

Revenu du premier trimestre 2019

14 avril 2019

- Premier trimestre 2019 en ligne avec les attentes :
+1,7% en base reportée and -1,6%⁽¹⁾ en base organique
- Poursuite de la croissance des Game Changers, en progression de 27% sur le trimestre
- Confirmation des perspectives 2019

1er trimestre 2019

Revenu net 2019	2 118 M€
Revenu net 2018	2 082 M€
Croissance publiée	+1,7%
Croissance organique ⁽¹⁾	-1,6%

* *
*

(1) Hors PHS



Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :

« Le revenu net du premier trimestre est conforme aux attentes et reflète notre vision et nos anticipations pour l'année. Le Groupe continue sa transformation grâce au Power of One, au déploiement de notre équipe de Global Client Leaders et à la mise en œuvre progressive de notre modèle pays.

Notre stratégie donne de bons résultats : la croissance de 27% de nos game changers sur le trimestre, qui combinent la data, la création dynamique et la transformation digitale des entreprises, ainsi que la nette amélioration de la fidélisation de nos clients illustrent l'attractivité de notre modèle. Cela nous aide à partiellement compenser l'attrition, principalement ressentie dans le secteur de la grande consommation et qui est restée élevée au cours du trimestre. Le revenu net en Amérique du Nord a été particulièrement affecté par l'attrition, qui a pesé à hauteur d'environ 300 points de base sur la croissance de la région.

Nous estimons toutefois que le rythme d'attrition ralentira au second semestre 2019. En complément, comme vous le savez, en 2018, nous avons été classés numéro 1 en matière de gain de nouveaux budgets, dont les plus significatifs commencent à monter en puissance au second trimestre. En prenant en compte ces éléments, nous confirmons nos perspectives pour l'année.

Nous avons annoncé aujourd'hui un grand pas en avant avec l'acquisition d'Epsilon. Cette acquisition accélérera la mise en œuvre de notre stratégie, visant à devenir le partenaire privilégié de nos clients dans leur transformation. Réalisée à des conditions financières attractives, la transaction nous dotera immédiatement de solutions complètes afin de répondre aux besoins de plus en plus complexes de nos clients, dans un environnement marketing data-driven et en mutation permanente.

Publicis Groupe sera encore plus fort, avec une répartition de ses revenus équilibrée reposant sur une expertise diversifiée. Nous serons en mesure de capter une part plus importante du secteur de la transformation digitale et marketing des entreprises, ce qui enrichira considérablement nos opportunités de croissance ».



REVENU NET DU PREMIER TRIMESTRE 2019

Le revenu net de Publicis Groupe pour le 1er trimestre est de 2 118 millions d'euros comparé à 2 082 millions d'euros en 2018, en croissance de 1,7%. Les effets de la variation des taux de change ont un impact positif de 93 millions d'euros. Les acquisitions (nettes de cessions) ont eu une contribution négative sur le revenu net à hauteur de 18 millions d'euros, reflétant la cession de PHS fin janvier 2019 et partiellement compensée par la contribution des acquisitions, notamment Xebia et Soft Computing en France.

La croissance organique est de -1,8%, et de -1,6% en excluant PHS. Cela traduit principalement l'attrition liée à une poignée de clients du secteur de la grande consommation.

La croissance des *strategic game changers* atteint 27%.

Répartition du revenu net du 1er trimestre par zone géographique

Millions d'euros	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique	Croissance Organique hors PHS
	T1 2019	T1 2018			
Europe	633	614	+3,1%	+0,8%	+0,7%
Amérique du Nord	1 139	1 142	-0,3%	-4,6%	-4,3%
Asie Pacifique	207	199	+4,0%	+1,2%	+1,2%
Amérique Latine	66	72	-8,3%	-6,3%	-6,3%
Moyen Orient & Afrique	73	55	+32,7%	+26,6%	+26,6%
Total	2 118	2 082	+1,7%	-1,8%	-1,6%

L'Europe affiche une croissance de +3,1% et de +0,7% en base organique, en excluant PHS. La France et le Royaume-Uni continuent de délivrer de bonnes performances avec une croissance de respectivement 4,2% et 5,1% sur le trimestre. L'Italie enregistre une croissance à deux chiffres à 28,4% avec un impact fort des gains de nouveaux clients ainsi qu'une augmentation des dépenses des clients existants. A l'inverse, l'Allemagne enregistre une décroissance de -10,1%.

L'Amérique du Nord affiche une croissance publiée quasiment stable mais une baisse de 4,3% sur une base organique, en excluant PHS. Ce recul est le reflet de l'attrition qui continue d'affecter la publicité traditionnelle, de quelques pertes de clients dans les activités de media et d'une base de comparaison élevée au 1^{er} trimestre 2018.

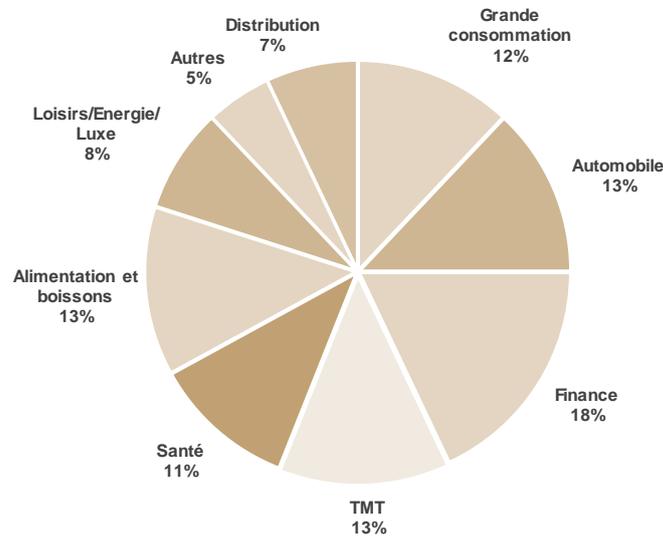
L'Asie Pacifique affiche une croissance de +4,0% et de +1,2% sur une base organique, avec Singapour à +7,0% et l'Inde à 9,3%. La Chine est légèrement négative à -0,3%



L'Amérique latine est en baisse de 8,3% en publié et de 6,3% en base organique. Cela s'explique par des bases de comparaisons élevées. Le Brésil et le Mexique, respectivement en baisse de 6,3% et 11,4%, expliquent la décroissance de cette région.

Le Moyen-Orient et l'Afrique progressent de 32,7%, et de 26,6% en base organique.

Répartition du revenu net au 31 mars 2019 par secteur ⁽¹⁾



(1) Sur la base de 2 667 clients représentant 87% du revenu total du Groupe



ENDETTEMENT NET

L'endettement net s'établit à 885 millions d'euros à fin mars 2019 à comparer à une trésorerie nette de 288 millions d'euros au 31 décembre 2018. La dette moyenne du Groupe s'élève à 229 millions d'euros au premier trimestre 2019 comparer à 1 001 millions au premier trimestre 2018.

La dette relative aux contrats de location-financement a été reclassée en obligations locatives depuis le 1^{er} janvier 2018 suite à la mise en place de la norme IFRS 16.

ACQUISITIONS & CESSIONS AU 31 MARS 2019

Le 31 janvier, 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, 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, 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.

EVENEMENTS POST-CLOTURE

PUBLICIS GROUPE ANNONCE LE PROJET D'ACQUISITION D'EPSILON

Le 14 avril 2019, Publicis Groupe a annoncé aujourd'hui 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 après prise en compte des impacts fiscaux favorables liés à la transaction (et un montant total en numéraire de \$4,40 milliards). En parallèle, Publicis Groupe et Alliance Data 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.



Au vu des mutations actuelles du secteur et de la nécessaire transformation des solutions marketing, le Directoire et le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe ont jugé que l'acquisition d'Epsilon représentait une opportunité unique et l'ont approuvé à l'unanimité.

L'opération est assujettie aux autorisations d'usage et le closing est prévu au troisième trimestre 2019.

Les informations détaillées sont disponibles sur le site de Publicis Groupe : www.publicisgroupe.com

PERSPECTIVES 2019

Nous confirmons les perspectives pour 2019 pour Publicis Groupe stand-alone. Nous prévoyons une croissance organique supérieure à celle de 2018, une augmentation de 30 à 50 points de base de notre taux de marge opérationnelle et une croissance de notre bénéfice net courant par action sur une base diluée entre 5% et 10% à taux de change constants et en excluant la "BEAT tax".

* *

*



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 du marketing, de la communication et de la transformation digitale des entreprises, à travers l'alchimie de la créativité et de la technologie. Présent sur toute la chaîne de valeur du conseil à la création et la production, Publicis Groupe met au service de ses clients une organisation transversale, unifiée et fluide leur facilitant l'accès à l'ensemble de ses expertises dans le monde entier. Elle s'articule autour de quatre grands pôles, Publicis Communications (Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi, Leo Burnett, BBH, Marcel, Fallon, MSL, Prodigious), Publicis Media (Starcom, Zenith, Spark Foundry, Blue449, Performics, Digitas), Publicis Sapient et Publicis Health. Le Groupe est présent dans plus de 100 pays et compte près de 75 000 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

Clément Leonarduzzi	Corporate Communications	+ 33 (0) 6 79 27 47 31	clement.leonarduzzi@publicisconsultants.com
Sabrina Pittea / Karen Lim	Corporate Communications	+ 33 (0)1 44 43 76 91 / 78 61	sabrina.pittea@publicisgroupe.com
Alessandra Girolami	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 77 88	alessandra.girolami@publicisgroupe.com
Chi-Chung Lo	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 66 69	chi-chung.lo@publicisgroupe.com



Annexes

Revenu net : Calcul de la croissance organique

(en millions d'euros)	T1	Impact des taux de change au 31 mars 2019 (en millions d'euros)	
		GBP ⁽²⁾	
Revenu net 2018	2 082		3
Impact des taux de change ⁽²⁾	93	USD ⁽²⁾	90
Revenu net 2018 au taux de change 2019 (a)	2 175	Autres	0
Revenu net 2019 avant acquisitions (b)	2 136	Total	93
Revenu net des acquisitions ⁽¹⁾	(18)		
Revenu net 2019	2 118		
Croissance organique (b/a)	-1,8%		
Croissance organique hors PHS ⁽³⁾	-1,6%		

(1) Acquisitions (Optix, Independent Ideas, Ecosys, Domaines Publics, Payer Science, One Digital, The Shed, Kindred, Xebia, IDC Creation, Brilliant, Soft computing), nettes de cessions (principalement PHS).

(2) EUR = USD 1,136 en moyenne au 1er trimestre 2019 vs. USD 1,229 en moyenne au 1er trimestre 2018
EUR = GBP 0,872 en moyenne au 1er trimestre 2019 vs. GBP 0,883 en moyenne au 1er trimestre 2018

(3) Publicis Health Services cédé en janvier 2019



New Business: Principaux gains au 31 mars 2019



Google (USA), Barclays (Royaume-Uni), Samsung (Royaume-Uni & USA), TikTok (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)



Agate Katowice (Pologne), Driven Brands (USA), E Wedel (Pologne), Fulfill (Royaume-Uni), NBC Entertainment (USA), Rio Tinto (Australie)



Goldman Sachs (USA), World Fuel Services Corporation (USA), UBS AG (USA), Heathrow Airport (Royaume-Uni)



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)



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



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, des variations de juste valeur des actifs financiers, des effets de la réforme fiscale US et de la réévaluation des earn-out.

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 avant produits financiers reçus & intérêts financiers décaissés, remboursement des engagements sur loyers et intérêts liés, et variation de BFR lié à l'activité.

Dettes nettes (ou dettes financières nettes) : Somme des dettes financières long et court terme et des dérivés de couverture associés hors dettes liées aux obligations locatives, 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.