

Résultats annuels 2023

Une nouvelle année record sur tous les indicateurs Confiance pour 2024

8 février 2024

- Croissance organique 2023 à +6,3 % après une fin d'année au-delà des attentes à +5,7 % au T4
- Des indicateurs financiers les plus élevés de l'industrie : marge opérationnelle de 18,0 %, BNPA courant dilué de 6,96 € en hausse de +10 %, *free cash-flow* ajusté de 1,7 Md€¹
- En tête du classement *new business*² sur les 5 dernières années
- Proposition d'un dividende de 3,40 € par action au titre de 2023, intégralement versé en numéraire
- Confiance en notre capacité à délivrer une performance 2024 supérieure au marché malgré les incertitudes macroéconomiques :
 - Croissance organique attendue entre +4 % et +5 %
 - Taux de marge opérationnelle de 18 %
 - *Free-cash-flow* entre 1,8 et 1,9 Md€

Résultats annuels 2023

(M€)	2023	2023 vs 2022
Revenu	14 802	+4,3%
Revenu net	13 099	+4,2%
Croissance organique	+6,3 %	
Marge opérationnelle	2 363	+4,3%
Taux de marge opérationnelle	18,0 %	-
Bénéfice net courant par action, dilué (€)	6,96	+9,5%
Free cash-flow ajusté	1,7 Md€¹	

Revenu du 4^{ème} trimestre 2023

Revenu net	3 540
Croissance publiée	+2,3 %
Croissance organique	+5,7 %

¹ Free cash-flow (FCF) avant variation du BFR.

Le FCF publié pour 2023 est de 1 547 M€ en incluant l'accord Rosetta pour 148 M€.

² Source : Classement JP Morgan 2019-2023.



Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe :

« Dans un contexte macro-économique particulièrement difficile, et après six ans de transformation, Publicis s'est clairement démarqué en 2023.

Notre croissance organique du revenu net à +6,3 % sur l'année, après un quatrième trimestre meilleur qu'attendu à +5,7 %, montre que non seulement nous surpassons largement les autres groupes de communication, mais nous avons également une croissance deux fois plus rapide que les principaux cabinets de conseil dans le digital.

Ce qui est vrai pour notre croissance organique l'est également pour nos indicateurs financiers, que ce soit en termes de marge ou de free cash-flow.

Au moment où nos clients ont besoin de partenaires qui puissent vraiment les aider à se transformer dans un environnement exigeant et en constante évolution, notre modèle unique a fait la différence, nous permettant à nouveau de gagner des parts de marché et de nous classer numéro 1 en new business pour la cinquième année consécutive.

Avec un chiffre d'affaires de près de 15 milliards d'euros en 2023, en hausse de 35 % par rapport à 2019, Publicis s'est établi comme le deuxième acteur de notre industrie et le premier en termes de capitalisation boursière.

En 2024, nous entendons poursuivre cette dynamique, de la même manière que nous l'avons fait durant les quatre dernières années avec un CAGR à +4,7 %, soit le double de la moyenne du secteur. Nous prévoyons une croissance organique de +4 à +5 % tout en maintenant notre taux de marge opérationnelle historiquement élevé à 18 %. S'agissant du premier trimestre, nous tablons sur une croissance organique supérieure à celle du secteur, dans la fourchette annuelle.

Je tiens à remercier nos clients pour leur confiance tout au long de notre transformation et nos collaborateurs pour leurs remarquables efforts. Grâce à eux, nous avons atteint de nouveaux sommets en tant que groupe, et nous sommes maintenant en position d'affronter avec confiance et ambition ce qui sera une nouvelle année d'incertitudes. »

* *

*



Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe, réuni le 7 février 2024 sous la présidence de Monsieur Maurice Lévy, a examiné les résultats annuels 2023 présentés par Monsieur Arthur Sadoun, Président du Directoire.

CHIFFRES CLÉS

<i>En millions d'euros, à l'exception des données par action et des %</i>	2023	2022	2023 vs 2022
Données extraites du compte de résultat et du tableau de flux de trésorerie			
Revenu net	13 099	12 572	+4,2 %
Revenu des coûts refacturables	1 703	1 624	+4,9 %
Revenu	14 802	14 196	+4,3 %
EBITDA	2 845	2 801	+1,6 %
<i>En % du revenu net</i>	+21,7 %	22,3 %	-60 pb
Marge opérationnelle	2 363	2 266	+4,3 %
<i>En % du revenu net</i>	18,0%	18,0%	0 pb
Résultat opérationnel	1 740	1 767	-1,5 %
Résultat net part du Groupe	1 312	1 222	+7,4 %
Bénéfice par action	5,23	4,87	+7,4 %
Bénéfice courant par action, dilué ¹	6,96	6,35	+9,6 %
Dividende par action ²	3,40	2,90	+17,2 %
<i>Free cash-flow</i> avant variation du BFR	1 547	1 807	
<i>Free-cash-flow</i> avant variation du BFR ajusté ³	1 802	1 700	
Données extraites du bilan			
	31 12 2023	31 12 2022	
Total de l'actif	36 716	35 898	
Capitaux propres, part du Groupe	9 788	9 635	
Endettement financier net (trésorerie nette)	(909)	(634)	

¹ Résultat net part du Groupe après élimination des pertes de valeur, des charges 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 la réévaluation des earn-outs, divisé par le nombre moyen d'actions sur une base diluée.

² Soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale des actionnaires du 29 mai 2024.

³ Ajusté de l'impact net de l'accord de règlement Rosetta pour un montant de 148 M€ en 2023 et du paiement de l'impôt additionnel de 107 M€ réalisé en janvier 2023 relatif à 2022 (110 M€ au taux de change 2022).



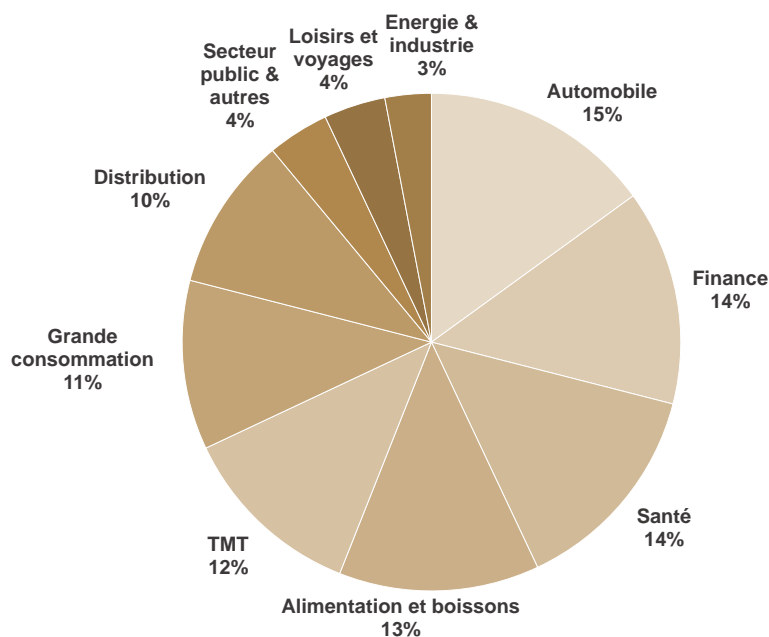
REVENU NET DE L'ANNÉE 2023

Le revenu net de Publicis Groupe en 2023 est de 13 099 millions d'euros, en hausse de 4,2 % par rapport à 12 572 millions d'euros en 2022. Les variations de taux de change sur l'exercice ont eu un effet négatif de 340 millions d'euros et les acquisitions (nettes de cession) ont contribué pour 100 millions d'euros au revenu net.

La croissance organique s'élève à +6,3 % en 2023 par rapport à 2022. Cela implique une croissance organique de +21 % par rapport à 2019, qui s'est accélérée sur le second semestre à +22 %, après un premier semestre à +19 %.

Cette performance forte et constante sur l'année s'est reflétée dans chacune des activités du Groupe. Le Média, qui représente un tiers du revenu, enregistre une croissance à deux chiffres après une progression à deux chiffres l'an passé, bénéficiant à la fois de gains de parts de marché et d'une croissance organique sur les clients existants. 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 solide croissance organique de +3.2 % malgré une base de comparaison très élevée de +19 % sur l'année 2022. D'autre part, la performance d'Epsilon accélère sur le deuxième semestre pour atteindre une croissance organique de +9.6 % en 2023, bénéficiant d'une demande soutenue des clients pour la gestion des data propriétaires. Les activités Créatives, le dernier tiers, démontrent leur résilience avec une croissance organique *low-single digit* sur l'année.

Répartition du revenu net 2023 par secteur



Sur la base de 3 641 clients représentant 91 % du revenu net total du Groupe.



Répartition du revenu net 2023 par zone géographique

Millions d'euros	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique
	2023	2022		
Amérique du Nord	8 050	7 869	+2,3 %	+4,9 %
Europe	3 172	2 879	+10,2 %	+10,3 %
Asie Pacifique	1 156	1 176	-1,7 %	+2,9 %
Moyen Orient & Afrique	380	359	+5,8 %	+12,4 %
Amérique Latine	341	289	+18,0 %	+8,9 %
Total	13 099	12 572	+4,2 %	+6,3 %

En **Amérique du Nord**, la croissance organique est de +4,9 % en 2023. 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 +2,3 %. Après une progression à deux chiffres l'an dernier, les Etats-Unis affichent une croissance organique très solide de +5,0 % sur 2023 soutenue par des activités Média en croissance à deux chiffres. Epsilon croît de +9,6 % en organique sur l'année, avec une performance notable du *Digital Media*. Les activités Créatives restent globalement stables sur 2023. Enfin, Publicis Sapient enregistre une croissance de +2,5 % sur une base de comparaison élevée et dans un contexte de reports de projets de transformation numérique vécus également par les principaux acteurs de l'industrie.

En **Europe** le revenu net est en hausse de +10,3 % en organique et de +10,2 % en publié, dont un très solide +10,4 % au Royaume-Uni, +5,2 %¹ en France, +7,2 % en Allemagne et +16 % en Europe Centrale et de l'Est. En excluant les activités d'affichage dans les transports et le Drugstore, la croissance organique en Europe s'élève à +9,0 %.

La région **Asie-Pacifique** a vu son revenu net croître de +2,9 % en organique et diminuer de 1,7 % en publié. La Chine a enregistré une croissance organique de +2,2 % malgré les conditions macroéconomiques difficiles tout au long de l'année.

Le revenu net de la région **Moyen-Orient et Afrique** a progressé de +12,4 % en organique et de +5,8 % en publié.

En **Amérique Latine**, la croissance organique s'est établie à +8,9 % et le revenu net publié a augmenté de +18,0 %.

¹ Hors activités d'affichage dans les transports et le Drugstore.



REVENU NET DU QUATRIÈME TRIMESTRE

Le revenu net de Publicis Groupe au 4^{ème} trimestre 2023 est de 3 540 millions d'euros, en hausse de +2,3 % par rapport à 3 462 millions d'euros au 4^{ème} trimestre 2022. Les variations de taux de change ont eu un effet négatif de 139 millions d'euros. Les acquisitions, nettes de cessions, ont eu un impact positif de 28 millions d'euros.

La croissance organique est de +5,7 % au 4^{ème} trimestre 2023, au-dessus des dernières perspectives communiquées par le Groupe en octobre 2023.

Répartition du revenu net du 4^{ème} trimestre par zone géographique

Millions d'euros	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique
	T4 2023	T4 2022		
Amérique du Nord	2 158	2 133	+1,2 %	+6,0 %
Europe	851	814	+4,5 %	+4,3 %
Asie Pacifique	318	323	-1,5 %	+4,0 %
Moyen-Orient et Afrique	106	104	+1,9 %	+9,7 %
Amérique Latine	107	88	+21,6 %	+13,9 %
Total	3 540	3 462	+2,3 %	+5,7 %

Le revenu net en **Amérique du Nord** est en hausse de +6,0 % en organique. En tenant compte de l'impact négatif du taux de change entre le dollar américain et l'euro, la croissance publiée s'élève à +1,2 %. Les **Etats-Unis** accélèrent au quatrième trimestre avec une croissance organique de +6,1 %. Le Media affiche une forte croissance organique à deux chiffres tandis que les activités Créatives, affectées par des coupes localisées dans la publicité traditionnelle sont légèrement en baisse sur le trimestre, et ce sur une base de comparaison élevée en 2022. Epsilon enregistre une croissance organique de +10 %, en grande partie grâce aux activités Digital Media et Data. Enfin, dans un contexte de reports de projets de transformation numérique, Publicis Sapien affiche une performance globalement stable en organique sur une base de comparaison particulièrement élevée de +15 % au T4 2022.

En **Europe** le revenu net est en hausse de +4,3 % sur base organique, et de +4,5 % en publié. Hors activités d'affichage dans les transports et le Drugstore, la croissance organique s'élève à +2,5 %. Le Royaume-Uni affiche une baisse de 4,2 % en organique sur le trimestre, faisant face à une base de comparaison particulièrement élevée de +38,0 % au T4 2022, qui était largement alimentée par Publicis Sapien. La France enregistre une croissance organique de +6,3 %¹, tirée par le Créatif et Publicis Sapien. En Allemagne, la performance organique progresse de +5,3 %. Le revenu net en Europe Centrale et de l'Est est en hausse de +20,3 % en organique.

¹ Hors activités d'affichage dans les transports et le Drugstore.



Le revenu net en **Asie-Pacifique** augmente de +4,0 % en base organique et baisse de 1,5 % en publié. Cette croissance est favorisée par la Chine qui progresse séquentiellement à +1,4 % sur le T4 2023, grâce à un contexte macroéconomique plus favorable. L'Asie du Sud-Est affiche une croissance à deux chiffres à nouveau ce trimestre, portée principalement par l'Inde, Singapour, la Thaïlande et la Malaisie. L'Australie et la Nouvelle Zélande enregistrent des performances négatives, cette dernière étant pénalisée par une base de comparaison très élevée.

Le revenu net de la région **Moyen-Orient et Afrique** est en hausse de +9,7 % en organique (+1,9 % en publié) particulièrement soutenu par Publicis Sapient.

En **Amérique Latine**, le revenu net est en progression de +13,9 % en organique (+21,6 % en publié), grâce à l'Argentine, à une Colombie forte affichant une croissance à deux chiffres, ainsi qu'au Mexique et au Brésil qui enregistrent une croissance solide.

ANALYSE DES CHIFFRES CLÉS DE L'ANNÉE 2023

Compte de résultat

L'**EBITDA** s'établit à 2 845 millions d'euros en 2023, contre 2 801 millions d'euros en 2022, soit une hausse de 1,6 %. Le taux de marge d'EBITDA ressort à 21,7 % du revenu net.

Les **charges de personnel** atteignent 8 514 millions d'euros en 2023, en hausse de 3,7 % contre 8 211 millions d'euros en 2022. Elles représentent 65,0 % du revenu net sur l'année, contre 65,3 % en 2022. Les coûts fixes de personnel s'établissent à 7 531 millions d'euros et représentent 57,5 % du revenu net contre 56,5 % en 2022. Par ailleurs, le coût des free-lances a diminué de 124 millions d'euros en 2023, et représente 332 millions d'euros. Les charges de restructuration atteignent 111 millions d'euros, soit moins de 1 % du revenu net, en augmentation par rapport à 82 millions d'euros en 2022.

Les **autres coûts** s'élèvent à 2 222 millions d'euros en 2023 et se comparent à 2 095 millions d'euros en 2022. Ce poste représente 17,0 % du revenu net à comparer à 16,7 % en 2022. Ils incluent :

- Les **autres charges opérationnelles** (hors coûts refacturables et dotation aux amortissements), à hauteur de 1 740 millions d'euros, qui se comparent à 1 560 millions d'euros l'an dernier. Ces coûts représentent 13,3 % du revenu net contre 12,4 % en 2022.
- Les **dotations aux amortissements**, à hauteur de 482 millions d'euros en 2023, en baisse de 53 millions d'euros ou 10 % par rapport au niveau de l'an dernier (535 millions d'euros). Cette réduction reflète la consolidation du parc immobilier ainsi qu'une augmentation de la part des dépenses du Groupe en SaaS passées directement en charges.

En conséquence, la **marge opérationnelle** s'établit à 2 363 millions d'euros, en hausse de +4,3 % par rapport à 2022. Le taux de marge ressort ainsi à 18,0 %, stable par rapport à 2022.



Les taux de marge opérationnelle s'élèvent à 19,0 % pour l'Amérique du Nord, 17,7 % pour l'Europe, 19,0 % pour l'Asie-Pacifique, 6,7 % pour l'Amérique Latine et 8,7 % pour la région Moyen-Orient et Afrique.

Les **amortissements sur immobilisations incorporelles liées aux acquisitions** sont de 268 millions d'euros pour l'année, en baisse de 19 millions d'euros par rapport aux 287 millions d'euros de 2022. Les pertes de valeur s'élèvent à 153 millions d'euros (109 millions d'euros en 2022), et concernent essentiellement le plan de consolidation immobilière "All in One", qui engendre une réduction du nombre de sites, tout en permettant une meilleure collaboration entre les équipes.

Par ailleurs, **les autres charges et produits non courants** représentent une charge de 202 millions d'euros en 2023 (contre une charge de 103 millions d'euros en 2022), incluant principalement une charge de 203 millions d'euros au titre de l'accord de règlement Rosetta. Un accord de règlement a été conclu entre les procureurs généraux des 50 états américains, le district de Columbia et certains territoires des Etats-Unis, concernant le travail réalisé par l'ancienne agence de publicité Rosetta pour le compte de fabricants d'opioïdes, mettant un terme à près de trois années de discussions. Dans le cadre de cet accord, à la suite du règlement de 343 millions de dollars aux Etats, Publicis Health a été remboursé à hauteur de 130 millions de dollars par ses assureurs. Par conséquent, le Groupe a comptabilisé une provision non récurrente de 213 millions de dollars avant impôts au quatrième trimestre 2023, ainsi qu'une charge de 7 millions de dollars due aux procureurs généraux au titre des coûts d'investigation et autres coûts divers. Au total l'impact avant impôts de cet accord de règlement est une charge non courante de 220 millions de dollars, soit 203 millions d'euros. La conclusion de cet accord, dans lequel les procureurs généraux ont explicitement reconnu la 'bonne foi et l'attitude responsable et citoyenne de Publicis Health, n'est en aucun cas une reconnaissance de faute ou de responsabilité.

Le **résultat opérationnel** s'élève à 1 740 millions d'euros en 2023, contre 1 767 millions d'euros en 2022.

Le **résultat financier**, composé du coût de l'endettement net et d'autres charges et produits financiers, est une charge de 21 millions d'euros en 2023, en hausse par rapport à une charge de 117 millions d'euros l'an dernier.

- Le **coût net sur endettement financier** est un produit de 78 millions d'euros en 2023 (contre une charge de 17 millions d'euros en 2022). Il inclut une charge de 99 millions d'euros d'intérêts sur l'endettement brut liés principalement à l'acquisition d'Epsilon (102 millions d'euros en 2022), partiellement compensée par des produits financiers pour 178 millions d'euros, en hausse par rapport à 85 millions d'euros en 2022 compte tenu de taux d'intérêts plus élevés rémunérant les positions de trésorerie.
- Les **autres charges et produits financiers** représentent une charge de 99 millions d'euros en 2023, et comprennent notamment 79 millions d'euros d'intérêts sur les obligations locatives ainsi qu'un produit de 1 million d'euros de réévaluation de la juste valeur des fonds communs de placement. En 2022, les autres charges et produits financiers représentaient une charge de 100 millions d'euros, incluant notamment 87 millions d'euros d'intérêts sur les obligations locatives et un produit de 9 millions d'euros de réévaluation de la juste valeur des fonds communs de placement.

La **réévaluation des earn-outs** a conduit à constater un produit de 12 millions d'euros, à comparer à une charge de 2 millions d'euros en 2022.



La **charge d'impôt** est de 415 millions d'euros, correspondant à un taux effectif d'impôt sur 2023 de 24,1 %. En 2022, elle représentait 431 millions d'euros, soit un taux effectif d'impôt de 24,8 %.

La **quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence** est un produit de 6 millions d'euros, contre un produit de 5 millions d'euros en 2022.

La part des **intérêts minoritaires** dans le résultat net est un produit de 10 millions d'euros en 2023 (non significatif en 2022).

Au total, le **résultat net part du Groupe** est un bénéfice de 1 312 millions d'euros en 2023, en hausse de 7,4 % par rapport à 1 222 millions d'euros en 2022.

Le **bénéfice par action** est de 5,23 euros en 2023, en hausse de 7,4 % comparé à 4,87 euros en 2022.

Free cash-flow

<i>En millions d'euros</i>	2023	2022
EBITDA	2 845	2 801
Intérêts financiers payés, nets	93	(17)
Remboursement des obligations locatives et intérêts associés	(423)	(404)
Impôt payé	(669)	(430)
Autres	(121)	51
Flux de trésorerie générés par l'activité avant variation du BFR	1 725	2 001
Investissements en immobilisations (nets)	(178)	(194)
Free cash-flow avant variation du BFR	1 547	1 807
Paiement additionnel en janvier 2023 de l'impôt relatif à 2022 lié à l'application de la réglementation TCJA	107	(107)
Accord de règlement Rosetta	148	-
Free cash-flow avant variation du BFR, retraité¹	1 802	1 700

Le **free cash-flow** du Groupe publié, avant variation du besoin en fonds de roulement (BFR), s'établit à 1 547 millions en 2023. Il inclut deux flux de trésorerie sortants non récurrents :

- Paiement additionnel de l'impôt TCJA, pour un impact net de 107 million d'euros : en janvier 2023, le Groupe a procédé au versement d'un montant additionnel de 107 millions d'euros au titre de l'exercice fiscal 2022 (110 millions d'euros avec le taux de change USD/EUR de 2022), reflétant la mise en place du « Tax Cuts and Jobs Act » (TCJA) aux Etats-Unis, qui a été confirmé fin décembre 2022. Ce changement de législation fiscale requiert la capitalisation et l'amortissement des dépenses de R&D aux Etats-Unis sur

¹ Ajusté de l'impact net de l'accord de règlement Rosetta pour un montant de 148 M€ en 2023 et du paiement de l'impôt additionnel de 107 M€ réalisé en janvier 2023 relatif à 2022 (110 M€ au taux de change 2022).



cinq ans et n'a pas d'impact sur le taux effectif d'impôt. En incluant ce paiement additionnel, le free-cash du Groupe s'établissait à 1 700 millions d'euros en 2022.

- Accord de règlement Rosetta, pour un impact net de 148 millions d'euros. Après retraitement de l'impact de cet accord sur la trésorerie, le free cash-flow du Groupe s'établirait à 1 695 millions d'euros en 2023, en ligne avec la guidance du Groupe proche de 1,7 milliard d'euros.

Les intérêts financiers ont représenté un encaissement net de 93 millions d'euros en 2023, à comparer à un décaissement net de 17 millions d'euros en 2022, reflétant une rémunération plus élevée des positions de trésorerie cette année.

Les remboursements des obligations locatives et les intérêts y afférents s'élèvent à 423 millions d'euros en 2023 contre 404 millions d'euros en 2022. Les investissements nets en immobilisations sont de 178 millions d'euros, en baisse de 16 millions d'euros par rapport aux 194 millions de 2022.

Les impôts payés s'établissent à 699 millions d'euros en 2023 contre 430 millions d'euros en 2022, soit une hausse de 239 millions d'euros, dont 107 millions d'euros dus au paiement additionnel en janvier 2023 de l'impôt relatif à la réglementation TCJA au titre de 2022.

Endettement financier net

Au 31 décembre 2023, le Groupe présentait une position de trésorerie nette de 909 millions d'euros, à comparer à une trésorerie nette de 634 millions d'euros au 31 décembre 2022. La dette nette moyenne du Groupe sur l'année s'est élevée à 432 millions d'euros contre 685 millions d'euros en 2022.

STRATEGIE DU GROUPE SUR L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Le 25 janvier 2024, le Groupe a annoncé son ambition de devenir le premier *Système Intelligent* du secteur grâce à l'IA.

Au travers d'une présentation animée par Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe, et les membres du Directoire+ Carla Serrano, Directrice de la Stratégie, Nigel Vaz, CEO de Publicis Sapient et Dave Penski, CEO de Publicis Media, le Groupe a dévoilé CoreAI, qui place l'IA au cœur de son organisation en plateforme afin de regrouper l'ensemble de ses données propres sous une seule entité.

Véritable épicerie du Groupe, CoreAI rassemble et homogénéise toutes les données propriétaires de Publicis, et les combine avec 35 ans de données de transformation commerciale et de lignes de code détenues exclusivement par Publicis Sapient.

CoreAI permettra à chacun des métiers du Groupe de tirer le meilleur parti de l'IA au service de la croissance de ses clients au travers de cinq disciplines clés : Insight, Médias, Création et Production, Software et Opérations.



Publicis prévoit d'investir 300 millions d'euros dans cette stratégie au cours des trois prochaines années. En 2024, le Groupe envisage un investissement de 100 millions d'euros, dont 50 % dédié à la formation et au recrutement des équipes, et 50 % à la technologie, au travers de l'achat de licences, de logiciels informatiques et d'infrastructures Cloud. Cet investissement sera entièrement reflété dans le compte de résultat et n'aura pas d'impact dilutif sur la marge opérationnelle du Groupe en 2024, étant financé par des économies réalisées en interne, et sera légèrement contributif sur la marge opérationnelle de 2025.

Le développement de CoreAI a débuté au cours du deuxième semestre 2023 et le Groupe prévoit de déployer ses capacités progressivement au cours du premier semestre 2024. CoreAI et ses fonctionnalités seront présentées en mai prochain lors de l'évènement Viva Tech 2024 à Paris.

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 Viva Tech, 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

Malgré un contexte macroéconomique qui demeure incertain en ce début d'année 2024, le Groupe est confiant dans sa capacité à délivrer une croissance profitable et supérieure à celle du marché.

Pour l'année 2024, le Groupe vise une **croissance organique comprise entre +4 % et +5 %**. Le Groupe pense atteindre une solide croissance de +4 % malgré les incertitudes macroéconomiques qui affectent actuellement la publicité traditionnelle et retardent les projets de transformation numérique. La croissance organique pourrait se rapprocher de +5 % dans l'hypothèse d'une amélioration de la conjoncture mondiale au second semestre.

Au premier trimestre 2024, le Groupe anticipe de délivrer une croissance organique dans la fourchette annuelle.

Le Groupe prévoit de maintenir **à nouveau en 2024 des ratios financiers à des niveaux historiquement élevés**, notamment :

- **Un taux de marge opérationnelle à 18 %**, incluant une charge opérationnelle de 100 millions d'euros dédiée au plan d'investissement dans l'IA.
- Un **free cash-flow entre 1,8 et 1,9 milliard d'euros**¹.

¹ Avant variation du BFR.



ALLOCATION DU CAPITAL

Sur la base de sa prévision de free cash-flow et de sa solide structure financière, le Groupe a fixé l'allocation suivante pour 2024 :

- **Dividende pour un total de près de 900 millions d'euros versé intégralement en numéraire**, soit 3,40 euros par action. Ce dividende sera soumis au vote des actionnaires à la prochaine Assemblée Générale du 29 mai 2024. Il correspond à un taux de distribution de 49 %, et une augmentation de 17 % par rapport à l'année dernière.
- **Un programme de rachat d'actions estimé à environ 200 millions d'euros** afin de stabiliser le nombre d'actions en circulation. Ce programme, portant sur près de 2 millions d'actions, a pour objectif de couvrir les obligations liées aux plans d'actions gratuites au bénéfice des salariés.
- **Une enveloppe comprise entre 700 et 800 millions d'euros, dédiée à des acquisitions ciblées** pour renforcer davantage les capacités du Groupe dans les domaines de la data, la technologie, le commerce et l'IA.

POLITIQUE ESG DU GROUPE EN 2023

Dans la perspective de l'entrée en vigueur en 2025 de la Directive Européenne dite CSRD (*Corporate Sustainability Reporting Directive*) nécessitant de la part des entreprises un travail approfondi en matière de durabilité, Publicis Groupe a engagé en 2023 les chantiers internes permettant de préparer l'exercice de double matérialité requis, ainsi que le niveau de granularité attendu pour les 12 thématiques explicitées dans les ESRS (*European Sustainability Reporting Standards*). La cartographie des risques ESG a été présentée au Comité d'Audit et au Comité ESG du Conseil de surveillance.

La RSE a fait partie des thèmes discutés avec les salariés lors du quatrième séminaire interne *Viva la Difference*, qui a rassemblé virtuellement tous les collaborateurs du Groupe en décembre 2023 afin de faire le bilan de l'année et de se projeter sur 2024. Ce séminaire a permis de détailler les ambitions stratégiques du Groupe en matière d'intelligence artificielle et ses déclinaisons dans les différents métiers du Groupe. Une journée de table-rondes internes avec chaque région a suivi, afin de permettre au Top Management de répondre plus longuement à toutes les questions des salariés.

E – Environnement & lutte contre le dérèglement climatique

Les objectifs Climat du Groupe validés par SBTi (*Science Based Targets Initiative*) dessinent une trajectoire de réduction des émissions carbone de 50 % d'ici 2030 (*Near-Term Target – Scopes 1+2+3*) et de 90 % d'ici 2040 (*Long-Term Target – Scopes 1+2+3*). Le Groupe reste aligné avec l'Accord de Paris et le scénario à 1.5° et continue de faire porter tous ses efforts sur la réduction drastique des émissions carbone. En matière d'énergies



renouvelables en source directe, le Groupe progresse vers son objectif de 100 % avant 2030, en ayant atteint le pallier 2023 à plus de 50 %.

La réduction de tous les impacts environnementaux reste la priorité absolue et différents travaux ont été engagés pour renforcer les leviers d'actions directs et indirects. Au regard des émissions carbone résiduelles et incompressibles, et pour anticiper les besoins futurs du Groupe pour atteindre le Net Zero à l'horizon 2040, Publicis Groupe a rejoint le Fonds Climat pour la Nature (Mirova/Natixis). Le fonds soutiendra des projets consacrés à la protection et à la restauration de la nature avec des bénéficiaires associés pour la biodiversité et les communautés. Ceci représente un engagement de 20 millions d'euros prévoyant la livraison des crédits carbone volontaires sur une quinzaine d'années.

Poursuivant les travaux réalisés en 2022 sur les risques climatiques, un chantier *ad hoc* a été mené en 2023 sur l'analyse des impacts sur la biodiversité avec l'appui d'un cabinet externe.

S – Social, Diversité, Équité et Inclusion

La fin 2023 a été marquée par les attaques du Hamas en Israël où le Groupe compte quelques 440 salariés. La priorité absolue a été de veiller à la sécurité des équipes et de leurs proches, tout comme cela avait été le cas en février 2022 lors de l'invasion russe en Ukraine. Ces guerres bouleversent de nombreuses vies et nécessitent à chaque fois de mettre en place des dispositifs sur mesure pour aider nos salariés. En Ukraine, le Groupe a maintenu en 2023 le paiement des salaires des équipes locales, comme cela a été fait en 2022. Les donations faites par les collaborateurs et le Groupe à un fonds dédié aux salariés et leurs proches en Ukraine ont permis d'aider 32 familles depuis juillet 2022.

Fin 2023, le programme international #WorkingWithCancer lancé par le président du Directoire pour lutter contre le tabou du cancer au travail, a reçu l'adhésion de 1 500 entreprises, représentant 40 millions de salariés dans le monde entier.

L'objectif du Groupe d'avoir 45 % de femmes en 2025 aux postes-clefs de responsabilité du Groupe avec le point de passage à 43 % en 2023 est atteint. Aux Etats-Unis, au Royaume Uni, en France, en Inde, et dans de nombreux autres pays, les efforts se sont poursuivis autour d'un recrutement plus ouvert et inclusif, notamment en faveur des jeunes éloignés de nos métiers avec plusieurs programmes, tels que le MCTP pour la 14^{ème} année aux Etats-Unis, ou *Publicis Track* en France. Les programmes de diversité et inclusion en place aux Etats-Unis ont été présentés au Comité ESG.

En matière de formation, la plateforme *Marcel Classes* a renforcé son accompagnement personnalisé des salariés avec le *Growth Dashboard*. En octobre 2023, l'organisation du travail a été précisée pour 2024, demandant à chacune et chacun d'être au bureau trois jours par semaine, afin de privilégier les relations interpersonnelles in situ et de favoriser la coopération.



Le programme interne *#WorkYourWorld*, permettant aux salariés de travailler pendant six semaines dans un pays ou une ville de leur choix, continue d'être plébiscité en 2023 : plus de 2 500 salariés en ont bénéficié (portant à plus de 4 000 le nombre de voyages effectués depuis le lancement du programme en janvier 2022) pour une durée moyenne de séjour de 29 jours.

Le 19^{ème} *Global Meeting du Women's Forum for the Economy and the Society* s'est déroulé en novembre 2023 à Paris pendant deux jours, réunissant physiquement plus de 1 500 personnes et plus de 12 000 participants en ligne issus de 122 pays.

G – Gouvernance, Ethique des affaires et Marketing responsable

L'outil propriétaire d'évaluation des impacts des campagnes et projets clients A.L.I.C.E (*Advertising Limiting Impacts & Carbon Emissions*) a été enrichi pour affiner les calculs liés aux différents métiers du Groupe, et il a été certifié e-accessible. En 2023, ce calculateur a été utilisé pour +250 marques/clients dans 30 pays. Parallèlement, le Groupe poursuit sa participation aux différents travaux sectoriels, dans les pays et au plan international, notamment ceux conduits par *Ad Net Zero*, visant à homogénéiser les méthodologies de calcul de l'empreinte carbone de nos métiers, notamment les media.

L'objectif du Groupe demeure de faire progresser les pratiques et standards professionnels en faveur de l'inclusion et de la réduction des impacts environnementaux. Le niveau de maturité des agences françaises est un exemple de mobilisation ; Publicis France maintient sa position de leader avec 11 agences certifiées « RSE Actives » par l'interprofession française en partenariat avec l'Afnor.

Aux Etats-Unis, la *OnceForAllCoalition* initiée par Publicis Media comprend plus de 70 partenaires actifs dont plus de 30 marques et annonceurs, tous mobilisés en faveur de media et contenus innovants s'adressant à des populations sous-représentées ou minorités. Les annonceurs ont ainsi accru de 50 % leurs investissements en direction de ces publics au cours de l'année.

Les questions d'éthique des affaires sont partie intégrante des métiers du Groupe et de l'objectif vise à former tous les salariés pour maintenir nos standards élevés dans des domaines fondamentaux que détaille notre Code d'éthique Janus comme la lutte contre la corruption, la protection des données et la sécurité des systèmes d'information. Enfin, le Groupe a été évalué 958/1000 par Cybervadis, illustrant une amélioration continue liée notamment à une coopération efficace entre les équipes GDPO (*Groupe Data Protection Office*) et les équipes de sécurité GSO (*Global Security Office*).

En matière de notation externes ESG, Publicis Groupe termine 2023 en tête de son secteur chez 8/10 des principales agences de notation et l'entreprise fait partie de plusieurs indices ESG comme le DSI Europe et DSI World.



NEW BUSINESS

EUROPE

Santen France (Health), GlaxoSmithKline (Health & Media), 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), Innometrics (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), Orange (Creative), Confused.com (Creative), Bundesministerium fuer Arbeit und Soziales (DBT), Grunenthal (Influence), Tediber (Media), Zoopla (Media), Signify Iberia (Media), Glovo App (Media), Stiftelsen Norsk Rikstoto (Media), Henkel (Media), Bausch Health (Media), Stiftelsen Norsk Rikstoto (Content), Norske Boligbyggelags Landsforbund (Content), Storck (Media), Hyundai Motor Company (Influence), Totalizator Sportowy (Media), Interlacto, (Media), Hisense Group Company (Influence), Simba Dickie Group (Media), Waitrose (Retail Media), Burger King (Digital), NDL Pro-Health (Digital), Akind Group (Media), OBI (Media), Salone del Mobile Milano (Media & DBT)

AMERIQUE DU NORD

Krafton (Influence), Intuit (Creative), Shelter Movers (Influence), Universite de Sherbrooke (Creative), Steak 'n Shake (Creative & CRM), 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 & Influence), 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), Teachers Insurance and Annuity Association of America (CRM), Turo (Production), Edo Japan Restaurants (Influence), Toronto Metropolitan University (Influence), Daily Bread Food Bank (Content), Pricewaterhouse Coopers



(Production), Mary Brown's Chicken (Influence), Heineken (Commerce), Nestlé Health Science (Media), KFC (Creative), DSW (Media), Molson Coors (Creative), Cisco Systems (Media), Cuisinart (Content), Perrigo (Creative), AH Capital Management (Content), Jazwares (Influence), Xsolla (Influence), Bath and Body Works (Creative), Quest Nutrition (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 (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), LOréal (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 & Production), 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), BMW (Media), Apoidea Web3 (Media), Dairy Farm International (Media), First Class Innovation (Creative), Walt Disney (Content), Absa Bank (Media), ALDI (CRM), Superloop (Media), Abu Dhabi Investment Office (Media), Huawei (Creative), Auckland International Airport (Creative), Beiersdorf (Production), Tsingtao (Creative), Jindal SAW (Influence), Temple & Webster (Media & Influence), upGrad (Creative)

AMERIQUE LATINE

LOréal (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), Mondelez (Media), Decathlon (Creative)

GLOBAL

Adobe (Media), Mondelez (Production), King (Creative), Ninjacart (Creative), Alvarium Tiedemann (Creative), Amplifon (Creative), Pfizer (Creative, Media, Data, Production), Miele (Media), Ancestry (Media), Essity (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 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 Médias, 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 | *Twitter*: [@PublicisGroupe](https://twitter.com/PublicisGroupe) | *Facebook* | *LinkedIn* | *YouTube* | *Viva la Difference!*

Contacts

Publicis Groupe

Amy Hadfield	Communication Groupe	+ 33 1 44 43 70 75	amy.hadfield@publicisgroupe.com
Alessandra Girolami	Relations investisseurs	+ 33 1 44 43 77 88	alessandra.girolami@publicisgroupe.com
Jean-Michel Bonamy	Relations investisseurs	+ 33 1 44 43 74 88	jean-michel.bonamy@publicisgroupe.com
Lorène Fleury	Relations investisseurs	+ 33 1 44 43 57 24	lorene.fleury@publicisgroupe.com
Maxine Miller	Relations investisseurs	+ 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	T4	12 mois
Revenu net 2022	2 800	3 073	3 237	3 462	12 572
Impact des taux de change ⁽²⁾	61	(73)	(189)	(139)	(340)
Revenu net 2022 au taux de change 2023 (a)	2 861	3 000	3 048	3 323	12 232
Revenu net 2023 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b)	3 065	3 213	3 209	3 512	12 999
Revenu net des acquisitions ⁽¹⁾	14	26	32	28	100
Revenu net 2023	3 079	3 239	3 241	3 540	13 099
Croissance organique (b/a)	+7,1 %	+7,1 %	+5,3 %	+5,7 %	+6,3 %

Impact des taux de change au 31 décembre 2023 <i>(en millions d'euros)</i>	
GBP ⁽²⁾	(22)
USD ⁽²⁾	(196)
Autres	(122)
Total	(340)

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

(2) EUR = 1.082 USD en moyenne en 2023 vs. USD 1.054 en moyenne en 2022
EUR = 0.870 GBP en moyenne en 2023 vs. GBP 0.853 en moyenne en 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.

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

BNPA Courant dilué (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 avant 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, hors obligations locatives depuis le 1^{er} janvier 2018.

Dettes nettes moyennes : Moyenne des dettes nettes moyennes mensuelles fin de mois.

Dividend pay-out (ou taux de distribution) : Dividende unitaire / BNPA Courant dilué.

Croissance organique 2019 : calculée selon la formule $([1 + \text{croissance organique}(n-3)] * [1 + \text{croissance organique}(n-2)] * [1 + \text{croissance organique}(n-1)] * [1 + \text{croissance organique}(n)]) - 1$



Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	2023	2022
Revenu net ⁽¹⁾	13 099	12 572
Revenu des coûts refacturables	1 703	1 624
Revenu	14 802	14 196
Charges de personnel	(8 514)	(8 211)
Autres charges opérationnelles	(3 443)	(3 184)
Marge opérationnelle avant amortissements	2 845	2 801
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(482)	(535)
Marge opérationnelle	2 363	2 266
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(268)	(287)
Perte de valeur	(153)	(109)
Autres produits et charges non courants	(202)	(103)
Résultat opérationnel	1 740	1 767
Charges financières	(120)	(118)
Produits financiers	198	101
Coût de l'endettement financier net	78	(17)
Réévaluation des compléments de prix sur acquisitions	12	(2)
Autres charges et produits financiers	(99)	(100)
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	1 731	1 648
Impôt sur le résultat	(415)	(431)
Résultat net des entreprises consolidées	1 316	1 217
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	6	5
Résultat net	1 322	1 222
Dont :		
• Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	10	-
• Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	1 312	1 222
Données par action (en euros) – Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe		
Nombre d'actions	250 706 485	250 972 110
Bénéfice net par action	5,23	4,87
Nombre d'actions dilué	253 999 363	253 605 167
Bénéfice net par action – dilué	5,17	4,82

(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)	2023	2022
Résultat net de la période (a)	1 322	1 222
Éléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat		
• Réévaluation du passif net relatif aux régimes à prestations définies	12	42
• Impôts différés relatifs aux éléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat	(3)	(10)
Éléments du résultat global susceptibles d'être reclassés en résultat		
• Réévaluation des instruments de couverture	34	(21)
• Écarts de conversion de consolidation	(390)	311
Total des autres éléments du résultat global (b)	(347)	322
Résultat global de la période (a) + (b)	975	1 544
Dont :		
• Résultat global de la période attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	4	-
• Résultat global de la période attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	971	1 544



Bilan consolidé

(en millions d'euros)	31 décembre 2023	31 décembre 2022
Actif		
Goodwill	12 422	12 546
Immobilisations incorporelles nettes	958	1 247
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	1 614	1 753
Immobilisations corporelles nettes	596	610
Impôts différés actifs	212	186
Titres mis en équivalence	46	55
Autres actifs financiers	316	394
Actifs non courants	16 164	16 791
Stocks et en-cours de production	341	327
Clients et comptes rattachés	13 400	12 089
Actifs sur contrats	1 297	1 149
Autres créances et actifs courants	1 264	926
Trésorerie et équivalents de trésorerie	4 250	4 616
Actifs courants	20 552	19 107
Total de l'actif	36 716	35 898
Passif		
Capital	102	102
Réserves consolidées, part du Groupe	9 686	9 533
Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe (part du Groupe)	9 788	9 635
Participations ne donnant pas le contrôle	(40)	(35)
Total capitaux propres	9 748	9 600
Dettes financières à plus d'un an	2 462	2 989
Obligations locatives à plus d'un an	1 992	2 197
Impôts différés passifs	98	219
Engagements de retraites et autres avantages à plus d'un an	265	244
Provisions à long terme	319	260
Passifs non courants	5 136	5 909
Fournisseurs et comptes rattachés	17 077	15 660
Passifs sur contrats	513	549
Dettes financières à moins d'un an	726	627
Obligations locatives à moins d'un an	360	360
Dettes d'impôts sur les sociétés	378	486
Engagements de retraites et autres avantages à moins d'un an	21	20
Provisions à court terme	255	271
Autres dettes et passifs courants	2 502	2 416
Passifs courants	21 832	20 389
Total du passif	36 716	35 898



Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	2023	2022
Flux de trésorerie liés à l'activité		
Résultat net	1 322	1 222
Neutralisation des produits et charges calculés :		
Impôt sur le résultat	415	431
Coût de l'endettement financier net	(78)	17
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(1)	103
Dotations aux amortissements et pertes de valeur	903	931
Rémunérations fondées sur des actions	85	64
Autres produits et charges calculés	79	86
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	(6)	(5)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	7	3
Impôt payé	(669)	(430)
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	(9)	(5)
Flux net de trésorerie liés à l'activité (I)	2 048	2 417
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement		
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(180)	(198)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	2	4
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	13	11
Acquisitions de filiales	(194)	(523)
Cessions de filiales	11	(43)
Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissement (II)	(348)	(749)
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement		
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(726)	(603)
Dividendes versés aux participations ne donnant pas le contrôle	(9)	(4)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	5	-
Remboursement des emprunts	(502)	(10)
Remboursement des obligations locatives	(344)	(317)
Intérêts payés sur obligations locatives	(79)	(87)
Intérêts financiers payés	(99)	(101)
Intérêts financiers encaissés	192	84
Rachats de participations ne donnant pas le contrôle	(4)	(3)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et exercice de BSA	(189)	41
Flux net de trésorerie liés aux opérations de financement (III)	(1 755)	(1 000)
Incidence des variations de taux de change (IV)	(311)	300
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	(366)	968
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	4 616	3 659
Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	(1)	(12)
Trésorerie à l'ouverture (V)	4 615	3 647
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	4 250	4 616
Soldes créditeurs de banques à la clôture	(1)	(1)
Trésorerie à la clôture (VI)	4 249	4 615
Variation de la trésorerie consolidée (VI – V)	(366)	968
(1) Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité		
Variation des stocks et en-cours de production	(22)	(46)
Variation des créances clients et autres créances	(2 303)	(710)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	2 316	751
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(9)	(5)



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		Total capitaux propres
							attribuables aux propriétaires de la société mère	Participations ne donnant pas le contrôle	
251 992 065	31 décembre 2022	102	4 037	5 324	85	87	9 635	(35)	9 600
	Résultat net			1 312			1 312	10	1 322
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts			114	(384)	(71)	(341)	(6)	(347)
	Total des produits et charges de la période	-	-	1 426	(384)	(71)	971	4	975
-	Dividendes		(701)	(25)			(726)	(9)	(735)
1 545 833	Rémunérations fondées sur des actions nettes d'impôts			102			102		102
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle			(5)			(5)		(5)
-	Exercices de bons de souscription d'actions (Achats)/Ventes d'actions propres			(189)			(189)		(189)
250 574 493	31 décembre 2023	102	3 336	6 633	(299)	16	9 788	(40)	9 748
249 600 509	31 décembre 2021	101	4 581	4 056	(226)	76	8 588	(33)	8 555
	Résultat net			1 222			1 222	-	1 222
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts				311	11	322	-	322
	Total des produits et charges de la période	-	-	1 222	311	11	1 544	-	1 544
-	Dividendes		(559)	(44)			(603)	(4)	(607)
246 225	Rémunérations fondées sur des actions nettes d'impôts			66			66		66
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle			(1)			(1)	2	1
603 226	Exercices de bons de souscription d'actions (Achats)/Ventes d'actions propres	1	15				16		16
1 542 105				25			25		25
251 992 065	31 décembre 2022	102	4 037	5 324	85	87	9 635	(35)	9 600



Bénéfice net par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)		2023	2022
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA			
Résultat net part attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	A	1 312	1 222
Impact des instruments dilutifs :			
• Économies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt		-	-
Résultat net part du Groupe – dilué	B	1 312	1 222
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA			
Nombre d'actions au 1 ^{er} janvier		254 311 860	253 462 409
Actions créées sur l'exercice		-	393 965
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(3 605 375)	(2 884 264)
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	C	250 706 485	250 972 110
Impact des instruments dilutifs :			
• Actions gratuites et stock-options dilutifs ⁽¹⁾		3 292 878	2 633 057
Nombre d'actions – dilué	D	253 999 363	253 605 167
(en euros)			
Bénéfice net par action	A/C	5,23	4,87
Bénéfice net par action – dilué	B/D	5,17	4,82

(1) Seuls les stock-options 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 31 décembre 2023, il n'existe plus de stock-options restant à exercer.



Bénéfice net courant par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)		2023	2022
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾			
Résultat net part du Groupe		1 312	1 222
Éléments exclus :			
• Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt		199	215
• Perte de valeur ⁽²⁾ , nette d'impôt		115	80
• Principales plus ou moins-values de cession et d'ajustement de juste valeur des actifs financiers, nets d'impôt		1	92
• Réévaluation des compléments de prix d'acquisition		(12)	2
• Accord Rosetta / Publicis Health LLC		152	-
Résultat net courant part du Groupe	E	1 767	1 611
Impact des instruments dilutifs :			
• Économies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt		-	-
Résultat net courant part du Groupe – dilué	F	1 767	1 611
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA			
Nombre d'actions au 1 ^{er} janvier		254 311 860	253 462 409
Actions créées sur l'exercice		-	393 965
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(3 605 375)	(2 884 264)
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	C	250 706 485	250 972 110
Impact des instruments dilutifs :			
• Actions gratuites et stock-options dilutifs		3 292 878	2 633 057
Nombre d'actions – dilué	D	253 999 363	253 605 167
(en euros)			
Bénéfice net courant par action ⁽¹⁾	E/C	7,05	6,42
Bénéfice net courant par action – dilué ⁽¹⁾	F/D	6,96	6,35

(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 et de l'accord Rosetta / Publicis Health, LLC.

(2) En 2023, ce montant inclut les pertes de valeur sur les écarts d'acquisition pour 6 millions d'euros et sur les droits d'utilisation relatifs aux contrats de location pour 109 millions d'euros. En 2022, les pertes de valeur correspondaient à 19 millions d'euros de pertes de valeur sur les écarts d'acquisition et 61 millions d'euros de pertes de valeur sur les droits d'utilisation relatifs aux contrats de location.