

Revenu du premier trimestre 2023

Un très bon début d'année 2023
après 2 ans de croissance à deux chiffres

Confirmation des objectifs annuels

20 avril 2023

- Revenu net publié en hausse de +10%
- Croissance organique de +7,1% supérieure aux attentes, après un T1 2022 à +10,5%
 - Forte contribution d'Epsilon et Publicis Sapien, en hausse de +10% et +11%
 - Poursuite de la forte performance des Etats-Unis à +5,8%
 - Accélération en Europe à +12,3%
 - Solide croissance de la Chine à +3,7%
- Poursuite de la bonne dynamique en *New Business* au T1, après avoir été en 2022 en tête des classements du secteur pour la quatrième fois en cinq ans.
- Confirmation de tous les objectifs 2023 malgré un contexte macro-économique plus incertain, avec une croissance organique pour l'année désormais attendue dans la moitié haute de la fourchette de +3% à +5%.

1er trimestre 2023

Revenu	3 458 m€
Revenu net	3 079 m€
<i>Croissance publiée</i>	+10,0%
<i>Croissance organique</i>	+7,1%



Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :

« Après deux ans de croissance à deux chiffres, nous enregistrons un très bon début d'année 2023.

Au premier trimestre, notre revenu net publié est une nouvelle fois en hausse de +10%. Notre croissance organique s'établit à +7,1%, démontrant à nouveau la capacité de notre modèle différenciant à gagner des parts de marché. Les Etats-Unis confirment leur bonne dynamique avec une croissance organique en hausse de +5,8%, l'Europe accélère à +12,3% et la Chine enregistre une solide progression de son revenu de +3,7% malgré la situation sanitaire dans le pays.

Depuis 2019, notre revenu net publié a progressé de +45% au premier trimestre, dont +18% en organique. Cette performance met en perspective le changement de dimension du Groupe au cours des dernières années qui lui a permis de se hisser à la deuxième place du secteur en termes de revenu.

Notre portefeuille unique d'activités, avec un tiers du revenu en data et en tech, nous a permis de croître plus vite que le secteur et l'économie mondiale au cours des trois dernières années. Cela a été encore le cas au premier trimestre, grâce à la contribution d'Epsilon et Publicis Sapient qui affichent des croissances organiques de +10% et +11% respectivement. Cela est également visible dans la performance de nos activités de Média et de Création qui ont bien progressé ce trimestre.

Ces expertises développées à grande échelle nous permettent non seulement d'avoir une performance supérieure à celle de nos concurrents, mais aussi de nous différencier dans le positionnement de notre offre. Avec les données en temps réel d'Epsilon et la technologie de Publicis Sapient intégrées dans nos activités de Création et Media, le Groupe a poursuivi sa dynamique en matière de New Business au premier trimestre avec des gains tels que Adobe ou Walgreens Media, Sonepar en transformation digitale, Mondelez Production et Dunkin US Creative, et ce, après avoir été en tête des classements quatre fois au cours des cinq dernières années.

Notre portefeuille différenciant d'activités associé à un positionnement unique de notre offre et à une organisation agile nous rendent confiants en notre capacité à atteindre l'ensemble de nos objectifs en 2023, tout en nous permettant d'investir dans la croissance future du Groupe et de maintenir une marge parmi les plus élevées du secteur.

Ainsi, malgré un environnement économique mondial plus difficile, nous anticipons désormais une croissance organique dans la moitié haute de la fourchette de +3% à +5% cette année, avec une marge opérationnelle entre 17,5% et 18% et un free cash-flow de l'ordre de 1,6 milliard d'euros.

Je voudrais remercier nos équipes pour leurs efforts constants, et nos clients pour leur confiance. »

*

*

*



REVENU NET DU PREMIER TRIMESTRE 2023

Le revenu net de Publicis Groupe pour le 1^{er} trimestre 2023 est de 3 079 millions d'euros, en hausse de +10,0% comparé à 2 800 millions d'euros en 2022. Les effets de la variation des taux de change ont un impact positif de 61 millions d'euros. Les acquisitions (nettes de cessions) ont une contribution positive sur le revenu net à hauteur de 14 millions d'euros. La croissance organique est de +7,1%.

Répartition du revenu net du 1^{er} trimestre 2023 par zone géographique

Millions D'euros	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique
	T1 2023	T1 2022		
Amérique du Nord	1 938	1 748	+10,9%	+5,7%
Europe	743	662	+12,2%	+12,3%
Asie Pacifique	250	261	-4,2%	+0,8%
Afrique Moyen Orient	88	75	+17,3%	+16,6%
Amérique latine	60	54	+11,1%	+7,8%
Total	3 079	2 800	+10,0%	+7,1%

Le revenu net en **Amérique du Nord** au 1^{er} trimestre 2023 est en hausse de +10,9% en publié, incluant un effet positif lié à l'évolution du taux de change euro dollar. La croissance organique est de +5,7% dans la région. Aux **Etats-Unis**, la croissance organique s'établit à +5,8%. Epsilon et Publicis Sapient ont de nouveau contribué de manière significative à la croissance du pays ce trimestre. Epsilon est ainsi en croissance de +10% en organique, et Publicis Sapient de +8% sur une base particulièrement élevée de +16% au T1 2022. La performance des activités de Média et de Création est très solide, toutes deux enregistrant une croissance organique *mid-single digit*. Le **Canada** progresse de +3,2% en organique.

Le revenu net en **Europe** est en hausse de +12,2% en données publiées. Il est en hausse de +12,8% en organique, ou de +12,3% en incluant la contribution des activités d'affichage dans les transports en France et le Drugstore. La croissance organique au **Royaume-Uni** est de +23,9%, encore une fois portée par la très forte performance de Publicis Sapient et bénéficiant des gains de nouveaux contrats média globaux de 2022. La croissance organique en **France** s'établit à +2,9%¹ principalement tirée par le Média. L'**Allemagne** enregistre une forte croissance de +10,4% en organique, principalement portée par le Média et Publicis Sapient. En **Europe Centrale et de l'Est**, la croissance organique est de +11,0%, avec une croissance à deux chiffres en Turquie, République Tchèque et Hongrie.

Le revenu net de la région **Asie Pacifique** est en baisse de 4,2% en publié, et en hausse de +0,8% en organique. La **Chine** enregistre une solide progression de +3,7% en organique malgré la situation sanitaire dans le pays. Le revenu net en **Thaïlande** affiche une baisse consécutive au décalage de phase d'un grand projet. La croissance organique de l'**Australie** s'élève à +5,4% tandis que les revenus nets de la **Malaisie** et du **Vietnam** sont en progression à deux chiffres en organique.

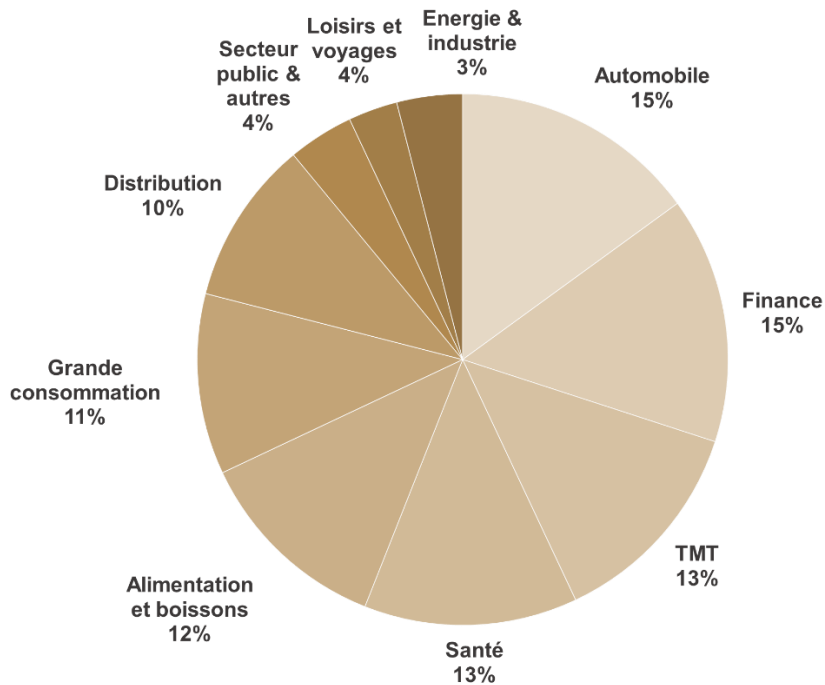
¹ hors activités d'affichage dans les transports & Drugstore



La région **Moyen-Orient et Afrique** enregistre une croissance de +17,3% en publié, et de +16,6% en organique. La croissance organique est principalement tirée par les activités de Création et Publicis Sapient au Moyen-Orient, et par le Média en Afrique.

En **Amérique latine**, le revenu net est en hausse de +11,1% en publié, et de +7,8% en organique. La plupart des pays de la région sont en croissance ce trimestre, cette hausse provenant en grande partie des activités Média.

Répartition du revenu net au 31 mars 2023 par secteur



Sur la base de 3 036 clients représentant 92% du revenu net du Groupe



DETTE NETTE ET LIQUIDITE

Au 31 mars 2023, la dette nette s'éleve à 442 millions d'euros, à comparer à une position nette de trésorerie de 634 millions d'euros à la fin de l'année 2022, reflétant la saisonnalité de l'activité. Pour rappel, la dette nette s'élevait à 718 millions à fin mars 2022. La dette nette moyenne du Groupe sur les douze derniers mois s'éleve à 563 millions d'euros à fin mars 2023, en baisse par rapport à 1 277 millions d'euros à fin mars 2022.

La position de liquidité du Groupe reste très solide, à 5,4 milliards d'euros.

ACQUISITIONS ET CESSIONS

Le 3 janvier 2023, Publicis a annoncé l'acquisition de **Yieldify**, une société de technologie marketing basée à Londres. Fondée en 2013, la plateforme et le service de premier plan de Yieldify permettent aux entreprises de mieux personnaliser les expériences des consommateurs sur les sites Web, en générant des revenus supplémentaires et d'autres résultats souhaités en délivrant le bon message au bon moment en fonction du profil du consommateur et de l'étape de son parcours d'achat. Yieldify sera intégrée à Epsilon, et ses offres de personnalisation sur site, d'optimisation des conversions et de parcours client viendront compléter Epsilon PeopleCloud pour mieux répondre aux besoins du milieu de segment.

Le 10 janvier 2023, Publicis a annoncé l'acquisition d'**Advertise BG**, l'une des principales agences de performance marketing en Bulgarie. Cette acquisition stratégique renforcera encore les compétences de Publicis Groupe Bulgarie en matière de transformation numérique, en ajoutant de la puissance de feu à son offre existante à travers la stratégie numérique, la *data*, le *social media* et la création de contenu digital.

Le 30 mars 2023, Publicis a annoncé l'acquisition de **Practia**, une entreprise technologique indépendante basée à Buenos Aires et parmi les leaders des services de transformation digitale en Amérique latine. Avec ses 1 200 professionnels expérimentés, Practia permet à Publicis Sapient de pénétrer le marché latino-américain, tout en établissant les bases d'une plateforme de production de proximité pour renforcer les services proposés à sa clientèle nord-américaine.

PERSPECTIVES

Malgré un contexte macro-économique plus incertain, le Groupe confirme tous les objectifs 2023 fixés en février grâce à la force de son modèle.

En ce qui concerne la croissance organique, le Groupe est confiant dans sa capacité à atteindre la moitié haute de la fourchette de +3% à +5% pour l'année 2023, grâce à la forte performance du premier trimestre et à l'anticipation d'un deuxième trimestre solide, lui-même attendu entre +3% et +5%.

Le Groupe réitère par ailleurs ses objectifs 2023 de taux de marge opérationnelle de 17,5% à 18% et de free-cash-flow¹ avant variation du besoin en fond de roulement d'environ 1,6 milliard d'euros.

¹ Sur la base d'un taux de change Euro / US dollar de 1,08



NEW BUSINESS

EUROPE

Santen France (Health), Glaxo Smith Kline (Health), Comité Colbert (Creative), Speedy (Data), Carlsberg (Creative), Abeille Assurances (Creative), Visa (Technology), DomusVi (Technology), DocuSign (Creative), The Football Association Premier League (Creative), Allwyn (Creative), Pivovara Daruvar (Creative), heroal (Creative), Deutsche Telekom (Creative), DATEV (Influence), Samsung (DTC), PepsiCo (Media), L'Oréal (Media), Tesco (Creative), Asda (Technology), Renault (Influence), FoodWell (Media), Notino (Media), Casavo (Creative), La Poste (Media), Dream Games (Media), Cassa Depositi e Prestiti (Media), Meggle (Media), Île-de-France Mobilités (Creative)

AMERIQUE DU NORD

Krafton (Influence), Intuit (Creative), Shelter Movers (Influence), Universite de Sherbrooke (Creative), Steak 'n Shake (Creative), Loblaws (Creative), Mattress Firm (Creative), Jasco Games (Creative), Wondery (CRM), McDonalds (CRM), Milton Hershey School (Influence), University of Oklahoma (Production), Progress Residential (Production), Wyndham Hotels & Resorts (Production), Robert Walters (Production), HP, Sun Life of Canada (Commerce), Rite Aid (Media), The PUR Company (Media), MTY Food Group (Influence), General Mills (Commerce), Dunkin' (Creative), Walgreens (Media), KB Home (Creative), Burger King (Creative)

ASIE PACIFIQUE/ MOYEN-ORIENT/ AFRIQUE

Miele (CRM), United Homeware Company (Creative), Krungthai Bank (Creative), Anker (Media), Royal Automobile Club (Media), Charles & Keith (Commerce), Nick Did This (Media), Nine Network (Creative), Essity, OSHO, LVMH, Cathay Pacific Airways, Pepsico, Duolingo, AIA Company, Haleon, LOréal, The Standard Bank of South Africa, Sanofi, Nestlé, Diageo, Mondelez, Pizza Hut (Creative), Cancer Council Victoria (Media), Emirates NBD (Creative), Grupo Bimbo (Creative), Microsoft (Influence), JioMart (Creative), AkBank (Media)

AMERIQUE LATINE

L'Oréal (Media), Bayer (Media), Samsung (Media), Nestlé (Creative), PicPay (Creative)

GLOBAL

Adobe (Media), Mondelez (Production), King (Creative), Ninjacart (Creative), Alvarium Tiedemann (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 raison autre que les réglementations applicables. Publicis Groupe vous invite à prendre connaissance avec attention des informations relatives aux facteurs de risques susceptibles d'affecter son activité telles que figurant dans son Document d'Enregistrement Universel déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF), consultable notamment sur le site de Publicis Groupe (www.publicisgroupe.com).

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 98 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com | *Twitter: @PublicisGroupe* | *Facebook* | *LinkedIn* | *YouTube* | *Viva la Difference!*

Contacts

Publicis Groupe

Clarisse Fort Hallereau	Corporate Communications	+ 33 (0)6 33 50 05 74	clarisse.forthallereau@publicisgroupe.com
Alessandra Girolami	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 77 88	alessandra.girolami@publicisgroupe.com
Lionel Benchimol	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 70 27	lionel.benchimol@publicisgroupe.com
Lorène Fleury	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 57 24	lorene.fleury@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 2023 (millions d'euros)	
Revenu net 2022	2 800	GBP ⁽²⁾	(13)
Impact des taux de change ⁽²⁾	61	USD ⁽²⁾	78
Revenu net 2022 au taux de change 2023 (a)	2 861	Autres	(4)
Revenu net 2023 avant acquisitions (b)	3 065	Total	61
Revenu net des acquisitions ⁽¹⁾	14		
Revenu net 2023	3 079		
Croissance organique (b/a)	+7,1%		

(1) Acquisitions (Profitero, Tremend, Wiredcraft, Tquila, Yieldify, Retargetly, Bizon, VivNetworks, Cheat, Changi, Advertise Bulgaria, Perlu and Like-A-Rainbow), nettes de cessions (Russia, Qorvis and Makers Lab).

(2) EUR = USD 1,073 en moyenne au 1er trimestre 2023 vs. USD 1,123 en moyenne au 1er trimestre 2022
EUR = GBP 0,883 en moyenne au 1er trimestre 2023 vs. GBP 0,836 en moyenne au 1er trimestre 2022



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.

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, hors obligations locatives depuis le 1^{er} janvier 2018.

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