

Revenu du troisième trimestre 2017

19 octobre 2017

3^{ème} trimestre

| | |
|--|-----------------|
| Revenu 2017 | 2 264 M€ |
| Revenu 2016 | 2 315 M€ |
| Croissance publiée | -2,2% |
| Croissance à taux de change constants | +1,9% |
| Croissance organique | +1,2% |

Au 30 septembre

| | |
|--|-----------------|
| Revenu 2017 | 7 107 M€ |
| Revenu 2016 | 7 068 M€ |
| Croissance publiée | +0,6% |
| Croissance à taux de change constants | +0,8% |
| Croissance organique | +0,3% |



Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :

« Nous nous étions engagés à améliorer de manière séquentielle notre croissance organique au 3^{ème} trimestre par rapport au 2^{ème} trimestre. Cela a été le cas, malgré un taux de croissance légèrement meilleur qu'attendu au 2^{ème} trimestre. Après - 1,2 % au 1^{er} trimestre puis + 0,8 % au 2^{ème} trimestre, la croissance organique a été de + 1,2 % au 3^{ème} trimestre. Il s'agit d'un signe encourageant, dans un environnement qui reste difficile. Nous réalisons une bonne performance en Amérique du Nord avec une croissance organique de + 3,0 %, tirée par les gains de budgets des 12 derniers mois. L'Europe affiche un léger repli de 1,5 %, avec il est vrai, une base de comparaison très élevée de + 7,6 % au 3^{ème} trimestre 2016.

Le momentum a été porteur au cours du 3^{ème} trimestre, que ce soit en termes de new business ou de nouveaux talents ayant rejoint le Groupe. C'est la démonstration de notre attractivité et de la capacité de notre modèle à l'emporter sur tous les fronts et à convaincre les meilleurs que Publicis bâtit le futur.

Au cours de l'été, les marchés financiers ont été exposés à un flux continu de nouvelles négatives sur notre industrie. Mais, la réalité est que rien de tout cela n'est nouveau. Nous savons tous que notre industrie doit relever de nombreux défis. Les habitudes des consommateurs changent, le paysage médiatique est bouleversé, nous sommes confrontés à une nouvelle concurrence, alors que dans le même temps, nos clients doivent faire face depuis de nombreuses années à des difficultés en matière de croissance, de coûts et de confiance des consommateurs dans la valeur de leurs marques.

Chez Publicis, nous avons décidé que nous ne pouvions pas rester inactifs et nous nous sommes engagés à nous transformer pour le meilleur, avec rigueur et ambition.

Avec l'acquisition de Sapient, nous avons apporté la technologie au cœur de la transformation de nos clients. Avec « The Power of One », nous avons cassé les silos, nous permettant d'offrir une solution « end-to-end » unique, intégrant le consulting, la technologie, la créativité, les médias, le digital, et évidemment la data comme colonne vertébrale, de façon homogène et intégrée. Au cours des quatre derniers mois, nous avons accéléré l'exécution de notre stratégie en faisant évoluer notre modèle, en passant du rôle de partenaire de la communication de nos clients à celui de partenaire privilégié plus global de leur transformation, en nous transformant nous-mêmes en plateforme avec nos talents comme principaux atouts.

Nous commençons à voir les premières améliorations mais nous savons que le chemin est encore long, car le changement est profond et notre marché très volatile. C'est pourquoi, malgré ces signes encourageants, nous demeurons à la fois prudents et déterminés à gagner.

Nous sommes convaincus de notre position de marché sans égal et de notre capacité à accompagner nos clients en « marketing transformation » et en « digital business transformation ». Nous sommes déterminés à mener à bien notre propre transformation, ce qui devrait contribuer à une amélioration significative de notre croissance organique et de notre performance financière.

Je vous donne rendez-vous pour notre « investor day » le 20 mars 2018. »



REVENU DU TROISIEME TRIMESTRE 2017

Le revenu consolidé de Publicis Groupe pour le 3^{ème} trimestre 2017 est de 2 264 millions d'euros comparé à 2 315 millions d'euros en 2016, en recul de 2,2 %. Les variations des taux de change ont un impact négatif de 93 millions d'euros, soit 4,0 % du revenu du 3^{ème} trimestre 2016. Les acquisitions (nettes de cessions) ont contribué à hauteur de 16 millions d'euros au revenu du 3^{ème} trimestre 2017 soit 0,7 % du revenu du 3^{ème} trimestre 2016. La croissance à taux de change constant est de + 1,9 %.

La croissance organique est de + 1,2 % au 3^{ème} trimestre 2017. Comme escompté, elle est en amélioration par rapport à la progression de +0,8 % enregistrée au 2^{ème} trimestre. Le Groupe bénéficie de la contribution croissante des budgets gagnés depuis le 2^{ème} trimestre 2016, dont Walmart, USAA, Asda, Motorola et Lowe's. Comme annoncé, la croissance reste affectée par la restructuration de SapienRazorfish et l'impact sur le revenu de l'arrêt des contrats non rentables.

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

| <i>En millions d'euros</i> | Revenu | | Croissance organique | Croissance publiée |
|--------------------------------|--------------|--------------|-------------------------|-----------------------|
| | T3 2017 | T3 2016 | | |
| Europe | 626 | 643 | -1,5% | -2,6% |
| Amérique du Nord | 1 235 | 1 254 | +3,0% | -1,5% |
| Asie Pacifique | 245 | 261 | -3,1% | -6,1% |
| Amérique Latine | 88 | 89 | +2,0% | -1,1% |
| Moyen Orient / Afrique | 70 | 68 | +9,7% | +2,9% |
| Total | 2 264 | 2 315 | +1,2% | -2,2% |

REVENU AU 30 SEPTEMBRE 2017

Le revenu consolidé de Publicis Groupe à fin septembre 2017 est de 7 107 millions d'euros comparé à 7 068 millions d'euros en 2016, en progression de 0,6 %. Les variations des taux de change ont un impact négatif de 17 millions d'euros, soit 0,2 % du revenu des neuf premiers mois de 2016. Les acquisitions (nettes de cessions) ont contribué à hauteur de 38 millions d'euros au revenu à fin septembre 2017 soit 0,5 % du revenu des neuf premiers mois de 2016. La croissance à taux de change constant est de + 0,8 %.

La croissance organique est de + 0,3 % au 30 septembre 2017.



Répartition du revenu à fin septembre par zone géographique

| <i>En millions d'euros</i> | Revenu | | Croissance organique | Croissance publiée |
|--------------------------------|--------------|--------------|-------------------------|-----------------------|
| | 9M 2017 | 9M 2016 | | |
| Europe | 2 003 | 1 992 | +2,4% | +0,6% |
| Amérique du Nord | 3 879 | 3 874 | -0,8% | +0,1% |
| Asie Pacifique | 756 | 764 | -2,0% | -1,0% |
| Amérique Latine | 262 | 241 | +3,0% | +8,7% |
| Moyen Orient / Afrique | 207 | 197 | +3,6% | +5,1% |
| Total | 7 107 | 7 068 | +0,3% | +0,6% |

L'Europe affiche une progression de 0,6 %. Hors impact des acquisitions et des taux de change, la croissance organique est de + 2,4 %. Il faut souligner la bonne tenue de l'activité en France (+ 2,4 %) et le très bon dynamisme du Royaume-Uni et de l'Italie (respectivement + 6,2 % et + 8,8 %). L'Allemagne est en recul de 5,0 % avec une base de comparaison particulièrement défavorable en 2016. Au cours du 3^{ème} trimestre 2017, l'Europe affiche une croissance organique de - 1,5 % après une progression de + 4,3 % à fin juin. Outre l'impact de quelques pertes de budgets, ce recul est à mettre en perspective d'une base de comparaison difficile puisque, pour mémoire, la croissance était proche de 8 % au 3^{ème} trimestre 2016. A cet égard, les principaux pays de la zone sont en net ralentissement par rapport à fin juin.

L'Amérique du Nord affiche une croissance organique de + 3,0 % au 3^{ème} trimestre 2017 en accélération par rapport à la croissance de + 0,2 % enregistrée au 2^{ème} trimestre avec la montée en puissance des budgets gagnés depuis l'été 2016 (dont Lowe's, Walmart, USAA) et l'effet des gains de début d'année (notamment MolsonCoors et FirstNet), en partie compensée par les difficultés issues du secteur FMCG. Comme annoncé, la croissance reste néanmoins affectée par la restructuration de SapientRazorfish et l'impact sur le revenu de l'arrêt des contrats non rentables. Sur les neuf premiers mois de 2017, la croissance organique reste négative à - 0,8 %. Le revenu est en croissance de 0,1 % sur une base publiée.

L'Asie Pacifique est en baisse de 1,0 % et en recul de 2,0 % sur une base organique. La Chine n'est en progression que de 0,4 % en raison des difficultés rencontrées par une agence sous revue stratégique. L'activité à Singapour progresse de 9,5 %. En Inde, l'activité se consolide : après une croissance de 0,4 % au 1^{er} trimestre et de 13,0 % au 2^{ème} trimestre, elle progresse encore de 3,9 % au 3^{ème} trimestre 2017.

L'Amérique Latine est en progression de 8,7 % et de + 3,0 % sur une base organique. Les activités au Brésil sont en recul de 0,8 % à fin septembre à comparer à + 1,0 % à fin juin, en raison de la base de comparaison défavorable que constituent les Jeux Olympiques de Rio en 2016. Le Mexique maintient un rythme de croissance soutenue (+ 12,2 %).



Le Moyen Orient et l'Afrique progressent de 5,1 % et de 3,6 % sur une base organique.

ENDETTEMENT FINANCIER NET

L'endettement financier net s'établit à 2 291 millions d'euros au 30 septembre 2017 (soit un ratio Dette nette / fonds propres de 0,41) à comparer à 1 244 millions d'euros au 31 décembre 2016. La dette nette moyenne du Groupe à fin septembre 2017 s'élève à 2 066 millions d'euros contre 2 443 millions d'euros à fin septembre 2016.

FAITS MARQUANTS AU 30 SEPTEMBRE 2017

Gouvernance et nominations

Depuis le 1er juin 2017, Maurice Lévy a rejoint le Conseil de Surveillance et en assure la Présidence. Arthur Sadoun préside un Directoire enrichi par l'arrivée de Steve King, CEO de Publicis Media, et qui a rejoint à cette date Jean-Michel Etienne, Directeur général adjoint en charge des finances, et Anne-Gabrielle Heilbronner, Secrétaire général.

Depuis le 24 août 2017, en plus de ses responsabilités actuelles, Anne-Gabrielle Heilbronner, supervise la RSE et le Women's Forum for Economy and Society. Ce forum, siégeant à Paris et dont Publicis Groupe est actionnaire majoritaire, est la tribune mondiale de référence pour faire entendre la voix des femmes sur des questions socio-économiques majeures. En résonance parfaite avec l'engagement de Publicis Groupe pour la diversité et la créativité, le Women's Forum for the Economy and Society se veut la vitrine du talent et de la créativité au féminin tout en encourageant la coopération internationale. Le Women's Forum Global Meeting, son événement phare qui regroupe plus de 1 500 participants et se tient chaque année en France, est devenu un rendez-vous incontournable du calendrier des conférences internationales. Le prochain Meeting aura lieu à Paris les 5 et 6 octobre 2017. Le Women's Forum est un des éléments de l'action déterminée de Publicis Groupe dans le domaine de la RSE. Fidèle à ses valeurs, Publicis Groupe souhaite promouvoir des standards toujours plus exigeants en matière de diversité, de transparence des pratiques et de protection des données personnelles avec l'ambition d'offrir des solutions innovantes et dont l'impact sociétal est positif.

Véronique Weill a rejoint Publicis Groupe en tant que General Manager, avec la responsabilité de Re:Sources, de l'informatique, de l'immobilier, des assurances et des fusions et acquisitions. Véronique a passé 21 ans chez JPMorgan, principalement aux Etats-Unis, où elle était en charge des opérations et de l'informatique au niveau mondial, avant de rejoindre Axa en 2006. Elle s'y est notamment occupée au sein du comité de direction, des opérations, de la technologie, du digital, du marketing et de l'innovation. En tant que Chief Operating Officer puis Chief Customer Officer d'Axa, elle a contribué à en faire une des premières marques d'assurance mondiale.



Emmanuel André a rejoint le Groupe au poste nouvellement créé de Chief Talent Officer (CTO). Basé à New York, Emmanuel André est en charge de la gestion et du recrutement des talents et collabore directement avec les CEO et CTO des 4 pôles de Solutions du Groupe, ces derniers étant directement placés sous sa responsabilité. Il supervise également l'ensemble des programmes de formation et de développement du Groupe. Il rejoint également le Management Committee et reporte directement à Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe. Président International de TBWA\Worldwide, Emmanuel André a conduit au niveau global du réseau la stratégie RH et couvert les domaines clés de la formation, du développement professionnel, du recrutement de talents et plus largement de la culture d'entreprise. Il a débuté sa carrière dans la publicité en 1993 et a occupé plusieurs postes au sein de TBWA à Paris puis à Hong Kong et à New York.

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

Publicis Groupe s'est doté de deux nouveaux comités de direction en plus du Directoire. Le premier, l'Executive Committee, a la responsabilité de conduire la transformation du Groupe et se réunit tous les mois. Il est composé des membres du Directoire ainsi que de :

- Chip Register, Co-CEO, Publicis.Sapient
- Carla Serrano, Chief Strategy Officer, Publicis Groupe
- Nigel Vaz, Digital Business Transformation Lead, Publicis Groupe, et CEO EMEA & APAC, Publicis.Sapient
- Véronique Weill, General Manager, Publicis Groupe
- Alan Wexler, Co-CEO, Publicis.Sapient

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

- Valérie Beauchamp, EVP Business Development, Publicis Groupe
- Emmanuel André, Chief Talent Officer,, Publicis Groupe
- Justin Billingsley, COO Publicis Communications
- Agathe Bousquet, Présidente France, Publicis Groupe
- Gerry Boyle, CEO APAC, Publicis Media
- Andrew Bruce, CEO North America, Publicis Communications
- Nick Colucci, CEO, Publicis Health
- Lisa Donohue, CEO, Publicis Spine
- Tim Jones, CEO North America, Publicis Media



- Loris Nold, COO Publicis Communications
- Rishad Tobaccowala, Chief Growth Officer, Publicis Groupe
- Alexandra Von Plato, Group President, Publicis Health
- Jarek Ziebinski, CEO, Publicis One

Le 27 septembre 2017, Publicis Groupe a annoncé qu'Annette King sera nommée CEO de Publicis Groupe au Royaume-Uni. Annette reportera directement à Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe, et rejoindra le Management Committee. Dans son rôle de CEO de Publicis Groupe UK, Annette supervisera toutes les activités du Groupe sur ce marché, de Publicis Communications, à Publicis Media, Publicis.Sapient et Publicis Health. Elle aura la responsabilité de mettre en œuvre la vision du Groupe de devenir le partenaire indispensable de ses clients dans leur transformation. Pour atteindre cet objectif, elle pourra compter sur le soutien de Steve King qui a accepté d'être Executive Sponsor. Annette rejoindra Publicis Groupe après 17 ans passées chez Ogilvy Group (WPP Group) où elle a occupé successivement 8 positions différentes, de « client lead » pour American Express sur la zone EMEA à Managing Director pour Ogilvy Interactive, et de New Business Director pour OgilvyOne à son dernier poste en tant que CEO de Ogilvy Group au Royaume-Uni.

Croissance externe

En janvier 2017, Publicis Communications a acquis au travers de Leo Burnett deux agences dans le numérique, : The Abundancy et Ardent. Ces agences compléteront les compétences de Leo Burnett dans la data, la création et la technologie. Ardent fournit une technologie propriétaire qui utilise la data pour comprendre le comportement des consommateurs et anticiper leurs besoins en matière de consommation. The Abundancy transforme ces résultats en contenus adaptés de dernière génération. Ensemble, elles comptent 60 employés qui ont rejoint les équipes de Leo Burnett désormais dirigé par Andrew Swinand aux Etats-Unis.

En juillet 2017, Publicis Communications a annoncé l'acquisition de The Herd Agency, qui compte parmi les agences australiennes les plus importantes et récompensées. Cette acquisition permet à Publicis Communications d'offrir à ses clients une gamme élargie de services en relations publiques parmi lesquelles la stratégie, les affaires publiques, le « earned media », les relations investisseurs, les campagnes intégrées, la communication de crise, les réseaux sociaux et le contenu marketing. The Herd Agency sera rattachée à MSLGroup en Australie.

En août 2017, Prodigious, la plateforme de production de Publicis Communications a annoncé l'acquisition de Translate Plus, un fournisseur global de services linguistiques expert en transcréation. La transcréation est l'adaptation complète du message de marque d'un produit ou d'une publicité pour un marché cible, et s'insère au sein des grandes campagnes de publicité mondiale. Créé en 2008, Translate Plus emploie plus de 130 personnes dans 10 bureaux internationaux à Londres, aux Pays-Bas, en Allemagne, au Danemark, en Suède, Italie, Bulgarie, Washington DC, Chine et au Japon. Son portefeuille de clients comprend Mondelez, Porsche Consulting, Reckitt Benckiser, Rentalcars et Ricoh.



Finance

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

Au terme du contrat, 5 000 000 d'actions ont été acquises à un prix d'achat moyen de 64,69 euros (64,89 euros en incluant la taxe sur les transactions financières).

PERSPECTIVES

Les neuf premiers mois de l'année 2017 ont mis en évidence des signes encourageants avec d'une part, le retour à une croissance organique positive au 2^{ème} trimestre qui, comme nous l'anticipions, s'est légèrement amplifiée au 3^{ème} trimestre, et d'autre part, le maintien d'un momentum favorable de gains de budgets au cours des derniers mois, tels que Diesel, Southwest, Lionsgate et McDonald's.

L'amélioration de la croissance organique est la première priorité du Groupe et les chantiers sont encore nombreux. L'ambition est d'afficher des taux de croissance supérieurs à ceux de nos concurrents, en devenant le leader de la transformation marketing et digitale. Quatre actions concrètes ont été lancées pour parvenir à cette fin : faire de notre modèle une réalité pour l'ensemble de nos clients, bénéficier de notre avantage concurrentiel dans la technologie et le consulting, simplifier notre organisation pour une plus grande efficacité, mettre en place une culture d'entreprise pour retenir et attirer les meilleurs talents. Sur ce dernier point, des avancées ont eu lieu au cours du 3^{ème} trimestre avec, notamment l'arrivée d'Emmanuel André en tant que Chief Talent Officer, et l'annonce de celle d'Annette King en tant que CEO de Publicis UK.

Nous anticipons une amélioration de la croissance organique au deuxième semestre 2017 par rapport à celle enregistrée au premier semestre. A plus long terme, les objectifs sont connus : accélérer la croissance et améliorer l'efficacité. Le Groupe est au début de la mise en œuvre d'un plan d'actions par les nouvelles équipes de management. Un point détaillé et concret sera communiqué dans les prochains mois.

* *



Avertissement

Certaines informations autres qu'historiques contenues dans le présent document sont susceptibles de constituer des déclarations prospectives ou des prévisions financières non auditées. Ces déclarations prospectives et prévisions sont sujettes à des risques et des aléas pouvant se traduire, ultérieurement, par des données réelles substantiellement différentes. Ces déclarations prospectives et prévisions sont présentées à la date du présent document et Publicis Groupe n'assume aucune obligation quant à leur mise à jour du fait d'informations ou d'événements nouveaux ou de toute autre raison autre que les réglementations applicables. Publicis Groupe vous invite à prendre connaissance avec attention des informations relatives aux facteurs de risque susceptibles d'affecter son activité telles que figurant dans son Document de Référence déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF), consultable notamment sur le site de Publicis Groupe (www.publicisgroupe.com), y compris une conjoncture économique défavorable, un secteur extrêmement concurrentiel, la possibilité que nos clients remettent nos contrats en cause très rapidement, le fait qu'une part non négligeable des revenus du Groupe provienne de clients importants, les conflits d'intérêts entre annonceurs d'un même secteur, la dépendance du Groupe envers ses dirigeants et ses collaborateurs, les lois et réglementations s'appliquant aux métiers du Groupe, des actions judiciaires engagées contre le Groupe au motif que certains messages publicitaires seraient mensongers ou trompeurs ou que les produits de certains clients se révéleraient défectueux, la stratégie de développement par acquisition d'entreprises, la dépréciation des écarts d'acquisition et des actifs inscrits au bilan du Groupe, la présence du Groupe dans les marchés émergents, l'exposition au risque de liquidité, une baisse de la notation officielle du Groupe, et l'exposition aux risques de marché financier.

À propos de Publicis Groupe – The Power of One

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est un leader mondial du marketing, de la communication et de la transformation digitale des entreprises, à travers l'alchimie de la créativité et de la technologie. Présent sur toute la chaîne de valeur du conseil à la création et la production, Publicis Groupe met au service de ses clients une organisation transversale, unifiée et fluide leur facilitant l'accès à l'ensemble de ses expertises dans le monde entier. Elle s'articule autour de quatre grands pôles, **Publicis Communications** (Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi, Leo Burnett, BBH, Marcel, Fallon, MSL, Prodigious), **Publicis Media** (Starcom, Zenith, Spark Foundry, Blue 449, Performics, DigitasLBi), **Publicis.Sapient** (SapientRazorfish, Sapient Consulting) et **Publicis Health**. L'ensemble de ces 4 pôles opèrent sur les principaux marchés mondiaux et sont relayés par Publicis One sur les autres. **Publicis One** sous un même toit rassemble l'ensemble des agences du Groupe et offre à nos clients l'intégralité des services disponibles. Le Groupe est présent dans plus de 100 pays et compte près de 80 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com | Twitter : [@PublicisGroupe](https://twitter.com/PublicisGroupe) | Facebook : www.facebook.com/publicisgroupe | LinkedIn : [Publicis Groupe](https://www.linkedin.com/company/publicis-groupe) | <http://www.youtube.com/user/PublicisGroupe> | *Viva la Difference!*

Contacts Publicis Groupe

| | | | |
|--------------------|--------------------------|-----------------------|--|
| Peggy Nahmany | Corporate Communications | + 33 (0)1 44 43 72 83 | peggy.nahmany@publicisgroupe.com |
| Jean-Michel Bonamy | Investor Relations | + 33 (0)1 44 43 77 88 | jean-michel.bonamy@publicisgroupe.com |
| Chi-Chung Lo | Investor Relations | + 33 (0)1 44 43 66 69 | chi-chung.lo@publicisgroupe.com |



Annexes

Calcul de la croissance organique

| <i>(en millions d'euros)</i> | T1 | T2 | T3 | 9 mois | Impact des taux de change au 30 septembre 2017 (en millions d'euros) | |
|---|---------------|---------------|--------------|--------------|---|-------------|
| Revenu 2016 | 2 291 | 2 462 | 2 315 | 7 068 | GBP ⁽²⁾ | (53) |
| Impact des taux de change ⁽²⁾ | 50 | 26 | (93) | (17) | USD ⁽²⁾ | 16 |
| Revenu 2016 au taux de change 2017 (a) | 2 341 | 2 488 | 2 222 | 7 051 | Autres | 20 |
| Revenu 2017 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b) | 2 314 | 2 507 | 2 248 | 7 069 | Total | (17) |
| Revenu des acquisitions ⁽¹⁾ | 14 | 8 | 16 | 38 | | |
| Revenu 2017 | 2 328 | 2 515 | 2 264 | 7 107 | | |
| Croissance organique (b/a) | -1,2 % | +0,8 % | +1,2% | +0,3% | | |

(1) Acquisitions (MercerBell, Vertiba, Seven Seconds, Insight Redéfini, Venus Communications, Arcade, Digitouch, PT Publicis Metro Indonesia, PT Indonesia Media Exchange, North Notch, Metadesign, Regicom, Ardent, The Abundancy, The Herd Agency, Ella Factory, SFR Studio, Translate Plus), nettes de cessions.

(2) EUR = USD 1,111 sur les neuf premiers mois de 2017 vs. USD 1,116 sur les neuf premiers mois de 2016
 EUR = GBP 0,872 sur les neuf premiers mois de 2017 vs. GBP 0,801 sur les neuf premiers mois de 2016



New Business : Principaux gains au 30 septembre 2017



Bradesco (Brésil), Petrobras (Brésil), eBay (France), Nokia (Afrique du Sud), Uber (Singapour), Singtel (Singapour), Marriott (USA), SNHU (USA), Chromebook (USA), Truecaller (Suède), Match.com (Meetic) (Pan-Europe), Great West Life (Canada), USAA (USA), AkzoNobel (Global), Culligan (water filtration/conditioning systems) (USA), Service Civique (France), Sunrise (Suisse), Britvic (Royaume-Uni), Asics (Global), Anheuser-Busch InBev (USA)



20th Century Fox (Australie), Aldi Stores Limited (Australie), Coty Luxury (Danemark), Ego (Australie), Expedia (Singapour), KFC (USA), Lowe's (USA), Mattel (USA), Merck (EMEA), Molson Coors (USA & UK), NBCF (National Breast Cancer Foundation) (USA), PartyPoker (Norvège), Royal Caribbean Cruises (Royaume-Uni), Singapore Tourism (Global), Southern Cross Travel Insurance (Australie), Bel Group (Global), Carpetright (Royaume-Uni), CCU (Compania de las Cervecerias Unidas) (Argentine), Coty Luxury (Norvège), Credit Suisse Group (Italie), Danks Hardware (Australie), Dubai Corporation for Tourism & Commerce Marketing (Moyen-Orient), Euroloan Consumer Finance (Pologne), Fondazione Ania (Italie), Grupa Allegro (Pologne), H&R Block (USA), JC Jeans & Clothes (Suède), Kolonial.no (Norvège), Luminous Power Technologies (Inde), Materialgruppen AB Kimberly-Clark (Suède), P&G (Royaume-Uni), PayU India (Inde), Procter & Gamble (Royaume-Uni & Ireland), ZTE Mobile (Inde), Alibaba (Tmall) (Chine), AOK-Bundesverband (Allemagne), Codorniu (Espagne), Cubus (Pays Nordiques), Cubus (Suède), Dressmann (Norvège), Fondazione Ania (Italie), Godrej & Boyce (Inde), Lenskart (Inde), Mattress Firm (USA), Profile Pensions (Royaume-Uni), R+V Versicherung AG (Allemagne), Southwest Airlines (USA), Storck (Allemagne), Telkom (Afrique du Sud)



Mattel (USA), Carnival Corporation (USA), FirstNet / AT&T Government Solutions (USA), Lyft (USA), GSK (USA), The Nature Conservancy (USA), Intermarche (France), Oshawa (Canada), W.L. Gore & Associates (Allemagne), British Gas (Royaume-Uni), McDonalds Corporation (USA), McDonalds Deutschland LLC (Allemagne)



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



(République Tchèque), Silvano (République Tchèque), VISA (République Tchèque), Kraft/Heinz (République Tchèque), Vileda (République Tchèque), SAB Miller (République Tchèque), Plzensky prazdroj, s.r.o. (République Tchèque), Generali (République Tchèque & Slovaquie), Cordblood (Slovaquie), Unicef (Serbie), Momondo (Turquie), Yaşar Holding (Turquie), Visa (Turquie), Nestle (Grèce), Delacre (Belgique), Recticel (Belgique), ING Sprinters (Pays-Bas), ASR (Pays-Bas), JVH Gaming (Pays-Bas), Charlie Temple (Pays-Bas), Binck Bank (Pays-Bas), Nutricia (Pays-Bas), Expedia (Malaisie), Singapore Tourism Board (Thaïlande), Inbev (Colombie & Pérou)



Novartis (USA), Genentech (USA), Shire (USA), Adapt (USA), AMAG (USA), Sunovion (USA), Clinigen Group (Global), Purdue (USA), Merck & Co (USA), Intarcia Therapeutics (USA), Flexion Therapeutics (USA), AbbVie (USA), Ipsen (USA), Emmaus Life Sciences (USA), Ultragenyx Pharmaceutical (USA), AcelRx Pharmaceuticals (USA), Merck KGaA (USA), AstraZeneca (USA), Hospital Corporation of America (USA), Stryker Corporation (USA), Swanson Health Products (USA), Roche (Royaume-Uni).



Communiqués de Presse 2017

- 09-01-2017 Publicis Communications : Nomination chez Leo Burnett USA et acquisitions de deux agences dans le numérique
- 11-01-2017 Publicis Communications : Nomination chez Saatchi & Saatchi ; Robert Senior quitte le groupe
- 18-01-2017 Publicis One : Nomination au Japon
- 19-01-2017 Publicis One : Nomination en Turquie
- 26-01-2017 Gouvernance de Publicis Groupe
- 01-02-2017 Publicis Communications : Nomination pour la région Nordics
- 03-02-2017 Publicis.Sapient : Nomination chez DigitasLBi ; Luke Taylor quitte le groupe
- 07-02-2017 Nomination de Laurent Carozzi en tant que *Chief Performance Officer* de Publicis Groupe
- 09-02-2017 Résultats annuels 2016
- 21-02-2017 Viva Technology : 2^{ème} édition les 15, 16 et 17 juin 2017
- 13-03-2017 Modalités du contrat de rachat d'actions
- 16-03-2017 Publicis.Sapient : lancement de l'offre intégrée de SapientRazorfish
- 22-03-2017 Partenariat entre Publicis Groupe et Microsoft
- 18-04-2017 Nomination d'Agathe Bousquet, Présidente du Groupe en France
- 20-04-2017 Revenu du premier trimestre 2017
- 09-05-2017 Nomination de Céline Fronval en tant que Directeur Juridique Groupe
- 31-05-2017 Assemblée Générale Mixte
- 14-06-2017 Publicis Groupe renforce son management avec deux nominations clés et la création de deux nouveaux comités de direction
- 19-06-2017 Publicis Groupe annonce un partenariat avec Alibaba / Uni Marketing en Chine
- 20-06-2017 Publicis Groupe crée la première plateforme d'assistance professionnelle, fonctionnant sous intelligence artificielle et « *Machine Learning* »
- 20-07-2017 Résultats du premier semestre 2017
- 24-07-2017 Publicis One : Nomination au Panama
- 04-08-2017 Acquisition de Translate Plus par Prodigious
- 21-08-2017 Nomination d'Emmanuel André en tant que *Chief Talent Officer* de Publicis Groupe
- 24-08-2017 Anne-Gabrielle Heilbronner, Membre du Directoire et Secrétaire Général, prend la RSE et le *Women's Forum for Economy and Society* sous sa responsabilité
- 20-09-2017 La prochaine édition de Viva Technology aura lieu du 24 au 26 mai 2018 à Paris



Définitions

EBITDA : 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.

Résultat net courant part du Groupe : Résultat net part du Groupe après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des principales plus ou (moins)-values de cession, de la réévaluation des earn-out.

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

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

Investissements (capex) : Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles nettes hors participations et autres actifs financiers.

ROCE (Return On Capital Employed) : Marge Opérationnelle après Impôt (calculée avec un taux d'impôt effectif) / Moyenne des capitaux employés. Les capitaux employés comprennent le goodwill Saatchi & Saatchi non reconnu dans les comptes consolidés IFRS.

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

Dette nette (ou dette financière nette) : Somme des dettes financières long et court terme et des dérivés de couverture associés, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie.

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

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