

Résultats du 1^{er} semestre 2020

Des fondamentaux solides pour résister à la crise

23 juillet 2020

- Revenu net publié en hausse de +9,7%, EBITDA à +4,3% au S1
- Croissance organique de -8,0% au S1, avec un T2 à -13,0% impacté par les mesures de confinement
- Bon début d'année aux États-Unis, entraînant une baisse limitée à -3,3% en organique au S1
- Résultats financiers résilients : taux de marge opérationnelle de 13,0%, BNPA courant dilué de 1,75 euro, free cash-flow de 495 millions d'euros
- Poursuite de la dynamique de gains de nouveaux budgets

Résultats S1 2020

(millions d'euros)	S1 2020	2020 vs 2019
Revenu	5 278	+8,4%
Revenu net	4 774	+9,7%
<i>Croissance organique</i>		-8,0%
EBITDA	923	+4,3%
Marge opérationnelle	622	+1,6%
<i>Taux de marge opérationnelle</i>	13,0%	-110 pdb
Résultat net courant part du groupe	417	-9,9%
Bénéfice courant par action dilué (euros)	1,75	-11,6%
Free Cash Flow ¹	495	+0,8%

T2 2020

Revenu net	2 293 M€
Croissance publiée	+2,6%
Croissance organique	-13,0%

¹ Avant variation du BFR



Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe :

« Les résultats que nous publions aujourd'hui témoignent de la solidité des fondamentaux du Groupe Publicis pour résister à la crise.

Avec une transformation quasi-finalisée, un bon début d'année aux États-Unis et la poursuite d'une bonne dynamique en new business, nous étions partis pour une bonne année 2020.

Comme anticipé, nous avons été affectés par les premières conséquences économiques de la crise du coronavirus au 2nd trimestre. Mais nous avons été en mesure d'en contenir les premiers effets, grâce à notre offre unique qui combine de manière intégrée créativité, média, data et technologie, à l'efficacité de nos services partagés et notre solidité financière.

Notre revenu net a progressé de +9,7 % au 1^{er} semestre avec la contribution d'Epsilon.

Notre croissance organique s'établit à -8,0 % au 1^{er} semestre et -13,0 % au 2nd trimestre, une performance bien supérieure à la baisse de 23 % des dépenses publicitaires mondiales estimée par Zenith ou encore celle de 30% indiquée par le WFA pour ce trimestre.

La croissance organique aux États-Unis subit une baisse limitée à -3,3 % au 1^{er} semestre, avec un 2nd trimestre à -6,8 %, alors même que les dépenses publicitaires ont baissé de 18 % sur cette période, selon les estimations. Nos activités créatives et media étaient encore positives à fin mai. L'Europe a enregistré pour sa part une baisse de la croissance organique de 23,5 % sur le 2nd trimestre, les confinements ayant eu un impact sur la majeure partie du trimestre. En Asie, la performance a été de -5,7 % sur ce même trimestre, avec une nette amélioration en Chine par rapport au 1^{er} trimestre, même si l'évolution du revenu y reste encore négative et volatile.

Grâce à sa capacité d'adaptation rapide, à son modèle-pays et à sa culture de gestion rigoureuse des coûts, le Groupe a fait la preuve de sa résilience financière au 1^{er} semestre, avec un taux de marge opérationnelle de 13 %, malgré la chute du revenu net depuis mars.

Dans le même temps, nous avons continué d'enregistrer des gains importants de nouveaux budgets dans tous nos pays, comme Sephora en Amérique du Nord, McDonald's en Chine ou la Française des Jeux en France, démontrant ainsi notre capacité à gagner de grandes compétitions grâce à notre modèle unique.

Il ne fait aucun doute que nous allons tous vivre avec le virus et ses conséquences économiques et sociales pendant encore un certain temps, mais Publicis est bien armé pour surmonter cette crise.



Tout d'abord, nous avons les produits et les services dont nos clients ont besoin. Les dernières semaines ont vu une forte hausse de la demande pour toutes les expertises qui ont guidé notre stratégie ces dernières années : first-party data, créativité dynamique, digital-first media et technologie.

La crise a clairement accéléré la pertinence de notre offre. Nous sommes positionnés de manière unique pour aider nos clients à reprendre le contrôle de leur relation client, offrir des expériences personnalisées à grande échelle et réduire leurs coûts tout en augmentant leurs ventes.

Ensuite, dans un monde où notre structure se doit d'être plus horizontale, plus agile et plus connectée, nous opérons désormais véritablement comme une plateforme. Notre organisation de services partagés a fait la preuve de son efficacité et nous avons finalisé la mise en place de notre modèle pays. Cela nous a permis d'être plus réactifs et de répondre immédiatement à tous les besoins de nos clients de manière intégrée. De plus, avec le déploiement mondial de Marcel, 60 000 de nos talents dans le monde disposent désormais d'un moyen unique de partager leur expertise, d'apprendre, de collaborer et de contribuer aux missions de nos clients.

Enfin, nous disposons d'une assise financière très solide et d'une bonne liquidité, qui nous permettront de traverser cette période d'incertitudes.

Au cours du second semestre, nous allons consacrer nos efforts à limiter les impacts de la récession sur notre activité et accélérer le déploiement de notre nouvelle offre pour tous nos clients, tout en continuant à adapter notre base de coûts.

Je souhaite remercier tous nos clients pour leur confiance ainsi que l'ensemble des équipes de Publicis dans le monde. Nos talents sont notre atout le plus précieux, le moteur essentiel de la réussite de nos clients ainsi que de la nôtre. Ils ont fait la preuve d'un engagement, d'une solidarité, d'un dévouement et d'une résilience exceptionnels malgré les difficultés qu'ils ont rencontrées, professionnellement et personnellement, pendant la période de confinement ».

*

*

*



Le Conseil de surveillance de Publicis Groupe, réuni le 22 juillet 2020 sous la présidence de Monsieur Maurice Lévy, a examiné les résultats du premier semestre 2020, présentés par Monsieur Arthur Sadoun, Président du Directoire.

CHIFFRES CLES

<i>En millions d'euros, à l'exception des données par action et des %</i>	<i>S1 2020</i>	<i>S1 2019</i>	<i>2020 vs. 2019</i>
Données extraites du compte de résultat et du tableau de flux de trésorerie			
Revenu net	4 774	4 352	+9,7%
Revenu des coûts refacturables	504	516	-2,3%
Revenu	5 278	4 868	+8,4%
EBITDA	923	885	+4,3%
<i>En % du revenu net</i>	<i>19,3%</i>	<i>20,3%</i>	<i>-100 pdb</i>
Marge opérationnelle hors coûts de transaction ⁽¹⁾	622	652	-4,6%
<i>En % du revenu net</i>	<i>13,0%</i>	<i>15,0%</i>	<i>-200 pdb</i>
Marge opérationnelle	622	612	+1,6%
<i>En % du revenu net</i>	<i>13,0%</i>	<i>14,1%</i>	<i>-110 pdb</i>
Résultat opérationnel	254	489	-48,1%
Résultat net part du groupe	136	345	-60,6%
Bénéfice par action	0,57	1,49	-61,7%
Bénéfice courant par action, dilué ⁽²⁾	1,75	1,98	-11,6%
Free cash-flow avant variation du BFR	495	491	+0,8%
En millions d'euros, Données extraites du bilan			
	30 06 2020	31 12 2019	
Total de l'actif	29 624	32 659	
Capitaux propres, part du Groupe	7 030	7 401	
Endettement financier net (trésorerie nette)	3 221	2 713	

(1) Les coûts de transaction liés à l'acquisition d'Epsilon s'élèvent à 40 millions d'euros en 2019.

(2) 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 variation de juste valeur des actifs financiers, de la réévaluation des earn-out et des frais d'acquisition Epsilon, divisé par le nombre moyen d'actions sur une base diluée.

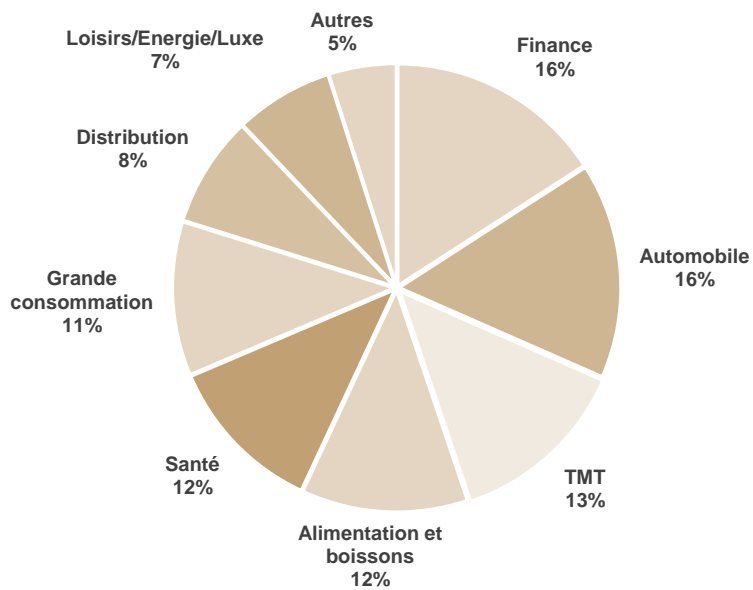


REVENU NET DU PREMIER SEMESTRE 2020

Le revenu net de Publicis Groupe au premier semestre 2020 est de 4 774 millions d'euros, en hausse de 9,7% par rapport aux 4 352 millions d'euros du premier semestre 2019. Les variations de taux de change ont un effet positif de 32 millions d'euros. Les acquisitions (nettes de cessions) ont contribué pour 743 millions d'euros sur le revenu net, la majeure partie étant liée à l'acquisition d'Epsilon.

La croissance organique est de -8,0% au premier semestre 2020. Le Groupe a été impacté par la pandémie de Covid-19 à partir du mois de mars, avec une détérioration de la croissance organique au deuxième trimestre à la suite des mesures de confinement mises en place par les gouvernements dans différentes zones géographiques. Avec sa transformation quasiment finalisée, le Groupe a bien débuté son année 2020, grâce à un solide démarrage aux Etats-Unis et à la poursuite de sa dynamique de gains de nouveaux budgets.

Répartition du revenu net du 1^{er} semestre 2020 par secteur



Sur la base de 3 285 clients représentant 91% du revenu net total du Groupe



Répartition du revenu net semestriel par zone géographique

Millions d'euros	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique
	S1 2020	S1 2019		
Europe	1 088	1 296	-16,0%	-16,5%
Amérique du Nord	3 013	2 316	+30,1%	-3,6%
Asie Pacifique	434	444	-2,3%	-3,9%
Amérique Latine	104	144	-27,8%	-15,7%
Moyen Orient & Afrique	135	152	-11,2%	-11,8%
Total	4 774	4 352	+9,7%	-8,0%

L'Europe a enregistré un déclin organique de -16,5 % au premier semestre (-16,0 % sur une base publiée). En excluant l'impact de certaines activités françaises qui ont été arrêtées au deuxième trimestre, comme les activités d'affichage dans les transports et le Drugstore, la croissance organique en Europe est de -12,9 %. La performance varie selon les pays, car elle reflète un mix d'activités et des situations économiques locales différents. Elle a également été impactée au deuxième trimestre par les différentes mesures de confinement prises par les gouvernements des principaux pays de la région. Au premier semestre, le Royaume-Uni a enregistré une baisse organique de -14,0 % et la France de -17,1 %². En Allemagne, la croissance organique a baissé de -5,3 %, souffrant également du confinement mais bénéficiant de gains de nouveaux budgets en 2019.

Le revenu net en Amérique du Nord est en hausse de +30,1 % au premier semestre, en incluant la contribution d'Epsilon. Sur une base organique, la zone a enregistré une baisse du revenu net de -3,6 % au premier semestre. La performance a été résiliente, notamment aux Etats-Unis (-3,3 %), où le Groupe a bénéficié d'un très bon démarrage de l'année pour l'ensemble de ses activités.

Le revenu net de la région Asie-Pacifique a baissé de -2,3 % en base publiée et de -3,9 % en base organique. La Chine a enregistré une croissance organique de -10,2 %, l'Australie enregistre une baisse de -5,4 % sur une base organique, tandis que l'Inde et Singapour ont connu une croissance organique de respectivement +3,6 % et +1,5 %.

Le revenu net en Amérique latine a baissé de -27,8 % en base publiée, avec un important impact négatif du change dans la région, en particulier au Brésil. Sur une base organique, la baisse a été de -15,7 %. Ceci est principalement dû à une baisse organique de -22,8% au Brésil et de -14,4% au Mexique.

² Hors activités arrêtées pendant le confinement, c'est-à-dire les activités d'affichage dans les transports et le Drugstore



Le revenu net de la région Moyen-Orient et Afrique a diminué de -11,2 % sur une base publiée, et de -11,8 % sur une base organique.

REVENU NET DU DEUXIEME TRIMESTRE

Le revenu net de Publicis Groupe pour le 2nd trimestre 2020 est de 2 293 millions d'euros et se compare à 2 234 millions d'euros en 2019, en croissance de 2,6%. Les variations de taux de change ont eu un effet négatif de 1 million d'euros. Les acquisitions (nettes de cessions) ont contribué pour 350 millions d'euros au revenu net du 2nd trimestre 2020, reflétant principalement la contribution d'Epsilon.

La croissance organique est de -13,0% au 2nd trimestre 2020. En excluant l'impact de l'arrêt de certaines activités françaises au cours du deuxième trimestre, comme nos activités d'affichage dans les transports et le Drugstore, la croissance organique du Groupe est de -11,0%. La plupart des activités du Groupe ont été impactées négativement au cours du deuxième trimestre, à l'exception de la division Santé qui a enregistré une croissance à deux chiffres. L'Europe a été particulièrement affectée en raison des mesures de confinement qui ont eu lieu pendant la majeure partie du trimestre.

Répartition du revenu net du 2nd trimestre par zone géographique

<i>Millions d'euros</i>	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique
	T2 2020	T2 2019		
Europe	510	663	-23,1%	-23,5%
Amérique du Nord	1 458	1 177	+23,9%	-7,6%
Asie Pacifique	215	237	-9,3%	-5,7%
Amérique Latine	50	78	-35,9%	-20,2%
Moyen Orient & Afrique	60	79	-24,1%	-23,5%
Total	2 293	2 234	+2,6%	-13,0%



ANALYSE DES CHIFFRES CLES DU S1 2020

Compte de résultat

L'EBITDA s'établit à 923 millions d'euros au premier semestre 2020, contre 885 millions d'euros en 2019, soit une hausse de 4,3%, intégrant la contribution d'Epsilon. L'impact du plan de réduction de coûts annoncé en avril a été de 286 millions d'euros au 1^{er} semestre, sur une base de coûts comparable et hors coûts d'acquisition d'Epsilon. Le taux de marge ressort à 19,3% du revenu net (20,3% au premier semestre 2019).

- Les charges de personnel atteignent 3 224 millions d'euros au 30 juin 2020, en hausse de 12,0% par rapport à 2 879 millions d'euros l'année dernière. Cette hausse est le reflet de l'intégration d'Epsilon au premier semestre, ainsi que de la poursuite de l'investissement dans la transformation du Groupe. Elle a été partiellement compensée par l'impact des premières mesures du plan de réduction de coûts. En pourcentage du revenu net, les charges de personnel atteignent 67,5% au premier semestre 2020, contre 66,1% au premier semestre 2019. Les coûts fixes de personnel de 2 862 millions d'euros représentent 59,9% du revenu net contre 57,7% au premier semestre 2019. En base comparable, les coûts fixes de personnel ont diminué de 61 millions d'euros sur le semestre, grâce aux mesures prises par le Groupe comme le gel des embauches, la pause dans les promotions internes, la réduction de la semaine de travail ou les baisses volontaires de salaire. Par ailleurs, le Groupe a décidé de limiter le recours aux free-lances. En conséquence, le coût des free-lances a diminué de 43 millions d'euros au premier semestre 2020 sur une base comparable, et représente 141 millions d'euros. Les coûts de restructuration atteignent 69 millions d'euros au premier semestre (61 millions d'euros en 2019), reflétant les charges supplémentaires liées au plan de réduction des coûts.
- Les autres charges opérationnelles (hors amortissements) sont de 1 131 millions d'euros et se comparent à 1 104 millions d'euros au premier semestre 2019. Ce poste représente 23,7% du revenu net à comparer à 25,4% l'année dernière, ce qui implique que les mesures de réduction des coûts font plus que compenser l'impact défavorable de la structure des coûts d'Epsilon sur ce ratio. Le Groupe a pu réaliser des économies significatives sur ce poste au premier semestre 2020, grâce aux actions menées dans le cadre du plan de réduction des coûts, et grâce à certaines dépenses qui ont été réduites de manière drastique pendant les périodes de confinement. Cela a notamment été le cas pour les dépenses liées aux voyages, aux recrutements et aux séminaires.

La dotation aux amortissements est de 301 millions d'euros au premier semestre 2020, en hausse de 10,3% par rapport à 2019. La hausse est principalement imputable à l'intégration d'Epsilon sur le semestre.

La marge opérationnelle s'élève à 622 millions d'euros au 30 juin 2020, en hausse de 1,6% par rapport au 30 juin 2019. Le taux de marge opérationnelle ressort ainsi à 13,0%, en baisse de 110 points de base par rapport à 14,1% au premier semestre 2019. En excluant les coûts d'acquisition d'Epsilon au premier semestre 2019, le taux de marge opérationnelle est en baisse de 200 points de base. Ceci résulte de la forte baisse de la



croissance organique du Groupe, engendrée par la crise du Covid-19, toutefois partiellement compensée par une réduction de 6,4% de la base de coûts.

Les taux de marge opérationnelle par grande zone géographique reflètent les défis auxquels ont été confrontées les régions dans le contexte de pandémie mondiale au 1^{er} semestre 2020. Les taux de marge opérationnelle s'élèvent à 1,8% pour l'Europe, 16,4% pour l'Amérique du Nord, 22,5% pour l'Asie-Pacifique, 5,7% pour l'Amérique Latine et 3,0% pour la région Afrique/Moyen-Orient.

Les amortissements sur immobilisations incorporelles liées aux acquisitions sont de 142 millions d'euros sur le semestre, contre 27 millions d'euros au premier semestre 2019. Cette augmentation est liée à l'amortissement des actifs incorporels d'Epsilon à partir du 1^{er} juillet 2019 ainsi qu'à l'amortissement des marques valorisées lors des acquisitions. Ces dernières sont amorties depuis le 1^{er} juillet 2019, suite à la mise en place de la nouvelle organisation pays. Les pertes de valeur s'élèvent à 231 millions d'euros, et sont exclusivement liés au plan de consolidation immobilière « All in One », qui amène une réduction du nombre de sites, tout en permettant une meilleure collaboration entre les équipes. Au premier semestre 2019, la perte de valeur s'élevait à 113 millions d'euros (dont 90 millions d'euros liés au plan « All in One »). Les autres charges et produits non courants représentent un produit de 5 millions d'euros au 30 juin 2020, contre un produit de 17 millions d'euros l'année dernière.

Le résultat opérationnel s'élève à 254 millions d'euros sur le semestre, contre 489 millions d'euros au 30 juin 2019.

Le résultat financier, composé du coût de l'endettement financier net et d'autres charges et produits financiers, est une charge de 92 millions d'euros au premier semestre 2020, contre une charge de 1 million d'euros l'année dernière. La charge (nette de produits) sur l'endettement financier net est de 48 millions d'euros sur le semestre, incluant 51 millions d'euros d'intérêts sur la dette d'acquisition d'Epsilon. Au premier semestre 2019, l'endettement financier net avait généré un produit (net de charges) de 15 millions d'euros. Les autres charges et produits financiers représentent une charge de 44 millions d'euros, et comprennent notamment 40 millions d'euros d'intérêts sur les obligations locatives. Les autres charges et produits financiers étaient une charge de 16 millions d'euros au 30 juin 2019, incluant une charge de 30 millions d'euros d'intérêts sur les obligations locatives ainsi qu'un produit de 19 millions d'euros de réévaluation de la juste valeur des Fonds Communs de Placement.

La réévaluation des earn-outs se traduit par un produit de 2 millions d'euros à comparer à une charge de 1 million d'euros au premier semestre 2019.

La charge d'impôt est de 39 millions d'euros au 30 juin 2020, correspondant à un taux d'impôt effectif prévisionnel sur l'année de 25,0%, contre 136 millions d'euros l'année dernière, qui correspondait à un taux d'impôt effectif prévisionnel sur l'année de 25,8%.



La quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence est une perte de 2 millions d'euros sur le premier semestre, à comparer à une perte de 5 millions d'euros l'année précédente. La part des intérêts minoritaires dans le résultat du Groupe est un produit de 13 millions d'euros au 30 juin 2020 contre une perte de 1 million d'euros au 30 juin 2019.

Au total, le résultat net part du Groupe est de 136 millions d'euros à fin juin 2020 contre 345 millions d'euros à fin juin 2019.

Free cash-flow

<i>En millions d'euros</i>	<i>S1 2020</i>	<i>S1 2019</i>
EBITDA	923	885
Intérêts financiers payés (nets)	(81)	33
Remboursement des obligations locatives et intérêts associés	(234)	(214)
Impôts payés	(74)	(190)
Autres	34	42
Flux de trésorerie générés par l'activité avant variation du BFR	568	556
Investissements en immobilisations (nets)	(73)	(65)
Free cash-flow avant variation du BFR	495	491

Le free cash-flow du Groupe, avant variation du besoin en fonds de roulement, est en légère hausse de 0,8%, à 495 millions d'euros, contre 491 millions d'euros au premier semestre 2019. Les intérêts financiers incluent notamment les intérêts relatifs à la dette d'acquisition d'Epsilon. Les impôts payés sont de 74 millions d'euros, en baisse comparés aux 190 millions d'euros du premier semestre 2019, en raison de délais de paiement accordés par certains pays. La hausse des investissements nets en immobilisations est en grande partie liée à Epsilon. Le Groupe est très sélectif dans sa politique d'investissement, favorisant les dépenses informatiques, notamment dans le cadre des initiatives de travail à distance prises au second trimestre.

Endettement net

L'endettement financier net s'établit à 3 221 millions d'euros au 30 juin 2020 à comparer à 2 713 millions d'euros au 31 décembre 2019. La dette nette moyenne du Groupe sur le semestre s'élève à 3 684 millions d'euros contre 550 millions d'euros sur le premier semestre 2019. L'augmentation de la dette nette moyenne du Groupe résulte principalement de l'acquisition d'Epsilon pour un montant de 4,5 milliards de dollars.



NEW BUSINESS

EUROPE

Longchamp (Media), Intersnack (Media), E.ON (Digital), Disney (Media), Vision Express (Creative), McDonald's (Technology), Biotherm (Creative), Sephora (CRM), Helmholtz-Gemeinschaft (Brand), Kingfisher France - Castorama (Creative), Ascensia (Technology), FCA (Creative), Société Générale (CRM), OPPO Mobile Telecommunication (Creative), COS (Digital), TOUS (Technology), Swissbankers (Creative), RATP (Technology), Daimler (Technology), Deutsche Post (DHL) (Technology), Novartis International (Technology), Greystar (Digital), Slimming World (Digital), Expedia (Digital), Premier Inn (Creative), Tesco (Creative), ING Financial Services (Creative), Mugler Parfums (Creative)

AMERIQUE DU NORD

Sephora (Media), Bank of America (Media, Creative), Tailored Brands (Media), Reckitt Benckiser (Media), U.S. Cellular (Media, Creative), H&R Block (Digital Media, Digital Creative and Social), Aldi (Media), AFLAC (Digital), Whirlpool (Media), Bass Pro Shops (Media), Audi of America (Media), Pharma Vite - Nature Made (Creative), New York Life (Media, Digital Media AOR), Edgewell (Media), Abbvie (Creative strategy), Lowe's (Media), FCA (Digital), Blue Apron (Media), Ste Michelle Wine Estates (Creative), T-Mobile (Technology), Academy Sports and Outdoors (Technology), Edward Jones (Technology), Health Resources and Services Administration (HRSA) (Technology), Kellogg Company (Technology), Marriott (Technology), Mercedes-Benz USA (Technology), MGM Resorts (Technology), National Cancer Institute (NCI) (Technology), Nissan Motor Company (Technology), Polaris (Technology), Verizon Wireless Digital (Technology), WL Gore (Technology), AbbVie (Health), Roche (Health), Allergan (Health), Heineken Canada (Creative)

ASIE-PACIFIQUE/MOYEN ORIENT/AFRIQUE

FCA (Creative, Media), McDonald's (Media, Creative, Technology), Foxtel (Creative), Miral Asset Management (Technology), Samsung.com (Creative), Sanofi (Creative), Nestlé (Creative, Technology), Majid Al Futtaim Holding (Technology), Samsung (Creative), Hero (Media), Volvo (Media), Prudential Holdings (Technology), MasterCard International (Technology), SA Tourism (Creative)

AMERIQUE LATINE

DIRECTV (Media & Performance AOR), Coca-Cola (Creative), Electrolux (Creative), Mondelez (Creative), GSK Consumer Health (Creative), P&G (Creative, Digital, Technology), CCR (Creative), Ambev (Creative), Claro (Digital), Enel (Creative), Toyota (Creative), L'Oréal (Digital Creative), Bradesco (Creative), Nestlé (Creative), Nutresa (CRM)

GLOBAL

Jollibee (Creative), Enel (Creative), Loblaw Digital (Technology), Unilever (Technology), Tesco (Technology), Marriott International (Technology), General Pension and Social Security Authority (Technology), Farah Experiences (Technology), Nissan International (Technology), Royal Canin (Technology), Worldpay (Technology), Philip Morris Products OC Division (Technology), Carrefour (Technology), Bang & Olufsen (Technology), FWD Group Management Holdings (Technology)



MARCEL

Publicis Groupe a accéléré le déploiement mondial de Marcel au début de la pandémie pour connecter tous ses talents à travers le monde et leur permettre d'échanger pendant la période de confinement ainsi que d'accéder à toutes les ressources du Groupe.

Après le lancement au Royaume-Uni, Marcel a été déployé aux États-Unis en avril, 90 % des équipes ayant adopté la plateforme en moins d'un mois. Marcel a ensuite été lancé dans les autres pays dans les semaines qui ont suivi. Aujourd'hui, 60 000 collaborateurs du Groupe sont connectés à la plateforme.

Tous les talents de Publicis à travers le monde disposent d'une façon unique de partager leur expertise, d'apprendre, de collaborer et de contribuer aux missions des clients.

Marcel est la destination exclusive des opportunités disponibles au sein de l'entreprise, offrant également des "gigs" - des projets à court terme, où les employés peuvent lever la main pour contribuer à des missions qui correspondent à leurs compétences et quel que soit le pays dans lequel ils se trouvent.

Marcel est devenu un outil central pour identifier et allouer des ressources pour nos clients, former nos talents à ce nouveau monde, communiquer et parfois célébrer également.

Marcel a permis au Groupe d'organiser virtuellement ses Cannes-Do Awards le mois dernier, pour continuer à célébrer la créativité, même dans une année où la plupart des remises de prix ont été annulées. Grâce à Marcel, 1 400 campagnes ont été soumises à un jury interne, sélectionnées ensuite par 15 000 votes des collaborateurs à travers le monde. La cérémonie a ensuite été retransmise en direct et en exclusivité sur Marcel.

En outre, Marcel a permis d'organiser la journée « Pausing for Action », organisée le 17 juin aux États-Unis qui a rassemblé 18 000 employés pour une journée d'écoute, d'apprentissage et de réflexion sur la manière de renforcer les actions du Groupe Publicis en matière de diversité et d'inclusion.

DIVERSITE ET INCLUSION

A la suite de la journée « Pausing for Action », le Groupe Publicis s'est engagé à mettre en œuvre sept actions aux États-Unis, pour mesurer et suivre les progrès réalisés en matière de Diversité et d'Inclusion. Parmi ces actions, un investissement de 45 millions d'euros sur trois ans dans la diversité, l'inclusion et la justice sociale, le suivi d'indicateurs, l'accès à des programmes de formation, la création d'un Conseil pour faire progresser la diversité, composé de membres du groupe, de clients et de représentants externes, pour mesurer les progrès et évaluer les actions de manière continue. Le Groupe a publié ses premiers chiffres sur la diversité aux États-Unis, le 1^{er} juillet.



ACQUISITIONS ET CESSIONS

Il n'y a pas eu de transaction significative sur la période.

PERSPECTIVES

Le plein impact de la crise actuelle sur l'économie reste à ce stade largement inconnu. Ceci génère de nombreuses incertitudes et rend ainsi difficile la communication d'une prévision spécifique pour le second semestre 2020.

En ce qui concerne l'évolution du revenu net, le second trimestre pourrait être le point bas, mais il est prématuré de dire si le second semestre sera meilleur ou pire que le premier, considérant que certains pays se rétabliront plus vite que d'autres, et que les clients réagiront différemment.

Le taux de marge opérationnelle du deuxième semestre sera supérieur à celui du premier semestre, tout en prenant en compte l'impact défavorable de certains facteurs : certaines charges opérationnelles seront en hausse au fur et à mesure de la réouverture des pays, et par ailleurs le Groupe continuera d'investir dans son modèle.

Alors que nous abordons le second semestre, le Groupe est déterminé à limiter l'impact des coupes budgétaires de ses clients, à accélérer le déploiement de sa nouvelle offre tout en continuant à adapter sa base de coûts à l'évolution du revenu.

* *
*



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), y compris une conjoncture économique défavorable, un secteur extrêmement concurrentiel, les risques liés à la confidentialité des données personnelles, la dépendance de l'activité du Groupe envers ses dirigeants et ses collaborateurs, les risques liés aux opérations de fusions et acquisitions, les risques liés à la défaillance des systèmes d'information et de cybercriminalité, la possibilité que nos clients remettent nos contrats en cause très rapidement, les risques liés à la réorganisation du Groupe, les risques de litiges, de procédures gouvernementales, judiciaires ou d'arbitrage, les risques liés à la notation financière du Groupe et les risques de liquidité.

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 environ 80 000 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/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
Brice Paris	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 79 26	brice.paris@publicisgroupe.com



Annexes

Revenu net : Calcul de la croissance organique

<i>(en millions d'euros)</i>	T1	T2	6 mois	Impact des taux de change au 30 juin 2020 (en millions d'euros)	
Revenu net 2019	2 118	2 234	4 352	GBP ⁽²⁾	0
Impact des taux de change ⁽²⁾	33	(1)	32	USD ⁽²⁾	57
Revenu net 2019 au taux de change 2020 (a)	2 151	2 233	4 384	Autres	(25)
Revenu net 2020 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b)	2 088	1 943	4 031	Total	32
Revenu net des acquisitions ⁽¹⁾	393	350	743		
Revenu net 2020	2 481	2 293	4 774		
Croissance organique (b/a)	-2,9%	-13,0%	-8,0%		

(1) Acquisitions (Digitas AffinityID, Soft Computing, Rauxa, E2 Media, Epsilon, RDL, SearchForce, McCready Bale Media, Sapient i.7, Third Horizon), nettes de cessions.

(2) EUR = USD 1,101 en moyenne au S1 2020 vs. USD 1,130 en moyenne au S1 2019
EUR = GBP 0,873 en moyenne au S1 2020 vs. GBP 0,873 en moyenne au S1 2019



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 (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) : 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, de la variation de juste valeur des actifs financiers, de l'impact de la réforme fiscale américaine, de la réévaluation des earn-out et des frais d'acquisition d'Epsilon.

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

Free cash-flow : Flux nets de trésorerie générés par l'activité après produits financiers reçus & intérêts financiers décaissés et remboursement des engagements sur loyers et intérêts liés

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



Compte de résultat consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2020 (6 mois)	30 juin 2019 (6 mois)	31 décembre 2019 (12 mois)
Revenu net¹	4 774	4 352	9 800
Revenu des coûts refacturables	504	516	1 201
Revenu	5 278	4 868	11 001
Charges de personnel	(3 224)	(2 879)	(6 073)
Autres charges opérationnelles	(1 131)	(1 104)	(2 683)
Marge opérationnelle avant amortissements	923	885	2 245
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(301)	(273)	(586)
Marge opérationnelle	622	612	1 659
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(142)	(27)	(204)
Perte de valeur	(231)	(113)	(209)
Autres produits et charges non courants	5	17	21
Résultat opérationnel	254	489	1 267
Charges financières	(95)	(52)	(137)
Produits financiers	47	67	112
Coût de l'endettement financier net	(48)	15	(25)
Autres charges et produits financiers	(44)	(16)	(66)
Réévaluation des compléments de prix sur acquisitions	2	(1)	(22)
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	164	487	1 154
Impôt sur le résultat	(39)	(136)	(305)
Résultat net des entreprises consolidées	125	351	849
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	(2)	(5)	(5)
Résultat net	123	346	844
Dont :			
- Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	(13)	1	3
Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	136	345	841

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

Nombre d'actions	237 468 157	231 745 008	234 293 034
Bénéfice net par action	0,57	1,49	3,59
Nombre d'actions dilué	238 280 061	233 885 720	236 608 597
Bénéfice net par action – dilué	0,57	1,48	3,55

¹ 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.



Etat de résultat global consolidé

(en millions d'euros)	30 juin 2020 (6 mois)	30 juin 2019 (6 mois)	31 décembre 2019 (12 mois)
Résultat net de la période (a)	123	346	844
Eléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat			
- Gains (et pertes) actuariels sur régime à prestations définies	(24)	(45)	(29)
- Impôts différés relatifs aux éléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat	4	11	5
Eléments du résultat global susceptibles d'être reclassés en résultat			
- Réévaluation des instruments de couverture	(134)	(35)	(84)
- Ecart de conversion de consolidation	(133)	48	78
Total des autres éléments du résultat global (b)	(287)	(21)	(30)
Résultat global de la période (a) + (b)	(164)	325	814
Dont :			
- Résultat global de la période attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	(10)	1	3
- Résultat global de la période attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	(154)	324	811



Bilan consolidé

(en millions d'euros)

30 juin 2020

31 décembre 2019

Actif

Écarts d'acquisition nets	11 526	11 629
Immobilisations incorporelles nettes	1 852	1 979
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	1 831	2 122
Immobilisations corporelles nettes	657	720
Impôts différés actifs	208	143
Titres mis en équivalence	26	32
Autres actifs financiers	220	218
Actifs non courants	16 320	16 843
Stocks et en-cours de production	328	411
Clients et comptes rattachés	7 402	10 233
Actifs sur contrats	1 091	1 002
Autres créances et actifs courants	740	757
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3 743	3 413
Actifs courants	13 304	15 816
Total de l'actif	29 624	32 659

Passif

Capital	96	96
Réserves consolidées, part du Groupe	6 934	7 305
Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe (Part du Groupe)	7 030	7 401
Participations ne donnant pas le contrôle (Intérêts minoritaires)	(21)	(9)
Total capitaux propres	7 009	7 392
Dettes financières à plus d'un an	6 274	4 286
Obligations locatives à plus d'un an	2 061	2 196
Impôts différés passifs	314	413
Provisions à long terme	517	426
Passifs non courants	9 166	7 321
Fournisseurs et comptes rattachés	9 914	13 411
Passifs sur contrats	331	353
Dettes financières à moins d'un an	253	1 602
Obligations locatives à moins d'un an	333	336
Dettes d'impôts sur les sociétés	373	351
Provisions à court terme	177	170
Autres dettes et passifs courants	2 068	1 723
Passifs courants	13 449	17 946
Total du passif	29 624	32 659



Tableau des flux de trésorerie consolidés

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2020 (6 mois)	30 juin 2019 (6 mois)	31 décembre 2019 (12 mois)
Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net	123	346	844
Neutralisation des produits et charges calculés :			
Impôt sur le résultat	39	136	305
Coût de l'endettement financier net	48	(15)	25
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(5)	(18)	(20)
Dotation aux amortissements et pertes de valeur	674	413	999
Rémunérations fondées sur des actions	28	37	49
Autres produits et charges calculés	47	21	88
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	2	5	5
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	2	2	2
Impôt payé	(74)	(190)	(349)
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	(853)	(826)	394
Flux net de trésorerie liés à l'activité (I)	31	(89)	2 342
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(83)	(68)	(232)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	10	3	7
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(7)	12	20
Acquisitions de filiales	(37)	(117)	(4 143)
Cessions de filiales	2	87	88
Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissement (II)	(115)	(83)	(4 260)
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	-	-	(285)
Dividendes versés aux participations ne donnant pas le contrôle	(4)	(8)	(12)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	2 091	2 257	3 413
Remboursement des emprunts	(1 436)	(324)	(485)
Remboursement des dettes locatives	(194)	(184)	(403)
Intérêts payés sur obligations locatives	(40)	(30)	(77)
Intérêts financiers payés	(106)	(45)	(96)
Intérêts financiers encaissés	25	78	107
Rachats de participations ne donnant pas le contrôle	-	(35)	(40)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et exercice de BSA	3	(2)	7
Flux net de trésorerie liés aux opérations de financement (III)	339	1 707	2 129
Incidence des variations de taux de change (IV)	75	2	4
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	330	1 537	215
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	3 413	3 206	3 206
Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	(6)	(14)	(14)
Trésorerie à l'ouverture (V)	3 407	3 192	3 192
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	3 743	4 744	3 413
Soldes créditeurs de banques à la clôture	(6)	(15)	(6)
Trésorerie à la clôture (VI)	3 737	4 729	3 407
Variation de la trésorerie consolidée (VI – V)	330	1 537	215
<i>(1) Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</i>			
Variation des stocks et en-cours de production	67	(51)	(14)
Variation des créances clients et autres créances	2 605	390	(529)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	(3 525)	(1 165)	937
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(853)	(826)	394



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 proprié- taires de la société mère	Participations ne donnant pas le contrôle	Total capitaux propres
236 956 827	31 décembre 2019	96	4 137	3 240	(185)	113	7 401	(9)	7 392
	Résultat net			136			136	(13)	123
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts				(136)	(154)	(290)	3	(287)
	Total des produits et charges de la période	-	-	136	(136)	(154)	(154)	(10)	(164)
	Dividendes			(273)			(273)	(4)	(277)
274 325	Rémunérations fondées sur des actions nettes d'impôts			28			28		28
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle			0			0	2	2
1 602	Exercices de Bons de Souscription d'Actions	-	0	0			0		0
1 164 001	(Achats)/Ventes d'actions propres			28			28		28
238 396 755	30 juin 2020	96	4 137	3 159	(321)	(41)	7 030	(21)	7 009



<i>Nombre d'actions en circulation</i>	<i>(en millions d'euros)</i>	<i>Capital social</i>	<i>Réserves liées au capital</i>	<i>Réserves et résultats consolidés</i>	<i>Réserve de conversion</i>	<i>Réserve de juste valeur</i>	<i>Capitaux propres attribuables aux proprié- taires de la société mère</i>	<i>Participations ne donnant pas le contrôle</i>	<i>Total capitaux propres</i>
231 240 308	31 décembre 2018	94	3 926	2 875	(263)	221	6 853	-	6 853
	Résultat net			345			345	1	346
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts				48	(69)	(21)		(21)
	Total des produits et charges de la période	-	-	345	48	(69)	324	1	325
	Dividendes			(490)			(490)	(8)	(498)
522 277	Rémunérations fondées sur des actions nettes d'impôts			37			37		37
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle			(30)			(30)	(2)	(32)
180 574	Exercices de Bons de Souscription d'Actions	0	5				5		5
534 301	Achats/Ventes d'actions propres			(7)			(7)		(7)
232 477 460	30 juin 2019	94	3 931	2 730	(215)	152	6 692	(9)	6 683



Bénéfice net par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

30 juin 2020

30 juin 2019

Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA

Résultat net part attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	A	136	345
--	----------	-----	-----

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	136	345
-------------------------------------	----------	-----	-----

Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA

Nombre d'actions au 1 ^{er} janvier		240 437 061	235 249 801
---	--	-------------	-------------

Actions créées sur la période		46 238	130 156
-------------------------------	--	--------	---------

Actions propres à déduire (moyenne sur la période)		(3 015 142)	(3 634 949)
--	--	-------------	-------------

Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	C	237 468 157	231 745 008
--	----------	-------------	-------------

Impact des instruments dilutifs :

- Actions gratuites et stock-options dilutifs		714 961	1 728 566
---	--	---------	-----------

- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		96 943	412 146
--	--	--------	---------

Nombre d'actions - dilué	D	238 280 061	233 885 720
--------------------------	----------	-------------	-------------

(en euros)

Bénéfice net par action	A/C	0,57	1,49
-------------------------	-----	------	------

Bénéfice net par action – dilué	B/D	0,57	1,48
---------------------------------	-----	------	------



Bénéfice net courant par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

		30 juin 2020	30 juin 2019
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾			
Résultat net part du Groupe		136	345
<i>Eléments exclus :</i>			
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt		107	20
- Perte de valeur, nette d'impôt		173	90
- Réévaluation des compléments de prix d'acquisition		(2)	1
- Principales plus (moins) values de cession et d'ajustement de juste valeur des actifs financiers, nets d'impôts		3	(23)
- Coûts liés à l'acquisition d'Epsilon, nets d'impôts		0	30
Résultat net courant part du Groupe	E	417	463
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt		-	-
Résultat net courant part du Groupe – dilué	F	417	463
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA			
Nombre d'actions au 1 ^{er} janvier		240 437 061	235 249 801
Actions créées sur la période		46 238	130 156
Actions propres à déduire (moyenne sur la période)		(3 015 142)	(3 634 949)
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	C	237 468 157	231 745 008
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs		714 961	1 728 566
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		96 943	412 146
Nombre d'actions - dilué	D	238 280 061	233 885 720

(en euros)

Bénéfice net courant par action ⁽¹⁾	E/C	1,76	2,00
Bénéfice net courant par action – dilué ⁽¹⁾	F/D	1,75	1,98

⁽¹⁾ BNPA après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des principales plus (moins)- values de cession et d'ajustement de juste valeur des actifs financiers, de la réévaluation des compléments de prix d'acquisition et des coûts liés à l'acquisition d'Epsilon.