

Résultats annuels 2020

-
Une performance solide en 2020
qui démontre la force de notre modèle

3 février 2021

- Revenu net publié 2020 quasiment stable à -0,9%
- Croissance organique 2020 à -6,3%
- Croissance organique T4 au-dessus des attentes à -3,9%
- Retour à une croissance organique positive aux Etats-Unis à +0,5% au T4, avec Epsilon à +5,5%
- Taux de marge opérationnelle de 16,0%
- Free Cash Flow avant variation du besoin en fonds de roulement de près de 1,2 milliard d'euros
- Dividende 2020 proposé de 2,0€¹ par action, soit un taux de distribution de 46,8%
- Remboursement des baisses volontaires de salaire

Résultats 2020

(millions d'euros)	2020	2020 vs 2019
Revenu net	9 712	-0,9%
<i>Croissance organique</i>		-6,3%
EBITDA	2 158	-3,9%
Marge opérationnelle	1 558	-6,1%
<i>Taux de marge opérationnelle</i>	16,0%	-90 pdb
Résultat net courant part du groupe	1 034	-13,0%
Bénéfice courant par action dilué (euros)	4,27	-14,9%
Free Cash Flow avant variation du BFR	1 190	-5,0%

T4 2020

Revenu net	2 595 M€
Croissance publiée	-9,6%
Croissance organique	-3,9%

¹ Proposé à l'Assemblée Générale des Actionnaires le 26 mai 2021



Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe :

“ En 2020, dans un contexte difficile, Publicis enregistre une performance solide grâce à sa transformation.

Nos investissements de long terme dans la data et la technologie, notre modèle-pays et notre plateforme Marcel, nous ont permis de bien résister dans cette année de crises multiples, en limitant la baisse de nos revenus et en maintenant les meilleurs indicateurs financiers de l'industrie.

Nous surperformons le marché avec une croissance publiée de -0,9% et une croissance organique de -6,3% pour l'année. Au quatrième trimestre, nous sommes au-dessus de nos attentes et de celles du marché avec une croissance organique de -3,9%.

Ces résultats reflètent notre capacité à capturer l'évolution des investissements de nos clients vers les canaux digitaux, l'e-commerce et le direct-to-consumer, qui s'est encore accélérée cette année. Ceci est particulièrement notable aux États-Unis, où Epsilon est en hausse de 5,5% au quatrième trimestre, ce qui permet à notre principal pays de renouer avec une croissance organique légèrement positive. Cela a aussi été le cas pour Publicis Sapient.

En 2020, nous avons également gagné des parts de marché. Le revenu net sur nos 200 plus grands clients progresse de 1,8%, et nous enregistrons des gains de nouveaux contrats tels que Kraft-Heinz, Reckitt Benckiser, Pfizer, Visa, L'Oréal en Chine, TikTok et Sephora.

Enfin, nous publions à nouveau les meilleurs ratios financiers de notre industrie avec un taux de marge de 16% et un free cash-flow de près de 1,2 milliard d'euros. Ceci en réduisant notre dette de manière significative à environ 800 millions d'euros à la fin de l'année.

Compte tenu de ces résultats solides, nous proposerons un dividende de 2€ à la prochaine Assemblée générale en mai, soit légèrement inférieur à son niveau pré-pandémie, pour un taux de distribution de 46,8%.

Il est important de noter que cette performance a été atteinte alors même que nous avons décidé de ne faire appel à aucune aide de l'Etat français.

Dès le début de la crise, quand nous avons réalisé à quel point cette pandémie serait dévastatrice, nous avons agi rapidement pour nous y adapter. Cela s'est traduit par des baisses volontaires de salaire de la part d'environ 6 000 de nos managers et la mise en place de nouveaux objectifs pour le reste de l'année. Grâce à la performance collective de nos équipes, d'autant plus remarquable dans cette période difficile, nous avons été en mesure de publier des résultats au dessus de la



moyenne de l'industrie. Ceci nous permet à la fois de rembourser les baisses de salaire et d'augmenter l'enveloppe des rémunérations variables.

Je souhaite remercier toutes nos équipes pour leurs efforts extraordinaires et nos clients pour leur confiance et leur collaboration.

Il est maintenant évident que la crise ne s'est pas terminée avec l'année 2020. Le monde va continuer à subir les conséquences sociales et économiques de la pandémie. Nous abordons donc cette année avec le même esprit combatif que celui qui nous a animé ces derniers mois. Nous allons redoubler d'efforts pour continuer à prendre soin de la santé physique et mentale de nos collaborateurs, aider nos clients à gagner dans un monde dominé par les plateformes et accroître encore notre efficacité.

Notre transformation nous a permis de bien résister dans la tempête l'année dernière. Nous sommes lucides sur les challenges à venir, mais grâce à nos actifs, notre modèle, nos équipes et nos clients, nous sommes confiants quant à notre capacité à sortir renforcés de cette crise. »

*

*

*



Le Conseil de surveillance de Publicis Groupe, réuni le 2 février 2021 sous la présidence de Monsieur Maurice Lévy, a examiné les résultats annuels 2020, présentés par Monsieur Arthur Sadoun, Président du Directoire.

CHIFFRES CLES

<i>En millions d'euros, à l'exception des données par action et des %</i>	2020	2019	2020 vs. 2019
Données extraites du compte de résultat et du tableau de flux de trésorerie			
Revenu net	9 712	9 800	-0,9%
Revenu des coûts refacturables	1 076	1 201	-10,4%
Revenu	10 788	11 001	-1,9%
EBITDA	2 158	2 245	-3,9%
<i>En % du revenu net</i>	22,2%	22,9%	-70 bps
Marge opérationnelle hors coûts de transaction ⁽¹⁾	1 558	1 699	-8,3%
<i>En % du revenu net</i>	16,0%	17,3%	-130 bps
Marge opérationnelle	1 558	1 659	-6,1%
<i>En % du revenu net</i>	16,0%	16,9%	-90 bps
Résultat opérationnel	983	1 267	-22,4%
Résultat net part du groupe	576	841	-31,5%
Bénéfice par action	2,40	3,59	-33,1%
Bénéfice courant par action, dilué ⁽²⁾	4,27	5,02	-14,9%
Dividende par action ⁽³⁾	2,00	1,15	+73,9%
Free cash-flow avant variation du BFR	1 190	1 253	-5,0%
En millions d'euros, Données extraites du bilan			
	31 12 2020	31 12 2019	
Total de l'actif	30 161	32 659	-7,6%
Capitaux propres, part du Groupe	7 182	7 401	-2,9%
Endettement financier net (trésorerie nette)	833	2 713	-69,3%

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

(2) Résultat net part du Groupe après élimination des pertes de valeur, des dépenses liées au plan de restructuration 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, des coûts liés au débouclage anticipé de swaps croisés de taux-devises (en 2020), de la réévaluation des earn-out et des frais d'acquisition Epsilon (en 2019), divisé par le nombre moyen d'actions sur une base diluée.

(3) Soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale du 26 mai 2021.

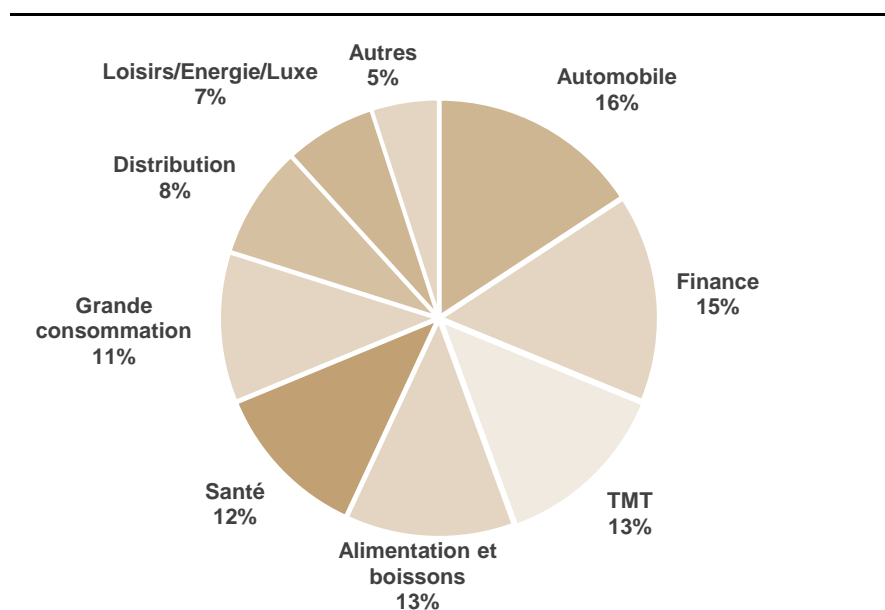


REVENU NET DE L'ANNEE 2020

Le revenu net de Publicis Groupe en 2020 est de 9 712 millions d'euros, en baisse de 0,9% par rapport à 9 800 millions d'euros en 2019. Les variations de taux de change ont un effet négatif de 219 millions d'euros. Les acquisitions (nettes de cessions) ont contribué pour 729 millions d'euros sur le revenu net, la majeure partie étant liée à l'acquisition d'Epsilon.

L'année 2020 a été dans son ensemble impactée par les effets de la pandémie du Covid-19, qui s'est étendue à partir du mois de mars. Grâce à sa transformation, le Groupe a enregistré une performance résiliente, avec une croissance organique de -6,3%, qui a été notamment portée par ses activités aux Etats-Unis (croissance organique de -2,0%). La pandémie a commencé à avoir un impact à la fin du premier trimestre, ce qui a entraîné un point bas en terme de croissance organique au deuxième trimestre (-13,0%) à la suite des mesures de confinement mises en place par les gouvernements dans différentes zones géographiques. La croissance organique s'est ensuite établie à -5,6% puis -3,9% aux troisième et quatrième trimestres respectivement. L'activité a ainsi continué à être affectée par la crise, tout en témoignant cependant d'une amélioration. Tout au long de l'année, les investissements de longue date du Groupe dans la data et la technologie, son organisation pays et sa plateforme Marcel lui ont permis de contenir la baisse du revenu liée à la crise, en capturant l'évolution des dépenses de ses clients vers les canaux digitaux, le e-commerce et le direct-to-consumer.

Répartition du revenu net 2020 par secteur



Sur la base de 3 620 clients représentant 91% du revenu net total du Groupe



Répartition du revenu net 2020 par zone géographique

Millions d'euros	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique
	2020	2019		
Europe	2 278	2 630	-13,4%	-12,7%
Amérique du Nord	5 997	5 516	+8,7%	-2,4%
Asie Pacifique	932	1 006	-7,4%	-6,7%
Amérique Latine	230	326	-29,4%	-13,9%
Moyen Orient & Afrique	275	322	-14,6%	-11,7%
Total	9 712	9 800	-0,9%	-6,3%

Le revenu net en Europe est en baisse de -13,4% en publié et de -12,7% en organique. Au début de l'année, tous les principaux pays d'Europe ont pris des mesures drastiques pour atténuer l'impact de la crise du Covid-19, avec des confinements ou des couvre-feux successifs qui ont pris place entre le T2 et le T4. Dans ce contexte, le Royaume-Uni affiche une croissance organique de -12,4%. La France, à -19,7% organique, a été particulièrement impactée par ses activités d'affichage dans les transports et du Drugstore, qui ont été fermées pendant une partie de l'année. En excluant cet impact, la croissance organique est de -12,5% en France et de -10,8% en Europe en 2020. Le revenu net en Allemagne est en baisse organique de 7,7%. La performance de la création et des media varient selon les pays, mais dans l'ensemble, elles sont résilientes et affichent une meilleure performance que la moyenne du Groupe dans la région, alors que Publicis Sapient est en baisse et les activités Santé progressent sur l'année.

En Amérique du Nord, la croissance publiée est de +8,7% et la croissance organique de -2,4%. Les États-Unis ont affiché une performance résiliente, avec une baisse de leur croissance organique limitée à 2,0%. Après un premier trimestre positif, les activités aux États-Unis ont fait preuve de résilience aux deuxième et troisième trimestres de la crise, pour finalement terminer avec un quatrième trimestre légèrement positif. Epsilon 2.0 contribue à la croissance organique aux États-Unis depuis le troisième trimestre et a enregistré au quatrième trimestre une croissance de +5,5%. La croissance organique de Publicis Sapient aux États-Unis a été négative sur l'année car certains projets ont été suspendus pendant la crise, mais a renoué avec le positif au quatrième trimestre. La Santé a connu une année particulièrement forte, avec une croissance à deux chiffres. La croissance organique du Canada a diminué de 10,9% en 2020.

L'Asie-Pacifique a vu son revenu net reculer de 7,4% en données publiées et de 6,7% en organique. La Chine, premier pays impacté par le Covid-19, enregistre une croissance organique de -8,1% en 2020. La croissance y s'améliore séquentiellement au T4 à -4,2%, notamment grâce à une croissance légèrement positive de l'activité media.



En Amérique latine, l'activité a été fortement impactée par la situation sanitaire au Brésil et au Mexique, qui s'est traduite par une croissance organique de -13,9% en 2020 pour la région. En outre, l'évolution des taux de change a eu un fort impact négatif dans la région. En conséquence, le Groupe y affiche une baisse de son revenu net de -29,4%.

Le revenu net au Moyen-Orient et en Afrique est en baisse de 14,6% en données publiées (-11,7% en organique), principalement en raison de la situation sanitaire dans certains pays comme Israël et l'Afrique du Sud. La région est également affectée par la fin de certains projets de Publicis Sapient aux Emirats Arabes Unis.

REVENU NET DU QUATRIEME TRIMESTRE

Le revenu net de Publicis Groupe pour le 4^{ème} trimestre 2020 est de 2 595 millions d'euros et se compare à 2 871 millions d'euros en 2019, en baisse de 9,6%. Les variations de taux de change ont eu un effet négatif de 156 millions d'euros. Les acquisitions (nettes de cessions) ont eu un impact négatif de 13 millions d'euros sur le revenu net du 4^{ème} trimestre 2020.

La croissance organique est de -3,9% au 4^{ème} trimestre 2020.

Avec une croissance organique de +0,5%, l'activité a été particulièrement résistante aux Etats-Unis, où les activités de Média digital du Groupe, Epsilon, Publicis Sapient et Health ont toutes enregistré une hausse de leur revenu net. Les activités de Création et de media ont continué d'être touchées par la crise, mais la baisse a été en partie atténuée par la hausse du revenu net de la production et des media digitaux.

En Europe, la croissance organique s'établit à -9,1%, la région continuant d'être impactée par les différentes mesures restrictives prises par les gouvernements pour faire face à la pandémie du Covid-19, telles que les confinements ou les couvre-feux dans tous les principaux pays du Groupe. Le Royaume-Uni a enregistré une baisse organique de 11,0%, tout comme l'Allemagne (-10,9%). La situation en France s'est améliorée séquentiellement, avec une croissance organique de -7,2%, portée par une performance média positive au quatrième trimestre.

En Asie Pacifique, la croissance organique reste négative au T4 à -8,6%, mais s'améliore séquentiellement par rapport au T3, tirée par la Chine. La Chine affiche une amélioration séquentielle avec une baisse de 4,2% en organique au quatrième trimestre et a enregistré une série de victoires encourageantes.

Le revenu net en Amérique latine a reculé de 29,0% en données publiées, principalement en raison de variations négatives des taux de change et de la poursuite d'une activité difficile au Brésil et au Mexique qui s'est traduite par une baisse de 10,8% en organique. Le revenu net au Moyen-Orient et en Afrique recule de 12,1% en organique (-17,9% en publié), notamment en raison de certains projets qui se sont terminés au quatrième trimestre 2020 chez Publicis Sapient aux Emirats Arabes Unis.



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

Millions d'euros	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique
	T4 2020	T4 2019		
Europe	643	728	-11,7%	-9,1%
Amérique du Nord	1 530	1 639	-6,7%	+0,2%
Asie Pacifique	268	302	-11,3%	-8,6%
Amérique Latine	76	107	-29,0%	-10,8%
Moyen Orient & Afrique	78	95	-17,9%	-12,1%
Total	2 595	2 871	-9,6%	-3,9%



ANALYSE DES CHIFFRES CLES DE L'ANNEE 2020

Compte de résultat

L'EBITDA s'établit à 2 158 millions d'euros en 2020, contre 2 245 millions d'euros en 2019, soit une baisse de 3,9%. L'impact du plan de réduction de coûts annoncé en avril s'est établi à 467 millions d'euros sur l'année, sur une base de coûts comparable et hors coûts d'acquisition d'Epsilon. Le taux de marge EBITDA ressort à 22,2% du revenu net (22,9% en 2019).

- Les charges de personnel atteignent 6 242 millions d'euros au 31 décembre 2020, en hausse de 2,8% par rapport à 6 073 millions d'euros en 2019. Cette hausse inclut l'impact mécanique lié à la consolidation d'Epsilon, effective depuis juillet 2019, qui a continué à avoir un effet au premier semestre 2020. Elle est partiellement compensée par les effets des mesures de réduction des coûts prises par le Groupe. En pourcentage du revenu net, les charges de personnel atteignent 64,3% sur l'année, contre 62,0% en 2019. Les coûts fixes de personnel de 5 457 millions d'euros représentent 56,2% du revenu net contre 54,6% en 2019. Malgré la consolidation d'Epsilon au premier semestre, les coûts fixes de personnel n'ont augmenté que de 104 millions d'euros sur l'année, grâce aux mesures prises par le Groupe comme le gel des embauches, la pause dans les promotions internes ou la réduction de la semaine de travail. Par ailleurs, le Groupe a décidé de limiter le recours aux free-lances. En conséquence, le coût des free-lances a diminué de 70 millions d'euros en 2020, et représente 278 millions d'euros. Les coûts de restructuration atteignent 175 millions d'euros sur l'année (116 millions d'euros en 2019), reflétant les charges supplémentaires liées au plan de réduction des coûts.
- Les autres charges opérationnelles (hors amortissements) sont de 2 388 millions d'euros et se comparent à 2 683 millions d'euros en 2019. Ce poste représente 24,6% du revenu net à comparer à 27,4% en 2019, ce qui implique que les mesures de réduction des coûts font plus que compenser l'impact défavorable de la structure des coûts d'Epsilon sur ce ratio. Le Groupe a pu réaliser des économies significatives sur ce poste en 2020, grâce aux actions menées dans le cadre du plan de réduction des coûts, et grâce à certaines dépenses qui ont été réduites de manière drastique pendant les périodes de confinement. Cela a notamment été le cas pour les dépenses liées aux voyages, aux recrutements et aux séminaires.

La dotation aux amortissements est de 600 millions d'euros en 2020, en hausse de +2,4% par rapport à 2019. La hausse est principalement imputable à l'intégration d'Epsilon.

La marge opérationnelle s'élève à 1 558 millions d'euros au 31 décembre 2020, en baisse de 6,1% par rapport au 31 décembre 2019. Le taux de marge opérationnelle ressort ainsi à 16,0%, en baisse de 90 points de base par rapport à 16,9% en 2019. En excluant les coûts d'acquisition d'Epsilon en 2019, le taux de marge opérationnelle est en baisse de 130 points de base. Ceci résulte de la baisse de la croissance organique du



Groupe, engendrée par la crise du Covid-19, toutefois partiellement compensée par une réduction de 5,4% de la base de coûts en comparable et à taux de change constants.

Les taux de marge opérationnelle par grande zone géographique reflètent les défis auxquels ont été confrontées les régions dans le contexte de pandémie mondiale en 2020. Les taux de marge opérationnelle s'élevaient à 10,2% pour l'Europe, 18,6% pour l'Amérique du Nord, 18,2% pour l'Asie-Pacifique, 10,4% pour l'Amérique Latine et 5,8% pour la région Afrique/Moyen-Orient.

Les amortissements sur immobilisations incorporelles liées aux acquisitions sont de 339 millions d'euros sur l'année, contre 204 millions d'euros en 2019. Cette augmentation est liée à un effet année pleine sur les amortissements des actifs incorporels Epsilon et des marques, ces actifs ayant commencé à être amortis à partir du 1er juillet 2019. Les pertes de valeur s'élevaient à 241 millions d'euros, dont 226 millions d'euros liées au plan de consolidation immobilière « All in One », qui amène une réduction du nombre de sites, tout en permettant une meilleure collaboration entre les équipes. En 2019, la perte de valeur s'élevait à 209 millions d'euros (dont 127 millions d'euros liés au plan « All in One »). Les autres charges et produits non courants représentent un produit de 5 millions d'euros au 31 décembre 2020, contre un produit de 21 millions d'euros en 2019.

Le résultat opérationnel s'élève à 983 millions d'euros sur l'année, contre 1 267 millions d'euros en 2019.

Le résultat financier, composé du coût de l'endettement financier net et d'autres charges et produits financiers, est une charge de 198 millions d'euros en 2020, contre une charge de 91 million d'euros l'année dernière. La charge (nette de produits) sur l'endettement financier net est de 103 millions d'euros sur l'année, incluant 143 millions d'euros d'intérêts sur la dette nette. En 2019, l'endettement financier net avait généré une charge nette de 25 millions d'euros. Les autres charges et produits financiers représentent une charge de 95 millions d'euros, et comprennent notamment 77 millions d'euros d'intérêts sur les obligations locatives et 16 millions d'euros de coûts liés au débouclage anticipé de swaps croisés de taux-devises. Les autres charges et produits financiers représentaient une charge de 66 millions d'euros au 31 décembre 2019, incluant une charge de 70 millions d'euros d'intérêts sur les obligations locatives.

La réévaluation des earn-outs se traduit par une charge de 17 millions d'euros à comparer à une charge de 22 millions d'euros en 2019.

La charge d'impôt est de 196 millions d'euros au 31 décembre 2020, correspondant à un taux d'impôt effectif sur l'année de 24,7%, contre 305 millions d'euros l'année dernière, qui correspondait à un taux d'impôt effectif sur l'année de 25,0%.

La quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence est une perte de 1 million d'euros sur l'année, à comparer à une perte de 5 millions d'euros l'année précédente. La part des intérêts minoritaires dans le



résultat du Groupe est un produit de 5 millions d'euros au 31 décembre 2020 contre une perte de 3 millions d'euros au 31 décembre 2019.

Au total, le résultat net part du Groupe est de 576 millions d'euros en 2020 contre 841 millions d'euros en 2019.

Free cash-flow

<i>En millions d'euros</i>	2020	2019
EBITDA	2 158	2 245
Intérêts financiers payés (nets)	(113)	11
Remboursement des obligations locatives et intérêts associés	(461)	(480)
Impôts payés	(293)	(349)
Autres	54	51
Flux de trésorerie générés par l'activité avant variation du BFR	1 345	1 478
Investissements en immobilisations (nets)	(155)	(225)
Free cash-flow avant variation du BFR	1 190	1 253

Le free cash-flow du Groupe, avant variation du besoin en fonds de roulement, est en baisse de 5,0%, à 1 190 millions d'euros par rapport à 2019. Les intérêts financiers incluent notamment les intérêts relatifs à la dette d'acquisition d'Epsilon. Les impôts payés sont de 293 millions d'euros, en baisse comparé à 349 millions d'euros en 2019. Les investissements nets en immobilisations sont en baisse de 70 millions d'euros. Le Groupe a été très sélectif dans sa politique d'investissement, favorisant les dépenses informatiques, notamment dans le cadre des initiatives de travail à distance prises en 2020.

Endettement net

L'endettement financier net s'établit à 833 millions d'euros au 31 décembre 2020, à comparer à 2 713 millions d'euros au 31 décembre 2019. La dette nette moyenne du Groupe sur l'année s'élève à 3 286 millions d'euros contre 2 375 millions d'euros en 2019. L'augmentation de la dette nette moyenne du Groupe résulte principalement de l'acquisition d'Epsilon pour un montant de 4,5 milliards de dollars le 1^{er} juillet 2019.



CHANGEMENT AU DIRECTOIRE

Le 25 novembre 2020, Publicis Groupe a annoncé la nomination de Michel-Alain Proch en tant que Directeur financier du Groupe, membre du Directoire en remplacement de Jean-Michel Etienne.

Michel-Alain Proch a rejoint le Groupe le 18 janvier 2021 et reprendra les fonctions opérationnelles de Directeur financier dans l'ensemble du périmètre de Jean-Michel Etienne après l'arrêté et la présentation des comptes de l'exercice 2020 le 3 février.

Jean-Michel Etienne restera dans le Groupe jusqu'à l'été 2021, en qualité de Conseiller spécial du Président du Directoire et supervisera des services centraux et notamment Re:Sources.

Michel-Alain Proch a 25 années d'expérience en finance, stratégie, intégration et transformation acquises au sein de grands groupes technologiques. Il a été nommé Directeur financier d'Ingenico en février 2019 jusqu'à l'acquisition de la société par Worldline en novembre 2020 et a conseillé depuis son Président-Directeur Général pour l'intégration des deux sociétés. Il a précédemment occupé le poste de Vice-président exécutif senior et Directeur de la stratégie digitale du groupe Atos en 2018 après avoir dirigé les opérations du Groupe en Amérique du Nord de 2015 à 2017. En tant que Vice-président exécutif et Directeur financier d'Atos, de 2007 à 2015, il a mené plusieurs opérations d'acquisitions majeures et copiloté avec succès l'introduction en bourse de Worldline. Il a été membre du Conseil d'administration de Worldline jusqu'en 2016. Il avait auparavant occupé des fonctions de direction chez Hermès en France et aux Etats-Unis pendant 8 ans. Il a commencé sa carrière en tant que consultant chez Deloitte & Touche en France et au Royaume-Uni.

ACQUISITIONS ET CESSIONS

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

PERSPECTIVES

La transformation du Groupe lui a permis de faire face à la crise en 2020. Elle lui permet également d'être bien positionné pour aider ses clients à gagner dans un monde de plateformes et ainsi d'enregistrer de bonnes performances au sein de l'industrie.

Mais la crise n'a pas pris fin avec l'année 2020, et l'incertitude causée par le virus continuera à dominer le quotidien.

Le contexte actuel ne nous permet pas de fournir des indications sur la croissance organique annuelle 2021 pour le moment. Compte tenu d'une base de comparaison relativement élevée, le Groupe anticipe un premier trimestre négatif. Le deuxième trimestre devrait renouer avec la croissance, portée par une base favorable.



Pour 2021, le Groupe anticipe une amélioration de son taux de marge opérationnelle jusqu'à 50 points de base, consolidant ainsi la bonne performance réalisée en 2020. Le Groupe poursuivra sa discipline sur les coûts. Cela lui permettra, combiné à son organisation pays, de s'adapter à l'évolution de la situation, comme cela a été le cas en 2020, et d'investir ainsi dans ses talents.

Le Free cash flow avant variation du besoin en fonds de roulement devrait être d'environ 1,2 milliard d'euros en 2021, contribuant ainsi au désendettement du Groupe.

Le Groupe actualisera ses indications lorsque la visibilité sera plus grande sur l'évolution de la situation sanitaire en juillet.

* *

*



NEW BUSINESS

EUROPE

Longchamp (Media), Intersnack (Media), E.ON (Digital & Media), Disney (Media), Vision Express (Creative), McDonald's (Technology), Biotherm (Creative), Sephora (CRM), Helmholtz-Gemeinschaft (Brand), Kingfisher France - Castorama (Creative), Ascensia (Technology), FCA (Creative), Société Générale (CRM), OPPO Mobile Telecommunication (Creative), COS (Digital), TOUS (Technology), Swissbankers (Creative), RATP (Technology), Daimler (Technology), Deutsche Post (DHL) (Technology), Novartis International (Technology), Greystar (Digital), Slimming World (Digital), Expedia (Digital), Premier Inn (Creative), Tesco (Creative), ING (Creative, Media, Production, Data), Mugler Parfums (Creative), BT (Creative), Française des Jeux (Media & Social Media), Roche (Health & Data), Lindt (Media), Peugeot Motorcycles (Creative), eOne (Media), Loacker (Media), Jim Beam (Creative), Marriot (Creative), Disney Home (Creative), Nestlé Health Science (Health), NovoNordisk (Health), Système U (Data), Castorama (Data), Beam Suntory (Creative), Belambra (Creative), CSIAM (Creative), Alcon (Media), NH Hotel (Media), Renault (Data), Mercedes Vans (Data), Wendy's (Media), uSwitch (Media), Kellogg's (Digital), Calzedonia (Media), Dr. Wolff (Media), Alpen (Creative), Samsung (Data), SNCF (Creative & Data), Nomad Foods (Media), TUI (Creative), Avast (Creative & Media), WBA (Creative & Data), Harry's (Creative), DHL (Health, Technology, Media), Pandora (Technology).

AMERIQUE DU NORD

Sephora (Media), Bank of America (Media, Creative), Tailored Brands (Media), Reckitt Benckiser (Media), U.S. Cellular (Media, Creative), H&R Block (Digital Media, Digital Creative and Social), Aldi (Media), AFLAC (Digital), Whirlpool (Media & Technology), Bass Pro Shops (Media), Audi of America (Media), Pharma Vite - Nature Made (Creative), New York Life (Media, Digital Media AOR), Edgewell (Media), Abbvie (Creative strategy), Lowe's (Media), FCA (Digital), Blue Apron (Media), Ste Michelle Wine Estates (Creative), T-Mobile (Technology), Academy Sports and Outdoors (Technology), Edward Jones (Technology), Health Resources and Services Administration (HRSA) (Technology), Kellogg Company (Technology), Marriott (Technology), Mercedes-Benz USA (Technology), MGM Resorts (Technology), National Cancer Institute (NCI) (Technology), Nissan Motor Company (Technology), Polaris (Technology), Verizon Wireless Digital (Technology), WL Gore (Technology), AbbVie (Health), Roche (Health & Data), Allergan (Health), Heineken Canada (Creative), Cogeco (Creative), Mondelez (Creative), Citi (Creative), Four Seasons (Creative), FCA (Digital), Eli Lilly (Creative), Church & Dwight (Creative), Jim Beam (Creative), Cumberland Packing (Creative), Center for Internet Security (Creative & Digital), MD Anderson (Data), Facebook (Creative), P&G (Digital), CDC (Media), Mizkan Group (Media), H&R Block (Media), Lowe's (Media), Leesa (Media), Sun Basket (Media), Department of Jobs, Precincts and Regions (Technology), National Institute of Diabetes and Digestive and Kidney Diseases (Technology), U.S. Consumer Product Safety Commission (Technology), MDC General Services Holding Company LLC (Technology), Polestar Performance AB (Technology), Bridgestone Americas (Technology), Total Wine & More (Technology), Shiseido Americas (Technology), Vanguard (Media), Patron (Digital), Church & Dwight (Creative), Jim Beam (Creative), Hulu (Media), Walmart (Media), Froneri (Media), goPuff (Media), JM Smuckers (Creative), Fiat Chrysler Automobiles (Technology), Altria Group (Technology), Loblaw Digital (Technology), Philip Morris International (Technology), The Depository Trust & Clearing Corp (Technology), Marriott International (Technology), Unilever (Technology), Spirit Airlines (Technology), Comcast Corporation (Technology), UBS Asset Management (Technology), Hyundai Auto Canada Corp. (Technology), BT Pension Scheme (Technology), Carnival (Technology)



ASIE PACIFIQUE/ MOYEN-ORIENT/ AFRIQUE

FCA (Creative, Media), McDonald's (Media, Creative, Digital, Technology), Foxtel (Creative), Miral Asset Management (Technology), Samsung.com (Creative), Sanofi (Creative), Nestlé (Creative, Technology), Majid Al Futtaim Holding (Technology), Samsung (Creative), Hero (Media), Volvo (Media), Prudential Holdings (Technology), MasterCard International (Technology), SA Tourism (Creative), Disney China & Hong Kong (Media), Louis Vuitton (Creative), ChungHwa Telecom (Creative), Goodman Fielder (Media), Novartis (Health), CBL (Heineken, Tiger and ABC Cambodia) (Creative), Novo Nordisk (Health), QLD Health and Wellbeing (Creative), Hong Kong Disneyland Resort (Media), PharmEasy (Media), Tencent (Media), Planet Sports (Media), Hyundai (Media), Citi (Media), Goody (Media), Tawal (Media), MDC General Services Holding Company LLC – Mubadala (Technology), Nestlé Content Studio (Creative & Digital), Westpac (Media), P&G (Digital), Zee (Creative), Buick (Creative), Porsche (Technology), Meridian Energy (Media), Nescafe 1+2 (Creative), Clarins (Media), Eurokars (Creative & Media), The Great Barrier Reef Foundation (Creative), Bharti Axa Life Insurance (Creative, Digital, Media), Miele (Media & Data), HBF (Creative), L'Oréal (Media)

AMERIQUE LATINE

DIRECTV (Media & Performance AOR), Coca-Cola (Creative), Electrolux (Creative), Mondelez (Media & Creative), GSK Consumer Health (Creative), P&G (Media, Creative, Digital, Technology), CCR (Creative), Ambev (Creative), Claro (Digital), Enel (Creative), Toyota (Creative), L'Oréal (Digital Creative), Bradesco (Creative & Digital), Nestlé (Media & Creative), Nutresa (CRM), Diageo (Creative Digital), Sanofi (Creative), ABI (Media), Corteva Agro (Media), Calsa (Media), Embol (Media), Electrolux (Media), TCCC (Media), Ezcop (Media), Starbucks (Media), Avon (Media), Citi (Media), MSD Sharp & Dohme (Media), Pacific Center (Media), Tale (Media), Bellcorp (Digital), Vivo (Media, Creative and Digital)

GLOBAL

Jollibee (Creative), Enel (Creative), Loblaw Digital (Technology), Unilever (Technology), Tesco (Technology), Marriott International (Technology), General Pension and Social Security Authority (Technology), Farah Experiences (Technology), Nissan International (Technology), Royal Canin (Technology), Worldpay (Technology), Philip Morris Products OC Division (Technology), Carrefour (Technology), Bang & Olufsen (Technology), FWD Group Management Holdings (Technology), GSK (Production), Air France (Media), Tik Tok (Media), Kraft Heinz (Media), P&G (Media), Merck (Non-US) (Media), Combe (Media), Pigeon (Media), Novartis (Media), Fiat (Technology), Nestlé (Technology), Pandora (Technology), Heineken (Creative, Data & Technology), Arrow Electronics (Media), Pierre Fabre (Media), BSH (Media), Mondelez (Production), Visa (Production)

* *
*



Avertissement

Certaines informations autres qu'historiques contenues dans le présent document sont susceptibles de constituer des déclarations prospectives ou des prévisions financières non auditées. Ces déclarations prospectives et prévisions sont sujettes à des risques et des aléas pouvant se traduire, ultérieurement, par des données réelles substantiellement différentes. Ces déclarations prospectives et prévisions sont présentées à la date du présent document et Publicis Groupe n'assume aucune obligation quant à leur mise à jour du fait d'informations ou d'événements nouveaux ou de toute raison autre que les réglementations applicables. Publicis Groupe vous invite à prendre connaissance avec attention des informations relatives aux facteurs de risques susceptibles d'affecter son activité telles que figurant dans son Document d'Enregistrement Universel déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF), consultable notamment sur le site de Publicis Groupe (www.publicisgroupe.com), y compris une conjoncture économique défavorable, un secteur extrêmement concurrentiel, les risques liés à la confidentialité des données personnelles, la dépendance de l'activité du Groupe envers ses dirigeants et ses collaborateurs, les risques liés aux opérations de fusions et acquisitions, les risques liés à la défaillance des systèmes d'information et de cybercriminalité, la possibilité que nos clients remettent nos contrats en cause très rapidement, les risques liés à la réorganisation du Groupe, les risques de litiges, de procédures gouvernementales, judiciaires ou d'arbitrage, les risques liés à la notation financière du Groupe et les risques de liquidité.

À propos de Publicis Groupe - The Power of One

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est un leader mondial de la communication. Le Groupe est présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur, du conseil à l'exécution, en combinant la transformation marketing et la transformation digitale des entreprises. Publicis Groupe se positionne comme le partenaire privilégié dans la transformation de ses clients pour leur permettre de créer une expérience personnalisée à grande échelle. Le Groupe repose sur dix expertises regroupées au sein de quatre activités principales : la Communication, les Medias, la Data, et la Technologie. Il propose à ses clients une organisation unifiée et fluide leur facilitant l'accès à l'ensemble de ses expertises dans chacun de ses marchés. Le Groupe est présent dans plus de 100 pays et compte environ 80 000 collaborateurs.

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

Contacts

Publicis Groupe

Delphine Stricker	Corporate Communications	+ 33 (0)6 38 81 40 00	delphine.stricker@publicisgroupe.com
Alessandra Girolami	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 77 88	alessandra.girolami@publicisgroupe.com
Brice Paris	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 79 26	brice.paris@publicisgroupe.com



Annexes

Revenu net : Calcul de la croissance organique

<i>(en millions d'euros)</i>	T1	T2	T3	T4	12 mois
Revenu net 2019	2 118	2 234	2 577	2 871	9 800
Impact des taux de change ⁽²⁾	33	(1)	(95)	(156)	(219)
Revenu net 2019 au taux de change 2020 (a)	2 151	2 233	2 482	2 715	9 581
Revenu net 2020 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b)	2 088	1 943	2,344	2 608	8 983
Revenu net des acquisitions ⁽¹⁾	393	350	(1)	(13)	729
Revenu net 2020	2 481	2 293	2 343	2 595	9 712
Croissance organique (b/a)	-2,9%	-13,0%	-5,6%	-3,9%	-6,3%

Impact des taux de change au 31 décembre 2020 <i>(en millions d'euros)</i>	
GBP ⁽²⁾	(12)
USD ⁽²⁾	(94)
Autres	(112)
Total	(219)

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

(2) EUR = 1,140 USD en moyenne en 2020 vs. USD 1,119 en moyenne en 2019
EUR = 0,889 GBP en moyenne en 2020 vs. GBP 0,877 en moyenne en 2019



Définitions

Revenu net : Revenu après déduction des coûts refacturables aux clients. Ces coûts concernent essentiellement des activités de production et de média, ainsi que des frais divers à la charge des clients. Ces éléments refacturables aux clients ne faisant pas partie du périmètre d'analyse des opérations, l'indicateur revenu net est le plus pertinent pour la mesure de la performance opérationnelle des activités du Groupe.

Croissance organique : Variation du revenu net, hors impact des acquisitions, des cessions et des variations de taux de change.

EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) : Marge opérationnelle avant amortissements.

Marge opérationnelle : Revenu après déduction des charges de personnel, autres charges opérationnelles (hors autres produits et charges non courants) et dotations aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions).

Taux de marge opérationnelle : Marge opérationnelle exprimée en pourcentage du revenu net.

Résultat net courant part du Groupe : Résultat net part du Groupe après élimination des pertes de valeur/charge de consolidation immobilière, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des principales plus ou (moins)-values de cession, de la variation de juste valeur des actifs financiers, de l'impact de la réforme fiscale américaine, de la réévaluation des earn-out et des frais d'acquisition d'Epsilon.

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

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

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

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

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

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



Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	2020	2019
Revenu net¹	9 712	9 800
Revenu des coûts refacturables	1 076	1 201
Revenu	10 788	11 001
Charges de personnel	(6 242)	(6 073)
Autres charges opérationnelles	(2 388)	(2 683)
Marge opérationnelle avant amortissements	2 158	2 245
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(600)	(586)
Marge opérationnelle	1 558	1 659
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(339)	(204)
Perte de valeur	(241)	(209)
Autres produits et charges non courants	5	21
Résultat opérationnel	983	1 267
Charges financières	(185)	(137)
Produits financiers	66	112
Coût de l'endettement financier net	(119)	(25)
Réévaluation des compléments de prix sur acquisitions	(17)	(22)
Autres charges et produits financiers	(79)	(66)
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	768	1 154
Impôt sur le résultat	(196)	(305)
Résultat net des entreprises consolidées	572	849
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	(1)	(5)
Résultat net	571	844
Dont :		
- Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	(5)	3
Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	576	841

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

Nombre d'actions	239 838 347	234 293 034
Bénéfice net par action	2,40	3,59
Nombre d'actions dilués	241 926 553	236 608 597
Bénéfice net par action – dilué	2,38	3,55

¹ Revenu net : Revenu après déduction des coûts refacturables aux clients. Ces coûts concernent essentiellement des activités de production et de média, ainsi que des frais divers à la charge des clients. Ces éléments refacturables aux clients ne faisant pas partie du périmètre d'analyse des opérations, l'indicateur, revenu net est le plus pertinent pour la mesure de la performance opérationnelle des activités du Groupe.



Etat de résultat global consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	2020	2019
Résultat net de la période (a)	571	844
Eléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat		
- Gains (et pertes) actuariels sur régime à prestations définies	(20)	(29)
- Impôts différés relatifs aux éléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat	3	5
Eléments du résultat global susceptibles d'être reclassés en résultat		
- Réévaluation des instruments de couverture	(89)	(84)
- Ecart de conversion de consolidation	(633)	78
Total des autres éléments du résultat global (b)	(739)	(30)
Résultat global de la période (a) + (b)	(168)	814
Dont :		
- Résultat global de la période attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	(7)	3
- Résultat global de la période attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	(161)	811



Bilan consolidé

(en millions d'euros)

31 décembre 2020

31 décembre 2019

Actif

Écarts d'acquisition nets	10 858	11 629
Immobilisations incorporelles nettes	1 509	1 979
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	1 645	2 122
Immobilisations corporelles nettes	626	720
Impôts différés actifs	137	143
Titres mis en équivalence	24	32
Autres actifs financiers	232	218
Actifs non courants	15 031	16 843
Stocks et en-cours de production	230	411
Clients et comptes rattachés	9 508	10 233
Actifs sur contrats	889	1 002
Autres créances et actifs courants	803	757
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3 700	3 413
Actifs courants	15 130	15 816
Total de l'actif	30 161	32 659

Passif

Capital	99	96
Réserves consolidées, part du Groupe	7 083	7 305
Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe (Part du Groupe)	7 182	7 401
Participations ne donnant pas le contrôle (Intérêts minoritaires)	(22)	(9)
Total capitaux propres	7 160	7 392
Dettes financières à plus d'un an	3 653	4 286
Obligations locatives à plus d'un an	1 850	2 196
Impôts différés passifs	247	413
Provisions à long terme	468	426
Passifs non courants	6 218	7 321
Fournisseurs et comptes rattachés	12 887	13 411
Passifs sur contrats	404	353
Dettes financières à moins d'un an	856	1 602
Obligations locatives à moins d'un an	292	336
Dettes d'impôts sur les sociétés	296	351
Provisions à court terme	234	170
Autres dettes et passifs courants	1 814	1 723
Passifs courants	16 783	17 946
Total du passif	30 161	32 659



Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)

	2020	2019
Flux de trésorerie liés à l'activité		
Résultat net	571	844
Neutralisation des produits et charges calculés :		
Impôt sur le résultat	196	305
Coût de l'endettement financier net	119	25
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(6)	(20)
Dotation aux amortissements et pertes de valeur	1 180	999
Rémunérations fondées sur des actions	55	49
Autres produits et charges calculés	94	88
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	1	5
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	2	2
Impôt payé	(293)	(349)
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	1 047	394
Flux net de trésorerie liés à l'activité (I)	2 966	2 342
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement		
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(167)	(232)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	12	7
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(9)	20
Acquisitions de filiales	(146)	(4 143)
Cessions de filiales	1	88
Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissement (II)	(309)	(4 260)
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement		
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(102)	(285)
Dividendes versés aux participations ne donnant pas le contrôle	(10)	(12)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	2	3 413
Remboursement des emprunts	(1302)	(485)
Remboursement des dettes locatives	(384)	(403)
Intérêts payés sur obligations locatives	(77)	(77)
Intérêts financiers payés	(184)	(96)
Intérêts financiers encaissés	71	107
Rachats de participations ne donnant pas le contrôle	(10)	(40)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et exercice de BSA	8	7
Flux net de trésorerie liés aux opérations de financement (III)	(1 988)	2 129
Incidence des variations de taux de change (IV)	(379)	4
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	290	215
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	3 413	3 206
Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	(6)	(14)
Trésorerie à l'ouverture (V)	3 407	3 192
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	3 700	3 413
Soldes créditeurs de banques à la clôture	(3)	(6)
Trésorerie à la clôture (VI)	3 697	3 407
Variation de la trésorerie consolidée (VI – V)	290	215
<i>(1) Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</i>		
Variation des stocks et en-cours de production	139	(14)
Variation des créances clients et autres créances	(24)	(529)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	932	937
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	1 047	394



Tableau de variation des capitaux propres consolidés

<i>Nombre d'actions en circulation</i>	<i>(en millions d'euros)</i>	<i>Capital social</i>	<i>Réserves liées au capital</i>	<i>Réserves et résultats consolidés</i>	<i>Réserve de conversion</i>	<i>Réserve de juste valeur</i>	<i>Capitaux propres attribuables aux proprié- taires de la société mère</i>	<i>Participations ne donnant pas le contrôle</i>	<i>Total capitaux propres</i>
236 956 827	1 ^{er} janvier 2020	96	4 137	3 240	(185)	113	7 401	(9)	7 392
	Résultat net			576			576	(5)	571
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts				(631)	(106)	(737)	(2)	(739)
	Total des produits et charges de la période			576	(631)	(106)	(161)	(7)	(168)
7 035 496	Dividendes	3	169	(274)			(102)	(10)	(112)
274 325	Rémunérations fondées sur des actions nettes d'impôts			56			56		56
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle			(6)			(6)	4	(2)
22 156	Exercices de Bons de Souscription d'Actions		1				1		1
1 288 975	(Achats)/Ventes d'actions propres			(7)			(7)		(7)
245 577 779	31 décembre 2020	99	4 307	3 585	(816)	7	7 182	(22)	7 160



<i>Nombre d'actions en circulation</i>	<i>(en millions d'euros)</i>	<i>Capital social</i>	<i>Réserves liées au capital</i>	<i>Réserves et résultats consolidés</i>	<i>Réserve de conversion</i>	<i>Réserve de juste valeur</i>	<i>Capitaux propres attribuables aux proprié- taires de la société mère</i>	<i>Participations ne donnant pas le contrôle</i>	<i>Total capitaux propres</i>
231 240 308	1er janvier 2019	94	3 926	2 875	(263)	221	6 853	-	6 853
	Résultat net			841			841	3	844
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts				78	(108)	(31)	(0)	(31)
	Total des produits et charges de la période			841	78	(108)	811	3	814
4 481 915	Dividendes	2	206	(493)			(285)	(12)	(297)
522 277	Rémunérations fondées sur des actions nettes d'impôts			48			48		48
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle			(40)			(40)		(40)
183 068	Exercices de Bons de Souscription d'Actions	0	5				5		5
529 259	(Achats)/Ventes d'actions propres			9			9		9
236 956 827	31 décembre 2019	96	4 137	3 240	(185)	113	7 401	(9)	7 392



Bénéfice net par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

		2020	2019
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA			
Résultat net part attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	A	576	841
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt		-	-
Résultat net part du Groupe – dilué	B	576	841
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA			
Nombre d'actions au 1 ^{er} janvier		240 437 061	235 249 801
Actions créées sur l'exercice		1 974 862	2 457 867
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(2 573 576)	(3 414 634)
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	C	239 838 347	234 293 034
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs ⁽¹⁾		1 977 939	1 951 354
- Bons de Souscription d'Actions (BSA) ⁽¹⁾		110 267	364 209
Nombre d'actions - dilué	D	241 926 553	236 608 597
<i>(en euros)</i>			
Bénéfice net par action	A/C	2,40	3,59
Bénéfice net par action – dilué	B/D	2,38	3,55

⁽¹⁾ Seuls les stock-options et BSA 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 2020, les stock-options non encore exercés n'ont pas été pris en compte du fait de leur effet relatif sur le bénéfice net par action.



Bénéfice net courant par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

		2020	2019
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾			
Résultat net part du Groupe		576	841
<i>Eléments exclus :</i>			
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt		254	153
- Perte de valeur ⁽²⁾ , nette d'impôt		185	163
- Principales plus ou moins values de cession et d'ajustement de juste valeur des actifs financiers, nets d'impôt		(9)	(21)
- Coûts d'acquisition Epsilon, nets d'impôt		-	30
- Débouclage anticipé des swaps (voir note 8)		11	-
- Réévaluation des compléments de prix d'acquisition		17	22
Résultat net courant part du Groupe	E	1 034	1 188
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt		-	-
Résultat net courant part du Groupe – dilué	F	1 034	1 188
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA			
Nombre d'actions au 1 ^{er} janvier		240 437 061	235 249 801
Actions créées sur l'exercice		1 974 862	2 457 867
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(2 573 576)	(3 414 634)
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	C	239 838 347	234 293 034
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs		1 977 939	1 951 354
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		110 267	364 209
Nombre d'actions - dilué	D	241 926 553	236 608 597

(en euros)

Bénéfice net courant par action ⁽¹⁾	E/C	4,31	5,07
Bénéfice net courant par action – dilué ⁽¹⁾	F/D	4,27	5,02

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

⁽²⁾ Ce montant inclut les pertes de valeur sur les droits d'utilisation relatifs aux contrats de location pour 170 millions d'euros en 2020 et 95 millions d'euros en 2019.