

Revenu du premier trimestre 2022

Un très bon début d'année

14 avril 2022

- Croissance organique de +10,5%, bien supérieure aux attentes
- Accélération de Publicis Sapient à +18,5% en organique
- Forte croissance organique dans toutes les régions :
 - Poursuite de la dynamique aux Etats-Unis à +8,0%, avec une bonne performance d'Epsilon
 - Fort rebond en Europe à +14,9%¹, grâce à la France et au Royaume-Uni
 - Croissance très solide en Asie à +14,4%, avec la Chine à nouveau en hausse à deux chiffres
- Des gains significatifs de *new business*, grâce à la force du modèle qui combine data, créativité, média et technologie
- Prévisions 2022 confirmées, avec une croissance organique pour l'année attendue désormais dans le haut de la fourchette de +4% à +5%

1er trimestre 2022

Revenu net 2022	2 800 m€
Revenu net 2021	2 392 m€
Croissance organique	+10,5%
Croissance publiée	+17,1%

¹ +9,4% hors activités d'affichage dans les transports & Drugstore



Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :

« Nous avons connu un très bon début d'année à la fois sur le plan financier et commercial. Notre croissance organique pour le trimestre ressort bien au-dessus des attentes à +10,5%, à comparer à +2,8% pour la même période l'année dernière.

Notre modèle est toujours plus performant. Nous continuons à capturer la forte demande de nos clients pour la first-party data, les médias digitaux et le commerce. En particulier, nos activités digital business transformation accélèrent encore avec une croissance de +18% pour Publicis Sapient.

Toutes nos régions sont en forte croissance. Les États-Unis, à +8% en organique, confirment leur dynamique avec une bonne performance d'Epsilon qui est au cœur de toutes nos activités. L'Europe pour sa part, enregistre un fort rebond à +15% en organique ce trimestre, grâce aux bons chiffres de la France et du Royaume-Uni. Enfin, l'Asie à +14% publie des résultats très solides, avec la Chine à nouveau en croissance à deux chiffres.

Nous sommes confiants dans notre capacité à atteindre tous nos objectifs pour 2022, avec une croissance organique désormais attendue dans le haut de la fourchette indiquée, et ce malgré les incertitudes liées à l'évolution des conditions sanitaires, au conflit en Ukraine et aux conséquences de l'inflation pour nos clients.

Cette confiance s'appuie sur notre offre qui est sans équivalent dans notre industrie. Au cours de ce trimestre, nous avons à nouveau démontré qu'avec Epsilon et Publicis Sapient intégrés à nos activités créatives et média, nous sommes positionnés de manière unique pour accompagner nos clients dans leur transformation et les aider à optimiser leurs dépenses marketing dans cette période particulière.

Nos succès répétés en new business attestent de l'attractivité de notre offre. Après avoir été premier dans tous les classements de new business en 2021, nous confirmons cette bonne tendance avec des gains significatifs ce trimestre, notamment McDonald's, Singapore Tourism Board, Siemens, Etisalat, Pepsi ainsi qu'AB InBev, la plus grosse compétition de ce début d'année.

Je souhaite remercier nos équipes pour leurs efforts remarquables et nos clients pour leur confiance.

Ce premier trimestre est bien entendu marqué par la guerre en Ukraine. Nous exprimons toute notre solidarité avec le peuple ukrainien, avec une pensée particulière pour nos 350 collaborateurs dans le pays. Nous continuerons à répondre à la gravité de la situation par des actions fortes avec pour première priorité de garantir leur sécurité et leur bien-être. »

*

*

*



REVENU NET DU PREMIER TRIMESTRE 2022

Le revenu net de Publicis Groupe pour le 1^{er} trimestre 2022 est de 2 800 millions d'euros, en hausse de +17,1% comparé à 2 392 millions d'euros en 2021. Les effets de la variation des taux de change ont un impact positif de 125 millions d'euros. Les acquisitions (nettes de cessions) ont une contribution positive sur le revenu net à hauteur de 19 millions d'euros. La croissance organique est de +10,5%.

Répartition du revenu net du 1^{er} trimestre 2022 par zone géographique

Millions D'euros	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique
	T1 2022	T1 2021		
Amérique du Nord	1 748	1 505	+16,1%	+8,1%
Europe	662	561	+18,0%	+14,9% ²
Asie Pacifique	261	217	+20,3%	+14,4%
Afrique Moyen Orient	75	62	+21,0%	+13,4%
Amérique latine	54	47	+14,9%	+13,1%
Total	2 800	2 392	+17,1%	+10,5%

Le revenu net en **Amérique du Nord** au 1^{er} trimestre 2022 est en hausse de +16,1% en publié, incluant un effet positif lié à l'évolution du taux de change du dollar versus l'euro. La croissance organique est de +8,1% dans la région. Aux **Etats-Unis**, la croissance organique s'établit à +8,0%, confirmant ainsi la dynamique solide de l'ensemble des activités dans le pays. Publicis Sapient voit son revenu net progresser de +16,3% en organique, dans un contexte où la demande pour la transformation digitale des entreprises continue de s'accélérer. Les activités de Média enregistrent une hausse à deux chiffres en organique, et celles du Créatif une hausse *mid-single digit*, notamment grâce à une solide performance de la Production. Epsilon voit son revenu net progresser de +6,3% en organique, absorbant ainsi l'impact lié aux problèmes d'approvisionnement affectant son activité Automobile, grâce à une croissance du Média Digital et de la *Data* supérieure à 10%. Le **Canada** enregistre une croissance de +11,7% en organique.

Le revenu net en **Europe** est en hausse de +18,0% en données publiées. Il est en hausse de +9,4% en organique, ou de +14,9% en incluant la contribution des activités d'affichage dans les transports en France et le Drugstore. La croissance organique au **Royaume-Uni** est de +12,0%, avec notamment une croissance supérieure à 10% pour le Média et une forte performance de Publicis Sapient, deux activités bénéficiant des gains de nouveaux contrats. La croissance organique en **France** s'établit à +12,3%³ et inclut une forte croissance du Média et de Publicis Sapient. L'**Allemagne** enregistre une croissance de +1,2% en organique, après +6,0% en comparable l'année précédente. En **Europe**

² +9,4% hors activités d'affichage dans les transports & Drugstore

³ +39,2% incluant les activités d'affichage dans les transports & Drugstore



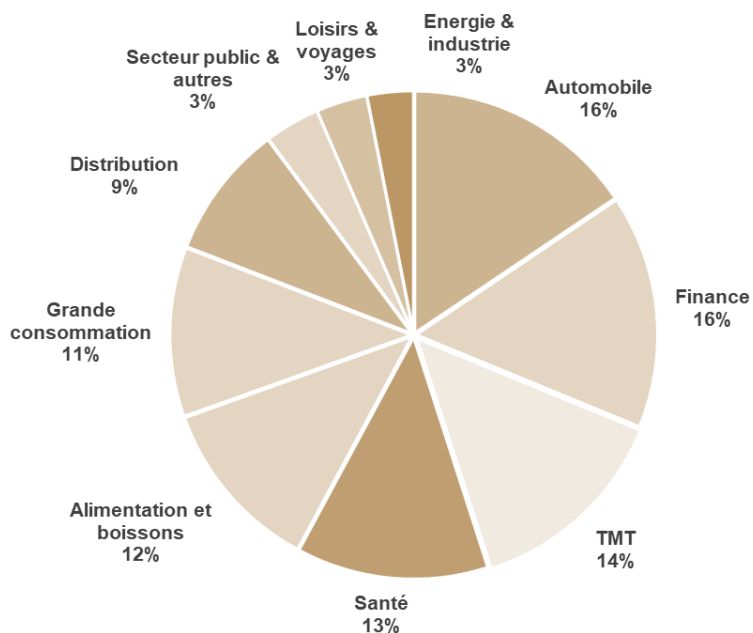
Centrale et de l'Est, la croissance organique est de +14,9% en organique, avec une croissance à deux chiffres en Pologne, en Roumanie et en Hongrie.

Le revenu net de la région **Asie Pacifique** est en hausse de +20,3% en publié, et de +14,4% en organique. La **Chine**, à +10,6%, enregistre une croissance organique à deux chiffres une nouvelle fois ce trimestre, bénéficiant des gains de nouveaux budgets. La croissance organique est également supérieure à 10% en Inde et à Singapour. La forte performance de la Thaïlande est également à souligner, largement portée par Publicis Sapient.

La région **Moyen-Orient et Afrique** enregistre une croissance de +21,0% en publié, et de +13,4% en organique. La croissance organique est principalement tirée par les Médias, ainsi que par l'activité de Publicis Sapient au Moyen-Orient et par le Créatif en Afrique.

En **Amérique latine**, le revenu net est en hausse de +14,9% en publié, et de +13,1% en organique. La plupart des pays de la région sont en croissance ce trimestre, hausse expliquée en grande partie par les activités Créatives.

Répartition du revenu net au 31 mars 2022 par secteur



Sur la base de 3 052 clients représentant 91% du revenu net du Groupe



DETTE NETTE ET LIQUIDITE

Au 31 mars 2022, la dette nette s'élevait à 718 millions d'euros, contre 76 millions d'euros à la fin de l'année 2021, reflétant la saisonnalité de l'activité. Pour rappel, la dette nette s'élevait à 1 866 millions à fin mars 2021. L'endettement net moyen du groupe sur 12 mois glissants s'est élevé à 1 277 millions d'euros à fin mars 2022.

La position de liquidité du Groupe reste très solide, à 5,0 milliards d'euros.

ACQUISITIONS ET CESSIONS

Le 8 mars 2022, Publicis a finalisé l'acquisition de Tremend, société basée à Bucarest (Roumanie), une entreprise technologique spécialisée dans le développement de logiciels. Tremend est un acteur majeur de ce secteur, avec plus de 60 millions d'utilisateurs finaux de ses logiciels développés pour ses clients. Publicis Sapient s'appuiera sur l'expertise technologique de Tremend pour développer son nouveau centre de distribution mondial en Europe. Tremend jouit d'une forte expertise développée au cours des 16 dernières années et compte aujourd'hui plus de 650 ingénieurs et développeurs de logiciels aux compétences très recherchées.

Le 15 mars 2022, Publicis a annoncé son désengagement de Russie, avec la cession du contrôle de ses agences au management local. Le Groupe a transféré le contrôle de ses opérations à Sergey Koptev, Président fondateur de Publicis en Russie, avec l'engagement contractuel d'assurer un avenir à ses 1 200 collaborateurs dans le pays. Publicis a ainsi procédé à l'arrêt immédiat de ses activités et investissements en Russie. Cette cession, effective immédiatement, a conduit à une perte de cession exceptionnelle de 87 millions d'euros dans les comptes du premier trimestre. La Russie est déconsolidée depuis le 1^{er} avril 2022.

PERSPECTIVES

Au premier trimestre 2022, Publicis a enregistré un début d'année bien meilleur que prévu, à la fois financièrement et commercialement. Alors que cette performance aurait dû conduire le Groupe à relever ses prévisions annuelles 2022, la situation sanitaire mondiale, l'évolution du conflit en Ukraine et les conséquences de l'inflation pour ses clients créent trop d'incertitudes pour le faire à ce stade.

Grâce à la solidité de son modèle, Publicis est confiant dans sa capacité à atteindre tous les objectifs initialement prévus pour 2022 et communiqués lors de ses résultats annuels 2021, avec une croissance organique désormais dans le haut de la fourchette de son objectif de +4% à +5%. Cela s'appuie sur le très bon 1^{er} trimestre du Groupe et l'anticipation d'un 2^{ème} trimestre très solide, qui devrait se situer aux alentours de +5% en organique, par rapport à +17,1% au 2^{ème} trimestre 2021. Le Groupe confirme par ailleurs son objectif 2022 d'un taux de marge opérationnelle d'environ 17,5% et de *free cash-flow* avant variation du besoin en fonds de roulement d'environ 1,4 milliard d'euros. Ceci fait l'hypothèse qu'il n'y aura pas de détérioration significative du contexte sanitaire ni de l'environnement économique mondial.



NEW BUSINESS

EUROPE

Primark (Data), abrdrn (Media), Heineken (Content), Biffa PLC (Commerce), HomeExchange (Digital Media Planning & Buying), Wild (Creative), LVMH (Media), Air Liquide (Digital), Churchill Insurance (Creative), Neue Zürcher Zeitung AG (Creative), Valoria Capital (Creative), Aroma-Zone (Creative), Metro (Creative), Mundicenter (Creative), Sky Italia (Creative), Sberbank (Content), Mapfre (Media), The Ministry of Education and Science of Bulgaria (Influence), Landkreditt Bank AS (Media), United Parcel Service (Data), Ferrero (Creative), Expo Serbia (Creative), Campari (Influence), BNP Paribas (Creative), Avon Products (Media), Barclaycard (Creative)

AMERIQUE DU NORD

McDonald's (Media), Walmart (Media), Toyota Motor Corporation (DBT), KFC (Media), Boar's Head (DBT), Auto Club Group (Integrated), CVS Health (Creative), Kruger Inc (Influence), Properly (Influence), Liquor Control Board Of Ontario (Influence), Dos Equis (Digital), Colgate (Digital), Off-Lease Only Auto (Digital), Unilever NA (Digital), Nestlé (Digital), Inspire Brands (Digital), The Kraft Heinz Company (Digital), Zespri (Digital), Trident - Mondelez International (Creative), The Scotts Miracle-Gro Company (DBT), Xero (Influence), Amazon (Data), Loblaw (Influence), Regal Entertainment Group (Production), Pacaso (Creative), Nestlé (Data), Cherry Lane Canada (Influence)

ASIE PACIFIQUE/ MOYEN-ORIENT/ AFRIQUE

ByteDance (Media), L'Oréal (Content), Volkswagen Group (Influence), Vivo Communication Technology Co (Content), Nestlé (Influence), Wellington Management Company (DBT), PlayerzPot Media Pvt. Ltd. (Creative), SmarTone Telecommunications Holdings Limited (Media), Abbott Laboratories (Commerce), Singapore Telecommunications (Content), Geely Auto Group (Content), Deliveroo (Media), PlayerzPot Media Pvt. Ltd. (Media), Jardine Restaurant Group (Media), Clarins Group (Media), Cool Inc (Media), Humsafar Trust (Creative), Zoomcar (Media), XYXX Apparels (Media), BMW Malaysia (Creative & Digital), Pepsi (China), e& - Etisalat (Creative), Krungthai Bank (Content), Infinix Mobility (Content), Citigroup (Content), Easy Crypto NZ (Media), Meta (Creative)

AMERIQUE LATINE

AB InBev (Creative), MeatMe (Media & Content), Autoridad del Canal de Panama (Media), Scotiabank Inc (Creative), Compania Nacional de Chocolates de Peru S.A. (Content), SodaStream (Media), Alfred Kärcher SE & Co. KG (Media), Celebrity Cruises (Media), Alpina (Creative), Citigroup (Creative), Walmart (Media & Content), VeriTran (Creative), Nestlé (Content), Logitech (Media)

GLOBAL

AB InBev (Media), Siemens (Creative), Norwegian Cruise Line (Media), Singapore Tourism Board (Media & Creative)



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 autre 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), 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 ou que les produits de certains clients se révéleraient défectueux, 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 de la communication. Le Groupe est présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur, du conseil à l'exécution, en combinant la transformation marketing et la transformation digitale des entreprises. Publicis Groupe se positionne comme le partenaire privilégié dans la transformation de ses clients pour leur permettre de créer une expérience personnalisée à grande échelle. Le Groupe repose sur dix expertises regroupées au sein de quatre activités principales : la Communication, les Medias, la Data, et la Technologie. Il propose à ses clients une organisation unifiée et fluide leur facilitant l'accès à l'ensemble de ses expertises dans chacun de ses marchés. Le Groupe est présent dans plus de 100 pays et compte près de 90 000 collaborateurs.

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/user/publicisgroupe) | *Viva la Difference!*

Contacts

Publicis Groupe

Delphine Stricker	Corporate Communications	+ 33 (0)6 38 81 40 00	delphine.stricker@publicisgroupe.com
Alessandra Girolami	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 77 88	alessandra.girolami@publicisgroupe.com
Clémence Vermersch	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 72 17	clemence.vermersch@publicisgroupe.com



Annexes

Revenu net : Calcul de la croissance organique

<i>(en millions d'euros)</i>	T1	Impact des taux de change au 31 mars 2022 (millions d'euros)	
Revenu net 2021	2 392	GBP ⁽²⁾	8
Impact des taux de change ⁽²⁾	125	USD ⁽²⁾	100
Revenu net 2021 au taux de change 2022 (a)	2 517	Autres	17
Revenu net 2022 avant acquisitions (b)	2 781	Total	125
Revenu net des acquisitions ⁽¹⁾	19		
Revenu net 2022	2 800		
Croissance organique (b/a)	+10,5%		

(1) Acquisitions (CitrusAd, Boomerang, Tremend, BBK, Balance Internet, Taylor Herring, Octopus UK, et Means Advertising), nettes de cessions (DPZ&T et Nexus).

(2) EUR = USD 1,123 en moyenne au 1er trimestre 2022 vs. USD 1,199 en moyenne au 1er trimestre 2021
EUR = GBP 0,836 en moyenne au 1er trimestre 2022 vs. GBP 0,870 en moyenne au 1er trimestre 2021



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 excluant les impacts des acquisitions, cessions et de changes.

Dette nette (ou dette financière nette) : Somme des dettes financières long et court terme et des dérivés de couverture associés, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie.

Dette nette moyenne : Moyenne des dettes nettes moyennes mensuelles fin de mois.