

20 juillet 2017 03:00 AM Est – New York / Heure d'été (USA)

Publicis Groupe : Résultats du premier semestre 2017

PARIS--(BUSINESS WIRE)--Regulatory News:

Publicis Groupe (Paris:PUB) :

Résultats du 1^{er} semestre 2017

(millions d'euros)	S1 2017	2017 vs 2016
Revenu	4 843	+1,9 %
Croissance organique	-0,2 %	
Marge opérationnelle	638	+3,1 %
Taux de marge opérationnelle	13,2 %	
Résultat net part du groupe	387	+1,6 %
Bénéfice net courant par action dilué (euros) ⁽¹⁾	1,89	+4,4 %
Free cash flow avant variation du BFR	594	+5,3 %

(1) Après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des principales plus (moins)-values de cession et de la réévaluation des earn-out

2^e trimestre 2017

Revenu	2 515
Croissance publiée	+2,2 %
Croissance à taux de change constants	+1,1 %
Croissance organique	+0,8 %

Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :

« Lancé il y a 18 mois, *The Power of One* est l'une des initiatives les plus audacieuses prises par le Groupe. Maurice Lévy en est l'architecte et a élaboré ce projet. Nous passons à présent à l'étape suivante. Les six premiers mois de 2017 ont été particulièrement intenses, car nous avons modifié la gouvernance du Groupe, nous avons défini nos plans d'action et constitué les équipes qui porteront *The Power of One* vers de nouveaux sommets. Grâce à ses compétences dans le consulting, la technologie et la créativité, Publicis est dans une position unique pour aider ses clients à se transformer et à progresser dans leur activité grâce à ses idées.

Nous avons un objectif : devenir le leader du marché du marketing et de la transformation des entreprises. Cela signifiera que nous avons été reconnus comme le partenaire indispensable de nos clients dans leur transformation. Pour réaliser cette ambition, nous devons accélérer l'exécution de notre transformation et aller plus loin dans l'intégration. Nous avons défini 4 priorités pour les prochains mois : faire de notre modèle une réalité pour l'ensemble de nos clients, bénéficier de notre avantage concurrentiel dans la technologie et le consulting, simplifier notre structure organisationnelle pour une plus grande efficacité, mettre en place une culture d'entreprise pour retenir et attirer les meilleurs talents.

L'amélioration de la croissance organique est notre premier impératif. Parce que c'est l'indicateur clé de l'industrie, parce que c'est la preuve de notre attractivité sur le marché, parce que c'est la preuve que nous sommes compétitifs et que notre modèle répond pleinement aux besoins de nos clients de façon pérenne. Elle est nécessaire pour attirer et retenir les meilleurs talents.

En poursuivant votre navigation sur le site www.businesswire.fr et nos autres sites, vous acceptez l'utilisation des cookies. En savoir plus ici.

Nous avons la bonne stratégie. Les résultats du premier semestre sont encourageants. Porté par les gains de budgets des 12 derniers mois, la croissance organique a dépassé nos attentes au deuxième trimestre à +0,8 % avec le retour à la croissance de l'Amérique du Nord, et une amélioration de la marge de 20 points de base dans un contexte de faible croissance.

Concernant les perspectives de l'année, nous anticipons que l'amélioration séquentielle de la croissance organique continue au 3^{ème} trimestre. Et nous devrions retrouver une croissance comparable à celle de nos pairs au 2^{ème} semestre. A plus long terme, mes objectifs sont clairs : accélérer la croissance et améliorer l'efficacité. Nous sommes au début de la mise en œuvre d'un plan d'actions par de nouvelles équipes de management. Dans les prochains mois, nous ferons un point précis et concret des différentes avancées. »

Le Conseil de surveillance de Publicis Groupe, réuni le 19 juillet 2017 sous la présidence de Monsieur Maurice Lévy, a examiné les comptes du 1^{er} semestre 2017, présentés par Monsieur Arthur Sadoun, Président du Directoire.

PRINCIPAUX CHIFFRES CLES

<i>En millions d'euros, à l'exception des % et des données par action (en euros)</i>	S1 2017	S1 2016	2^e J'accepte vs. 2016
Revenu	4 843	4 753	+1,9%
Marge opérationnelle avant amortissements	719	704	
<i>En % du revenu</i>	14,8%	14,8%	
Marge opérationnelle	638	619	+3,1%
<i>En % du revenu</i>	13,2%	13,0%	
Résultat opérationnel	604	595	+1,5%
Résultat net part du groupe	387	381	+1,6%
Bénéfice net courant ⁽¹⁾ dilué par action (BNPA courant dilué)	1,89	1,81	+4,4%
Free cash-flow avant variation du besoin en fonds de roulement	594	564	+5,3%

(1) après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des principales plus ou moins-values de cession et de la réévaluation des earn-out

REVENU DU DEUXIEME TRIMESTRE 2017

Le revenu consolidé de Publicis Groupe pour le 2^e trimestre 2017 est de 2 515 millions d'euros comparé à 2 462 millions d'euros en 2016, en hausse de 2,2 %. Les variations des taux de change ont un impact positif de 26 millions d'euros, soit 1,1 % du revenu du 2^e trimestre 2016. Les acquisitions (nettes de cessions) ont contribué à hauteur de 8 millions d'euros en revenu au 2^e trimestre 2016 soit 0,3 % du revenu du 2^e trimestre 2016. La croissance à taux de change constant est de + 1,1 %.

La croissance organique est de + 0,8 % au 2^e trimestre. Elle est en légère accélération par rapport à la croissance organique de - 1,2 % enregistrée au 1^{er} trimestre en raison de l'impact plus limité des difficultés passées et d'une bonne tenue des activités en Amérique du Nord. La croissance organique du 2^e 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, Asda, Motorola et Lowe's.

Répartition du revenu du 2^e trimestre par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	Revenu		Croissance organique	Croissance publiée
	T2 2017	T2 2016		
Europe	722	718	+3,2%	+0,6%
Amérique du Nord	1 353	1 319	+0,2%	+2,6%
Asie Pacifique	268	273	-3,3%	-1,8%
Amérique Latine	97	81	+2,8%	+19,8%
Moyen Orient / Afrique	75	71	+0,2%	+5,6%
Total	2 515	2 462	+0,8%	+2,2%

Au cours des six premiers mois, le revenu consolidé de Publicis Groupe est de 4 843 millions d'euros comparé à 4 753 millions d'euros en 2016, en hausse de 1,9 %. Les variations des taux de change ont un impact positif de 76 millions d'euros, soit 1,6 % du revenu du 1er semestre 2016. Les acquisitions (nettes de cessions) ont contribué à hauteur de 22 millions d'euros en revenu au 1er semestre 2017 soit 0,5 % du revenu du 1er semestre 2016. La croissance à taux de change constant est de + 0,3 %.

La croissance organique est de - 0,2 % au 1er semestre 2017. Il est à noter que la croissance organique des six premiers mois de 2017 est altérée par les difficultés passées pour environ 300 points de base.

Répartition du revenu du 1er semestre par zone géographique

En millions d'euros	Revenu		Croissance organique	Croissance publiée
	S1 2017	S1 2016		
Europe	1,377	1 349	+4,3%	+2,1%
Amérique du Nord	2,644	2 620	-2,4%	+0,9%
Asie Pacifique	511	503	-1,4%	+1,6%
Amérique Latine	174	152	+3,5%	+14,5%
Moyen Orient / Afrique	137	129	+0,8%	+6,2%
Total	4 843	4 753	-0,2%	+1,9%

L'Europe affiche une progression de 2,1 %. Hors impact des acquisitions et des taux de change, la croissance organique est de +4,3 %. Il faut souligner la bonne tenue de l'activité en France (+ 6,2 %) et le très bon dynamisme du Royaume-Uni et de l'Italie (respectivement + 7,8 % et + 10,5 %). L'Allemagne est en recul de 2,1 % en raison d'une base de comparaison particulièrement défavorable.

L'Amérique du Nord a retrouvé un niveau de croissance organique positif au 2^e trimestre (+ 0,2 %) avec la montée en puissance des budgets gagnés depuis l'été 2016. Sur le semestre, la croissance organique reste négative à - 2,4 % du fait de l'impact des difficultés passées, alors que les nouveaux contrats n'ont pas encore atteint leur régime de croissance. Le revenu est en croissance de 0,9 % sur une base publiée.

L'Asie Pacifique est en hausse de 1,6 % et en recul de 1,4 % sur une base organique. La Chine est en baisse de 6,9 % en raison des difficultés rencontrées par certaines entités. L'activité à Singapour progresse de 6,2 %. En Inde, l'activité se consolide : après une croissance de 0,4 % au 1er trimestre 2017, elle progresse de 6,4 % au cours du deuxième trimestre 2017.

L'Amérique Latine est en progression de 14,5 % et de + 3,5 % sur une base organique. Les activités au Brésil progressent de 1,0 % et le Mexique maintient un rythme de croissance soutenue (+ 14,7 %).

Le Moyen Orient et l'Afrique progressent de 6,2 % et de 0,8 % sur une base organique.

ANALYSE DES CHIFFRES CLES

Compte de résultat

La marge opérationnelle avant amortissements s'établit à 719 millions d'euros au premier semestre 2017 par rapport à 704 millions d'euros en 2016, en augmentation de 2,1 %, faisant ressortir une marge de 14,8% du revenu, identique à celle du premier semestre 2016.

- Les charges de personnel atteignent 3 095 millions d'euros au 30 juin 2017, en augmentation de 0,8 % (3 071 millions d'euros en 2016). Les coûts fixes de personnel de 2 740 millions d'euros représentent 56,6 % du revenu contre 56,3 % en 2016. Le coût des free-lances est de 199 millions d'euros en 2017, comparé à 219 millions en 2016. Les coûts de restructuration atteignent 52 millions d'euros en 2017 (55 millions d'euros en 2016) et s'inscrivent dans le cadre de la réorganisation du Groupe, « The Power of One », et se traduisant par une intégration accrue des structures et des activités. De nombreux investissements (mise en place de l'ERP, développement des plateformes de production, poursuite de la régionalisation des centres de services partagés ou les développements technologiques) permettront d'améliorer l'efficacité opérationnelle.

La dotation aux amortissements est de 81 millions d'euros au 30 juin 2017, en légère diminution par rapport à 2016 (85 millions d'euros).

La marge opérationnelle ressort à 638 millions d'euros, en croissance de 3,1 %. Le taux de marge opérationnelle est de 13,2 %, en amélioration de 20 points de base par rapport à 2016. Cette amélioration provient de l'effet positif des mesures d'économie liées à la mise en place du Power of One, en partie compensées par des investissements dans les nouveaux contrats clients, dans de nouveaux projets IT et par l'augmentation des autres charges opérationnelles.

Les marges opérationnelles par grandes zones géographiques s'élèvent à 13,7 % pour l'Europe, 14,1 % pour l'Amérique du Nord, 11,9 % pour l'Asie-Pacifique, 5,7 % pour l'Amérique Latine et 4,4 % pour la région Afrique / Moyen-Orient.

Les amortissements sur immobilisations incorporelles liées aux acquisitions sont de 35 millions d'euros au premier semestre 2017, contre 40 millions d'euros en 2016. Les autres charges et produits non courants correspondent à un produit de 1 million d'euros, contre un produit net de 16 millions d'euros en 2016.

Le résultat opérationnel s'est élevé à 604 millions d'euros en 2017 contre 595 millions d'euros en 2016, en augmentation de 1,5 %.

Le résultat financier, hors coût de réévaluation des compléments de prix sur acquisitions (earn-outs), est une charge de 38 millions d'euros pour le premier semestre 2017 contre une charge de 40 millions d'euros en 2016. La charge sur l'endettement financier net est de 32 millions d'euros en 2017, en légère diminution par rapport aux 39 millions d'euros de charge en 2016. Les autres charges et produits financiers représentent quant à eux une charge de 6 millions d'euros en 2017 contre une charge de 1 million d'euros en 2016.

Le coût de réévaluation des earn-outs est une charge de 22 millions d'euros à comparer à un coût de 10 millions en 2016.

La charge d'impôt est de 151 millions d'euros en 2017, faisant ressortir un taux d'impôt effectif de 27,8 %, contre 162 millions d'euros en 2016, correspondant à un taux d'impôt effectif de 29,7 %. Sur l'ensemble de l'année 2016, le taux d'impôt effectif était de 29,0%

La quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence est une perte de 2 millions d'euros en 2017 contre un profit de 2 millions d'euros en 2016. Les intérêts minoritaires sont de 4 millions d'euros au premier semestre 2017, stables par rapport à l'année précédente.

Au total, le résultat net part du Groupe s'est élevé à 387 millions d'euros au 30 juin 2017 contre 381 millions d'euros au 30 juin 2016.

Free cash-flow

Le free cash-flow du Groupe, hors variation du besoin en fonds de roulement, est en augmentation de 5,3 % par rapport à celui de l'année précédente, et s'établit à 594 millions d'euros pour le premier semestre 2017.

Endettement net

L'endettement financier net s'établit à 2 092 millions d'euros au 30 juin 2017 (soit un ratio Dette nette / fonds propres de 0,37) à comparer à 1 244 millions d'euros au 31 décembre 2016 (ratio de 0,21). Le ratio au 30 juin 2016 était de 0,38. La dette nette moyenne du Groupe au premier semestre 2017 s'élève à 1 993 millions d'euros contre 2 380 millions d'euros au premier semestre 2016.

FAITS MARQUANTS DU PREMIER SEMESTRE 2017

Gouvernance et nominations

Depuis le 1er juin 2017, Arthur Sadoun préside un Directoire enrichi par l'arrivée de Steve King, actuellement CEO de Publicis Media, qui a rejoint à cette date Jean-Michel Etienne, Directeur Général Adjoint - Finances Groupe, et Anne-Gabrielle Heilbronner, Secrétaire général.

Véronique Weill rejoint Publicis Groupe en tant que General Manager. Elle prendra ses fonctions à compter du 1er septembre

En poursuivant votre navigation sur le site www.businesswire.fr et nos autres sites, vous acceptez l'utilisation des cookies. En savoir plus ici.

l'informatique au niveau mondial, avant de rejoindre Axa en 2006. Elle s'y est notamment occupée au sein du comité de direction, des opérations, de la technologie, du digital, du marketing et de l'innovation. En tant que Chief Operating Officer puis Chief Customer Officer d'Axa, elle a contribué à en faire une des premières marques d'assurance mondiale.

Carla Serrano, CEO de Publicis New-York et Chief Strategy Officer de Publicis Communications est promue Chief Strategy Officer de Publicis Groupe. Tout au long de sa carrière, Carla a occupé des postes de direction stratégique et de management au sein de grands réseaux et d'agences créatives. Avant de rejoindre Publicis, Carla était CEO de Naked NA, CSO de TBWA Chiat/DAY NY et Présidente de Berlin Cameron and Partners.

Publicis Groupe se dote également de deux nouveaux comités de direction en plus du Directoire.

Le premier, l'Executive Committee, aura la responsabilité de conduire la transformation du Groupe et se réunira tous les mois. Il est composé des membres du Directoire ainsi que de :

- Chip Register, Co-CEO, Publicis.Sapient
- Carla Serrano, Chief Strategy Officer, Publicis Groupe
- Nigel Vaz, President, DigitasLBI
- Véronique Weill, General Manager, Publicis Groupe
- Alan Wexler, Co-CEO, Publicis.Sapient

Le second comité, le Management Committee, se réunira chaque trimestre et aura la responsabilité des opérations du Groupe et de l'exécution de sa stratégie. Il est formé des membres de l'Executive Committee et de :

- Valérie Beauchamp, EVP Business Development, Publicis Groupe
- Justin Billingsley, COO Publicis Communications
- Agathe Bousquet, Présidente France, Publicis Groupe (prise de fonction le 1er septembre)
- Gerry Boyle, CEO APAC, Publicis Media
- Andrew Bruce, CEO North America, Publicis Communications
- Nick Colucci, CEO, Publicis Health
- Lisa Donohue, Global Brand President, Starcom
- Tim Jones, CEO North America, Publicis Media
- Loris Nold, COO Publicis Communications
- Rishad Tobaccowala, Chief Growth Officer, Publicis Groupe
- Alexandra Von Plato, Group President, Publicis Health
- Jarek Ziebinski, CEO, Publicis One

Sur proposition du Conseil de Surveillance, Maurice Lévy a rejoint le Conseil du Surveillance et en assure la Présidence. Cette proposition a été approuvée par les actionnaires lors de l'Assemblée Générale du 31 mai 2017.

Croissance externe

En janvier 2017, Publicis Communications a acquis deux agences dans le numérique : The Abundancy et Ardent. Ces agences complèteront les compétences de Leo Burnett dans les données, la création et la technologie. Ardent fournit une

En poursuivant votre navigation sur le site www.businesswire.fr et nos autres sites, vous acceptez l'utilisation des cookies. En savoir plus ici.

anticiper leurs intentions. The Abundance 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.

Finance

Le 13 mars 2017, Publicis Groupe a mis en place un contrat d'achat d'actions avec un Prestataire de Services d'Investissements dans le cadre de son Programme de Rachat d'Actions tel qu'autorisé par l'Assemblée Générale des actionnaires en date du 25 mai 2016. La période d'achat a couru du 14 mars 2017 au 30 juin 2017.

Ce contrat a porté sur un volume maximal de 5 000 000 d'actions à un cours moyen n'excédant pas les limites imposées par l'Assemblée Générale des actionnaires du 25 mai 2016. Les achats effectués les deux derniers jours du mois de juin n'ont toutefois fait l'objet d'un règlement-livraison que tout début juillet, comme le prévoit la réglementation boursière. Au 30 juin 2017, les 4 878 002 actions propres en portefeuille effectivement livrées, rachetées dans le cadre de ce contrat pour un montant total de 316 millions d'euros, font ressortir un prix d'achat moyen de 64,66 euros (64,86 euros en incluant la taxe sur les transactions financières).

PERSPECTIVES

Le début de l'année 2017 a mis en évidence des signes encourageants. Publicis Groupe a renoué avec la croissance au 2^e trimestre et la marge opérationnelle a progressé dans un contexte de croissance faible. Le momentum de gains de budgets a été positif avec des gains prestigieux tels que HSBC, Bel et McDonald's.

L'amélioration de la croissance organique est la première priorité du Groupe et les chantiers sont encore nombreux. L'ambition est d'afficher des taux de croissance supérieurs à ceux de nos concurrents, en devenant le leader de la transformation marketing et opérationnelle. Quatre actions concrètes ont été lancées pour parvenir à cette fin : faire de notre modèle une réalité pour l'ensemble de nos clients, bénéficier de notre avantage concurrentiel dans la technologie et le consulting, simplifier notre structure organisationnelle pour une plus grande efficacité, mettre en place une culture d'entreprise pour retenir et attirer les meilleurs talents.

Nous anticipons que l'amélioration séquentielle de la croissance organique continue au 3^e trimestre 2017, et nous devrions retrouver une croissance comparable à celle de nos pairs au 2^e semestre. A plus long terme, les objectifs sont connus : accélérer la croissance et améliorer l'efficacité. Le Groupe est au début de la mise en œuvre d'un plan d'actions par de nouvelles équipes de management. Un point détaillé et concret sera communiqué dans les prochains mois.

* *

*

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

En poursuivant votre navigation sur le site www.businesswire.fr et nos autres sites, vous acceptez l'utilisation des cookies. En savoir plus ici.

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, 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 | Facebook : www.facebook.com/publicisgroupe | LinkedIn : Publicis Groupe | <http://www.youtube.com/user/PublicisGroupe> | Viva la Difference!

Annexes

Calcul de la croissance organique

(en millions d'euros)	T1	T2	S1	Impact des taux de change au 30 juin 2017	
				(en millions d'euros)	
Revenu 2016	2 291	2 462	4 753	GBP ⁽²⁾	(41)
Impact des taux de change ⁽²⁾	50	26	76	USD ⁽²⁾	78
Revenu 2016 au taux de change 2017 (a)	2 341	2 488	4 829	Autres	39
Revenu 2017 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b)	2 314	2 507	4 821	Total	76
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	14	8	22		
Revenu 2017	2 328	2 515	4 843		
Croissance organique (b/a)	-1,2 %	+0,8 %	-0,2 %		

(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 Abundance), nettes de cessions.

(2) EUR = USD 1,082 à fin juin 2017 vs. USD 1,116 à fin juin 2016

EUR = GBP 0,860 à fin juin 2017 vs. GBP 0,779 à fin juin 2016

New Business : Principaux gains au 30 juin 2017

PUBLICIS COMMUNICATION

Bradesco (Brésil), Petrobras (Brésil), eBay (France), Nokia (Afrique du Sud), Uber (Singapour), Singtel (Singapour), Marriott (USA), SNHU (USA), Chromebook (USA), Truecaller (Suède), Match.com (Meetic) (Pan-Europe), Great West Life (Canada), USAA (USA), AkzoNobel (Global), Culligan (water filtration/conditioning systems) (USA)

PUBLICIS MEDIA

20th Century Fox (Australie), Aldi Stores Limited (Australie), Coty Luxury (Danemark), Ego (Australie), Expedia (Singapour), KFC (USA), Lowe's (USA), Mattel (USA), Merck (EMEA), Molson Coors (USA & UK), NBCF (National Breast Cancer Foundation) (USA), PartyPoker (Norvège), Royal Caribbean Cruises (Royaume-Uni), Singapore Tourism (Global), Southern Cross Travel Insurance (Australie), Bel Group (Global), Carpetright (Royaume-Uni), CCU (Compania de las Cervecerias Unidas) (Argentine), Coty Luxury (Norvège), Credit Suisse Group (Italie), Danks Hardware (Australie), Dubai Corporation for Tourism & Commerce Marketing (Moyen-Orient), Euroloan Consumer Finance (Pologne), Fondazione Ania (Italie), Grupa Allegro (Pologne), H&R Block (USA), JC Jeans & Clothes (Suède), Kolonial.no (Norvège), Luminous Power Technologies (Inde), Materialgruppen AB Kimberly-Clark (Suède), P&G (Royaume-Uni), PayU India (Inde), Procter & Gamble (Royaume-Uni & Ireland), ZTE Mobile (Inde)

PUBLICIS.SAPIENT

Mattel (USA), Carnival Corporation (USA), FirstNet / AT&T Government Solutions (USA), Lyft (USA), GSK (USA), The Nature Conservancy (USA), Intermarche (France)

OCBC (Malaisie), Reckitt Beckenzier (Malaisie), 20th Fox Century (Malaisie), Ikea (République Tchèque), BEL (République Tchèque), l'Oréal (République Tchèque), Société Générale (Serbie), P&G (Pays-Bas), FCA (Pays-Bas), Skoda (Pays-Bas), Aldi (Belgique), Informazout (Belgique), ABinBEV (Colombie), Renault (Argentine)

PUBLICIS HEALTH

Novartis (USA), Genentech (USA), Shire (USA), Adapt (USA), AMAG (USA), Sunovion (USA), Clinigen Group (Global), Purdue (USA), Merck & Co (USA), Intarcia Therapeutics (USA), Flexion Therapeutics (USA), AbbVie (USA), Ipsen (USA)

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

18-04-2017 Nomination d'Agathe Bousquet, Présidente du Groupe en France

20-04-2017 Revenu du premier trimestre 2017

09-05-2017 Nomination de Céline Fronval en tant que Directeur Juridique Groupe

31-05-2017 Assemblée Générale Mixte

14-06-2017 Publicis Groupe renforce son management avec deux nominations clés et la création de deux nouveaux comités de direction

19-06-2017 Publicis Groupe annonce un partenariat avec Alibaba / Uni Marketing en Chine

20-06-2017 Publicis Groupe crée la première plateforme d'assistance professionnelle, fonctionnant sous intelligence artificielle et « *Machine Learning* »

Définitions

EBITDA : Marge opérationnelle avant amortissements.

Marge Opérationnelle : Revenu après déduction des charges de personnel, autres charges opérationnelles (hors autres

En poursuivant votre navigation sur le site www.businesswire.fr et nos autres sites, vous acceptez l'utilisation des cookies. En savoir plus ici.

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 (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.

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.

Free cash-flow avant variation de BFR : Flux nets de trésorerie générés par l'activité avant variation de BFR lié à l'activité.

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.

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

Compte de résultat consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	30	30 juin	31 décembre
		30 juin	2016	2016
		2017	2016	2016
		(6 mois)	(6 mois)	(12 mois)
Revenu		4 843	4 753	9 733
Charges de personnel		(3 095)	(3 071)	(6 059)
Autres charges opérationnelles	3	(1 029)	(978)	(1 992)
Marge opérationnelle avant amortissements		719	704	1 682
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	4	(81)	(85)	(166)
Marge opérationnelle		638	619	1 516
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	4	(35)	(40)	(79)
Perte de valeur	4	-	-	(1 440)
Autres produits et charges non courants	5	1	16	12
Résultat opérationnel		604	595	9
Charges financières		(54)	(54)	(107)
Produits financiers		22	15	33
Coût de l'endettement financier net	6	(32)	(39)	(74)
Réévaluation des compléments de prix sur acquisitions	6	(22)	(10)	(108)
Autres charges et produits financiers	6	(6)	(1)	-
Résultat avant impôt des entreprises consolidées		544	545	(173)
Impôt sur le résultat	7	(151)	(162)	(342)
Résultat net des entreprises consolidées		393	383	(515)
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	10	(2)	2	(5)
Résultat net		391	385	(520)
Dont :				

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

	8		
Nombre d'actions		224 581 868	221 728 433
Bénéfice net par action		1,72	1,72
			(2,36)
Nombre d'actions dilués		228 808 205	224 617 656
Bénéfice net par action – dilué		1,69	1,70
			(2,36)

Etat de résultat global consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2017 (6 mois)	30 juin 2016 (6 mois)	31 décembre 2016 (12 mois)
Résultat net de la période (a)	391	385	(520)
Eléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat			
- Gains (et pertes) actuariels sur régime à prestations définies	6	(48)	(4)
- Impôts différés relatifs aux éléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat	(18)	15	14
Eléments du résultat global susceptibles d'être reclassés en résultat			
- Réévaluation des titres disponibles à la vente et instruments de couverture	(20)	(11)	31
- Ecart de conversion de consolidation	(358)	(67)	100
Total des autres éléments du résultat global (b)	(390)	(111)	141
Résultat global de la période (a) + (b)	1	274	(379)
Dont :			
- Résultat global de la période attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	2	4	7
- Résultat global de la période attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	(1)	270	(386)

Bilan consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	30 juin 2017	31 décembre 2016
Actif			
Écart d'acquisition nets	9	8 718	9 150
Immobilisations incorporelles nettes		1 213	1 345
Immobilisations corporelles nettes		581	640
Impôts différés actifs		143	150
Titres mis en équivalence	10	77	87
Autres actifs financiers	11	183	182
Actifs non courants		10 915	11 554
Stocks et en-cours de production		429	406
Clients et comptes rattachés		9 086	10 010
Autres créances et actifs courants		653	698
Trésorerie et équivalents de trésorerie		1 151	2 228
Actifs courants		11 319	13 342
Total de l'actif		22 234	24 896
Passif			
Capital		92	90
Réserves consolidées, part du Groupe		5 526	5 965

Participations ne donnant pas le contrôle (Intérêts minoritaires)		12	10
Total capitaux propres		5 630	6 065
Dettes financières à plus d'un an	14	2 589	3 028
Impôts différés passifs		589	649
Provisions à long terme	13	533	556
Passifs non courants		3 711	4 233
Fournisseurs et comptes rattachés		10 071	11 992
Dettes financières à moins d'un an	14	555	283
Dettes d'impôts sur les sociétés		123	88
Provisions à court terme	13	131	130
Autres dettes et passifs courants		2 013	2 105
Passifs courants		12 893	14 598
Total du passif		22 234	24 896

Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	30 juin 2017 (6 mois)	30 juin 2016 (6 mois)	31 décembre 2016 (12 mois)
Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net	391	385	(520)
Neutralisation des produits et charges calculés :			
Impôt sur le résultat	151	162	342
Coût de l'endettement financier net	32	39	74
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	-	(16)	(9)
Dotation aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	116	125	1 685
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	28	19	55
Autres produits et charges calculés	25	15	115
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	2	(2)	5
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	1	-	3
Impôt payé	(115)	(79)	(257)
Intérêts financiers payés	(26)	(22)	(106)
Intérêts financiers encaissés	26	10	40
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	(1 013)	(1 102)	(355)
Flux net de trésorerie liés à l'activité (I)	(382)	(466)	1 072
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(39)	(73)	(173)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	2	1	7
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(6)	(2)	(12)
Acquisitions de filiales	(176)	(129)	(240)
Cessions de filiales	2	11	7
Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissement (II)	(217)	(192)	(411)
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	-	-	(193)
Dividendes versés aux participations ne donnant pas le contrôle	(5)	(16)	(20)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	25	61	513
Remboursement des emprunts	(22)	(1)	(517)
Rachats de participations ne donnant pas le contrôle	(23)	(30)	(44)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et exercice de BSA	(287)	8	24
Flux net de trésorerie liés aux opérations de financement (III)	(312)	22	(237)
Incidence des variations de taux de change (IV)	(166)	19	126

Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	(25)	(19)	(19)
Trésorerie à l'ouverture (V)	2 203	1 653	1 653
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	1 151	1 064	2 228
Soldes créditeurs de banques à la clôture	(25)	(28)	(25)
Trésorerie à la clôture (VI)	1 126	1 036	2 203
Variation de la trésorerie consolidée (VI – V)	(1 077)	(617)	550
(1) Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité			
Variation des stocks et en-cours de production	(44)	(74)	28
Variation des créances clients et autres créances	424	325	(222)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	(1 393)	(1 353)	(161)
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(1 013)	(1 102)	(355)

Tableau de variation des capitaux propres consolidés

Nombre d'actions en circulation	(en millions d'euros)	Capital social	Réserves liées au capital	Réserves et résultats consolidés	Réserve de conversion	Réserve de juste valeur	Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère	Participations ne donnant pas le contrôle	Total capitaux propres
225 367 784	1er janvier 2017	90	3 429	2 118	255	163	6 055	10	6 065
	Résultat net			387			387	4	391
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts				(355)	(33)	(388)	(2)	(390)
	Total des produits et charges de la période			387	(355)	(33)	(1)	2	1
3 992 216	Dividendes	2	242	(414)			(170)	(5)	(175)
383 457	Rémunérations fondées sur des actions nettes d'impôts			30			30		30
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle			(9)			(9)	5	(4)
298 085	Exercices de Bons de Souscription d'Actions (Achats)/Ventes d'actions propres		9				9		9
(3 754 991)				(296)			(296)		(296)
226 286 551	30 juin 2017	92	3 680	1 816	(100)	130	5 618	12	5 630

Bénéfice net par action (de base et dilué)

Impact des instruments dilutifs :

- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt

	-	-
Résultat net part du Groupe – dilué	B	387 381

Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA

Nombre d'actions au 1 ^{er} janvier	225 945 387	222 540 740
Actions créées sur la période	344 728	197 830
Actions propres à déduire (moyenne sur la période)	(1 708 247)	(1 010 137)
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	C	224 581 868 221 728 433

Impact des instruments dilutifs :

- Actions gratuites et stock-options dilutifs ⁽¹⁾	3 588 145	2 093 218
- Bons de Souscription d'Actions (BSA) ⁽¹⁾	638 192	796 005
Nombre d'actions - dilué	D	228 808 205 224 617 656

(en euros)

Bénéfice net par action	A/C	1,72	1,72
--------------------------------	-----	-------------	-------------

Bénéfice net par action – dilué	B/D	1,69	1,70
--	-----	-------------	-------------

(1) 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 30 juin 2017 et 2016, toutes les stock-options et les BSA non encore exercés à la clôture de l'exercice ont un effet dilutif.

Bénéfice net courant par action (de base et dilué)*(en millions d'euros, sauf les actions)***30 juin 2017 30 juin 2016****Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾**

Résultat net part du Groupe	387	381
<i>Eléments exclus :</i>		
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt	23	25
- Réévaluation des earn-out	22	10
- Principales plus (moins) values de cession (nettes d'impôts)	-	(10)
Résultat net courant part du Groupe	E	432 406

Impact des instruments dilutifs :

- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt	-	-
Résultat net courant part du Groupe – dilué	F	432 406

Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA

Nombre d'actions au 1 ^{er} janvier	225 945 387	222 540 740
Actions créées sur la période	344 728	197 830
Actions propres à déduire (moyenne sur la période)	(1 708 247)	(1 010 137)
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	C	224 581 868 221 728 433

Impact des instruments dilutifs :

- Actions gratuites et stock-options dilutifs	3 588 145	2 093 218
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)	638 192	796 005

Nombre d'actions - dilué

<i>(en euros)</i>	D	228 808 205	224 617 656
-------------------	----------	-------------	-------------

Bénéfice net courant par action ⁽¹⁾	E/C	1,92	1,83
---	-----	-------------	-------------

Bénéfice net courant par action – dilué ⁽¹⁾	F/D	1,89	1,81
---	-----	-------------	-------------

(1) BNPA après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des principales plus (moins)- values de cession et de la réévaluation des earn-out.

Publicis Groupe

Corporate Communications

Peggy Nahmany, + 33 (0)1 44 43 72 83

peggy.nahmany@publicisgroupe.com

ou

Investor Relations

Jean-Michel Bonamy, + 33 (0)1 44 43 77 88

jean-michel.bonamy@publicisgroupe.com

ou

Chi-Chung Lo, + 33 (0)1 44 43 66 69

chi-chung.lo@publicisgroupe.com



PUBLICIS GROUPE

