

Revenu du premier trimestre 2017

20 avril 2017

Revenu	2 328 M€
Croissance publiée	+1,6 %
Croissance à taux de change constants	-0,6 %
Croissance organique	-1,2 %

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :

« Les chiffres du premier trimestre donnent des signes légers mais évidents d'un mieux encourageant de la situation de notre groupe. La croissance organique est négative à hauteur de -1.2% mais est en amélioration par rapport au 4ème trimestre 2016.

Le deuxième trimestre devrait rester négatif mais être en amélioration par rapport au premier trimestre.

Pour bien mesurer les efforts réalisés, il faut rapprocher ce chiffre de croissance organique, de l'impact des problèmes du passé sur ce premier trimestre. La contribution des gains de budgets au revenu du premier trimestre montre la reprise d'une nouvelle dynamique.

Elle est encourageante à bien des égards en ce qu'elle résulte de plusieurs éléments : la mise en œuvre du Power Of One reçue très favorablement par les clients ; la nomination de plus de 60 GCL et CCL (Groupe Client Leaders et Country Client Leaders) ; la fusion bien avancée de Razorfish avec SapientNitro donnant naissance à SapientRazorfish ; la désignation des équipes et la mise en œuvre des simplifications. Tout ceci concourt aux progrès notables et perceptibles que nous connaissons depuis plusieurs mois en New business.



L'environnement international est assez instable conduisant les entreprises à une très grande prudence malgré de solides bilans. Les évolutions de la technologie, du comportement des consommateurs et du changement du paysage médiatique conduisent les entreprises à s'interroger à la fois sur leur business model et sur leur approche marketing. Nos récents succès prouvent que notre investissement dans Sapient, notre propre modèle influencé par les innovations et notre compréhension des besoins des annonceurs nous placent en position favorable pour aider nos clients dans ces parcours souvent difficiles. Non seulement nous nous sommes transformés avant nos concurrents, mais nous sommes les seuls partenaires capables d'offrir des solutions complètes (end to end) dans le domaine de la transformation.

Je suis d'autant plus confiant que nous avons également annoncé la prochaine gouvernance de Publicis Groupe avec Arthur Sadoun, Président d'un Directoire renforcé par l'arrivée de Steve King rejoignant Jean-Michel Etienne et Anne-Gabrielle Heilbronner. Je suis très satisfait de la solution retenue qui rejoint celle que je défendais auprès du comité de nomination et du Conseil de Surveillance.

En ce qui me concerne, cela résulte d'une demande de Madame Badinter approuvée par le Conseil de surveillance. Si les actionnaires suivent sa recommandation, je prendrai la Présidence du Conseil de surveillance pour participer très activement à la consolidation de nos clients et au soutien des équipes, là où elles auront besoin de moi.

Le deuxième semestre devrait renouer avec une croissance plus normale et je suis confiant sur l'atteinte de nos objectifs de 2018. Notre génération de cash nous permet d'améliorer la rémunération de nos actionnaires tout en ayant une gestion responsable de la dette. »

1 - REVENU DU 1^{ER} TRIMESTRE 2017

Le revenu consolidé de Publicis Groupe pour le 1^{er} trimestre 2017 est de 2 328 millions d'euros comparé à 2 291 millions d'euros en 2016, en progression de 1,6 %. Les variations des taux de change ont un impact positif de 50 millions d'euros, soit 2,2 % du revenu du 1^{er} trimestre 2016. Les acquisitions (nettes de cessions) ont contribué à hauteur de 14 millions d'euros au revenu du 1^{er} trimestre 2017 soit 0,6 % du revenu du 1^{er} trimestre 2016. La croissance à taux de change constant est de -0,6 %.

La croissance organique est de -1,2 % au 1^{er} trimestre 2017. Elle est affectée à hauteur de plus de 400 points de base par les difficultés passées. La croissance organique du 1^{er} trimestre 2017 reste pénalisée par la faiblesse du secteur FMCG. En revanche elle bénéficie de la contribution croissante des budgets gagnés depuis le 2^e trimestre 2016, notamment Walmart, HPE, USAA et Asda.



Répartition du revenu du 1^{er} trimestre 2017 par zone géographique

En millions d'euros	Revenu		Croissance organique	Croissance publiée
	T1 2017	T1 2016		
Europe	655	631	+5,5 %	+3,8 %
Amérique du Nord	1 291	1 301	-5,0 %	-0,8 %
Asie Pacifique	243	230	+0,8 %	+5,7 %
Amérique Latine	77	71	+4,5 %	+8,5 %
Moyen Orient / Afrique	62	58	+1,5 %	+6,9 %
Total	2 328	2 291	-1,2 %	+1,6 %

L'Europe affiche une progression de 3,8 %. Hors impact des acquisitions et des taux de change, la croissance organique est de +5,5 %. Il faut souligner la bonne tenue de l'activité en France (+11,9 %) et le très bon dynamisme du Royaume-Uni et de l'Italie (respectivement +9,1 % et +6,3 %). En revanche l'Allemagne est en recul de 3,6 % en raison d'une base de comparaison particulièrement défavorable. La situation se redresse en Russie avec une croissance de 20,4 %

L'Amérique du Nord est en recul de 0,8 % et la croissance organique est de -5,0 % du fait de l'impact des difficultés passées, alors que les nouveaux contrats n'ont pas encore atteint leur régime de croissance.

L'Asie Pacifique est en hausse de 5,7 % et de 0,8 % sur une base organique. La Chine est en progression de 2,6 %. L'activité à Singapour progresse de 7,3 %. En Inde, notre activité se consolide : après une croissance de près de 9 % au 1^{er} trimestre 2016, elle progresse de 0,4 % au cours des trois premiers mois de 2017.

L'Amérique Latine est en progression de 8,5 % notamment du fait des taux de change car cette zone affiche une progression de 4,5 % en organique. Les activités au Brésil reculent de 1,7 % et le Mexique maintient un rythme de croissance soutenue (+25,7 %).

Le Moyen Orient et l'Afrique progressent de 6,9 % et de 1,5 % sur une base organique.



Répartition du revenu du 1^{er} trimestre 2017 par zone géographique : Digital & Tech et Analogique

	Europe	Amérique du Nord	Asie Pacifique	Amérique Latine	Moyen Orient / Afrique	Total
Digital & Tech	+4,8 %	-5,3 %	+9,4 %	+13,0 %	+38,8 %	-1,3 %
Analogique	+6,2 %	-4,5 %	-4,3 %	+2,9 %	-8,9 %	-1,1 %
Total	+5,5 %	-5,0 %	+0,8 %	+4,5 %	+1,5 %	-1,2 %

Le revenu du Digital & Tech atteint 1 273 millions d'euros en progression de 1,4 % et représente 55 % du revenu du Groupe.

2 – ENDETTEMENT FINANCIER NET

L'endettement financier net s'établit à 2 339 millions d'euros au 31 mars 2017 à comparer à 1 244 millions d'euros au 31 décembre 2016. La dette nette moyenne du Groupe à fin mars 2017 s'élève à 1 677 millions d'euros contre 2 092 millions d'euros à fin mars 2016, soit une baisse de 19,8 % sur un an.

3 – FAIT MARQUANT DU 1^{ER} TRIMESTRE 2017

3.1 – Gouvernance

Le plan de succession de Maurice Lévy à la Présidence du Directoire de Publicis Groupe a été annoncé le 26 janvier 2017.

A compter du 1^{er} juin 2017, Arthur Sadoun présidera un Directoire enrichi par l'arrivée de Steve King, actuellement CEO de Publicis Media, qui rejoindra à cette date Jean-Michel Etienne, Directeur général adjoint en charge des finances, et Anne-Gabrielle Heilbronner, Secrétaire général.

Pour développer le Groupe, cette équipe de direction pourra compter sur des leaders de premier plan et l'ensemble des forces de transformation du Groupe : Alan Wexler et Chip Register chez Publicis.Sapient, Nick Colucci chez Publicis Health, Jarek Ziebinski chez Publicis One, ainsi que Rishad Tobaccowala, Strategy & Growth Officer de Publicis groupe, en matière de stratégie et d'approche « client-centric ».



Le Conseil de Surveillance a proposé que Maurice Lévy, à l'échéance de son mandat, le rejoigne et en assure la Présidence. Cette proposition sera soumise au vote des actionnaires lors de l'Assemblée Générale du 31 mai 2017.

3.2 – Croissance externe

En janvier 2017, Publicis Communications a acquis deux agences dans le numérique : The Abundancy et Ardent. Ces agences compléteront les compétences de Leo Burnett dans les données, la création et la technologie. Ardent fournit une technologie propriétaire qui utilise les données de recherche pour comprendre le comportement des consommateurs et anticiper leurs intentions. The Abundancy applique ces enseignements pour la génération de contenus adaptés. Ensemble, elles comptent 60 employés qui ont rejoint les équipes de Leo Burnett désormais dirigé par Andrew Swinand aux Etats-Unis.

4 - PERSPECTIVES

La mise en œuvre de « One company » et la transformation de holding en « connecting company » se déroulent selon le rythme annoncé, avec un excellent accueil des clients à la nouvelle proposition de « The Power of One ». Les succès en rétention de clients (GMC, Mars), en reconquête (*Special K* de Kellogg's) et en gain de nouveaux clients ou budgets (Walmart, HPE, USAA, et HSBC) sont prometteurs d'une reprise de la croissance de Publicis Groupe.

Conformément à ce que nous avons annoncé, le deuxième trimestre 2017 subira encore l'impact des difficultés passées, et la montée en charge progressive des gains de budgets devrait permettre le retour à une croissance plus satisfaisante au deuxième semestre. Le plan 2018 devrait pouvoir ainsi se dérouler normalement.

Le concept de « One Company » (« no silo, no solo ») développé par Publicis Groupe semble faire école, de même que l'approche *end-to-end* du consulting à la créativité en passant par la technologie. L'avance prise par Publicis Groupe devrait être favorable dans les trimestres à venir.

* *
*



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, Mediavest | Spark, Blue 449, Performics), **Publicis.Sapient** (SapientRazorfish, DigitasLBI, Sapient Consulting) et **Publicis Health**. L'ensemble de ces 4 pôles opèrent sur les principaux marchés mondiaux et sont relayés par **Publicis One** sur les autres. Publicis One sous un même toit rassemble l'ensemble des agences du Groupe et offre à nos clients l'intégralité des services disponibles. Le Groupe est présent dans plus de 100 pays et compte près de 80 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com | Twitter : [@PublicisGroupe](https://twitter.com/PublicisGroupe) | Facebook : www.facebook.com/publicisgroupe | LinkedIn : [Publicis Groupe](https://www.linkedin.com/company/publicis-groupe) | <http://www.youtube.com/user/PublicisGroupe> | *Viva la Difference!*

Contacts

Publicis Groupe

Peggy Nahmany	Corporate Communications	+ 33 (0)1 44 43 72 83	peggy.nahmany@publicisgroupe.com
Jean-Michel Bonamy	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 77 88	jean-michel.bonamy@publicisgroupe.com
Chi-Chung Lo	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 66 69	chi-chung.lo@publicisgroupe.com



Annexes

Calcul de la croissance organique

(en millions d'euros)	T1
Revenu 2016	2 291
Impact des taux de change ⁽²⁾	50
Revenu 2016 au taux de change 2017 (a)	2 341
Revenu 2017 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b)	2 314
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	14
Revenu 2017	2 328
Croissance organique (b/a)	-1,2 %

Impact des taux de change au 31 mars 2017 (en millions d'euros)	
GBP ⁽²⁾	(21)
USD ⁽²⁾	44
Autres	27
Total	50

(1) Acquisitions (MercerBell, Vertiba, Seven Seconds, Insight Redéfini, Venus Communications, Arcade, Digitouch, PT Publicis Metro Indonesia, PT Indonesia Media Exchange, North Notch, Metadesign, Regicom, Ardent, The Abundancy), nettes de cessions.

(2) EUR = USD 1,065 à fin mars 2017 vs. USD 1,103 à fin mars 2016
EUR = GBP 0,860 à fin mars 2017 vs. GBP 0,771 à fin mars 2016



New Business : Principaux gains au 31 mars 2017



PUBLICIS COMMUNICATIONS

Bradesco (Brésil), Petrobras (Brésil), eBay (France), Nokia (Afrique du Sud), Uber (Singapour), Singtel (Singapour), Marriott (USA), SNHU (USA), Chromebook (USA), Truecaller (Suède)



PUBLICIS MEDIA

Aldi Stores (Australie), Ego (Australie), Southern Cross Travel Insurance (Australie), Fiat Chrysler Automobiles (EMEA / APAC), KFC Corporation (USA), Lowes (USA), Mattel (USA), Le Groupe Bel (Global), MolsonCoors (USA & UK), Merck (Global), Singapore Tourism Board (Global)



PUBLICIS.SAPIENT

Mattel (USA), Carnival Corporation (USA), FirstNet / AT&T Gov't Solutions (USA)



PUBLICIS ONE

OCBC (Malaisie), Reckitt Beckenzier (Malaisie), 20th Fox Century (Malaisie), Ikea (Malaisie), BEL (République Tchèque), Societe Generale (Serbie), P&G (Pay-Bas), FCA (Pays-Bas), ABINVEB (Colombie)



Communiqués de Presse 2017

09-01-2017	Publicis Communications : Nomination chez Leo Burnett USA et acquisitions de deux agences dans le numérique
11-01-2017	Publicis Communications : Nomination chez Saatchi & Saatchi ; Robert Senior quitte le groupe
18-01-2017	Publicis One : Nomination au Japon
19-01-2017	Publicis One : Nomination en Turquie
26-01-2017	Gouvernance de Publicis Groupe
01-02-2017	Publicis Communications : Nomination pour la région Nordics
03-02-2017	Publicis.Sapient : Nomination chez DigitasLBi ; Luke Taylor quitte le groupe
07-02-2017	Nomination de Laurent Carozzi en tant que Chief Performance Officer de Publicis Groupe
09-02-2017	Résultats annuels 2016
21-02-2017	Viva Technology : 2 ^{ème} édition les 15, 16 et 17 juin 2017
13-03-2017	Modalités du contrat de rachat d'actions
16-03-2017	Publicis.Sapient : lancement de l'offre intégrée de SapientRazorfish
22-03-2017	Partenariat entre Publicis Groupe et Microsoft



Définitions

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

Résultat net courant part du groupe : Résultat net part du groupe après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des principales plus ou (moins)-values de cession, de la réévaluation des earn-out

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

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

BNPA Courant dilué (Résultat 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

ROCE (Return On Capital Employed) : Marge Opérationnelle après impôt (calculée avec un taux d'impôt effectif) / Moyenne des capitaux employés. Les capitaux employés comprennent le goodwill Saatchi & Saatchi non reconnu dans les comptes consolidés IFRS.

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 mensuelles fin de mois.

Dividend pay-out : Dividende / BNPA courant dilué