

Résultats du 1^{er} semestre 2021

Net rebond de la croissance

Tous les indicateurs dépassent leur niveau de 2019

22 juillet 2021

- **Croissance organique de +17,1% au T2 par rapport à -13,0% au T2 2020**
 - Nouvelle accélération de la croissance aux Etats-Unis à +15,2%, avec Epsilon à +31,1% et Publicis Sapient à +27,0%
 - Poursuite de la reprise en Asie à +13,6% et retour à la croissance de l'Europe à +23,0%
 - Les États-Unis et l'Asie enregistrent une croissance organique de +7% par rapport à 2019
- **Net rebond de l'ensemble des indicateurs au S1**
 - Croissance organique de +9,7% contre -8,0% au S1 2020
 - Taux de marge opérationnelle record à 16,5% pour un premier semestre
 - BNPA courant dilué en hausse de 27% à 2,23€ et Free Cash Flow¹ en hausse de 22% à 605 m€
- **Numéro 1 en gains de nouveaux budgets² au premier semestre**
- **Révision à la hausse de tous les objectifs pour 2021, avec un retour aux niveaux pré-pandémie attendu en un an au lieu de deux : croissance organique de 7%, taux de marge opérationnelle de 17% et Free Cash Flow entre 1,2 Md€ et 1,3 Md€**

T2 2021

Revenu net	2 539 M€
Croissance organique	+17,1%
Croissance publiée	+10,7%

Résultats S1 2021

(millions d'euros)	S1 2021	2021 vs 2020
Revenu	5 493	+4,1%
Revenu net	4 931	+3,3%
<i>Croissance organique</i>	<i>+9,7%</i>	
EBITDA	1 052	+14,0%
Marge opérationnelle	815	+31,0%
<i>Taux de marge opérationnelle</i>	<i>16,5%</i>	<i>+350pdb</i>
Résultat net courant part du groupe	555	+33,1%
Bénéfice courant par action dilué (euros)	2,23	+27,4%
Free Cash Flow ¹	605	+22,2%

¹ Avant variation du BFR

² Source : COMvergence



Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe :

« Au premier semestre 2021, nous enregistrons un net rebond de nos activités grâce à la force de notre modèle et dans un environnement économique qui s'améliore.

Nous compensons totalement la baisse de revenus de 2020 et tous nos indicateurs s'établissent à un niveau supérieur à celui de 2019.

Au deuxième trimestre, notre croissance organique s'établit à +17,1%, en amélioration de +2% par rapport à la même période en 2019, malgré les effets de la pandémie.

Cette surperformance provient en grande partie des Etats-Unis et de l'Asie qui sont en croissance de +7% par rapport à 2019.

Nos activités aux Etats-Unis enregistrent une croissance organique de +15,2% ce trimestre, avec des progressions d'Epsilon, de PMX et de Sapient toutes supérieures à 25%. L'Asie quant à elle, accélère à nouveau avec une croissance organique de +13,6% au deuxième trimestre. L'Europe pour sa part, rebondit à +23%, reflétant la levée progressive des confinements. La France est en croissance organique de +30,6% et retrouve ainsi un niveau d'activité supérieur à 2019.

Au premier semestre, notre croissance organique est de +9,7%, avec un taux de marge opérationnelle de 16,5%, le plus élevé jamais enregistré au cours d'un premier semestre, tandis que notre free cash-flow est en croissance de 22% à 605 millions d'euros.

De plus, nous sommes à nouveau en tête du classement des gains de 'new business' au premier semestre, après avoir remporté de nombreuses compétitions structurantes.

Pour le reste de l'année, notre capacité à capturer une part disproportionnée des investissements de nos clients dans la data et la technologie nous permet de réviser nos perspectives pour 2021 à la hausse. En l'absence de toute détérioration majeure de la situation sanitaire, nous serons ainsi en mesure de retrouver totalement nos niveaux de pré-pandémie avec un an d'avance par rapport à nos estimations. C'est-à-dire une croissance organique de +7% pour l'ensemble de l'année, compensant ainsi totalement la baisse du revenu au 2nd semestre, et un taux de marge opérationnelle de 17% en 2021.

Je tiens enfin à remercier nos équipes pour tous leurs efforts au cours de ce premier semestre ainsi que nos clients pour leur confiance. Au second semestre nous restons concentrés sur l'exécution de notre stratégie dans un contexte encore difficile dans plusieurs régions du monde. »

*

*

*



Le Conseil de surveillance de Publicis Groupe, réuni le 21 juillet 2021 sous la présidence de Monsieur Maurice Lévy, a examiné les résultats du premier semestre 2021, présentés par Monsieur Arthur Sadoun, Président du Directoire.

CHIFFRES CLES

<i>En millions d'euros, à l'exception des données par action et des %</i>	<i>S1 2021</i>	<i>S1 2020</i>	<i>2021 vs. 2020</i>
<i>Données extraites du compte de résultat et du tableau de flux de trésorerie</i>			
Revenu net	4 931	4 774	+3,3%
Revenu des coûts refacturables	562	504	+11,5%
Revenu	5 493	5 278	+4,1%
EBITDA	1 052	923	+14,0%
<i>En % du revenu net</i>	<i>21,3%</i>	<i>19,3%</i>	<i>+200 pdb</i>
Marge opérationnelle	815	622	+31,0%
<i>En % du revenu net</i>	<i>16,5%</i>	<i>13,0%</i>	<i>+350 pdb</i>
Résultat opérationnel	598	254	+135%
Résultat net part du groupe	414	136	+204%
Bénéfice par action	1,68	0,57	+195%
Bénéfice courant par action, dilué ⁽¹⁾	2,23	1,75	+27,4%
Free cash-flow avant variation du BFR	605	495	+22,2%
<i>En millions d'euros, Données extraites du bilan</i>			
	<i>30 06 2021</i>	<i>31 12 2020</i>	
Total de l'actif	29 079	30 161	
Capitaux propres, part du Groupe	7 690	7 182	
Endettement financier net (trésorerie nette)	1 362	833	

- (1) 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, de la réévaluation des earn-out, divisé par le nombre moyen d'actions sur une base diluée.



REVENU NET DU SECOND TRIMESTRE 2021

Le revenu net de Publicis Groupe pour le 2nd trimestre 2021 est de 2 539 millions d'euros et se compare à 2 293 millions d'euros en 2020, en croissance de 10,7%. Les variations de taux de change ont eu un effet négatif de 125 millions d'euros. Les acquisitions (nettes de cessions) ont contribué pour 2 millions d'euros au revenu net du 2nd trimestre 2021.

La croissance organique est de +17,1% au 2nd trimestre 2021. Cela se traduit par un ratio de *recovery* de 102%³ sur la période, après un recul de -13,0% au 2nd trimestre 2020, alors que le Groupe était pleinement affecté par les effets de la pandémie de la Covid-19. Toutes les géographies se redressent ce trimestre, et enregistrent une croissance organique à deux chiffres. La performance est ainsi ressortie au-dessus des attentes grâce à deux éléments majeurs. D'abord, l'amélioration du contexte au niveau mondial, caractérisé notamment par la réouverture de nombreuses économies en Europe et la poursuite du redressement de l'économie américaine. Deuxièmement, la force du modèle du Groupe, qui lui a permis de continuer à capturer l'évolution des dépenses des clients vers la gestion de la data, les media digitaux, le *direct-to-consumer* et le commerce en général.

Répartition du revenu net du 2nd trimestre par zone géographique

Millions d'euros	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique	Recovery Ratio ³
	T2 2021	T2 2020			
Amérique du Nord	1 527	1 458	+4,7%	+15,1%	106%
Europe	634	510	+24,3%	+23,0% ⁴	94% ⁴
Asie Pacifique	253	215	+17,7%	+13,6%	107%
Moyen Orient & Afrique	71	60	+18,3%	+22,8%	94%
Amérique Latine	54	50	+8,0%	+15,9%	92%
Total	2 539	2 293	+10,7%	+17,1%	102%

Le revenu net en Amérique du Nord est en hausse de +15,1% en organique au 2nd trimestre (+4,7% sur une base publiée, en incluant un effet négatif du taux de change US dollar/ Euro). Cette forte performance est principalement due à une croissance organique de +15,2% aux Etats-Unis, en accélération par rapport à un 1^{er} trimestre à +5,1%. Le ratio de *recovery* aux Etats-Unis est de 107%, se traduisant par une croissance de 7% par rapport au niveau de 2019. Aux Etats-Unis, la demande pour les media digitaux, la gestion de la *first-party data* et le *direct-to-consumer* a été particulièrement élevée sur le trimestre. Dans ce contexte, le revenu

³ Ratio de *recovery* calculé comme suit : $100 \times [1 + \text{croissance organique (n-1)}] \times [1 + \text{croissance organique (n)}]$

⁴ +16,9% hors activités d'affichage dans les transports et le Drugstore, soit un ratio de *recovery* de 97%



net d'Epsilon est en hausse de +31,1% et celui de Publicis Sapient de +27,0% en organique. La même tendance a été observée sur l'activité de media digitaux du Groupe, PMX, soutenant ainsi la hausse de l'activité Media. Les activités dans le domaine de la Santé enregistrent une nouvelle hausse à deux chiffres ce trimestre. Les activités créatives enregistrent également une croissance positive, en amélioration séquentielle après avoir été stable au 1^{er} trimestre, avec notamment une forte hausse des activités de production.

En Europe, les activités rebondissent et récupèrent la plupart de ce qui a été perdu au 2nd trimestre 2020, avec une croissance organique de 23,0%⁵, reflétant ainsi la levée progressive des restrictions (+24,3% en publié). Au 2nd trimestre, le Royaume-Uni renoue avec une croissance positive à +10,0% en organique. En France, l'ensemble des activités rebondit fortement, avec un revenu net en hausse de 30,6%⁶. La croissance organique s'accélère à +9,6% en Allemagne et à +36,9% en Italie.

Le revenu net de la région Asie-Pacifique augmente de +13,6% en organique (+17,7% en publié), accélérant ainsi au 2nd trimestre. Cette progression se traduit par un ratio de *recovery* de 107% après une croissance organique de -5,7% enregistrée au 2nd trimestre 2020. La Chine a enregistré une croissance organique de +8,0%, l'Australie de +7,3% et l'Inde de +35,4%.

Le revenu net de la région Moyen-Orient et Afrique progresse de +22,8% en organique (+18,3% en publié).

Le revenu net en Amérique Latine est en hausse de +15,9% en organique, représentant un ratio de *recovery* de 92% alors même que la région reste très affectée par la situation sanitaire. Le revenu net publié est en croissance de +8,0% en prenant en compte un effet toujours négatif des devises dans la région.

⁵ +16,9% hors activités d'affichage dans les transports et le Drugstore, soit un ratio de *recovery* de 97%

⁶ Hors activités d'affichage dans les transports et le Drugstore

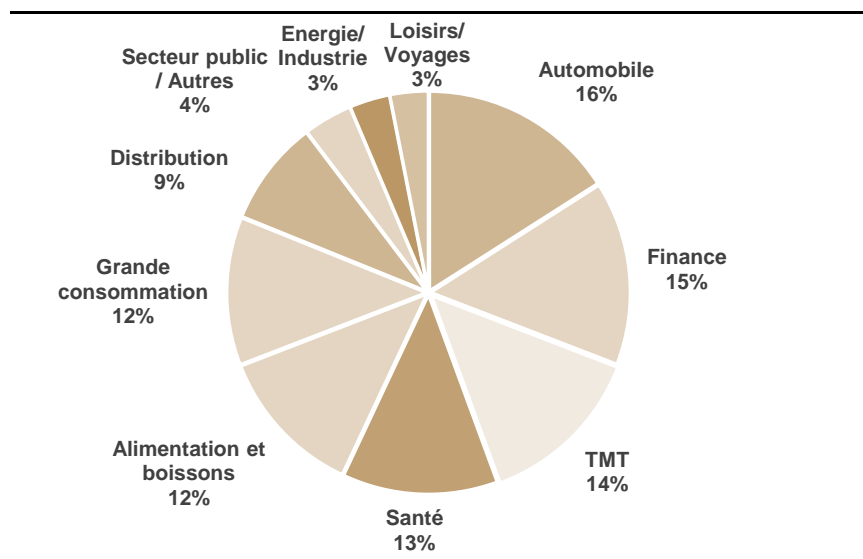


REVENU NET DU PREMIER SEMESTRE 2021

Le revenu net de Publicis Groupe au 1^{er} semestre 2021 est de 4 931 millions d'euros, en hausse de +3,3% par rapport aux 4 774 millions d'euros du 1^{er} semestre 2020. Les variations de taux de change ont un effet négatif de 276 millions d'euros. Les acquisitions (nettes de cessions) ont contribué à un impact négatif de 1 million d'euros sur le revenu net.

La croissance organique est de +9,7% au 1^{er} semestre 2021. Cela se traduit par un ratio de *recovery* de 101%⁷, comparé à une croissance organique de -8,0% au 1^{er} semestre 2020. La croissance du Groupe accélère au 2nd trimestre à +17,1%, après une croissance de +2,8% au 1^{er} trimestre 2021. Au 1^{er} semestre 2021, toutes les régions enregistrent une croissance organique positive.

Répartition du revenu net du 1^{er} semestre 2021 par secteur



Sur la base de 3 250 clients représentant 92% du revenu net total du Groupe

⁷ Ratio de *recovery* calculé comme suit : $100 \times [1 + \text{croissance organique (n-1)}] \times [1 + \text{croissance organique (n)}]$



Répartition du revenu net semestriel par zone géographique

Millions d'euros	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique	Recovery Ratio ⁹
	S1 2021	S1 2020			
Amérique du Nord	3 032	3 013	+0,6%	+9,7%	106%
Europe	1 195	1 088	+9,8%	+10,0% ⁸	92% ⁸
Asie Pacifique	470	434	+8,3%	+9,8%	106%
Moyen Orient & Afrique	133	135	-1,5%	+4,3%	92%
Amérique Latine	101	104	-2,9%	+12,0%	94%
Total	4 931	4 774	+3,3%	+9,7%	101%

Le revenu net en Amérique du Nord enregistre une croissance organique de +9,7% au 1^{er} semestre (+0,6% en reporté, en incluant l'effet négatif du taux de change US dollar/ Euro). Cette performance est liée à une croissance organique de +10,0% aux Etats-Unis, reflétant un 1^{er} trimestre solide à +5,1% et une accélération au 2nd trimestre à +15,2%. Au total, le ratio de *recovery* aux Etats-Unis s'établit à 106%⁹, soit une croissance de 6% par rapport au niveau du 1^{er} semestre 2019.

L'activité en Europe a rebondi avec une croissance organique de +10,0% au 1^{er} semestre (+9,8% en publié). En excluant l'impact de certaines activités qui avaient été arrêtées au 2nd trimestre 2020 en France (affichage dans les transports et le Drugstore), la croissance organique en Europe s'établit à +9,7%, soit un ratio de *recovery* de 96%. Tous les pays ont rebondi, même si la performance reste diverse selon les pays, reflétant des mix d'activités différents, des situations économiques locales et des bases de comparaison différentes du 1^{er} semestre 2020. Les activités au Royaume-Uni ont progressé de +3,6% en organique, de +17,2%¹⁰ en France, de +7,8% en Allemagne et de +28,2% en Italie.

Le revenu net en Asie-Pacifique progresse de +9,8% en organique (+8,3% en publié). La Chine enregistre une croissance organique de +5,8%, l'Australie de +5,1% et l'Inde de +22,6%.

La croissance organique de la zone Moyen Orient et Afrique a progressé de +4,3% au 1^{er} semestre (-1,5% en publié).

En Amérique latine, la croissance s'est établie à +12,0% en organique (-2,9% en publié, l'impact des devises dans la région continuant à être significativement négatif). Le Brésil a vu son revenu net augmenter de +11,7% en organique et le Mexique était quasiment stable à -0,4%.

⁸ +9,7% hors activités d'affichage dans les transports et le Drugstore, soit un ratio de *recovery* de 96%

⁹ Ratio de *recovery* calculé comme suit : $100 \times [1 + \text{croissance organique (n-1)}] \times [1 + \text{croissance organique (n)}]$

¹⁰ Hors activités d'affichage dans les transports et le Drugstore



ANALYSE DES CHIFFRES CLES DU S1 2021

Compte de résultat

L'EBITDA s'établit à 1 052 millions d'euros au 1^{er} semestre 2021, contre 923 millions à la même période en 2020, soit une hausse de 14,0%. Le taux de marge ressort à 21,3% du revenu net (+200 points de base par rapport au 1^{er} semestre 2020 et +100 points de base par rapport au 1^{er} semestre 2019).

- Les charges de personnel atteignent 3 174 millions d'euros au 30 juin 2021, en baisse de 1,6% par rapport à 3 224 millions d'euros au 1^{er} semestre 2020. Cette évolution reflète l'impact du plan de réduction des coûts lancé en 2020 au début de la crise, partiellement compensé par la poursuite de l'investissement dans les talents du Groupe. En pourcentage du revenu net, les charges de personnel atteignent 64,4% au 1^{er} semestre 2021, en baisse de 310 points de base par rapport à 67,5% au 1^{er} semestre 2020. Cette baisse reflète en partie la forte progression du revenu net au cours du 1^{er} semestre qui n'a pas été immédiatement accompagnée par une hausse des coûts. Les coûts fixes de personnel atteignent 2 779 millions d'euros et représentent 56,4% du revenu net contre 59,9% au 1^{er} semestre 2020. Par ailleurs, le coût des free-lances a augmenté de 28 millions d'euros au 1^{er} semestre 2021, en parallèle de la hausse de l'activité, et représente 169 millions d'euros. La provision pour bonus a augmenté de 65 millions d'euros pour atteindre 182 millions d'euros au 1^{er} semestre 2021, reflétant la bonne performance réalisée. Les coûts de restructuration atteignent 12 millions d'euros, une baisse significative et anticipée par rapport aux 69 millions du 1^{er} semestre 2020.
- Les autres charges opérationnelles (hors amortissements) sont de 1 267 millions d'euros et se comparent à 1 131 millions d'euros au 1^{er} semestre 2020. Ce poste représente 25,7% du revenu net contre 23,7% au 1^{er} semestre 2020. Cette variation inclut une hausse du coût des ventes de 48 millions, liée à la comptabilisation de contrats d'affichage media qui ont été étendus pour une courte durée. Les paiements minimum relatifs à ces contrats ont été directement comptabilisés en coût des ventes en 2021 et n'ont pas pu être comptabilisés comme en 2020 en droit d'utilisation relatifs aux contrats de location donnant lieu à dépréciation. Cette hausse a été partiellement compensée par une baisse des autres charges de fonctionnement, notamment les dépenses liées aux voyages qui continuent de baisser au 1^{er} semestre 2021.

La dotation aux amortissements est de 237 millions d'euros au 1^{er} semestre 2021, à comparer à 301 millions d'euros au 1^{er} semestre 2020, en baisse de 21,3%. Cette baisse de 64 millions d'euros provient en large partie de l'impact de la comptabilisation des contrats décrite ci-dessus dans la section autres charges opérationnelles.



En conséquence, la marge opérationnelle s'établit à 815 millions d'euros, en hausse de 31,0% par rapport au 1^{er} semestre 2020. Le taux de marge ressort ainsi à 16,5% au 1^{er} semestre 2021, en hausse de 350 points de base par rapport à 13,0% au 1^{er} semestre 2020, et en hausse de 150 points de base par rapport à 15,0% au 1^{er} semestre 2019 (hors coûts de transaction liés à l'acquisition d'Epsilon).

Les taux de marge opérationnelle par région s'élèvent à 19,2% en l'Amérique du Nord, 11,0% en Europe, 19,4% en Asie-Pacifique, 5,3% pour la région Moyen-Orient/Afrique et 2,0% en Amérique Latine.

Les amortissements sur immobilisations incorporelles liées aux acquisitions sont de 126 millions d'euros sur le semestre, en baisse de 16 millions d'euros par rapport au 1^{er} semestre 2020. Les pertes de valeur sur les droits d'utilisation d'actifs immobiliers s'élèvent à 92 millions d'euros, en baisse de 139 millions par rapport au 1^{er} semestre 2020. Cette réduction reflète l'avancement du plan de consolidation immobilière « All in One », qui engendre une réduction du nombre de sites, tout en permettant une meilleure collaboration entre les équipes. Les autres charges et produits non courants représentent un produit de 1 million d'euros par rapport à 5 millions d'euros au 30 juin 2020.

Le résultat opérationnel s'élève à 598 millions d'euros sur le semestre, contre 254 millions d'euros au 30 juin 2020.

Le résultat financier, composé du coût de l'endettement financier net et d'autres charges et produits financiers, est une charge de 55 millions d'euros au 1^{er} semestre 2021, contre une charge de 90 millions d'euros à la même période en 2020. La charge (nette de produits) sur l'endettement financier net est de 45 millions d'euros sur le semestre, incluant 40 millions d'euros d'intérêts sur la dette d'acquisition d'Epsilon. Au 1^{er} semestre 2020, l'endettement financier net était une charge de 48 millions d'euros. Les autres charges et produits financiers représentent une charge de 5 millions d'euros sur le semestre, et comprennent notamment 35 millions d'euros d'intérêts sur les obligations locatives et 32 millions d'euros de réévaluation de la juste valeur des Fonds Communs de Placement. Les autres charges et produits financiers correspondent à une charge de 44 millions d'euros au 30 juin 2020, incluant 40 millions d'euros d'intérêts sur les obligations locatives ainsi qu'une charge de 4 millions d'euros liée à la réévaluation de la juste valeur des Fonds Communs de Placement.

La réévaluation des earn-outs se traduit par une charge de 5 millions d'euros à comparer à un produit de 2 millions d'euros au 1^{er} semestre 2020.

La charge d'impôt est de 135 millions d'euros au 30 juin 2021, correspondant à un taux d'impôt effectif prévisionnel sur l'année de 24,7%, contre 39 millions d'euros à la même période l'année dernière, correspondant à un taux d'impôt effectif prévisionnel sur l'année de 25,0%.

La quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence n'est pas significative sur le semestre, à comparer à une perte de 2 millions d'euros au 1^{er} semestre 2020.



La part des intérêts minoritaires dans le résultat net est une perte de 6 millions d'euros au 30 juin 2021 contre une perte de 13 millions d'euros au 30 juin 2020.

Au total, le résultat net part du Groupe est de 414 millions d'euros à fin juin 2021 contre 136 millions d'euros à fin juin 2020.

Free cash-flow

<i>En millions d'euros</i>	<i>S1 2021</i>	<i>S1 2020</i>
EBITDA	1 052	923
Remboursement des obligations locatives et intérêts associés	(179)	(234)
Investissements en immobilisations (nets)	(50)	(73)
Intérêts financiers payés (nets)	(82)	(81)
Impôts payés	(163)	(74)
Autres	27	34
Free cash-flow avant variation du BFR	605	495

Le Free Cash Flow du Groupe, avant variation du besoin en fonds de roulement, est en forte hausse de 110 millions d'euros par rapport au 1^{er} semestre 2020, à 605 millions euros. Le remboursement des obligations locatives et intérêts associés s'élève à 179 millions d'euros. Les investissements nets en immobilisations sont en baisse de 23 millions d'euros. Les intérêts financiers incluent principalement les intérêts relatifs à la dette d'Epsilon et sont de 82 millions d'euros. Les impôts payés s'établissent à 163 millions d'euros, en hausse par rapport aux 74 millions payés au 1^{er} semestre 2020. Cette hausse reflète à la fois l'augmentation du résultat opérationnel du Groupe et un effet de rattrapage lié aux délais de paiement accordés par certains pays en 2020.

Endettement net

L'endettement financier net s'établit à 1 362 millions d'euros au 30 juin 2021 à comparer à 833 millions d'euros au 31 décembre 2020. La dette nette moyenne du Groupe sur le semestre s'élève à 1 616 millions d'euros contre 3 684 millions d'euros sur le 1^{er} semestre 2020.



ACQUISITIONS ET CESSIONS

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

EVENEMENT POST CLÔTURE

Le 15 juillet 2021, Publicis a annoncé l'acquisition de CitrusAd, une plateforme technologique (SaaS) qui optimise les performances marketing des marques directement sur les sites e-commerce et dont la société est basée en Australie.

L'expertise de CitrusAd sur les sites e-commerce, combinée avec l'offre retail media d'Epsilon sur les sites des éditeurs, toutes les deux alimentées par le CORE ID, permettra à Publicis Groupe de prendre le leadership de la nouvelle génération du retail media basée sur l'identité, avec une mesure totalement transparente de la performance, validée directement par les transactions.

Dans un contexte où les investissements publicitaires dans le *retail media*, aujourd'hui estimés à 30 milliards de dollars par an, vont être amenés à doubler au cours des cinq prochaines années, cette acquisition permettra aux clients de Publicis Groupe d'accélérer leur croissance dans ce secteur très dynamique, de leur donner une visibilité complète sur la performance consolidée de leurs investissements media, et un accès incomparable aux données *first-party* des sites e-commerce, leur permettant ainsi de se préparer à un monde sans *cookies*.

PERSPECTIVES

Au 1^{er} semestre 2021, le Groupe a totalement récupéré la perte de revenu intervenue sur la même période en 2020, enregistrant une croissance organique de +9,7% après une baisse de -8,0% au 1^{er} semestre 2020, grâce à la force de son modèle et dans un environnement en nette amélioration.

Pour l'année 2021 et en faisant l'hypothèse d'une situation sanitaire qui ne se dégrade pas de manière significative, le Groupe anticipe désormais pouvoir récupérer totalement la baisse organique de son revenu net de -6,3% en 2020, soit un an plus tôt qu'anticipé. Cela implique une croissance organique de 7% en 2021.

En ce qui concerne le taux de marge opérationnelle, le Groupe revoit à la hausse son objectif pour l'année 2021, après la performance exceptionnelle du 1^{er} semestre. Le taux de marge opérationnelle reviendra dès 2021 à son niveau d'avant pandémie, à 17%, alors même que le Groupe continuera à investir dans ses talents et dans ses produits au 2nd semestre pour préparer la croissance future.

Le Groupe revoit également à la hausse son objectif de Free Cash Flow avant variation du BFR, qui devrait s'établir entre 1,2 milliard et 1,3 milliard d'euros, contribuant ainsi au désendettement du Groupe.



RSE

Publicis Groupe a poursuivi sa feuille de route en matière de RSE avec des avancées sur chacune de ses grandes priorités.

En matière de changement climatique, Publicis Groupe a vu ses objectifs pour 2030 validés en mars 2021 par Science Based Targets Initiative (SBTi). Le Groupe veut atteindre la neutralité carbone en 2030 en s'appuyant sur trois leviers : la réduction drastique de tous les impacts de 47% pour les scopes 1 & 2 et de 14% pour le scope 3, le recours à 100% d'énergies renouvelables en source directe avant 2030 et en dernier ressort, le recours à la compensation carbone pour les impacts incompressibles. Par ailleurs, l'outil propriétaire d'évaluation des impacts des campagnes et projets A.L.I.C.E (*Advertising Limiting Impacts & Carbon Emissions*) est en cours de déploiement afin de mieux accompagner les clients sur ces aspects.

L'égalité et l'inclusion, la lutte contre le racisme et pour la justice sociale sont restées centrales au cours du premier semestre. Les 2 et 3 Juin 2021, les journées de « *Pause For Action* » ont eu lieu pour la deuxième année et ont été l'occasion de partager à l'échelle du Groupe les progrès et bonnes pratiques en matière de diversité, d'égalité et d'inclusion.

La santé des collaborateurs est demeurée un sujet de mobilisation interne fort, avec des situations inégales entre les pays et des conséquences parfois douloureuses pour nos salariés comme en Inde où nombre de nos collaborateurs ont été durement affectés. La protection de tous les salariés est une absolue priorité, en suivant les consignes nationales de confinement et déconfinement et les gestes barrières recommandés, avec des plans de reprise combinant le télétravail avec un retour progressif au bureau quand c'est possible.

La plateforme interne Marcel s'est installée comme lieu fédérateur, avec les sessions plénières trimestrielles animées par Arthur Sadoun, Président du Directoire et les sessions mensuelles avec les dirigeants des pays et leurs Comex. Par ailleurs, les collaborateurs ont continué de bénéficier de programmes d'accompagnement individuels afin de prendre soin de leur santé physique et mentale et d'accéder largement aux nombreux programmes de formation en ligne.

En avril 2021, Publicis Groupe a annoncé un partenariat entre le Women's Forum for the Economy & Society et l'Institut de l'Economie Positive ainsi qu'un changement de la gouvernance du Women's Forum avec Audrey Tcherkoff, Présidente exécutive de l'Institut de l'Economie Positive, devenant également Directrice générale du Women's Forum. La création d'un Global Advisory Council a également été lancée afin de faire rayonner plus encore les initiatives du Women's Forum.

En juin 2021, VivaTech s'est déroulé de manière hybride avec un évènement physique réunissant plus de 26 000 participants à Paris (jauge restreinte pour raisons sanitaires) et des sessions digitales pendant 3 jours réunissant plus de 100 000 participants autour d'invités prestigieux de la Tech et de start-ups innovantes.



Enfin, confortant l'importance des sujets RSE, Publicis Groupe a annoncé le 26 mai 2021 la création d'un nouveau comité du Conseil de surveillance dédié aux questions environnementales et sociétales et sur la prise en compte des intérêts de toutes les parties prenantes ; ce Comité ESG est présidé par Suzy LeVine.

Les actions du Groupe et des agences en matière de RSE sont publiquement accessibles dans la section RSE du site du Groupe et les données sont synthétisées dans la partie CSR Smart data.

* *

*



NEW BUSINESS

EUROPE

Pandora AS (Technology), Polestar Performance AB (Technology), Nomad Foods (Media), La Poste (Creative), Société des Produits Nestlé (Technology), Daimler (Technology), Unilever (Technology), PMU (Technology), TUI Group (Creative), Groupe Casino (Creative), SNCF (Creative), FNPCA - ARTISANAT (Creative), Procter & Gamble (Creative), Etihad Airways (Media), Sephora (Data), April (Technology), ABBVIE (Creative), France Télévisions (Data), Izneo (Media), Enedis (Creative), G-Star (Creative), Zava (Technology), Comic Relief (Creative), Brown Forman (Media), Vinted (Media), DocMorris N.V. (Media), Reckitt Benckiser (Media), Media-Saturn-Holding GmbH (Creative), Raiffeisen Switzerland (Creative), AFD (Creative), Sisley Paris (Data), Cilevel Partners (Data), Carrefour (Data), Fnac Darty (Data), Engie (Data), Printemps (Data), Adecco (Creative), KOMO (Media), Peek & Cloppenburg KG (Digital), British Heart Foundation (Creative), Lindt (Media), CNPA (Creative), Erhard (Creative), EvCon (Creative), Maty (Creative), BNIC (Creative), Niantic (Digital), DP World PLC (Media), Primark (Media), AVK (Creative), Thales Group (Creative), Getin Bank (Media), Inserm (Media), Arterium (Creative), Nestlé (Media), Hormel Foods VI (Design), Hormel Foods VI (Design), Gojo Industries VI (Design), EON Performance Media (Creative), DSM (Health), Jazz (Health), Getir (Creative), SEGRO (Creative), Grant Thornton (Sustainability consultancy), LEGO (Sustainability consultancy), Land Securities (Sustainability consultancy), Purmo (Sustainability), Revolut (Creative), Makuake (Creative), Biogen (Health), Roche (Health), Pfizer (Health), Novartis (Health), P&G Pampers (Sustainability consultancy), PUMA (Influence), Beiersdorf Nivea, Elastoplast and Eucerin (Creative and Sustainability consultancy), Beko (Sustainability consultancy), Mondelez Trident (Creative), Coty MaxFactor (Creative)

AMERIQUE DU NORD

Loblaw Digital (Technology), Verizon Wireless Digital (Technology), Mercedes-Benz USA (Technology), National Cancer Institute (Technology), Academy Sports & Outdoors (Technology), Comcast Corporation (Technology), The Depository Trust & Clearing Corp (Technology), Fiat Chrysler Automobiles (Technology), Sally Beauty (Media), Inspire Brands (Media), Samsung (Creative), Alcohol and Gaming Commission of Ontario (Creative), Unilever (Creative), Procter & Gamble (Creative), Hut 8 Bitcoin Mining (Creative), Mercedes-Benz (Creative), MacDonald, Dettwiler and Associates Inc (Creative), Humana (Media), Sony Interactive Entertainment (Creative), Region of Peel (Creative), Infiniti (Creative), National Ovarian Cancer Coalition Inc. (Digital), Zoetis (Digital), Belcorp (Media), Coventry Direct (Digital), Mission Lane (Digital), Samsung (Creative), Marriott International (Technology), Mackenzie Investments (Creative), Goodfood Market Corp (Creative), Binge Corporation (Creative), Ritual Co (Creative), Greater Toronto Airports Authority (Creative), Addaday Intelligent Technologies LLC (Digital), Wisk Aero (Creative), Grupo Bimbo (Creative), Facebook (Creative)

ASIE PACIFIQUE/ MOYEN-ORIENT/ AFRIQUE



Garena Online (Creative), PRC - Martell (Creative), L'Oréal (Media & Creative), Yili (Creative), Yinlu (Creative), Capital Foods (Creative), Diageo (Creative), Yinlu (Creative), Others (Creative), Ecco (Creative), AXA (Creative), Samsung (Digital & Creative), Penang South Island (Power of One), Spotify (Creative), AMC (Creative), Mercedes-Benz (Creative), Nestlé Content (Production), Medgulf (Creative), Essilor (Creative), Nestlé Total (Wyeth) (Power of One), Sephora (Creative), Toyota Motor Corporation (Creative & Media), Disney Studios / Disney + (Media), Disney + (Creative), DBS (Media), Great Eastern (Creative), Pet Culture Group Pty Limited (Media), Estee Lauder (Commerce), Ontex (Creative), Others (Creative), GSK (Creative), Godrej Pro Clean (Creative), MamaEarth (Media), Danone (Commerce), Thai Oil PCL (Creative), AB InBev (Creative), J&J (Commerce), Disney+ SEA (Media), Expedia (Creative), Wing (Creative), Lazada (Creative), SAIC R-Car (Creative), STB (Media), Israel Railways (Creative), Vivo (Creative), Pechoin (Creative), E carX (Creative), Exxon (Creative), Karaca (Media), NPCI (Creative), Insourcing (Production), Kalpataru Builders (Creative), Mavi (Creative), Hyatt (Media), Nestlé (Creative), Tiger Brands (Creative), Arrow Electronics (Digital), Infiniti (Creative), Aier eye hospital (Creative), Hikvision (Creative), KRAFTON Creative), Mayo (Creative), SAIC Volkswagen (Creative), Zhiji Motors (Creative), Procter & Gamble (Creative), Nestlé (Creative), VSA Health & Wellness Pvt. Ltd (Commerce), Beiersdorf (Commerce)

AMERIQUE LATINE

Grupo SURA (Data), Banco Bradesco (Creative), Citigroup (Production), Pfizer (Creative), Astrazeneca (Creative), Compania Nacional de Chocolates de Peru S.A. (Creative), Visa (Creative), Grupo Nutresa (Creative), Mercedes-Benz (Creative), Heineken (Creative), PepsiCo (Digital), Grupo Bimbo (Creative), Procter & Gamble (Creative & Data), Abastece ai (Creative), Tiger (Creative), Ypê (Creative), Enjoei (Creative), Gavilon (Creative), Nissan Motor Corporation (Creative), Merck Sharp & Dohme Corp. (Creative), Civica Pay (Creative & Media), Merck & Co (Creative), TikTok (Media), Groupe Renault (Media), Shopee (Media), Bacio di Latte (Media)

GLOBAL

AB InBev (Data), Nissan Motor Corporation – Infiniti (Creative), Stellantis (Media)

* *
*



Avertissement

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

À propos de Publicis Groupe - The Power of One

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est un leader mondial de la communication. Le Groupe est présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur, du conseil à l'exécution, en combinant la transformation marketing et la transformation digitale des entreprises. Publicis Groupe se positionne comme le partenaire privilégié dans la transformation de ses clients pour leur permettre de créer une expérience personnalisée à grande échelle. Le Groupe repose sur dix expertises regroupées au sein de quatre activités principales : la Communication, les Medias, la Data, et la Technologie. Il propose à ses clients une organisation unifiée et fluide leur facilitant l'accès à l'ensemble de ses expertises dans chacun de ses marchés. Le Groupe est présent dans plus de 100 pays et compte environ 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	6 mois	Impact des taux de change au 30 juin 2021 <i>(en millions d'euros)</i>	
Revenu net 2020	2 481	2 293	4 774	GBP ⁽²⁾	3
Impact des taux de change ⁽²⁾	(151)	(125)	(276)	USD ⁽²⁾	(245)
Revenu net 2020 au taux de change 2021 (a)	2 330	2 168	4 498	Autres	(35)
Revenu net 2021 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b)	2 395	2 537	4 932	Total	(276)
Revenu net des acquisitions ⁽¹⁾	(3)	2	(1)		
Revenu net 2021	2 392	2 539	4 931		
Croissance organique (b/a)	+2,8%	+17,1%	+9,7%		

(1) Acquisitions (Third Horizon, Octopus, Balance Internet, Taylor Herring), nettes de cessions (PC Epsilon Fitness, Sirius, Found).

(2) EUR = 1,202 USD en moyenne au S1 2021 vs. 1,101 USD en moyenne au S1 2020
EUR = 0,866 GBP en moyenne au S1 2021 vs. 0,873 GBP en moyenne au S1 2020



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.

Ratio de recovery : calculé comme suit : $100 \times [1 + \text{croissance organique (n-1)}] \times [1 + \text{croissance organique (n)}]$.



Compte de résultat consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2021 (6 mois)	30 juin 2020 (6 mois)	31 décembre 2020 (12 mois)
Revenu net¹	4 931	4 774	9 712
Revenu des coûts refacturables	562	504	1 076
Revenu	5 493	5 278	10 788
Charges de personnel	(3 174)	(3 224)	(6 242)
Autres charges opérationnelles	(1 267)	(1 131)	(2 388)
Marge opérationnelle avant amortissements	1 052	923	2 158
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(237)	(301)	(600)
Marge opérationnelle	815	622	1 558
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(126)	(142)	(339)
Perte de valeur	(92)	(231)	(241)
Autres produits et charges non courants	1	5	5
Résultat opérationnel	598	254	983
Charges financières	(57)	(95)	(185)
Produits financiers	12	47	66
Coût de l'endettement financier net	(45)	(48)	(119)
Autres charges et produits financiers	(5)	(44)	(79)
Réévaluation des compléments de prix sur acquisitions	(5)	2	(17)
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	543	164	768
Impôt sur le résultat	(135)	(39)	(196)
Résultat net des entreprises consolidées	408	125	572
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	-	(2)	(1)
Résultat net	408	123	571
Dont :			
- Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	(6)	(13)	(5)
Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	414	136	576

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

Nombre d'actions	246 106 455	237 468 157	239 838 347
Bénéfice net par action	1,68	0,57	2,40
Nombre d'actions dilué	248 475 342	238 280 061	241 926 553
Bénéfice net par action - dilué	1,67	0,57	2,38

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



Etat de résultat global consolidé

(en millions d'euros)

	30 juin 2021 (6 mois)	30 juin 2020 (6 mois)	31 décembre 2020 (12 mois)
Résultat net de la période (a)	408	123	571
Eléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat			
- Gains (et pertes) actuariels sur régime à prestations définies	24	(24)	(20)
- Impôts différés relatifs aux éléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat	(6)	4	3
Eléments du résultat global susceptibles d'être reclassés en résultat			
- Réévaluation des instruments de couverture	17	(134)	(89)
- Ecart de conversion de consolidation	233	(133)	(633)
Total des autres éléments du résultat global (b)	268	(287)	(739)
Résultat global de la période (a) + (b)	676	(164)	(168)
Dont :			
- Résultat global de la période attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	(6)	(10)	(7)
- Résultat global de la période attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	682	(154)	(161)



Bilan consolidé

(en millions d'euros)

	30 juin 2021	31 décembre 2020
Actif		
Écarts d'acquisition nets	11 175	10 858
Immobilisations incorporelles nettes	1 408	1 509
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	1 544	1 645
Immobilisations corporelles nettes	607	626
Impôts différés actifs	178	137
Titres mis en équivalence	23	24
Autres actifs financiers	260	232
Actifs non courants	15 195	15 031
Stocks et en-cours de production	277	230
Clients et comptes rattachés	8 818	9 508
Actifs sur contrats	1 029	889
Autres créances et actifs courants	801	803
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 959	3 700
Actifs courants	13 884	15 130
Total de l'actif	29 079	30 161
Passif		
Capital	101	99
Réserves consolidées, part du Groupe	7 589	7 083
Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe (Part du Groupe)	7 690	7 182
Participations ne donnant pas le contrôle (Intérêts minoritaires)	(46)	(22)
Total capitaux propres	7 644	7 160
Dettes financières à plus d'un an	3 461	3 653
Obligations locatives à plus d'un an	1 819	1 850
Impôts différés passifs	235	247
Provisions à long terme	493	468
Passifs non courants	6 008	6 218
Fournisseurs et comptes rattachés	11 330	12 887
Passifs sur contrats	347	404
Dettes financières à moins d'un an	834	856
Obligations locatives à moins d'un an	295	292
Dettes d'impôts sur les sociétés	343	296
Provisions à court terme	234	234
Autres dettes et passifs courants	2 044	1 814
Passifs courants	15 427	16 783
Total du passif	29 079	30 161



Tableau des flux de trésorerie consolidés

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2021 (6 mois)	30 juin 2020 (6 mois)	31 décembre 2020 (12 mois)
Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net	408	123	571
Neutralisation des produits et charges calculés :			
Impôt sur le résultat	135	39	196
Coût de l'endettement financier net	45	48	119
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(1)	(5)	(6)
Dotation aux amortissements et pertes de valeur	455	674	1 180
Rémunérations fondées sur des actions	25	28	55
Autres produits et charges calculés	11	47	94
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	-	2	1
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	2	2	2
Impôt payé	(163)	(74)	(293)
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	(1 191)	(853)	1 047
Flux net de trésorerie liés à l'activité (I)	(274)	31	2 966
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(50)	(83)	(167)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	-	10	12
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	4	(7)	(9)
Acquisitions de filiales	(77)	(37)	(146)
Cessions de filiales	-	2	1
Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissement (II)	(123)	(115)	(309)
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	-	-	(102)
Dividendes versés aux participations ne donnant pas le contrôle	(2)	(4)	(10)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts ⁽²⁾	1	2 091	2
Remboursement des emprunts ⁽²⁾	(190)	(1 436)	(1 302)
Remboursement des dettes locatives	(144)	(194)	(384)
Intérêts payés sur obligations locatives	(35)	(40)	(77)
Intérêts financiers payés	(94)	(106)	(184)
Intérêts financiers encaissés	12	25	71
Rachats de participations ne donnant pas le contrôle	(4)	-	(10)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et exercice de BSA	9	3	8
Flux net de trésorerie liés aux opérations de financement (III)	(447)	339	(1 988)
Incidence des variations de taux de change (IV)	102	75	(379)
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	(742)	330	290
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	3 700	3 413	3 413
Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	(3)	(6)	(6)
Trésorerie à l'ouverture (V)	3 697	3 407	3 407
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	2 959	3 743	3 700
Soldes créditeurs de banques à la clôture	(4)	(6)	(3)
Trésorerie à la clôture (VI)	2 955	3 737	3 697
Variation de la trésorerie consolidée (VI - V)	(742)	330	290
<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	(32)	67	139
Variation des créances clients et autres créances	847	2 605	(24)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	<u>(2 006)</u>	<u>(3 525)</u>	<u>932</u>
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(1 191)	(853)	1 047



Tableau de variation des capitaux propres consolidés

Nombre d'actions en circulation	(en millions d'euros)	Capital social	Réserves liées au capital	Réserves et résultats consolidés	Réserve de conversion	Réserve de juste valeur	Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère	Participations ne donnant pas le contrôle	Total capitaux propres
245 577 779	31 décembre 2020	99	4 307	3 585	(816)	7	7 182	(22)	7 160
	Résultat net			414			414	(6)	408
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts				233	35	268		268
	Total des produits et charges de la période	-	-	414	233	35	682	(6)	676
5 018 232	Dividendes	2	264	(493)			(227)	(2)	(229)
296 350	Rémunérations fondées sur des actions nettes d'impôts			28			28		28
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle			16			16	(16)	0
241 301	Exercices de Bons de Souscription d'Actions	0	7				7		7
698 159	(Achats)/Ventes d'actions propres			2			2		2
251 831 821	30 juin 2021	101	4 578	3 552	(583)	42	7 690	(46)	7 644



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



Bénéfice net par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

		30 juin 2021	30 juin 2020
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA			
Résultat net part attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	A	414	136
<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	414	136
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA			
Nombre d'actions au 1 ^{er} janvier		247 769 038	240 437 061
Actions créées sur la période		205 975	46 238
Actions propres à déduire (moyenne sur la période)		(1 868 558)	(3 015 142)
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	C	246 106 455	237 468 157
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs		2 201 787	714 961
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		167 100	96 943
Nombre d'actions - dilué	D	248 475 342	238 280 061
<i>(en euros)</i>			
Bénéfice net par action	A/C	1,68	0,57
Bénéfice net par action - dilué	B/D	1,67	0,57



Bénéfice net courant par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

		30 juin 2021	30 juin 2020
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾			
Résultat net part du Groupe		414	136
<i>Eléments exclus :</i>			
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt		94	107
- Perte de valeur, nette d'impôt		70	173
- Réévaluation des compléments de prix d'acquisition		5	(2)
- Principales plus (moins) values de cession et d'ajustement de juste valeur des actifs financiers, nets d'impôts ⁽²⁾		(28)	3
Résultat net courant part du Groupe	E	555	417
<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	555	417
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA			
Nombre d'actions au 1 ^{er} janvier		247 769 038	240 437 061
Actions créées sur la période		205 975	46 238
Actions propres à déduire (moyenne sur la période)		(1 868 558)	(3 015 142)
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	C	246 106 455	237 468 157
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs		2 201 787	714 961
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		167 100	96 943
Nombre d'actions – dilué	D	248 475 342	238 280 061

(en euros)

Bénéfice net courant par action ⁽¹⁾	E/C	2,26	1,76
Bénéfice net courant par action – dilué ⁽¹⁾	F/D	2,23	1,75

⁽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, et de la réévaluation des compléments de prix.

⁽²⁾ Au 30 juin 2021, les principales plus-values de cession s'élèvent à 1 million d'euros et les ajustements de juste valeur des actifs financiers s'élèvent à 27 millions d'euros. Au 30 juin 2020, les ajustements de juste valeur des actifs financiers s'élevaient à (3) millions d'euros