

Revenu du troisième trimestre 2023

Un 3^{ème} trimestre très solide
avec une croissance organique de +5,3%

-

Révision à la hausse de l'ensemble des prévisions pour 2023

12 octobre 2023

- Croissance organique de +5,3% au T3 portée par notre mix d'activité unique et la contribution du New Business
- Performance très solide aux Etats-Unis à +3,2% en organique après 2 années de progression à deux chiffres, croissance remarquable en Europe à +10,7%, amélioration en Asie Pacifique à +3,8%
- Accélération de la croissance organique par rapport à 2019 : +22% au T3, après +20% au T2 et +18% au T1
- Nouvelle révision à la hausse des objectifs pour 2023 malgré des incertitudes macroéconomiques persistentes :
 - Croissance organique attendue entre +5,5% et 6%, contre environ +5% précédemment
 - Taux de marge opérationnelle anticipé à 18%, contre proche de 18% précédemment
 - Free cash flow¹ proche de 1,7 milliard d'euros, contre au moins 1,6 milliard d'euros précédemment

T3 2023

| | |
|----------------------|---------|
| Revenu net | 3 241m€ |
| Croissance publiée | +0,1% |
| Croissance organique | +5,3% |

9M 2023

| | |
|----------------------|---------|
| Revenu net | 9 559m€ |
| Croissance publiée | +4,9% |
| Croissance organique | +6,5% |

¹ Avant variation du besoin en fonds de roulement



Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe, déclare :

« Malgré un contexte économique qui s'est tendu au cours du troisième trimestre, nous enregistrons une forte croissance organique de +5,3%, au-delà des attentes.

Notre activité Media, dont les gains de part de marché se poursuivent, ainsi que l'offre Data d'Epsilon, ont été les principaux moteurs de cette performance, avec une croissance organique proche des deux chiffres, et à deux chiffres, respectivement. Alors que les principaux acteurs de la transformation numérique voient des projets retardés, Publicis Sapient continue de croître, et nos activités créatives confirment une nouvelle fois leur résilience dans un contexte de coupes budgétaires dans la publicité classique affectant l'ensemble du secteur.

Toutes nos régions enregistrent une croissance organique solide ; les Etats-Unis sont à +3,2% sur une base à deux chiffres les deux dernières années, l'Europe réalise une performance remarquable à +10,7% et l'Asie Pacifique est à nouveau en amélioration à +3,8%.

Lorsqu'on revient sur notre parcours depuis le début de la pandémie, l'accélération de notre croissance dans un contexte macroéconomique difficile est clairement visible, avec un troisième trimestre 2023 en progression de +22% comparé à 2019, après +20% au deuxième trimestre et +18% au premier trimestre de l'année.

Aujourd'hui, notre positionnement unique nous permet de gagner des parts de marché, notre mix d'activités équilibré accroît notre résilience aux cycles économiques, tandis que notre organisation en plateforme se traduit par les ratios financiers les plus élevés du secteur.

Confiants dans notre modèle, nous sommes à nouveau en mesure de relever nos prévisions pour l'année 2023, et cela même dans un contexte de tensions socio-économiques mondiales persistantes. Nous visons désormais une croissance organique comprise entre +5,5% et 6%, tout en réhaussant notre objectif de marge opérationnelle à 18% et notre free cash flow à un niveau proche de 1,7 milliard d'euros.

Pour le reste de l'année, nous sommes déterminés à mener à bien ce que nous considérons actuellement être les deux priorités de notre industrie : réunir à nouveau nos équipes en personne sur nos sites, et accélérer le déploiement de l'intelligence artificielle dans toutes nos opérations grâce à Publicis Sapient. »

*

*

*



REVENU NET DU 3^{ÈME} TRIMESTRE 2023

Le revenu net de Publicis Groupe au 3^{ème} trimestre 2023 est de 3 241 millions d'euros, comparé à 3 237 millions d'euros au troisième trimestre 2022, globalement stable. Les variations de taux de change ont un impact négatif de 189 millions d'euros. Les acquisitions (nettes de cessions) ont un impact positif de 32 millions d'euros ce trimestre.

La croissance organique est de +5,3% au 3^{ème} trimestre 2023 par rapport à 2022. L'activité Media, qui représente un tiers du revenu, continue à enregistrer une forte dynamique en *New Business* et est ainsi en croissance organique *high-single digit*, après une progression à deux chiffres l'an passé. Les activités de Data et Tech, également un tiers du revenu, affichent au total une performance très solide. D'une part, dans un contexte de ralentissement du marché de la transformation numérique qui affecte les principaux acteurs, Publicis Sapient enregistre une croissance de +1,2% en organique malgré une base de comparaison très élevée de +18% au T3 2022. D'autre part, la forte performance d'Epsilon accélère pour atteindre une croissance organique à deux chiffres à +10,5% comme l'an passé, bénéficiant d'une hausse de la demande client pour la gestion des data propriétaires. Les activités Créatives, le dernier tiers, sont quant à elles résilientes avec une croissance organique *low-single digit* ce trimestre.

Répartition du revenu net du 3^{ème} trimestre 2023 par zone géographique

| Millions d'euros | Revenu net | | Croissance publiée | Croissance organique |
|------------------------|--------------|--------------|--------------------|----------------------|
| | T3 2023 | T3 2022 | | |
| Amérique du Nord | 1 999 | 2 076 | -3,7% | +3,0% |
| Europe | 769 | 694 | +10,8% | +10,7% |
| Asie Pacifique | 288 | 303 | -5,0% | +3,8% |
| Moyen-Orient & Afrique | 95 | 90 | +5,6% | +18,2% |
| Amérique Latine | 90 | 74 | +21,6% | +6,9% |
| Total | 3 241 | 3 237 | +0,1% | +5,3% |

Le revenu net en **Amérique du Nord** est en hausse en organique de +3,0% au 3^{ème} trimestre. Compte tenu d'un effet de change négatif lié à l'évolution du taux du dollar par rapport à l'euro, la croissance publiée s'établit à -3,7%. Les Etats-Unis enregistrent un trimestre très solide, avec une croissance organique de +3,2%. Les activités Media sont en croissance *mid-single digit* après une progression à deux chiffres l'an dernier. Le Créatif est en légère baisse ce trimestre, affecté par des coupes localisées de budgets en publicité classique et sur une base de comparaison élevée en 2022. Epsilon enregistre une croissance organique à deux chiffres ce trimestre, après +14% l'an passé, avec une performance notable des divisions *Digital Media* et *Data*. Enfin, dans un contexte de reports de projets de transformation numérique, Publicis Sapient affiche une performance stable en organique sur une base de comparaison particulièrement élevée de +21% au T3 2022.

Le revenu net en **Europe** enregistre une croissance de +10,7% en organique (+10,8% en publié). En excluant les activités d'affichage dans les transports et le Drugstore, la croissance organique est de +10,2%. La performance des activités au Royaume-Uni est encore une fois très forte et s'établit à +10,0% en organique sur une base particulièrement élevée de +23% l'an passé. Elle est principalement portée par les activités Media et Créatives, alors que Publicis Sapient enregistre



une croissance *mid-single digit*. En France, la croissance organique est de +6,5%², portée par les activités Media et Créatives. En Allemagne, le revenu net est en progression de +4,0% en organique.

La performance en **Asie Pacifique** s'améliore séquentiellement ce trimestre, à +3,8% en organique (-5,0% en publié). Cette croissance inclut une hausse de l'activité en Inde et à Singapour, notamment portée par les gains de *New Business*. Elle intègre également le ralentissement en Chine, à -2,5% en organique, en raison de reports de dépenses des annonceurs dans un contexte économique plus difficile.

Le revenu net en **Afrique et au Moyen-Orient** est en progression de +18,2% en organique (+5,6% en publié), porté notamment par la forte dynamique de Publicis Sapient.

En **Amérique latine**, le revenu net est en hausse de +6,9% en organique (+21,6% en publié), avec une progression de l'activité en Argentine, une légère baisse au Brésil et une performance stable au Mexique.

REVENU NET DES NEUF PREMIERS MOIS 2023

Le revenu net de Publicis Groupe sur les neuf premiers mois de 2023 est de 9 559 millions d'euros, en hausse de +4,9% par rapport aux 9 110 millions d'euros des neuf premiers mois 2022. Les variations de taux de change ont un effet négatif de 201 millions d'euros. Les acquisitions (nettes de cessions) ont un effet positif de 72 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année.

La croissance organique est de +6,5% sur les neuf premiers mois de 2023.

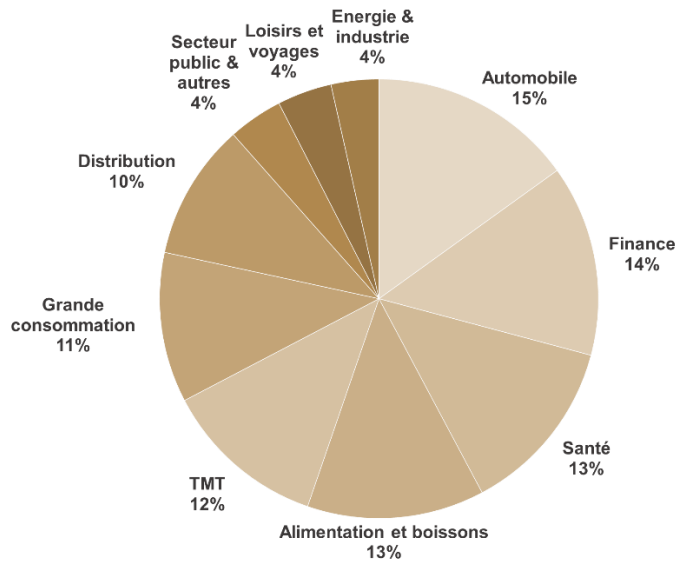
Répartition du revenu net des 9 premiers mois 2023 par zone géographique

| Millions d'euros | Revenu net | | Croissance publiée | Croissance organique |
|------------------------|--------------|--------------|-----------------------|-------------------------|
| | 9M 2023 | 9M 2022 | | |
| Amérique du Nord | 5 892 | 5 736 | +2,7% | +4,5% |
| Europe | 2 321 | 2 065 | +12,4% | +12,7% |
| Asie Pacifique | 838 | 853 | -1,8% | +2,4% |
| Moyen-Orient & Afrique | 274 | 255 | +7,5% | +13,5% |
| Amérique Latine | 234 | 201 | +16,4% | +6,8% |
| Total | 9 559 | 9 110 | +4,9% | +6,5% |

² Hors activités d'affichage dans les transports et le Drugstore



Répartition du revenu net des 9 premiers mois 2023 par secteur



Sur la base de 3 478 clients représentant 92% du revenu net du Groupe



Dette nette et liquidité

La dette financière nette s'élève à 714 millions d'euros à fin septembre 2023, à comparer à 226 millions d'euros au 30 juin 2023, et contre 919 millions d'euros à fin septembre 2022. La dette nette moyenne du Groupe sur les douze derniers mois à fin septembre 2023 s'élève à 451 millions d'euros par rapport à 870 millions d'euros au 30 septembre 2022.

Acquisitions et cessions

Le 4 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 revenus supplémentaires et autres résultats souhaités en offrant la bonne expérience 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.

Le 23 mai 2023, Publicis a annoncé l'acquisition de **Publicis Sapient AI Labs**, une joint-venture innovante de recherche et développement en intelligence artificielle (IA) lancée en 2020 en partenariat entre Publicis Sapient, Elder Research et Tquila. Cette acquisition renforcera encore les capacités de Publicis Sapient en matière de données et d'IA et permettra à l'entreprise de développer des solutions innovantes dans tous les secteurs sur un large éventail d'applications telles que l'IA générative, le traitement du langage (NLP), la vision par ordinateur et les systèmes autonomes.

Le 5 juin 2023, Publicis a annoncé l'acquisition de **Corra**, basé à New-York, un leader du e-commerce reconnu par Adobe comme l'une des meilleures entreprises de commerce en Amérique du Nord. Corra renforcera l'expertise existante de Publicis Sapient dans les solutions de commerce, notamment Adobe Commerce, tout en étendant l'offre de Publicis Sapient sur le commerce digital et omnicanal. L'acquisition de Corra va permettre à Publicis Sapient de conforter sa position de leader mondial sur l'ensemble de la suite de produits Adobe, tout en renforçant ses capacités de premier plan.

Le 15 juin 2023, Publicis et Carrefour ont annoncé le lancement de leur joint-venture **Unlimitail**, pour répondre à la demande croissante du *retail media* en Europe Continentale, Brésil et Argentine. Ce lancement a eu lieu lors du salon VivaTech, et intervient 6 mois après l'annonce du projet. Unlimitail va s'associer avec des distributeurs et des marques, portant à une dimension inégalée, l'expertise et le potentiel de connection du *retail media* dans ces régions. Unlimitail est basé sur les technologies les plus avancées, « *CitrusAd powered by Epsilon* », et la connaissance la plus approfondie de



Carrefour dans le *retail*. Unlimitail a déjà converti ses 13 premiers partenaires, représentant à eux seuls plus de 120 millions de clients fidèles.

Perspectives

Porté par la force de son modèle unique et après un troisième trimestre meilleur que prévu, le Groupe relève à nouveau l'ensemble de ses objectifs pour l'année 2023, malgré des incertitudes macroéconomiques qui persistent.

Le Groupe vise désormais **une croissance organique comprise entre +5,5% et 6% pour 2023**, contre environ +5% précédemment.

Le bas de la fourchette à +5,5% est solide et prend en compte :

- Des tensions économiques et sociales qui pourraient continuer à affecter les dépenses des clients,
- Des reports de projets de transformation numérique,
- Des ajustements négatifs des budgets des annonceurs en fin d'année.

La croissance organique pourrait s'approcher du haut de la fourchette avec les hypothèses suivantes :

- Des réductions moins fortes des dépenses en publicité classique,
- Une montée en charge plus rapide du New Business,
- Des ajustements à la hausse de budgets clients au dernier trimestre de l'année.

La croissance organique du quatrième trimestre 2023 est ainsi attendue dans une fourchette pouvant aller de +3% jusqu'à +5%.

Le Groupe anticipe de continuer à délivrer les meilleurs ratios financiers du secteur et relève ainsi ses objectifs pour l'année. Le Groupe vise **un taux de marge opérationnelle de 18%** (contre « proche de 18% » précédemment), et **un Free cash-flow avant variation du besoin en fonds de roulement proche de 1,7 milliard d'euros** (contre « au moins 1,6 milliard d'euros » précédemment).



New business

EUROPE

Santen France (Health), Glaxo Smith Kline (Health), Comité Colbert (Creative), Speedy (Data), Carlsberg (Creative), Abeille Assurances (Creative), Visa (Technology & Creative), 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), TotalEnergies (Creative), Bioderma (Creative), Pernod Ricard (Influence), Ovo Energy (Creative), Le manège à bijoux (Creative), Inserm (Media), SNCF (Digital), John Lewis (Creative), Alfa Romeo (Air France KLM (Influence), Ikea (Creative & media), Gruppo Iren (Creative), Bulgari (Creative), Gruppo Campari (Influence), Western Union (Media), Beko (Influence), Société Générale (DBT), Iveco (Media), Sony Music (Digital), Legrand (Creative), Nexity (Creative), Skoda (Social Media), Charlotte Tilbury (Media), Ferrero (Media/Creative/Influence), Laya Healthcare (Creative), PublicJobs.ie (Creative), ADAC (Influence), Innomatics (Media), Bosch (Media), ASOS (Media), Sodexo (Media), Portu (Media), Bundesministerium fuer Arbeit und Soziales (DBT), Belvedere Vodka (Creative), SAS Bagel Chef (Creative), Answear.com (Creative), Miele (Commerce), Sandoz (Content)

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 (Commerce), Sun Life of Canada (Commerce), Rite Aid (Media), The PUR Company (Media), MTY Food Group (Influence), General Mills (Commerce), Dunkin' (Creative & Digital), Walgreens (Media), KB Home (Creative), Burger King (Creative), Sanofi (Influence), Virgin Mobile (Creative), Toronto Parking Authority (Creative), HealthPartners Canada (Influence), Groupe Atallah (Media), Kicking Horse Coffee (Creative & Influence), General Motors Company (Production), Tillamook County Creamery Association (Creative), Signet Jewelers (Media & Production), Blue Diamond Growers (Media), Turo (Creative & Production), UPS (Creative), LVMH (Media), Shark Beauty (Creative), New Age Products (Media), Samsung (Commerce), TGI Fridays (Media), National Life Insurance (Media), Sierra Nevada Brewing Company (Creative), Coopers Hawk Winery and Restaurants (CRM), Haribo of America (Creative), Air Transat (Influence), The Cadillac Fairview Corporation (CRM), Kellogg Company (Content), The Procter And Gamble Company (Influence), Duracell (Creative), Kimberly-Clark (Media), The Container Store (Data), Dicks Sporting Goods (CRM), ConAgra Foods (Creative), QuadReal Property (Content & Influence), GlaxoSmithKline (Production), Edo Japan Restaurants (Influence), Starbucks (Influence), Olymel (Creative), Insurance Brokers Association of Ontario (Influence), Foresters Life Insurance (Production), The TJX Companies (Content)

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 (Media), OSHO (DBT), La Trobe University (DBT), LVMH (Production), Cathay Pacific Airways (Commerce), Pepsico (Production), Duolingo (Creative), Aeries Financial Technologies (Media), Central Provident Fund Board (Production), AIA Company (Media), Haleon (Production), L'Oréal (Media & Production), The Standard Bank of South Africa (Creative), Sanofi (Creative), Nestlé (Production), Diageo (Commerce), Mondelez (Production), Pizza Hut (Creative), Cancer Council Victoria (Media), Emirates



NBD (Creative), Grupo Bimbo (Creative), Microsoft (Influence), JioMart (Creative), AkBank (Media), Novartis (Creative & Production), United Breweries (Production), Charlotte Tilbury Beauty (Creative), Genesis Motor (Creative), Torrent Pharmaceuticals (Creative), More Retail (Media), GlaxoSmithKline (Creative), Crocs (Creative), Shanghai Neobio (Creative), FWD Group (Media), Bank of China (Media), Yili (Creative), Singhealth (Digital), P&G (Digital), Oritain (Creative & Media), Neom Company (Creative), Renault (Media), Bosideng (Production), HSBC (Creative), BASF (Creative), Union Bank of the Philippines (Creative), Roborock (Production), Indeed (Influence), Samsonite (Media), New Balance (Production), Keypath Education (Media), Jio-bp (Digital), Enamor (Digital), UniScholars (Creative), The Procter And Gamble Company (Commerce), Friesland Campina (Media), Sony Playstation (Creative), TPG (Media), Iveco (Media), Sace (Media), PUMA (Creative), Microtek (Creative), BikesOnline (Digital), Reliance Retail (Creative), Shimao Hotel Group (Influence), Hong Kong Technology Venture Company (Content), Honor (Influence), Hang Lung Properties (Creative), Amway (Production)

AMERIQUE LATINE

L'Oréal (Media), Bayer (Media), Samsung (Media), Nestlé (Creative), PicPay (Creative), Pizza Hut (Commerce), Polla Chilena (Media), Telecom Argentina (Media), Paper Excellence (Media), Comgás (Media), Sportingbet (Content)

GLOBAL

Adobe (Media), Mondelez (Production), King (Creative), Ninjacart (Creative), Alvarium Tiedemann (Creative), Amplifon (Creative), Pfizer (Creative, Media, Data, Production), Miele (Media), Ancestry (Media)

* *

*



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 risque 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, la disruption du secteur de la publicité et de la communication, les risques liés aux collaborateurs, la possibilité que nos clients remettent nos contrats en cause très rapidement, les risques de défaillance des systèmes d'information et de cybercriminalité, les risques liés aux opérations de fusions et acquisitions, les risques liés à la confidentialité des données personnelles, 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 101 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com | [@PublicisGroupe](https://twitter.com/PublicisGroupe) | [Facebook](https://www.facebook.com/publicisgroupe) | [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/publicisgroupe) | [YouTube](https://www.youtube.com/user/publicisgroupe) | *Viva la Difference!*

Contacts

Publicis Groupe

| | | | |
|---------------------|--------------------------|--------------------|--|
| Amy Hadfield | Corporate Communications | + 33 1 44 43 70 75 | amy.hadfield@publicisgroupe.com |
| Alessandra Girolami | Investor Relations | + 33 1 44 43 77 88 | alessandra.girolami@publicisgroupe.com |
| Lorène Fleury | Investor Relations | + 33 1 44 43 57 24 | lorene.fleury@publicisgroupe.com |
| Maxine Miller | Investor Relations | + 33 1 44 43 74 21 | maxine.miller@publicisgroupe.com |



Annexes

Revenu net : Calcul de la croissance organique

| <i>(en millions d'euros)</i> | T1 | T2 | T3 | 9 mois |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Revenu net 2022 | 2 800 | 3,073 | 3 237 | 9 110 |
| Impact des taux de change ⁽²⁾ | 61 | (73) | (189) | (201) |
| Revenu net 2022 au taux de change 2023 (a) | 2 861 | 3 000 | 3 048 | 8 909 |
| Revenu net 2023 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b) | 3 065 | 3 213 | 3 209 | 9 487 |
| Revenu net des acquisitions ⁽¹⁾ | 14 | 26 | 32 | 72 |
| Revenu net 2023 | 3 079 | 3 239 | 3 241 | 9 559 |
| Croissance organique (b/a) | +7,1% | +7,1% | +5,3% | +6,5% |

| Impact des taux de change au 30 septembre 2023 <i>(en millions d'euros)</i> | |
|---|--------------|
| GBP ⁽²⁾ | (21) |
| USD ⁽²⁾ | (95) |
| Autres | (85) |
| Total | (201) |

(1) Acquisitions (Practia, Profitero, Corra, Tquila, Yieldify, Tremend, Retargetly, Wirecraft, Bizon, VivNetworks, Cheat, ARBH, Changi, Perlu, Advertise Bulgaria, Publicis Sapient AI Labs), nettes de cessions (Russia, Qorvis, Makers Lab).

(2) EUR = USD 1,0835 en moyenne sur les 9 mois 2023 vs. USD 1,065 en moyenne sur les 9 mois 2022
EUR = GBP 0,871 en moyenne sur les 9 mois 2023 vs. GBP 0,847 en moyenne sur les 9 mois 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.

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

Dettes nettes moyennes : Moyenne sur une période de 12 mois des dettes nettes moyennes mensuelles fin de mois.