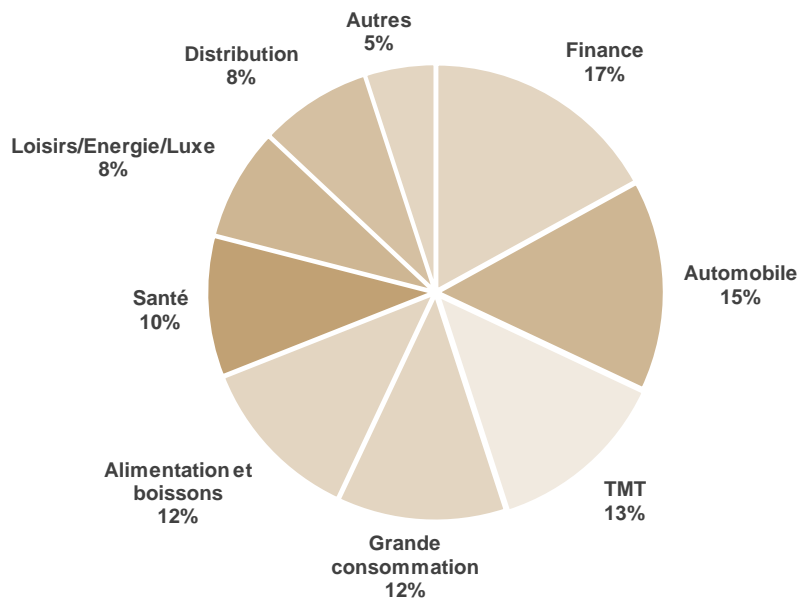
(3) Soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale du 27 mai 2020.

## REVENU NET DE L'ANNEE 2019

Le revenu net de Publicis Groupe en 2019 est de 9 800 millions d'euros, contre 8 969 millions d'euros en 2018, soit une hausse de 9,3%. La croissance à taux de change constant est de 5,9% et les variations de taux de change ont un effet positif de 282 millions d'euros (impact de 3,1%). Les acquisitions (nettes de cessions) ont eu une contribution de 760 millions d'euros au revenu net en 2019, reflétant la contribution d'Epsilon à partir de juillet 2019, et d'autres acquisitions telles que Xebia, Soft Computing et Rauxa, partiellement compensées par les cessions de PHS fin janvier 2019 et de Proximedia fin avril 2019.

La croissance organique est de -2,3% en 2019. Cette performance est en ligne avec les attentes partagées en octobre. Elle reflète trois facteurs négatifs bien identifiés. D'abord, un impact de l'attrition d'environ 200 points de base ; ensuite, l'effet des pertes de contrats en media en 2018 ; enfin, le repositionnement de Publicis Sapient aux Etats-Unis. Ces effets négatifs ont été partiellement compensés par la poursuite de la très bonne performance des *Strategic Game Changers*, qui ont vu leur revenu net progresser de 18%, et par l'effet positif des gains de budget en 2019.

### Répartition du revenu net en 2019 par secteur



Sur la base de 3 769 clients représentant 88% du revenu net total du Groupe

### Répartition du revenu net annuel par zone géographique

<i>Millions d'euros</i>	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique
	2019	2018		
Europe	2 630	2 622	+0,3%	-2,0%
Amérique du Nord	5 516	4 795	+15,0%	-3,5%
Asie Pacifique	1 006	924	+8,9%	+0,8%
Amérique Latine	326	347	-6,1%	-4,9%
Moyen Orient & Afrique	322	281	+14,6%	+10,0%
<b>Total</b>	<b>9 800</b>	<b>8 969</b>	<b>+9,3%</b>	<b>-2,3%</b>

L'Europe affiche une croissance de 0,3%. Hors impact des acquisitions et des taux de change, la croissance organique est de -2,0%. La performance se compare à des bases élevées, particulièrement sur la deuxième partie de l'année, dans les trois pays principaux de la zone. La France et le Royaume Uni enregistrent des croissances organiques légèrement négatives, de -0,8% et -0,2% respectivement. Le revenu net en Allemagne baisse de -10,0% en organique, particulièrement affecté par des pertes media en 2018.

Le revenu net en Amérique du Nord est en hausse de 15,0% par rapport à 2018, intégrant l'impact positif de l'acquisition d'Epsilon sur les 6 derniers mois de l'année. En organique, la région affiche une baisse de son revenu net de -3,5% en 2019. Les facteurs négatifs expliqués ci-dessus s'appliquent tout particulièrement aux Etats-Unis, qui voient leur croissance s'établir à -4,1% sur l'année. Le Canada enregistre une hausse de son revenu net en organique de 8,3%.

L'Asie Pacifique est en hausse de 8,9% et de 0,8% sur une base organique. L'Australie enregistre une baisse de -7,0% de son revenu net en organique, la Chine est en baisse de -1,8%, alors que Singapour et l'Inde enregistrent des croissances à deux chiffres (16,5% et 10,4% respectivement).

Le revenu net en Amérique Latine est en baisse de -6,1%, intégrant un impact négatif des variations de taux de change. En organique, la baisse du revenu net est de -4,9% sur l'année, avec un quatrième trimestre positif. La performance de la zone reflète des bases de comparaisons élevées et un contexte économique difficile dans certains pays. Les activités au Brésil sont en baisse de -10,7% en organique sur l'année. Le Mexique voit son revenu net baisser de -6,1% sur l'année en organique.

Le revenu net de la région du Moyen Orient et de l'Afrique progresse de 14,6% du fait de l'impact de la hausse de l'euro, et affichent une croissance organique de 10,0% sur une base organique, tirée par les Emirats Arabes Unis (16,6%).

## REVENU NET DU QUATRIEME TRIMESTRE

Le revenu net de Publicis Groupe pour le 4<sup>ème</sup> trimestre 2019 est de 2 871 millions d'euros et se compare à 2 492 millions d'euros en 2018, en croissance de 15,2%. La croissance à taux de change constant est de 12,9%. Les variations de taux de change ont un effet positif de 52 millions d'euros (impact de 2,1%). Les acquisitions (nettes de cessions) ont eu une contribution de 441 millions d'euros au revenu net du 4<sup>ème</sup> trimestre 2019, reflétant la contribution d'Epsilon à partir de juillet 2019, et des autres acquisitions telles que Xebia, Soft Computing et Rauxa, partiellement compensée par les cessions de PHS fin janvier 2019 et de Proximedia fin avril 2019.

La croissance organique est de -4,5% au 4<sup>ème</sup> trimestre 2019. Cette performance est en ligne avec les indications partagées en octobre. Elle met en évidence l'impact de trois facteurs négatifs bien identifiés. Premièrement, l'attrition, à savoir des coupes budgétaires de quelques clients dans la publicité traditionnelle, s'est poursuivie. Deuxièmement, la performance de nos activités media intègre le fait que nos gains de budgets n'aient pas totalement compensé les pertes enregistrées depuis le troisième trimestre 2018. Enfin, le repositionnement de Publicis Sapient sur la transformation digitale des entreprises aux Etats-Unis, initié début 2019 autour d'une organisation par expertises métiers, entraîne un impact négatif sur la croissance organique à court terme. Cette organisation reflète la structure déjà en place pour les activités de Publicis Sapient à l'international. Plusieurs actions sont menées simultanément : une partie de l'activité digitale marketing est transférée à nos activités de communication, et Publicis Sapient aux Etats-Unis évolue de missions digitales en mode projet vers des missions de transformation digitale à plus long terme. L'activité se recentre ainsi progressivement sur des opérations génératrices de croissance à long terme.

### Répartition du revenu net du 4<sup>ème</sup> trimestre par zone géographique

<i>Millions d'euros</i>	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique
	T4 2019	T4 2018		
Europe	728	753	-3,3%	-7,0%
Amérique du Nord	1 639	1 260	+30,1%	-4,2%
Asie Pacifique	302	277	+9,0%	-2,3%
Amérique Latine	107	110	-2,7%	+0,9%
Moyen Orient & Afrique	95	92	+3,3%	-1,2%
<b>Total</b>	<b>2 871</b>	<b>2 492</b>	<b>+15,2%</b>	<b>-4,5%</b>

## ANALYSE DES CHIFFRES CLES 2019

### Compte de résultat

La marge opérationnelle avant amortissements s'établit à 2 245 millions d'euros en 2019, contre 2 049 millions d'euros en 2018, soit une hausse de 9,6%, intégrant la contribution d'Epsilon au 2<sup>nd</sup> semestre. Le taux de marge ressort à 22,9% du revenu net (22,8% en 2018). En excluant les coûts de transaction liés à l'acquisition d'Epsilon, la marge opérationnelle avant amortissements atteint 2 285 millions d'euros en 2019, soit un taux de marge de 23,3%.

- Les charges de personnel atteignent 6 073 millions d'euros au 31 décembre 2019, en hausse de 5,7% par rapport à 5 747 millions d'euros en 2018. Cette hausse est le reflet de plusieurs facteurs : l'intégration d'Epsilon sur la deuxième partie de l'année, des investissements dans les talents pour nos Game Changers et nos activités de création et de media, à hauteur d'environ 100 millions d'euros, seulement partiellement compensés par l'ajustement des rémunérations variables lié au fait que l'objectif de croissance organique n'ait pas été atteint. En pourcentage du revenu net, les charges de personnel atteignent 62,0%, contre 64,1% en 2018, reflétant pour partie la structure du compte de résultat d'Epsilon, les charges de personnel y représentant une part moins importante du revenu. Les coûts fixes de personnel de 5 353 millions d'euros représentent 54,6% du revenu net contre 55,4% en 2018. Le coût des free-lances est de 348 millions d'euros en 2019, comparé à 367 millions en 2018. Les coûts de restructuration atteignent 116 millions d'euros en 2019 (104 millions d'euros en 2018) et s'inscrivent dans le cadre de la poursuite de la réorganisation du Groupe, « The Power of One », se traduisant par une intégration accrue des structures et des activités au niveau des pays.
- Les autres charges opérationnelles (hors amortissements) sont de 2 683 millions d'euros et se comparent à 2 155 millions d'euros en 2018. Ce poste représente 27,4% du revenu net à comparer à 24,0% en 2018. En excluant les coûts de transaction liés à Epsilon pour un montant de 40 millions d'euros, les charges opérationnelles en 2019 s'établissent à 2 643 millions d'euros, soit 27,0% du revenu net. Encore une fois, la structure du compte de résultat d'Epsilon explique la hausse de ce ratio.

La dotation aux amortissements est de 586 millions d'euros en 2019, en hausse de 11,4% par rapport à 2018. La hausse est principalement imputable à l'intégration d'Epsilon sur la deuxième partie de l'année.

La marge opérationnelle s'élève à 1 659 millions d'euros en hausse de 8,9% par rapport à la marge 2018 de 1 523 millions d'euros. Hors coûts de transaction liés à l'acquisition d'Epsilon, la marge opérationnelle s'établit à 1 699 millions d'euros, soit un taux de marge de 17,3%, en progression de 30 points de base par rapport à 2018. Cette amélioration provient notamment de la baisse des charges de personnel en pourcentage du revenu, de la cession de PHS, ainsi que d'un effet de change favorable, partiellement compensés par la hausse du poste d'autres charges opérationnelles. Ces éléments ont ainsi permis de générer les ressources

nécessaires pour investir dans les talents, que ce soit pour les Game Changers ou les activités de création et de media.

Les taux de marge opérationnelle par grande zone géographique, hors coûts de transaction liés à Epsilon, s'élevaient à 13,7% pour l'Europe, 19,6% pour l'Amérique du Nord, 17,7% pour l'Asie-Pacifique, 13,8% pour l'Amérique Latine et 10,9% pour la région Afrique / Moyen-Orient.

Les amortissements sur immobilisations incorporelles liées aux acquisitions sont de 204 millions d'euros en 2019, contre 69 millions d'euros en 2018. Cette augmentation est principalement liée à l'amortissement des actifs incorporels d'Epsilon, et à la mise en place de notre organisation pays, qui nous amène à un changement d'approche comptable concernant les marques valorisées à l'occasion des acquisitions. Depuis le 1er juillet 2019, ces marques font désormais l'objet d'un amortissement. Les pertes de valeur s'élevaient à 209 millions d'euros, dont 82 millions de perte de valeur principalement sur des actifs incorporels, et 127 millions liés au plan de consolidation immobilière All in One, qui amène une réduction du nombre de sites, tout en permettant une meilleure collaboration entre les équipes. En 2018, la perte de valeur s'élevait à 131 millions d'euros (dont 114 millions d'euros liés au plan All in One). Les autres charges et produits non courants sont positifs de 21 millions d'euros en 2019 résultant de cessions de filiales, contre une charge de 20 millions d'euros en 2018.

Le résultat opérationnel s'est élevé à 1 267 millions d'euros en 2019 contre 1 303 millions d'euros en 2018.

Le résultat financier, composé du coût de l'endettement financier net et d'autres charges et produits financiers, est une charge de 91 millions d'euros au 31 décembre 2019, contre une charge de 71 millions d'euros en 2018. La charge sur l'endettement financier, nette de produits, est de 25 millions d'euros en 2019, incluant 58 millions d'euros d'intérêts sur la dette d'acquisition d'Epsilon. La charge sur l'endettement financier ressortait à 11 millions d'euros en 2018. Les autres charges et produits financiers sont une charge de 66 millions d'euros, et comprennent notamment 70 millions d'euros d'intérêts sur les obligations locatives. Les autres charges et produits financiers représentaient une charge de 60 millions d'euros en 2018, incluant 58 millions d'euros d'intérêts sur les obligations locatives.

Le coût de réévaluation des earn-outs est de 22 millions d'euros à comparer à une charge de 13 millions d'euros en 2018.

La charge d'impôt est de 305 millions d'euros, correspondant à un taux d'impôt effectif de 25,0% en 2019, contre 285 millions d'euros en 2018, correspondant à un taux d'impôt effectif de 24,0%.

La quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence est une perte de 5 millions d'euros, à comparer à une perte de 4 millions d'euros l'année précédente. Les intérêts minoritaires sont de 3 millions d'euros en 2019 contre 11 millions d'euros en 2018.

Au total, le résultat net part du Groupe est de 841 millions d'euros à fin décembre 2019 contre 919 millions d'euros au 31 décembre 2018.



## Free cash-flow

<i>En millions d'euros</i>	<b>2019</b>	<b>2018</b>
Marge opérationnelle avant amortissements	2 245	2 049
Intérêts financiers payés (nets)	11	(3)
Remboursement des obligations locatives et intérêts associés	(480)	(432)
Impôts payés	(349)	(328)
Autres	51	68
<b>Flux de trésorerie générés par l'activité avant variation du BFR</b>	<b>1 478</b>	<b>1 354</b>
Investissements en immobilisations (nets)	(225)	(196)
<b>Free cash-flow avant variation du BFR</b>	<b>1 253</b>	<b>1 158</b>
Variation du Besoin en Fonds de Roulement	394	153
<b>Free cash-flow</b>	<b>1 647</b>	<b>1 311</b>

Le free cash-flow du Groupe, avant variation du besoin en fonds de roulement, est en hausse de 8,2% par rapport à 2018, à 1 253 millions d'euros. Cette hausse provient principalement de l'augmentation de la marge opérationnelle avant amortissements. L'augmentation des investissements nets en immobilisations est principalement due à la consolidation d'Epsilon sur le second semestre. L'impôt payé augmente de 328 millions d'euros en 2018 à 349 millions d'euros en 2019.

La variation du besoin en fonds de roulement est de 394 millions d'euros en 2019, contre 153 millions d'euros en 2018. Cette hausse est due à la poursuite de la politique de gestion de la trésorerie du Groupe, notamment en matière de recouvrement des créances échues. Elle bénéficie également de la contribution positive de la variation du besoin en fonds de roulement d'Epsilon.

Le free cash-flow du Groupe après variation du besoin en fonds de roulement est de 1 647 millions d'euros, en augmentation de 25,6% par rapport à celui de l'année précédente.

## Endettement net

L'endettement financier net s'établit à 2 713 millions d'euros au 31 décembre 2019 à comparer à une trésorerie nette de 288 millions d'euros au 31 décembre 2018. La dette nette moyenne du Groupe en 2019 s'élève à 2 375 millions d'euros contre 1 323 millions d'euros en 2018. L'augmentation de la dette du Groupe résulte de l'acquisition d'Epsilon dont le financement a été réalisé en grande partie par l'émission d'un emprunt obligataire d'un montant de 2,25 milliards d'euros en trois tranches.

## NEW BUSINESS

En 2019, pour la deuxième année consécutive, Publicis est en tête des classements de gains de nouveaux budgets<sup>1</sup>. L'offre de Publicis a démontré son attractivité, dans toutes ses dimensions, auprès de clients nouveaux comme existants. De nouveaux clients ont choisi le Groupe pour leur transformation marketing, comme *Disney* au niveau global, *LVMH* en Europe et *British Telecom* au Royaume-Uni. Le groupe a élargi avec succès sa relation avec certains clients existants et a remporté de nouvelles missions, avec notamment *Mondelez* ou *NBC Universal*, tous deux aux États-Unis. En outre, un an seulement après avoir remporté le contrat media et digital de *GSK*, le groupe s'est vu attribuer l'activité media de *Pfizer Consumer Healthcare*. Enfin, le groupe Publicis a consolidé sa relation avec *Novartis* et *Axa* et ainsi augmenté sa part de marché avec ces clients.

Cette dynamique se poursuit en 2020 : *Bank of America* a choisi début février de consolider son activité créative avec Leo Burnett pour accélérer son approche créative fondée sur la data avec le Groupe.

## ACQUISITION D'EPSILON

Le 14 avril 2019, Publicis Groupe a annoncé avoir conclu un accord avec Alliance Data Systems Corporation (NYSE : ADS) en vue d'acquérir **Epsilon** pour un prix net d'acquisition de 3,95 milliards de dollars après prise en compte des impacts fiscaux favorables liés à la transaction (et un montant total en numéraire de 4,45 milliards de dollars). En parallèle, Publicis Groupe et Alliance Data Systems ont décidé de nouer un partenariat stratégique. Cette acquisition accélère la mise en œuvre de la stratégie de Publicis Groupe visant à devenir le partenaire privilégié de ses clients dans leur transformation. Le closing, intervenu le 1<sup>er</sup> juillet 2019, a été annoncé le 2 juillet. L'intégration est largement finalisée à la fin de l'année 2019. Epsilon est positionné au cœur du Groupe comme l'expertise pour la construction, l'enrichissement et l'activation de la *first-party* data pour irriguer l'ensemble des activités du Groupe. Les activités de publicité d'Epsilon ont été intégrées à Leo Burnett, et le Groupe a décidé de mener une revue stratégique de la pratique CJ Affiliate, explorant ainsi différentes possibilités de générer de la valeur.

---

<sup>1</sup> Source : Goldman Sachs, JP Morgan

## AUTRES ACQUISITIONS ET CESSIONS

Le 31 janvier 2019, Publicis Groupe a annoncé la signature définitive de la cession à Altamont Capital Partners (Altamont) de **Publicis Health Solutions (PHS)**. PHS, qui appartenait au pôle de solution Publicis Health, est une organisation de représentants médicaux et de commercialisation pour des entreprises pharmaceutiques et biotechnologiques de dispositifs médicaux et de diagnostics. Les marques qui le composent, dont Touchpoint, PDI, Tardis Medical, PHrequency et CustomPoint Recruiting, permettent d'offrir toute une gamme complète de services aux clients.

Le 7 février 2019, Publicis Groupe a confirmé avoir réalisé le 6 février 2019 l'acquisition de 82,99% du capital de **Soft Computing**, leader français du Data Marketing, au prix de 25 euros par action, soit un montant global d'environ 43,4 millions d'euros. Cette acquisition a été réalisée auprès des actionnaires fondateurs et de leurs familles et fait suite à la levée de l'ensemble des conditions suspensives relatives aux accords signés le 19 décembre 2018. Le prix proposé fait ressortir une prime de 66,67% par rapport au cours de clôture du 19 décembre 2018. Fondé en 1984 par Eric Fischmeister et Gilles Venturi, Soft Computing est une société spécialisée dans la data et son exploitation au service du marketing digital et de la transformation de l'expérience client. Cette structure leader, forte de plus de 400 talents, accompagne la plupart des grandes entreprises des secteurs de la distribution, des services et de la finance. En avril 2019, le Groupe a acquis les intérêts minoritaires résiduels et en possède désormais 100%.

Le 14 février 2019, Publicis Groupe a annoncé qu'à la suite d'un processus de vente compétitif, conduit avec l'aide d'une grande banque de la place, les entités du groupe détenant les sociétés de l'ensemble **Proximedia** sont entrées en négociation exclusive avec la société Ycor en vue de céder la totalité de l'ensemble Proximedia. Présent en France, Belgique, Hollande et Espagne, Proximedia apporte des services digitaux aux TPE, PME, commerçants et artisans pour leur présence sur le Web et leur promotion. La cession s'est finalisée au cours du premier semestre 2019.

Le 19 août 2019, – Publicis Groupe a annoncé l'acquisition de **Rauxa**, une agence indépendante de marketing intégré. Rauxa a rejoint Publicis Media, le pôle de solution media de Publicis Groupe. Depuis sa création en 1999, Rauxa a enregistré une croissance annuelle moyenne à deux chiffres avec un revenu net de l'ordre de 70M USD en 2018. Elle emploie plus de 300 collaborateurs à New York, Los Angeles, San Francisco, Seattle, Orange County et Dallas. Les clients de Rauxa comprennent Verizon, Samsung, Alaska Airlines, Vans, Celgene et une vingtaine de grandes marques. Rauxa opère en tant qu'agence de Publicis Media aux Etats-Unis et est dirigée par sa fondatrice Jill Gwaltney et sa présidente directrice générale Gina Smith. Toutes deux reporteront à Dave Penski, COO Publicis Media U.S et Chairman de Publicis Media Exchange (PMX) et Tim Jones, Regional CEO Americas de Publicis Media. Rauxa travaille de façon étroite avec les agences digitales de Publicis Media (Moxie, MRY et Digitas) de manière à enrichir les différents points de contacts grâce au CRM et à une créativité plus ciblée.

## NOMINATIONS

En 2019, le Groupe a continué à promouvoir une nouvelle génération de dirigeants à des postes stratégiques, à la tête de ses marques iconiques, dans ses principaux pays et tops clients. Le Groupe a investi 100 millions d'euros supplémentaires dans les talents. Dans le même temps, une centaine de dirigeants ont été promus en interne et 150 ont été recrutés en externe.

Publicis Sapient, le pôle de transformation digitale des entreprises de Publicis Groupe, a annoncé la nomination de **John Maeda** en tant que Directeur Expérience Client. Le choix de John Maeda témoigne de l'engagement continu de Publicis Sapient à repousser les limites de la création, par les entreprises, de valeur exponentielle pour leurs clients et marchés. Dans le cadre de ses fonctions, John rejoint le Creative Executive Collective de Publicis Groupe, qui promeut un leadership créatif multidimensionnel et structuré afin de développer les potentialités multiples en matière de créativité au service du monde moderne – une créativité dynamique qui prend vie à travers des histoires, des expériences et des innovations.

Publicis Groupe UK a nommé **Ben Mooge** au poste de Chief Creative Officer, Publicis Groupe UK, une toute nouvelle fonction, confirmant ainsi l'engagement du Groupe à placer le produit créatif au cœur même de l'activité. Il souligne la valeur de la créativité générée au profit des clients et des talents, et son véritable potentiel lorsqu'elle est connectée aux données et à la technologie.

Publicis Groupe a annoncé la mise en place d'un nouveau Comex pour Publicis Groupe US et d'une nouvelle organisation en trois régions pour Publicis Communications US. Ces organes auront pour mission de superviser la gouvernance aux États-Unis, accélérer la mise en œuvre de la stratégie du Groupe et transformer plus encore notre offre créative.

**Publicis Groupe US ComEx** sera en charge du développement de la stratégie du Groupe et du pilotage de la performance globale et de la croissance, aussi bien pour le compte du Groupe que de ses clients, sur le marché le plus important de la société. Publicis Groupe U.S. ComEx sera présidé par Arthur Sadoun, Président du Directoire. Il sera aussi composé de Tim Jones, CEO, Publicis Media Americas ; Bryan Kennedy, CEO, Epsilon ; Ros King, VPE, Clients Mondiaux, Publicis Groupe ; Steve King, COO, Publicis Groupe & CEO, Publicis Media ; Adrian Sayliss, Directeur Financier, Publicis Groupe Amérique du Nord ; Carla Serrano, Directeur de la Stratégie, Publicis Groupe ; Liz Taylor, CCO, Publicis Communications US et Leo Burnett Worldwide ; Nigel Vaz, Directeur Général, Publicis Sapient ; et Dave Penski, COO Publicis Media U.S et Chairman de PMX.

**Publicis Communications US** a été organisé en trois zones afin de catalyser la transformation et la « fertilisation croisée » du portefeuille de marques créatives du Groupe, qui englobe des labels tels que Leo Burnett, Saatchi & Saatchi, Publicis, BBH et Fallon. La zone Ouest sera supervisée par Andrew Bruce, Directeur Général, Publicis Communications West ; la zone Centre sera dirigée par Andrew Swinand, Directeur Général, Publicis Communications Center ; et la zone Est sera sous la responsabilité de Jem Ripley qui revient

chez Publicis Groupe en tant que Directeur Général, Publicis Communications Est. J. Ripley supervisera également l'activité de transformation marketing de Publicis Sapient et les clients basés aux États-Unis, qui seront transférés à Publicis Communications. La capacité de transformation digitale des entreprises reste sous la responsabilité du pôle Publicis Sapient.

Publicis Groupe a nommé **Ian Wharton** au poste de Executive Creative Director chez Publicis Sapient, le pôle de transformation digitale du Groupe. Ian Wharton rejoint les équipes créatives de Publicis Groupe UK, dirigées par Ben Mooge, Chief Creative Officer de Publicis Groupe UK, et fait partie de l'équipe Global Experience de Publicis Sapient, où il est responsable de la conception de projets d'excellence.

Publicis Groupe a formé la **zone Asie du Nord**, composée de la Chine, Hong Kong, Taiwan, la Corée du Sud et le Japon, dans le but de délivrer des synergies sur les pratiques digitale, contenu, production et transformation digitale dans ces marchés. Cela permettra de renforcer le Power of One au sein des offres pour nos clients. **Jane Lin-Baden** a pris le poste de Directrice Générale de la zone Asie du Nord, en parallèle de son poste de Directrice de Publicis Groupe APAC. Afin de renforcer son positionnement dans ces pays, le Groupe a procédé à plusieurs nominations. **Katie Xie** a été nommée Chief Talent Officer de la zone Asie du Nord pour y superviser et y assurer la gestion des talents, elle occupait précédemment le poste de Directrice Exécutive en charge des ressources humaines chez Disney en Asie du Nord. **Andy Ho** rejoint le Groupe en tant que Global Client Partner de Publicis Groupe Chine, il apporte 22 ans d'expérience dans les secteurs de l'automobile, FMCG et de la technologie notamment en occupant différents postes clés chez Dentsu Aegis, mais également en tant que Directeur de McGarryBowen China. **Irene Chang** a également été promue CEO de Publicis Media Taiwan.

Publicis Groupe a nommé **Margaret Key** Chief Executive Officer de MSL pour les zones Afrique & Moyen Orient et Asie & Pacifique. Elle est en charge de conduire la stratégie de MSL dans ces zones tout en supervisant les clients mondiaux de MSL et les initiatives stratégiques à mener en termes de talents et de métiers, renforçant ainsi le positionnement de MSL sur les différents marchés de ces zones.

Publicis Groupe annonce la nomination d'**Anupriya Acharya** au poste de Chief Executive Officer pour l'Asie du Sud. A ce poste nouvellement créé, Acharya conduira les priorités de Publicis Groupe en Inde et au Sri Lanka. Ses principales responsabilités consisteront à favoriser une meilleure intégration des opérations du Groupe afin de répondre aux enjeux marketing et de transformation de nos clients actuels, tout en gagnant la confiance de nouveaux, ainsi que d'attirer les meilleurs talents dans ses agences. Elle sera soutenue par l'équipe de direction indienne, qui comprend tous les CEOs des agences, notamment ceux de la création, des médias, du digital, des RP, de la data et de la technologie.

Publicis a nommé **Cary Huang**, en tant que Chief Executive Officer Media & Digital de Publicis Groupe en Chine. Il supervisera les marques des métiers Media, Digital et Commerce en Chine, telles que Starcom, Zenith, Spark, Performics, Digitas, Publicis Commerce et Publicis WangFan.

## PERSPECTIVES

La transformation du Groupe est désormais finalisée en termes d'actifs et de structures. La priorité des équipes en 2020 est de se concentrer sur l'exécution de la stratégie et le rétablissement de la croissance organique.

Le Groupe est bien positionné et possède désormais les actifs et les talents nécessaires pour répondre aux besoins de ses clients. Les actions pour retrouver une croissance rentable et durable sont lancées et devraient permettre de retrouver un rythme positif de croissance à terme. Une amélioration séquentielle sera perçue rapidement. Toutefois, la performance du 1<sup>er</sup> semestre devrait rester négative, plus particulièrement sur le 1<sup>er</sup> trimestre.

Le Groupe confirme pour 2020 les perspectives communiquées en octobre 2019, soit une croissance organique se situant entre -2% et +1%. Le Groupe confirme également son ambition d'un taux de marge opérationnelle d'environ 17%, qui sera soutenu par la simplification de ses structures et ses nouvelles sources de revenu.

\*

\*

\*

## Avertissement

Certaines informations autres qu'historiques contenues dans le présent document sont susceptibles de constituer des déclarations prospectives ou des prévisions financières non auditées. Ces déclarations prospectives et prévisions sont sujettes à des risques et des aléas pouvant se traduire, ultérieurement, par des données réelles substantiellement différentes. Ces déclarations prospectives et prévisions sont présentées à la date du présent document et Publicis Groupe n'assume aucune obligation quant à leur mise à jour du fait d'informations ou d'événements nouveaux ou de toute raison autre que les réglementations applicables. Publicis Groupe vous invite à prendre connaissance avec attention des informations relatives aux facteurs de risque susceptibles d'affecter son activité telles que figurant dans son Document de Référence déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF), consultable notamment sur le site de Publicis Groupe ([www.publicisgroupe.com](http://www.publicisgroupe.com)), y compris une conjoncture économique défavorable, un secteur extrêmement concurrentiel, la possibilité que nos clients remettent nos contrats en cause très rapidement, le fait qu'une part non négligeable des revenus du Groupe provienne de clients importants, les conflits d'intérêts entre annonceurs d'un même secteur, la dépendance du Groupe envers ses dirigeants et ses collaborateurs, les lois et réglementations s'appliquant aux métiers du Groupe, des actions judiciaires engagées contre le Groupe au motif que certains messages publicitaires seraient mensongers ou trompeurs, la stratégie de développement par acquisition d'entreprises, la dépréciation des écarts d'acquisition et des actifs inscrits au bilan du Groupe, la présence du Groupe dans les marchés émergents, l'exposition au risque de liquidité, une baisse de la notation officielle du Groupe, et l'exposition aux risques de marché financier.

## À propos de Publicis Groupe - The Power of One

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est un leader mondial dans les domaines du marketing, de la communication et de la transformation numérique, à travers l'alchimie de la data, de la créativité, des médias et de la technologie, avec une offre unique pour proposer des expériences personnalisées à grande échelle. Le groupe est présent sur toute la chaîne de valeur, avec une organisation transversale unifiée, donnant accès à ses clients à l'ensemble des expertises du groupe dans le monde. Publicis Groupe est organisé en pôles de Solutions : Publicis Communications (Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi, Leo Burnett, BBH, Marcel, Fallon, MSL, Prodigious), Publicis Media (Starcom, Zenith, Spark Foundry, Performics, Digitas), Publicis Sapient et Publicis Health. Epsilon, spécialisée dans la data et la technologie avec sa plate-forme Conversant, est positionnée au cœur du groupe et alimente toutes les activités. Présent dans plus de 100 pays, Publicis Groupe emploie près de 84 000 collaborateurs.

[www.publicisgroupe.com](http://www.publicisgroupe.com) | [Twitter: @PublicisGroupe](https://twitter.com/PublicisGroupe) | [Facebook](https://www.facebook.com/publicisgroupe) | [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/publicisgroupe) | [YouTube](https://www.youtube.com/publicisgroupe) | *Viva la Difference!*

### Contacts

#### Publicis Groupe

Delphine Stricker  
Alessandra Girolami  
Brice Paris

Corporate Communications + 33 (0)6 38 81 40 00  
Investor Relations + 33 (0)1 44 43 77 88  
Investor Relations + 33 (0)1 44 43 79 26

[delphine.stricker@publicisgroupe.com](mailto:delphine.stricker@publicisgroupe.com)  
[alessandra.girolami@publicisgroupe.com](mailto:alessandra.girolami@publicisgroupe.com)  
[brice.paris@publicisgroupe.com](mailto:brice.paris@publicisgroupe.com)



# Annexes

## Revenu net : Calcul de la croissance organique

<i>(en millions d'euros)</i>	T1	T2	T3	T4	12 mois
<b>Revenu net 2018</b>	<b>2 082</b>	<b>2 198</b>	<b>2 197</b>	<b>2 492</b>	<b>8 969</b>
Impact des taux de change <sup>(2)</sup>	93	72	65	52	282
Revenu net 2018 au taux de change 2019 (a)	2 175	2 270	2 262	2 544	9 251
Revenu net 2019 avant acquisitions <sup>(1)</sup> (b)	2 136	2 273	2 201	2 430	9 040
Revenu net des acquisitions <sup>(1)</sup>	(18)	(39)	376	441	760
<b>Revenu net 2019</b>	<b>2 118</b>	<b>2 234</b>	<b>2 577</b>	<b>2 871</b>	<b>9 800</b>
<b>Croissance organique (b/a)</b>	<b>-1,8%</b>	<b>+0,1%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-2,3%</b>

Impact des taux de change au 31 décembre 2019 <i>(en millions d'euros)</i>	
GBP <sup>(2)</sup>	8
USD <sup>(2)</sup>	252
Autres	22
<b>Total</b>	<b>282</b>

(1) Acquisitions (Optix, Independent Ideas, Ecosys, Domaines Publics, Payer Science, One Digital, The Shed, Kindred, Xebia, IDC Creation, Brilliant, Soft Computing, E2 Media, Epsilon, Rauxa, DigitasAffinity ID, McCready Bale Media, RDL, SearchForce), nettes de cessions.

(2) EUR = USD 1,119 en moyenne en 2019 vs. USD 1,180 en moyenne en 2018  
EUR = GBP 0,877 en moyenne en 2019 vs. GBP 0,885 en moyenne en 2018

## **New Business : Principaux gains en 2019**



PUBLICIS  
COMMUNICATIONS

Google (USA), Barclays (Royaume-Uni), Samsung (Royaume-Uni & USA), Massage Envy (USA), Cumberland Farms (USA), Nestlé (Australie), RAMS Financial Group (Australie), Health Promotion Board (HPB) (Singapour), Banco Safra (Brésil), Perdigão (Brésil), Distell (Afrique du Sud), MillerCoors - Coors Light (USA), Facebook Messenger (USA), Oppo (Chine), Nesqino (Chine), Nescafe (Brésil), Lincoln China (Chine), Aramco Eastern Province Festival (Arabie Saoudite), Tesco Mobile (Royaume-Uni), Fan Duel Group (USA), Visit Victoria (Australie), Total (France), Coral (Royaume-Uni), Cooper Tire (USA), Servicemaster (USA), KeyBank (USA), The Cronos Group (Canada), CTC (USA), Mondelez (USA), British Telecom (Royaume-Uni), Axa Group (Global), Beiersdorf AG (Nivea) (Global), Citic Bank (Chine), Tencent (Chine), Sephora (France), Align Technology (USA), KeyBank (USA), TruGreen (USA), Tracfone (Arabie Saoudite), G20 (Saudi Secretariat) (Arabie Saoudite), Tamn (Abu Dhabi Government) (EAU), Bundesministerium fuer Arbeit und Soziales (Allemagne), Adcock Ingram (Afrique du Sud), Ferrero (Italie), Alphabet Fuhrparkmanagement GmbH (Allemagne), Sanlam Asset Management (Afrique du Sud), Lodha Developers (Inde), Ambev (Brésil), Servicemaster (USA), Ladbrokes Coral (Royaume-Uni & Irlande)



PUBLICIS  
MEDIA

Agata Katowice (Pologne), Banco De Oro (Philippines), CDO Foodsphere (Philippines), Coca-Cola (Philippines), Distell (Afrique du Sud), Driven Brands (USA), E. Wedel (Pologne), FCA (Canada), Flo (Turquie), Friso (Chine), GreatCall (USA), Grupa Lotos (Pologne), GSK (Portugal, Espagne, Thaïlande, Danemark), Honor (Chine), Honor Mobiles (Inde), Huawei (Chine), Lactalis (Danemark, Malaisie, Espagne), McDonald's (Russie), NBC Universal (USA), ONCE (Espagne), OVS (Italie), Purplebricks (USA), Reckitt Benckiser (Inde, Philippines, Espagne), Tomorrow Bank (Thaïlande), Twitter (USA), Visa (Mexique), Vuclip India (Inde), WeWork (Chine, Taiwan), Cassa Depositi e Prestiti (Italie), Greenleaf (USA), Hero Electronix (Inde), Lotos (Pologne), LVMH (Moyen-Orient), mobile.de (Allemagne), mobile.de / eBay Motors (Allemagne), Orlen (Pologne), Polo Ralph Lauren (USA), Realme Mobile (Inde), Tchibo (République tchèque, Slovaquie), Telkom (Afrique du Sud), Vinamilk Corp. (Vietnam), LVMH (EMEA), Alaska Milk Corp. (Philippines), Alcon (Inde, Mexique, USA), Australian Unity (Australie), Edeka (Allemagne), Ferrero (Indonésie, Nouvelle Zélande, Corée du Sud, Taiwan), Kellogs (Australie, Nouvelle Zélande), Lowes (Canada), LVMH (Autriche, Belgique, République tchèque, Danemark, Finlande, Allemagne, Grèce, Norvège, Pologne, Portugal, Espagne, Suède, Ukraine), Mattel (Canada), Maxis (Malaisie), Netto (Allemagne), Republic TV (Inde), Three Hutchison (Royaume Uni), Vistaprint (Canada, USA), Walmart (Inde), Disney (Global), AXA (Global), Eurowings (EMEA), Abbott Nutrition (Taiwan), Align Technology (Singapour, Taiwan), AXA (Royaume Uni), Century Pacific Food Inc. (Philippines), Coty (Allemagne, Italie, Royaume Uni, USA), Danone (Chine), Domitys (France), Eurowings (Autriche, Allemagne, Italie, Suisse, Royaume Uni), Ferrero (Chine, Thaïlande, Royaume Uni), Hero MotoCorp (Inde), Lapeyre (France), McDonald's (Taiwan), McMillan (Royaume Uni), Pernod Ricard (Taiwan), Pfizer (France, Italie, Espagne), Shanghai Disney Resort (Chine), Sodial Groupe (France), Unieuro (Italie), UpGrad (Inde), Well Yes (USA), Wyeth Consumer Healthcare/ Pfizer (Chine)



**PUBLICIS SAPIENT**

Goldman Sachs (USA), World Fuel Services Corporation (USA), UBS AG (USA), Heathrow Airport (Royaume-Uni), Citigroup Technology (USA), Bacardi-Martini (USA), Neiman Marcus (USA), Government of Abu Dhabi (UAE), Telefonica (Espagne), The Capital Group Inc. (USA), Northern Trust (USA), Gibson Energy Inc. (Canada), BT Pensions (Royaume-Uni), ADNOC (EAU)



**PUBLICIS  
HEALTH**

Abbott (USA & Canada), Abbvie (USA), Amazon (USA), Boehringer Ingelheim (Global), Bristol-Myers Squibb (France), Roche (Global & EMEA), Merck & Co. (USA), Novo Nordisk (USA), Sanofi Genzyme (USA), Sunovion Pharmaceuticals, Inc. (USA & Canada), Alfasigma (USA & Canada), Pfizer (Global), Supernus Pharma (USA), AbbVie (Global), ACADIA Pharmaceuticals Inc. (USA), GlaxoSmithKline (Global), HCA Healthcare (USA), Novartis (USA), Oncopeptides (USA), Johnson & Johnson (USA), Regeneron Pharmaceuticals (USA), Sanofi Pasteur (Global), Align Technology (Global), Align Technology (Global), Arena Pharmaceuticals (Global), Edward LifeSciences (Usa & Canada), Parexel (Global), Takeda (USA & Canada)

## **Communiqués de Presse 2019**

08-01-2019	Publicis Groupe appoints Michael Rebelo as Chief Executive Officer, Australia & New-Zealand
24-01-2019	Publicis Groupe appoints Bertilla Teo and Michael Lee as co-Chief Executive Officers, Greater China
30-01-2019	Publicis Groupe finalise la cession de sa division de représentants médicaux, PHS
06-02-2019	Publicis Groupe : Résultats annuels 2018
07-02-2019	Publicis groupe finalise l'acquisition de soft computing
11-02-2019	Publicis Groupe annonce la nomination d'Alessandra Girolami au poste de VP, relations investisseurs & planification financière stratégique
04-02-2019	Publicis Groupe entre en négociations exclusives avec Ycor pour la cession de sa filiale de services numériques, Proximedia
27-02-2019	Publicis Groupe Malaysia Appoints Abraham Varughese as Chief Creative Officer
07-03-2019	Conseil de surveillance
26-03-2019	Publicis Groupe Named Adobe's Digital Experience Partner Of The Year For The Americas
01-04-2019	Communiqué
03-04-2019	Publicis Groupe Agencies Score High Marks on The Human Rights Campaign's 2019 Corporate Equality Index
09-04-2019	Publicis Groupe Germany appoints Frank-Peter Lortz as CEO of Publicis Communications Germany
14-04-2019	Publicis Groupe annonce le projet d'acquisition d'Epsilon
14-04-2019	Publicis Groupe : Revenu du 1er trimestre 2019
17-04-2019	Mise à disposition du Document de Référence 2018
24-04-2019	Dividende 2018
02-05-2019	Mark Tutssel Leaving Leo Burnett after Illustrious Three-Decade Career
07-05-2019	Maurice Lévy intronisé au Advertising Hall of Fame 2019 par la Fédération américaine de la publicité (AAF)
16-05-2019	Groupe Renault donne une nouvelle dimension à sa plateforme de contenu éditorial embarquée et noue un accord stratégique avec Publicis Groupe
23-05-2019	Publicis Groupe annonce la nomination de Delphine Stricker au poste de VP, Directeur de la Communication
28-05-2019	Progrès significatifs sur le financement de l'acquisition d'Epsilon
29-05-2019	Assemblée Générale Mixte
05-06-2019	Publicis groupe place avec succès un emprunt obligataire de 2,25 milliards d'euros
17-06-2019	Publicis Groupe UK renforce son "country model" avec la nomination de Ben Mooge au poste de Chief Creative Officer
18-06-2019	Publicis Sapient annonce la nomination de John Maeda en tant que Chief Experience Officer
02-07-2019	Publicis Groupe finalise l'acquisition d'Epsilon

- 04-07-2019 Publicis Groupe annonce des nominations en Asie du Nord
- 11-07-2019 Publicis Groupe annonce des nominations aux Etats-Unis pour accélérer sa transformation
- 22-07-2019 Viva Technology annonce les dates de sa 5ème édition Rendez-vous à Paris du 11 au 13 juin 2020
- 14-08-2019 Descriptif du programme de rachat d'actions autorisé par l'Assemblée Générale Mixte Ordinaire et Extraordinaire du 29 mai 2019
- 19-08-2019 Publicis Groupe acquiert Rauxa aux Etats-Unis, une agence de marketing intégré
- 04-09-2019 Publicis Groupe annonce des nominations en Asie du Nord
- 08-10-2019 Publicis Groupe lance Epsilon France
- 10-10-2019 Publicis Groupe : Revenu du 3<sup>ème</sup> trimestre 2019
- 05-11-2019 Publicis Groupe remporte le partenariat pour la création publicitaire d'AXA ainsi que la stratégie et l'achat média dans quatre de ses marchés clés
- 22-11-2019 Publicis Groupe nomme Margaret Key Chief Executive Officer de MSL APAC et MEA

## Définitions

**Revenu net : Revenu après déduction des coûts refacturables aux clients.** Ces coûts concernent essentiellement des activités de production et de média, ainsi que des frais divers à la charge des clients. Ces éléments refacturables aux clients ne faisant pas partie du périmètre d'analyse des opérations, l'indicateur revenu net est le plus pertinent pour la mesure de la performance opérationnelle des activités du Groupe.

**Croissance organique :** Variation du revenu net, hors impact des acquisitions, des cessions et des variations de taux de change.

**EBITDA :** Marge opérationnelle avant amortissements.

**Marge opérationnelle :** Revenu après déduction des charges de personnel, autres charges opérationnelles (hors autres produits et charges non courants) et dotations aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions).

**Taux de marge opérationnelle :** Marge opérationnelle exprimée en pourcentage du revenu net.

**Résultat net courant part du Groupe :** Résultat net part du Groupe après élimination des pertes de valeur/charge de consolidation immobilière, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des principales plus ou (moins)-values de cession, de la variation de juste valeur des actifs financiers, de l'impact de la réforme fiscale américaine, de la réévaluation des earn-out et des frais d'acquisition d'Epsilon.

**BNPA (bénéfice net part du groupe par action) :** Résultat net part du Groupe divisé par le nombre moyen d'actions sur une base non diluée.

**BNPA Courant dilué (bénéfice net courant part du groupe par action dilué) :** Résultat net courant part du groupe divisé par le nombre moyen d'actions sur une base diluée.

**Investissements (capex) :** Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles nettes hors participations et autres actifs financiers.

**Free cash-flow avant variation de BFR :** Flux nets de trésorerie générés par l'activité après produits financiers reçus & intérêts financiers décaissés, remboursement des engagements sur loyers et intérêts liés, et variation de BFR lié à l'activité.

**Free cash-flow :** Flux nets de trésorerie générés par l'activité après produits financiers reçus & intérêts financiers décaissés et remboursement des engagements sur loyers et intérêts liés

**Dettes nettes (ou dettes financières nettes) :** Somme des dettes financières long et court terme et des dérivés de couverture associés, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie.

**Dettes nettes moyennes :** Moyenne des dettes nettes moyennes mensuelles fin de mois.

**Dividend pay-out :** Dividende unitaire / BNPA Courant dilué.

## Compte de résultat consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>2019</b>	<b>2018</b>
<b>Revenu net<sup>2</sup></b>	<b>9 800</b>	<b>8 969</b>
Revenu des coûts refacturables	1 201	982
<b>Revenu</b>	<b>11 001</b>	<b>9 951</b>
Charges de personnel	(6 073)	(5 747)
Autres charges opérationnelles	(2 683)	(2 155)
<b>Marge opérationnelle avant amortissements</b>	<b>2 245</b>	<b>2 049</b>
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(586)	(526)
<b>Marge opérationnelle</b>	<b>1 659</b>	<b>1 523</b>
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(204)	(69)
Perte de valeur	(209)	(131)
Autres produits et charges non courants	21	(20)
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>1 267</b>	<b>1 303</b>
Charges financières	(137)	(81)
Produits financiers	112	70
<b>Coût de l'endettement financier net</b>	<b>(25)</b>	<b>(11)</b>
Réévaluation des compléments de prix sur acquisitions	(22)	(13)
Autres charges et produits financiers	(66)	(60)
<b>Résultat avant impôt des entreprises consolidées</b>	<b>1 154</b>	<b>1 219</b>
Impôt sur le résultat	(305)	(285)
<b>Résultat net des entreprises consolidées</b>	<b>849</b>	<b>934</b>
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	(5)	(4)
<b>Résultat net</b>	<b>844</b>	<b>930</b>
Dont :		
- Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	3	11
<b>Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe</b>	<b>841</b>	<b>919</b>

### Données par action *(en euros)* - Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe

<i>Nombre d'actions</i>	234 293 034	229 231 677
Bénéfice net par action	3,59	4,01
<i>Nombre d'actions dilué</i>	236 608 597	234 564 382
Bénéfice net par action – dilué	3,55	3,92

<sup>2</sup> Revenu net : Revenu après déduction des coûts refacturables aux clients. Ces coûts concernent essentiellement des activités de production et de média, ainsi que des frais divers à la charge des clients. Ces éléments refacturables aux clients ne faisant pas partie du périmètre d'analyse des opérations, l'indicateur, revenu net est le plus pertinent pour la mesure de la performance opérationnelle des activités du Groupe.

## *Etat de résultat global consolidé*

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>2019</b>	<b>2018</b>
<b>Résultat net de la période (a)</b>	<b>844</b>	<b>930</b>
<b>Eléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat</b>		
- Gains (et pertes) actuariels sur régime à prestations définies	(29)	22
- Impôts différés relatifs aux éléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat	5	(2)
<b>Eléments du résultat global susceptibles d'être reclassés en résultat</b>		
- Réévaluation des instruments de couverture	(84)	6
- Ecart de conversion de consolidation	78	73
<b>Total des autres éléments du résultat global (b)</b>	<b>(30)</b>	<b>99</b>
<b>Résultat global de la période (a) + (b)</b>	<b>814</b>	<b>1 029</b>
Dont :		
- Résultat global de la période attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	3	10
- Résultat global de la période attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	811	1 019



## Bilan consolidé

(en millions d'euros)

31 décembre 2019

31 décembre 2018

### Actif

Écarts d'acquisition nets	11 629	8 751
Immobilisations incorporelles nettes	1 979	1 125
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	2 122	1 732
Immobilisations corporelles nettes	720	611
Impôts différés actifs	143	150
Titres mis en équivalence	32	62
Autres actifs financiers	218	215
<b>Actifs non courants</b>	<b>16 843</b>	<b>12 646</b>
Stocks et en-cours de production	411	367
Clients et comptes rattachés	10 233	9 115
Actifs sur contrats	1 002	874
Autres créances et actifs courants	757	689
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3 413	3 206
Actifs destinés à être cédés	-	183
<b>Actifs courants</b>	<b>15 816</b>	<b>14 434</b>
<b>Total de l'actif</b>	<b>32 659</b>	<b>27 080</b>

### Passif

Capital	96	94
Réserves consolidées, part du Groupe	7 305	6 759
<b>Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe (Part du Groupe)</b>	<b>7 401</b>	<b>6 853</b>
Participations ne donnant pas le contrôle (Intérêts minoritaires)	(9)	0
<b>Total capitaux propres</b>	<b>7 392</b>	<b>6 853</b>
Dettes financières à plus d'un an	4 286	2 425
Obligations locatives à plus d'un an	2 196	1 648
Impôts différés passifs	413	446
Provisions à long terme	426	384
<b>Passifs non courants</b>	<b>7 321</b>	<b>4 903</b>
Fournisseurs et comptes rattachés	13 411	12 176
Passifs sur contrats	353	284
Dettes financières à moins d'un an	1 602	449
Obligations locatives à moins d'un an	336	393
Dettes d'impôts sur les sociétés	351	365
Provisions à court terme	170	125
Autres dettes et passifs courants	1 723	1 432
Passifs destinés à être cédés	-	100
<b>Passifs courants</b>	<b>17 946</b>	<b>15 324</b>
<b>Total du passif</b>	<b>32 659</b>	<b>27 080</b>

## Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	2019	2018
<b>Flux de trésorerie liés à l'activité</b>		
Résultat net	844	930
Neutralisation des produits et charges calculés :		
Impôt sur le résultat	305	285
Coût de l'endettement financier net	25	11
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(20)	20
Dotation aux amortissements et pertes de valeur	999	726
Rémunérations fondées sur des actions	49	63
Autres produits et charges calculés	88	76
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	5	4
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	2	2
Impôt payé	(349)	(328)
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité <sup>(1)</sup>	394	153
<b>Flux net de trésorerie liés à l'activité (I)</b>	<b>2 342</b>	<b>1 942</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement</b>		
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(232)	(207)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	7	11
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	20	(11)
Acquisitions de filiales	(4 143)	(260)
Cessions de filiales	88	19
<b>Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissement (II)</b>	<b>(4 260)</b>	<b>(448)</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations de financement</b>		
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(285)	(210)
Dividendes versés aux participations ne donnant pas le contrôle	(12)	(10)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	3 413	11
Remboursement des emprunts	(485)	(159)
Remboursement des dettes locatives	(403)	(374)
Intérêts payés sur obligations locatives	(77)	(58)
Intérêts financiers payés	(96)	(69)
Intérêts financiers encaissés	107	66
Rachats de participations ne donnant pas le contrôle	(40)	(21)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et exercice de BSA	7	9
<b>Flux net de trésorerie liés aux opérations de financement (III)</b>	<b>2 129</b>	<b>(815)</b>
<b>Incidence des variations de taux de change (IV)</b>	<b>4</b>	<b>133</b>
<b>Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)</b>	<b>215</b>	<b>812</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 <sup>er</sup> janvier	3 206	2 407
Soldes créditeurs de banques au 1 <sup>er</sup> janvier	(14)	(27)
<b>Trésorerie à l'ouverture (V)</b>	<b>3 192</b>	<b>2 380</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	3 413	3 206
Soldes créditeurs de banques à la clôture	(6)	(14)
<b>Trésorerie à la clôture (VI)</b>	<b>3 407</b>	<b>3 192</b>
<b>Variation de la trésorerie consolidée (VI – V)</b>	<b>215</b>	<b>812</b>
<b>(1) Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</b>		
Variation des stocks et en-cours de production	(14)	42
Variation des créances clients et autres créances	(529)	(274)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	937	385
<b>Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</b>	<b>394</b>	<b>153</b>

## Tableau de variation des capitaux propres consolidés

<i>Nombre d'actions en circulation</i>	<i>(en millions d'euros)</i>	<i>Capital social</i>	<i>Réserves liées au capital</i>	<i>Réserves et résultats consolidés</i>	<i>Réserve de conversion</i>	<i>Réserve de juste valeur</i>	<i>Capitaux propres attribuables aux proprié- taires de la société mère</i>	<i>Participations ne donnant pas le contrôle</i>	<i>Total capitaux propres</i>
231 240 308	31 décembre 2018	94	3 926	2 875	(263)	221	6 853	-	6 853
	Résultat net			841			841	3	844
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts				78	(108)	(31)	(0)	(31)
	<b>Total des produits et charges de la période</b>			<b>841</b>	<b>78</b>	<b>(108)</b>	<b>811</b>	<b>3</b>	<b>814</b>
4 481 915	Dividendes	2	206	(493)			(285)	(12)	(297)
522 277	Rémunérations fondées sur des actions nettes d'impôts			48			48		48
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle			(40)			(40)		(40)
183 068	Exercices de Bons de Souscription d'Actions	0	5				5		5
529 259	(Achats)/Ventes d'actions propres			9			9		9
236 956 827	31 décembre 2019	96	4 137	3 240	(185)	113	7 401	(9)	7 392

<i>Nombre d'actions en circulation</i>	<i>(en millions d'euros)</i>	<i>Capital social</i>	<i>Réserves liées au capital</i>	<i>Réserves et résultats consolidés</i>	<i>Réserve de conversion</i>	<i>Réserve de juste valeur</i>	<i>Capitaux propres attribuables aux proprié- taires de la société mère</i>	<i>Participations ne donnant pas le contrôle</i>	<i>Total capitaux propres</i>
226 295 805	<b>1er janvier 2018</b>	92	3 680	2 336	(337)	195	5 966	2	5 968
	Résultat net			919			919	11	930
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts				74	26	100	(1)	99
	<b>Total des produits et charges de la période</b>			<b>919</b>	<b>74</b>	<b>26</b>	<b>1 019</b>	<b>10</b>	<b>1 029</b>
4 323 480	Dividendes	2	243	(455)			(210)	(10)	(220)
210 612	Rémunérations fondées sur des actions nettes d'impôts			63			63		63
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle			(1)			(1)	(2)	(3)
87 984	Exercices de Bons de Souscription d'Actions	0	3				3		3
322 427	(Achats)/Ventes d'actions propres			13			13		13
231 240 308	<b>31 décembre 2018</b>	94	3 926	2 875	(263)	221	6 853	-	6 853

## Bénéfice net par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

		2019	2018
<b>Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA</b>			
Résultat net part attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	<b>A</b>	841	919
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt		-	-
Résultat net part du Groupe – dilué	<b>B</b>	841	919
<b>Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA</b>			
Nombre d'actions au 1 <sup>er</sup> janvier		235 249 801	230 627 725
Actions créées sur l'exercice		2 457 867	2 426 498
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(3 414 634)	(3 822 546)
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	<b>C</b>	234 293 034	229 231 677
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs <sup>(1)</sup>		1 951 354	4 815 491
- Bons de Souscription d'Actions (BSA) <sup>(1)</sup>		364 209	517 214
Nombre d'actions - dilué	<b>D</b>	236 608 597	234 564 382
<i>(en euros)</i>			
<b>Bénéfice net par action</b>	<b>A/C</b>	<b>3,59</b>	<b>4,01</b>
<b>Bénéfice net par action – dilué</b>	<b>B/D</b>	<b>3,55</b>	<b>3,92</b>

<sup>(1)</sup> Seuls les stock-options et BSA ayant un effet dilutif, c'est-à-dire dont le prix d'exercice est inférieur au cours moyen de l'exercice, sont pris en considération. Au 31 décembre 2019, les stock-options non encore exercés n'ont pas été pris en compte du fait de leur effet relatif sur le bénéfice net par action.

## Bénéfice net courant par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

		2019	2018
<b>Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant <sup>(1)</sup></b>			
Résultat net part du Groupe		841	919
<i>Eléments exclus :</i>			
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt		153	55
- Perte de valeur <sup>(2)</sup> , nette d'impôt		163	103
- Principales plus ou moins values de cession et d'ajustement de juste valeur des actifs financiers, nets d'impôt		(21)	10
- Coûts d'acquisition Epsilon, nets d'impôt		30	
- Effet net de la réforme fiscale aux Etats-Unis			(18)
- Réévaluation des compléments de prix d'acquisition		22	13
Résultat net courant part du Groupe	<b>E</b>	1 188	1 082
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt		-	-
Résultat net courant part du Groupe – dilué	<b>F</b>	1 188	1 082
<b>Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA</b>			
Nombre d'actions au 1 <sup>er</sup> janvier		235 249 801	230 627 725
Actions créées sur l'exercice		2 457 867	2 426 498
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(3 414 634)	(3 822 546)
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	<b>C</b>	234 293 034	229 231 677
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs		1 951 354	4 815 491
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		364 209	517 214
<b>Nombre d'actions - dilué</b>	<b>D</b>	236 608 597	234 564 382

(en euros)

<b>Bénéfice net courant par action <sup>(1)</sup></b>	<b>E/C</b>	<b>5,07</b>	<b>4,72</b>
<b>Bénéfice net courant par action – dilué <sup>(1)</sup></b>	<b>F/D</b>	<b>5,02</b>	<b>4,61</b>

<sup>(1)</sup> BNPA après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des principales plus (moins)- values de cession, d'ajustement de juste valeur des actifs financiers, de la réévaluation des compléments de prix d'acquisition et des coûts d'acquisition Epsilon.

<sup>(2)</sup> Ce montant inclut les pertes de valeur sur les droits d'utilisation relatifs aux contrats de location pour 95 millions d'euros en 2019 et 114 millions d'euros en 2018