

Des résultats records au 1^{er} semestre 2022

Révision à la hausse de tous les objectifs pour 2022

21 juillet 2022

- Croissance publiée de + 21% au 2^{ème} trimestre
- Croissance organique de + 10,3%, après + 17,1% au 2^{ème} trimestre 2021
 - Très bonne performance dans toutes les régions : + 10,1% aux Etats-Unis et en Europe, + 6,5% en Asie
 - Nouvelle accélération de Publicis Sapient et Epsilon à + 19,1% et + 13,7% respectivement
- Poursuite de la bonne dynamique en *New Business* : N°1 des classements
- Hausse du taux de marge opérationnelle à 17,3% : + 80pdb vs. S1 2021
- Hausse du BNPA courant dilué de + 29% à 2,88€ et du *Free Cash-Flow* de + 17% à 708 millions d'euros
- Révision à la hausse des prévisions pour 2022 : croissance organique attendue entre + 6% et + 7%, taux de marge opérationnelle entre 17,5% et 18%, *Free Cash-Flow* d'au moins 1,5 milliard d'euros

T2 2022

Revenu net	3 073m€
Croissance publiée	+ 21,0%
Croissance organique	+ 10,3%

Résultats S1 2022

(millions d'euros)	S1 2022	2022 vs 2021
Revenu	6 547	+ 19,2%
Revenu net	5 873	+ 19,1%
<i>Croissance organique</i>	+ 10,4%	
EBITDA	1 287	+ 22,3%
Marge opérationnelle	1 018	+ 24,9%
<i>Taux de marge opérationnelle</i>	17,3%	
Résultat net courant part du groupe	727	+ 31,0%
Bénéfice courant par action dilué (euros)	2,88	+ 29,1%
Free Cash Flow ¹	708	+ 17,0%

¹ Avant variation du BFR



Arthur Sadoun, Président du Directoire de Publicis Groupe :

« Nos résultats du 1^{er} semestre 2022 s'établissent à nouveau à un niveau record pour tous nos indicateurs. Notre revenu net est en croissance de + 19,1% en publié sur cette période. Notre croissance organique s'établit à +10,4%, qui conduit à une hausse de + 11,3% sur trois ans, par rapport au niveau d'avant la pandémie.

Après un très bon début d'année, nous enregistrons une croissance de +21% de notre revenu net au 2^{ème} trimestre et une croissance organique de +10,3 % bien au-dessus des attentes.

Cette performance, à comparer à une croissance déjà très élevée au 2^{ème} trimestre 2021 de + 17,1%, provient tout d'abord d'une très forte croissance organique dans toutes nos régions, à + 10% aux Etats-Unis et en Europe et à + 6,5% en Asie, avec la Chine qui reste positive malgré les confinements. Ensuite, les activités de Publicis Sapient et d'Epsilon ont continué à accélérer à + 19,1% et + 13,7% respectivement, confirmant notre capacité à capturer l'évolution des investissements de nos clients dans la data, la technologie et la transformation digitale. Enfin, nous avons bénéficié de la montée en puissance des gains de New Business après une année record en 2021. Cette bonne tendance se confirme depuis le début de l'année et nous positionne toujours en tête des récents classements sur les 12 derniers mois.

Nos ratios financiers ont également atteint des niveaux historiques au 1^{er} semestre grâce à notre modèle de croissance unique. Notre taux de marge opérationnelle ressort ainsi à 17,3% et notre Headline EPS est en croissance de près de + 30%.

Cette performance alliée à une meilleure visibilité sur le deuxième semestre ainsi que la force de notre modèle, nous rendent confiants pour l'avenir. En conséquence, nous révisons nos prévisions pour 2022 à la hausse, avec une croissance organique attendue entre + 6% et + 7%, un taux de marge opérationnelle entre 17,5% et 18% et un Free Cash-Flow d'au moins 1,5 milliard d'euros.

Dans un contexte macroéconomique toujours incertain, nous disposons à la fois des expertises uniques pour aider nos clients dans cette période ainsi que d'une organisation agile et efficiente pour continuer à délivrer les ratios financiers les plus élevés du marché.

Je tiens à remercier nos clients pour leur confiance et nos équipes pour leurs efforts exceptionnels qui ont permis d'obtenir ces excellents résultats. »

*

*

*



Le Conseil de surveillance de Publicis Groupe, réuni le 20 juillet 2022 sous la présidence de Monsieur Maurice Lévy, a examiné les résultats du premier semestre 2022, 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 2022</i>	<i>S1 2021</i>	<i>2022 vs. 2021</i>
<i>Données extraites du compte de résultat et du tableau de flux de trésorerie</i>			
Revenu net	5 873	4 931	+19,1%
Revenu des coûts refacturables	674	562	+19,9%
Revenu	6 547	5 493	+19,2%
EBITDA	1 287	1 052	+22,3%
<i>En % du revenu net</i>	<i>21,9%</i>	<i>21,3%</i>	<i>+ 60pdb</i>
Marge opérationnelle	1 018	815	+24,9%
<i>En % du revenu net</i>	<i>17,3%</i>	<i>16,5%</i>	<i>+ 80pdb</i>
Résultat opérationnel	761	598	+27,3%
Résultat net part du groupe	537	414	+29,7%
Bénéfice par action	2,15	1,68	+28,0%
Bénéfice courant par action, dilué ¹	2,88	2,23	+29,1%
Free cash-flow avant variation du BFR	708	605	+17,0%
<i>En millions d'euros, Données extraites du bilan</i>			
	<i>30 juin 2022</i>	<i>31 déc. 2021</i>	
Total de l'actif	34 392	32 846	
Capitaux propres, part du Groupe	9 314	8 588	
Endettement financier net (trésorerie nette)	464	76	

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 DEUXIEME TRIMESTRE 2022

Le revenu net de Publicis Groupe pour le 2^{ème} trimestre 2022 est de 3 073 millions d'euros et se compare à 2 539 millions d'euros en 2021, en croissance de 21,0%. Les variations de taux de change ont eu un effet positif de 229 millions d'euros. Les acquisitions (nettes de cessions) ont contribué pour 21 millions d'euros au revenu net du 2^{ème} trimestre 2022. La croissance organique est de +10,3% au 2^{ème} trimestre 2022.

Répartition du revenu net du 2^{ème} trimestre par zone géographique

Millions d'euros	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique
	T2 2022	T2 2021		
Amérique du Nord	1 912	1 527	+ 25,2%	+ 10,3%
Europe	709	634	+ 11,8%	+ 10,1% ¹
Asie Pacifique	289	253	+ 14,2%	+ 6,5%
Moyen-Orient & Afrique	90	71	+ 26,8%	+ 15,3%
Amérique Latine	73	54	+ 35,2%	+ 20,7%
Total	3 073	2 539	+ 21,0%	+ 10,3%

Le revenu net en **Amérique du Nord** est en hausse de + 10,3% en organique au 2^{ème} trimestre (+ 25,2% sur une base publiée, en incluant un effet positif du taux de change US dollar/ Euro). La croissance organique aux **Etats-Unis** s'est établie à + 10,1%, confirmant la bonne dynamique dans toutes ses activités. Le Média a connu une croissance à deux chiffres, tandis que les activités de Création ont vu leur revenu net progresser de près de 10% en organique, notamment grâce à l'activité de Production. Publicis Sapient a une nouvelle fois bénéficié de l'accélération de la demande en transformation digitale des entreprises et a enregistré une croissance de + 17,2% en organique. La croissance organique d'Epsilon s'est établie à + 13,7%, avec notamment un retour à la croissance pour la division Automobile et une progression à deux chiffres dans toutes ses autres activités (Médias Digitaux, Technologie, Data). La croissance organique au **Canada** s'est établie à + 15,6%.

En **Europe**, le revenu net a été en hausse de + 11,8% en publié et de + 10,1% en organique, ou + 10,7% en excluant les activités d'affichage dans les transports et le Drugstore. Au 2^{ème} trimestre, le **Royaume-Uni** a connu une croissance organique de + 15,5%, avec notamment une croissance à deux chiffres du Média et une très bonne performance de Publicis Sapient, porté par les gains de nouveaux contrats. En **France**, la croissance organique s'est établie à + 9,3%². **L'Allemagne** a connu une croissance organique de + 6,5% grâce à une forte croissance du Média et une amélioration séquentielle de Publicis Sapient qui connaît une

¹ + 10,7% hors activités d'affichage dans les transports et le Drugstore

² + 6,6% en incluant les activités d'affichage dans les transports et le Drugstore



croissance positive. **L'Europe Centrale et de l'Est**, malgré l'arrêt de l'activité en **Ukraine**, a été en hausse de + 6,4%, grâce à une croissance à deux chiffres en **Pologne**, en **Roumanie** et en **Turquie**.

Le revenu net de la région **Asie-Pacifique** a augmenté de + 6,5% en organique (+14,2% en publié). Grâce à la contribution des nouveaux contrats, La **Chine** a été en hausse avec une croissance organique de + 2,7%, et ce en dépit de confinements stricts appliqués dans le pays. **L'Inde, l'Australie et la Nouvelle Zélande** ont connu une forte croissance grâce au Média, et la **Thaïlande** également grâce à Publicis Sapien.

Le revenu net de la région **Moyen-Orient et Afrique** a progressé de + 15,3% en organique (+ 26,8% en publié), notamment grâce aux activités de Créativité, à Publicis Sapien au Moyen-Orient, et au Média en Afrique.

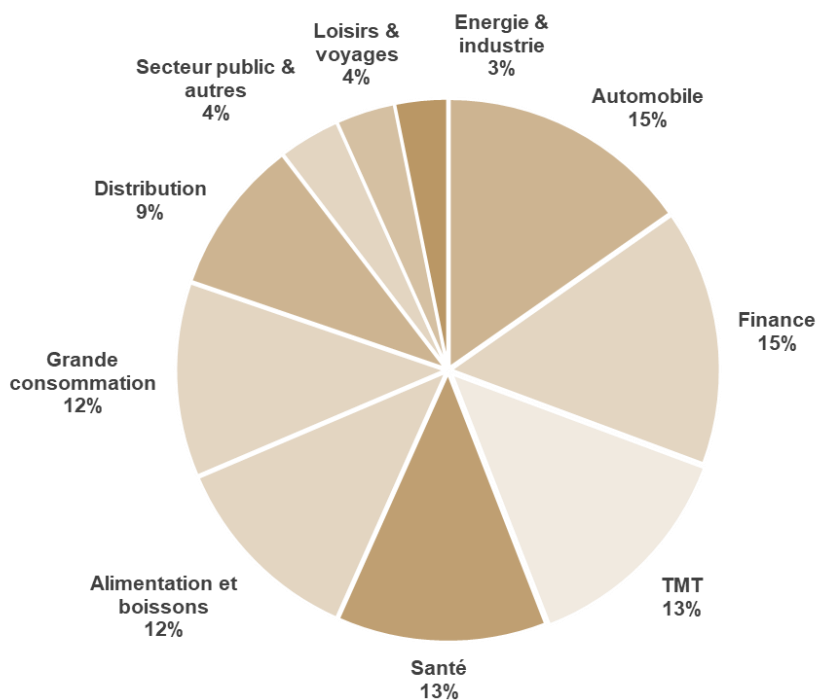
Le revenu net en **Amérique Latine** a connu une hausse de + 20,7% en organique (+ 35,2% en publié), la plupart des pays connaissant une croissance à deux chiffres, notamment grâce au Média.



REVENU NET DU PREMIER SEMESTRE 2022

Le revenu net de Publicis Groupe au 1^{er} semestre 2022 a atteint 5 873 millions d'euros, en hausse de + 19,1% par rapport à 4 931 millions d'euros du 1^{er} semestre 2021. Les variations de taux de change ont un effet positif de 354 millions d'euros. Les acquisitions (nettes de cessions) ont contribué à un impact positif de 40 millions d'euros sur le revenu net. La croissance organique s'est établie à + 10,4% au 1^{er} semestre 2022.

Répartition du revenu net du 1^{er} semestre 2022 par secteur



Sur la base de 3 267 clients représentant 91% du revenu net total du Groupe



Répartition du revenu net semestriel par zone géographique

Millions d'euros	Revenu net		Croissance publiée	Croissance organique
	S1 2022	S1 2021		
Amérique du Nord	3 660	3 032	+ 20,7%	+ 9,3%
Europe	1 371	1 195	+ 14,7%	+ 12,3% ¹
Asie Pacifique	550	470	+ 17,0%	+ 10,1%
Moyen-Orient & Afrique	165	133	+ 24,1%	+ 14,5%
Amérique Latine	127	101	+ 25,7%	+ 17,3%
Total	5 873	4 931	+ 19,1%	+ 10,4%

Le revenu net en **Amérique du Nord** enregistre une croissance organique de + 9,3% au 1^{er} semestre (+ 20,7% en reporté, en incluant l'effet positif du taux de change US dollar/ Euro). Cette performance inclut une croissance organique de + 9,1% aux **Etats-Unis**, reflétant un 1^{er} trimestre solide à + 8,1% et une accélération au 2^{ème} trimestre à + 10,1%.

L'Europe a connu une croissance organique de + 12,3% au 1^{er} semestre (+ 14,7% en publié). En excluant l'impact des activités d'affichage dans les transports et du Drugstore, la croissance organique en Europe s'est établie à + 10,1%. Les activités au **Royaume-Uni** ont progressé de + 13,8% en organique, de + 10,7%² en **France**, de + 3,9% en **Allemagne** et + 10,4% en **Europe Centrale et de l'Est**.

Le revenu net en **Asie-Pacifique** a progressé de + 10,1% en organique (+ 17,0% en publié). La **Chine** a enregistré une croissance organique de + 6,0%, **l'Australie et la Nouvelle-Zélande** de + 10,1% et **l'Inde** de + 9,5%.

La croissance organique de la zone **Moyen-Orient et Afrique** a progressé de + 14,5% au 1^{er} semestre (+ 24,1% en publié).

En **Amérique Latine**, la croissance s'est établie à + 17,3% en organique (+ 25,7% en publié). Le **Brésil** a vu son revenu net augmenter de + 17,1% en organique et le **Mexique** de + 7,4%.

¹ + 10,1% hors activités d'affichage dans les transports et le Drugstore

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



ANALYSE DES CHIFFRES CLES DU S1 2022

Compte de résultat

L'**EBITDA** s'établit à 1 287 millions d'euros au 1^{er} semestre 2022, contre 1 052 millions en 2021, soit une hausse de +22,3%. Le taux de marge d'EBITDA ressort à 21,9% du revenu net (+60 points de base par rapport au 1^{er} semestre 2021).

- Les **charges de personnel** atteignent 3 888 millions d'euros au 30 juin 2022, contre 3 174 millions d'euros en 2021, le Groupe poursuivant son investissement dans ses talents. Ces coûts de personnel représentent 66,2% du revenu net du semestre, contre 64,4% en 2021. Les coûts fixes de personnel s'établissent à 3 375 millions d'euros et représentent 57,5 % du revenu net contre 56,4 % en 2021. Le coût des freelances est en hausse de 64 millions d'euros au 1^{er} semestre 2022, reflétant la hausse de l'activité, et représente 233 millions d'euros au 30 juin. Les coûts de restructuration s'élèvent à 30 millions d'euros sur le semestre contre 12 millions d'euros en 2021.
- Les **autres charges opérationnelles** (hors amortissements) sont de 1 372 millions d'euros et se comparent à 1 267 millions d'euros en 2021. Ces coûts représentent 23,4% du revenu net contre 25,7% en 2021, en amélioration de 230 points de base. La structure agile du Groupe a permis de contenir les frais généraux et administratifs dans un contexte d'augmentation du revenu. Par ailleurs, le traitement comptable consécutif au renouvellement de deux contrats d'affichage majeurs en France pour 5 et 10 ans, comme mentionné dans les résultats annuels 2021, a conduit à un impact technique positif de 80 points de base, totalement compensé au niveau des dépréciations. En effet, ces contrats étaient comptabilisés en tant que coût des ventes en 2021 et sont désormais comptabilisés en droits d'utilisation relatifs aux contrats de location et donnant donc lieu à dépréciation.

La **dotation aux amortissements** est de 269 millions d'euros au 1^{er} semestre 2022, à comparer à 237 millions d'euros au 1^{er} semestre 2021, en hausse de 13,5%. Cette hausse de 32 millions d'euros reflète l'impact des taux de change et des changements de périmètre, ainsi que la contrepartie de la comptabilisation des contrats mentionnée plus haut, en partie compensée par nos actions des dernières années pour réduire notre parc immobilier et notre choix de comptabiliser certaines dépenses informatiques en charges plutôt que de les capitaliser.

Compte-tenu de l'impact neutre du traitement comptable des deux contrats d'affichage sur les charges opérationnelles incluant les amortissements, le levier opérationnel du Groupe représente 250 points de base.

En conséquence, la **marge opérationnelle** s'établit à 1 018 millions d'euros au 30 juin 2022, en hausse de 24,9% par rapport à 2021. Le taux de marge ressort à 17,3%, en hausse de 80 points de base par rapport à 16,5% en 2021.



Les **taux de marge opérationnelle** par région s'élevaient à 19,2% en Amérique du Nord, 13,3% en Europe, 20,9% en Asie-Pacifique, 5,5% pour la région Moyen-Orient/Afrique et 7,1% en Amérique Latine.

Les **amortissements sur immobilisations incorporelles** liées aux acquisitions s'élevaient à 137 millions d'euros sur le semestre, en hausse de 11 millions d'euros par rapport au 1^{er} semestre 2021. Les **pertes de valeur sur les droits d'utilisation d'actifs immobiliers** au 1^{er} semestre 2022, liées au plan de consolidation immobilière « *All in One* », s'élevaient à 44 millions d'euros, une réduction de 48 millions d'euros par rapport au 1^{er} semestre 2021.

Par ailleurs, les **autres charges et produits non courants** représentent une charge de 76 millions d'euros, par rapport à un produit de 1 million d'euros au 1^{er} semestre 2021. Ce poste inclut une perte de 87 millions d'euros sur la cession de la filiale du Groupe en Russie, comme annoncé en mars.

Le **résultat opérationnel** s'élève à 761 millions d'euros sur le semestre contre 598 millions d'euros en 2021.

Le **résultat financier**, composé du coût de l'endettement financier net et d'autres charges et produits financiers, est une charge de 44 millions d'euros au 1^{er} semestre 2022, en baisse par rapport à la charge de 55 millions d'euros sur la même période en 2021.

- La charge (nette de produits) sur l'endettement financier net est de 27 millions d'euros sur le semestre, incluant 49 millions d'euros d'intérêts sur l'endettement brut lié principalement à l'acquisition d'Epsilon, partiellement compensés par des produits financiers, pour 29 millions d'euros, en hausse de 17 millions d'euros par rapport à H1 2021, liés à un niveau moyen de trésorerie et des taux d'intérêt plus élevés, notamment aux Etats-Unis. Au 1^{er} semestre 2021, l'endettement financier net avait généré une charge (nette de produits) de 45 millions d'euros.
- Les autres charges et produits financiers (hors réévaluation des *earn-outs*) représentent une charge de 13 millions d'euros, et comprennent notamment 45 millions d'euros d'intérêts sur les obligations locatives, et un produit de 34 millions d'euros de réévaluation de la juste valeur des Fonds communs de placement. En 2021, les autres charges et produits financiers correspondaient à une charge de 5 millions d'euros, incluant 35 millions d'euros d'intérêts sur les obligations locatives et un produit de 32 millions d'euros sur la réévaluation de la juste valeur des Fonds communs de placement.

La **charge de réévaluation des *earn-outs*** s'établit à 4 millions d'euros au premier semestre 2022, proche des 5 millions sur la même période en 2021.

La **charge d'impôt** est de 189 millions d'euros sur le 1^{er} semestre 2022, découlant de l'application d'un taux d'impôt effectif prévisionnel pour 2022 de 23,4%, contre une charge d'impôt de 135 millions d'euros en 2021, avec un taux de 24,7%.

La quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence sur le 1^{er} semestre 2022 est un profit de 5 millions d'euros, alors qu'elle n'était pas significative en 2021.



La part des intérêts minoritaires dans le résultat net est une charge de 4 millions d'euros au 30 juin 2022 contre une charge de 6 millions d'euros au 30 juin 2021.

Au total, le résultat net part du Groupe du 1er semestre 2022 est un bénéfice de 537 millions d'euros contre 414 millions d'euros l'année précédente pour la même période.

Free cash-flow

<i>En millions d'euros</i>	S1 2022	S1 2021
EBITDA	1 287	1 052
Remboursement des obligations locatives et intérêts associés	(215)	(179)
Investissements en immobilisations (nets)	(82)	(50)
Intérêts financiers payés (nets)	(63)	(82)
Impôts payés	(251)	(163)
Autres	32	27
Free cash-flow avant variation du BFR	708	605

Le free cash-flow du Groupe, avant variation du besoin en fonds de roulement, enregistre une hausse significative de 103 millions d'euros par rapport au S1 2021 et s'établit à 708 millions euros au premier semestre 2022. Les remboursements de dettes locatives et les intérêts y afférent s'élèvent à 215 millions d'euros au 30 juin 2022. Les investissements nets en immobilisations s'élèvent à 82 millions d'euros, en hausse par rapport aux 50 millions d'euros sur la même période en 2021. Les intérêts financiers nets (principalement constitués des intérêts sur l'endettement brut lié à l'acquisition d'Epsilon) s'élèvent à 63 millions d'euros sur le premier semestre 2022. Les impôts payés s'élèvent à 251 millions d'euros, en hausse de 88 millions, par rapport aux 163 millions payés sur la même période en 2021, en lien avec l'augmentation des profits taxables et d'autres effets divers dont les soldes 2021 à payer.

Endettement net

L'endettement financier net s'établit à 464 millions d'euros au 30 juin 2022 à comparer à un endettement financier net de 76 millions d'euros au 31 décembre 2021.

L'endettement net moyen du groupe sur 12 mois glissants s'est élevé à 1 024 millions d'euros au 1^{er} semestre 2022 contre 2 252 millions d'euros sur la même période en 2021.



ACQUISITIONS ET CESSIONS

Le 8 mars 2022, Publicis a finalisé l'acquisition de Tremend, société basée à Bucarest (Roumanie), une entreprise technologique spécialisée dans le développement de logiciels. Tremend est un acteur majeur de ce secteur, avec plus de 60 millions d'utilisateurs finaux de ses logiciels développés pour ses clients. Publicis Sapient s'appuiera sur l'expertise technologique de Tremend pour développer son nouveau centre de distribution mondial en Europe. Tremend jouit d'une forte expertise développée au cours des 16 dernières années et compte aujourd'hui plus de 650 ingénieurs et développeurs de logiciels aux compétences très recherchées.

Le 15 mars 2022, Publicis a annoncé son désengagement de Russie, avec la cession du contrôle de ses agences au management local. Le Groupe a transféré le contrôle de ses opérations à Sergey Koptev, Président fondateur de Publicis en Russie, avec l'engagement contractuel d'assurer un avenir à ses 1 200 collaborateurs dans le pays. Publicis a ainsi procédé à l'arrêt immédiat de ses activités et investissements en Russie. Cette cession, effective immédiatement, a conduit à une perte de cession exceptionnelle de 87 millions d'euros dans les comptes du premier trimestre. La Russie est déconsolidée depuis le 1^{er} avril 2022.

Le 3 mai 2022, Publicis a annoncé l'acquisition de **Profitero**, une plateforme SaaS, leader mondial dans le « *eCommerce intelligence* », qui permet aux marques d'analyser et d'optimiser leurs ventes, leur marketing et leurs performances opérationnelles sur 70 millions de produits vendus en ligne au travers de plus de 700 sites de e-commerce dans le monde. Les produits, la technologie et les 300 salariés de Profitero permettront de renforcer les expertises « *Commerce* » existantes de Publicis Groupe dans le monde entier.

Le 14 juin 2022, Publicis a annoncé l'acquisition de **Wirecraft**, une société de conseil en produits numériques et de technologie dont l'activité est axée sur la Chine et l'Asie-Pacifique, avec des bureaux à Shanghai et Singapour. Wirecraft rassemble plus de 100 experts locaux et internationaux en technologie, design, ingénierie, gestion de produits, conseil et *data*, pour aider les marques mondiales à créer et lancer des produits numériques. Wirecraft propose des solutions dans les domaines de la transformation numérique, du *e-commerce* et des données de fidélisation des clients.

RSE

Publicis Groupe a poursuivi ses avancées sur chacune de ses grandes priorités.

1 – **Diversité, Equité et Inclusion** : la 3^{ème} édition 2022 de « *Pause for Action* » aux Etats-Unis le 29 juin 2022 a rassemblé plus de 13 000 collaborateurs engagés pour échanger et agir en matière d'inclusion, de diversité et de justice sociale. Les données publiées sur la diversité de nos équipes aux Etats-Unis montrent une évolution positive, même s'il demeure évident qu'il faut poursuivre sans relâche les efforts, comme l'a rappelé le président du Directoire Arthur Sadoun, notamment en matière de recrutement, rétention et promotion.



La santé des collaborateurs est demeurée un sujet de préoccupation avec le retour en présentiel progressif dans la plupart des pays sortant progressivement de la pandémie. La protection des collaborateurs est une priorité dans toutes les entités, et les équipes RH/Talents locales restent vigilantes afin de combiner télétravail et retour au bureau pour faciliter le travail hybride.

Marcel, la plateforme interne de Publicis Groupe atteint un taux d'adoption de 90% et occupe une place centrale à plusieurs titres. D'une part, c'est le lieu d'échange à grande échelle, où se déroulent les événements internes comme « *Pause For Action* » ou les sessions plénières trimestrielles animées par les dirigeants des pays et leurs Comex. D'autre part, avec *Marcel Classes*, les salariés peuvent accéder à une offre constamment enrichie de formations et se voient désormais proposer des parcours individualisés de formation avec la mise en place du « *Growth Dashboard* » unique pour chacune et chacun, qui évolue en fonction des besoins de l'entreprise ou des technologies et des attentes des salariés.

2 – **Marketing Responsible** : l'outil A.L.I.C.E (*Advertising Limiting Impacts & Carbon Emissions*) est déployé de plus en plus largement, ce qui permet aux équipes de mesurer les émissions carbone des projets et campagnes menés pour les clients, et surtout, de mettre en œuvre de solutions permettant de réduire les impacts au maximum. A.L.I.C.E permet à toutes les activités proposées aux clients d'être mesurées (création, production, media, technologie, événements...) dans 100 pays, en suivant la méthode du GHG Protocol et avec l'appui de Bureau Veritas sur la méthodologie de calcul et la mise à jour des facteurs d'émissions.

3 – **Lutte contre le dérèglement climatique** : les objectifs pour 2030 & 2040 alignés avec le scénario 1.5° ont été à nouveau validés et renforcés à la suite du changement méthodologique fin 2021 de SBTi (*Science Based Targets Initiative*),

- 2030 – « *Near-Term target* » avec une réduction de 50% des émissions des scopes 1+2+3, intégrant le recours à 100% d'énergies renouvelables en source directe avant 2030
- 2040 – « *Long-Term target* » avec une réduction de 90% des émissions des scopes 1+2+3, intégrant le recours à la compensation et séquestration carbone pour les impacts résiduels incompressibles.

Par ailleurs, pour la première fois à Berlin, le **Women's Forum** a réuni, en amont du G7, 300 participants pour une journée de débats et d'ateliers autour des thèmes de l'égalité femmes-hommes en matière de Santé, Climat et Paix. Le « *Call to Action* » adressé aux dirigeants des pays du G7 contient 10 recommandations autour de la nécessité absolue de l'intensification de la parité et d'une meilleure intégration de celle-ci dans toutes les décisions politiques et économiques.

Mi-juin 2022, **VivaTechnology** s'est déroulé de manière hybride avec un événement physique réunissant plus de 91 000 participants à Paris, avec des sessions en ligne pendant 3 jours réunissant près de 300 000 professionnels autour d'invités prestigieux de la Tech et des start-ups. La chaîne VivaTech News a passé la barre des 4,3 millions de consultations. Au total, pour cette 6^{ème} édition, 400 millions de personnes dans 140 pays ont été touchées par cet événement, avec un record de plus de 3 milliards de vues sur les réseaux sociaux.



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.

PERSPECTIVES 2022

Grâce à un solide premier semestre 2022, à la dynamique commerciale actuelle et à la force de son modèle, le Groupe est confiant dans l'avenir et revoit à la hausse ses prévisions pour l'ensemble de l'année 2022 sur tous les indicateurs clés de performance.

Le Groupe anticipe désormais une croissance organique sur l'ensemble de l'année 2022 comprise entre +6 et +7% contre +4 à +5% précédemment, un taux de marge opérationnelle compris entre 17,5% et 18%, contre environ 17,5% précédemment, et un *free cash-flow* avant besoin en fonds de roulement d'au moins 1,5 milliard d'euros, contre environ 1,4 milliard d'euros précédemment.

* *

*



NEW BUSINESS

EUROPE

Primark (Data), abrdrn (Media), Heineken (Content), Biffa PLC (Commerce), HomeExchange (Digital Media Planning & Buying), Wild (Creative), LVMH (Media), Air Liquide (Digital), Churchill Insurance (Creative), Neue Zürcher Zeitung AG (Creative), Valoria Capital (Creative), Aroma-Zone (Creative), Metro (Creative), Mundicenter (Creative), Sky Italia (Creative), Sberbank (Content), Mapfre (Media), The Ministry of Education and Science of Bulgaria (Influence), Landkredit Bank (Media), United Parcel Service (Data), Ferrero (Creative), Expo Serbia (Creative), Campari (Influence), BNP Paribas (Creative), Avon Products (Media), Barclaycard (Creative), Betclac (Creative), Santé Publique France (Production & Digital), Piaggio (Media), South Western Railway (DBT), Hammerson (Creative), Assurpeople.com (Creative), Softbank (Creative), Open (Creative), Castel Afrique (Creative), My Money Bank (Creative), D&G (Creative), Promod (Creative), Royal Canin (Creative), Atlantic Grupa (Content), TotalEnergies (Content), Storytel (Creative), Shopee (Media), Société Générale (Content), Wolters Kluwer Health (Media), FINDERELLA (DBT), BSH Home Appliances (Content)

AMERIQUE DU NORD

McDonald's (Media), Walmart (Media), Toyota Motor Corporation (DBT), KFC (Media), Boar's Head (DBT), Auto Club Group (Integrated), CVS Health (Creative), Kruger Inc (Influence), Properly (Influence), Liquor Control Board Of Ontario (Influence), Dos Equis (Digital), Colgate (Digital), Off-Lease Only Auto (Digital), Unilever (Shopper), Nestlé (Digital), Inspire Brands (Digital & CRM), The Kraft Heinz Company (Digital), Zespri (Digital), Trident - Mondelez International (Creative), The Scotts Miracle-Gro Company (DBT), Xero (Influence), Amazon (Data), Loblaw (Influence), Regal Entertainment Group (Production), Pacaso (Creative), Nestlé (Data), Intel (Shopper), Cherry Lane Canada (Influence), Heineken (Commerce), Suntory Group (Commerce), HP (Commerce), Dalio Philanthropies (DBT), Toyota Motor Corporation (Influence), Nearmap (Influence), Metrolinx (Content), Pernod Ricard (Commerce), MTY Food Group (Influence), Takeda Pharmaceuticals (Media)

ASIE PACIFIQUE/ MOYEN-ORIENT/ AFRIQUE

ByteDance (Media), L'Oréal (Media & Content), Volkswagen Group (Influence), Vivo Communication Technology Co (Content), Nestlé (Media & Influence), McDonald's (Creative), Wellington Management Company (DBT), PlayerzPot Media Pvt. Ltd. (Creative), SmarTone Telecommunications Holdings Limited (Media), Abbott Laboratories (Commerce), Singapore Telecommunications (Content), Geely Auto Group (Content), Deliveroo (Media), PlayerzPot Media Pvt. Ltd. (Media), Jardine Restaurant Group (Media), Clarins Group (Media), Cool Inc (Media), Humsafar Trust (Creative), Zoomcar (Media), XYXX Apparels (Media), BMW Malaysia (Creative & Digital), PepsiCo (Media & Creative), e& - Etisalat (Creative), Krungthai Bank (Content), Infinix Mobility (Content), Citigroup (Content), Easy Crypto NZ (Media), Meta (Creative), Singapore Ministry of Communications and Information (Media), Westpac Banking Corporation (CRM), Cashrewards (Media), City of Melbourne (Media), Shandong Hongchang cultural and Creative Industrial Park (DBT), New Balance (Production), Amica Financial Technologies (Media), Body Cupid (Commerce), Bank of China (Media), Samsung (DBT), Essity Hygiene & Health (Media), GlaxoSmithKline (DBT), Neom (Media), Shandong Culture & Travel Media Group (DBT), SAIC Volkswagen (Creative), Eureka Forbes (Media), Chunghwa Telecom (Creative), Sephora (Creative), Procter & Gamble



(Creative), Lexus (Creative), Ekaterina - Lipton Tea, Pukka Herbs (Media), Edrington (Media), Mix & Match Travel (Media)

AMERIQUE LATINE

AB InBev (Creative), MeatMe (Media & Content), Autoridad del Canal de Panama (Media), Scotiabank Inc (Creative), Compania Nacional de Chocolates de Peru (Content), SodaStream (Media), Alfred Kärcher SE & Co. KG (Media), Celebrity Cruises (Media), Alpina (Creative), Citigroup (Creative), Walmart (Media & Content), VeriTran (Creative), Nestlé (Content & CRM), Logitech (Media)

GLOBAL

AB InBev (Media), Siemens (Creative), Norwegian Cruise Line (Media), Singapore Tourism Board (Media & Creative)

* *
*



Avertissement

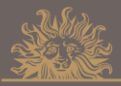
Certaines informations autres qu'historiques contenues dans le présent document sont susceptibles de constituer des déclarations prospectives ou des prévisions financières non auditées. Ces déclarations prospectives et prévisions sont sujettes à des risques et des aléas pouvant se traduire, ultérieurement,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

À propos de Publicis Groupe - The Power of One

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est un leader mondial de la communication. Le Groupe est présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur, du conseil à l'exécution, en combinant la transformation marketing et la transformation digitale des entreprises. Publicis Groupe se positionne comme le partenaire privilégié dans la transformation de ses clients pour leur permettre de créer une expérience personnalisée à grande échelle. Le Groupe repose sur dix expertises regroupées au sein de quatre activités principales : la Communication, les 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 près de 90 000 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/publicisgroupe) | *Viva la Difference!*

Contacts Publicis Groupe

Delphine Stricker	Communication Director	+ 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
Clémence Vermersch	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 72 17	clemence.vermersch@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 2022 (en millions d'euros)	
Revenu net 2021	2 392	2 539	4 931	GBP ⁽²⁾	12
Impact des taux de change ⁽²⁾	125	229	354	USD ⁽²⁾	290
Revenu net 2021 au taux de change 2022 (a)	2 517	2 768	5 285	Autres	52
Revenu net 2022 avant acquisitions ⁽¹⁾ (b)	2 781	3 052	5 833	Total	354
Revenu net des acquisitions ⁽¹⁾	19	21	40		
Revenu net 2022	2 800	3 073	5 873		
Croissance organique (b/a)	+10,5%	+10,3%	+10,4%		

(1) Acquisitions (CitrusAd, Tremend, Profitero, Boomerang, Balance Internet, BBK, Wiredcraft, Taylor Herring, Octopus UK, Means Advertising, Like-A-Rainbow), nettes de cessions (Russia, DPZ&T and Nexus).

(2) EUR = 1,094 USD en moyenne au S1 2022 vs. 1,202 USD en moyenne au S1 2021
EUR = 0,842 GBP en moyenne au S1 2022 vs. 0,866 GBP en moyenne au S1 2021



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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2022 (6 mois)	30 juin 2021 (6 mois)	31 décembre 2021 (12 mois)
Revenu net¹	5 873	4 931	10 487
Revenu des coûts refacturables	674	562	1 251
Revenu	6 547	5 493	11 738
Charges de personnel	(3 888)	(3 174)	(6 639)
Autres charges opérationnelles	(1 372)	(1 267)	(2 782)
Marge opérationnelle avant amortissements	1 287	1 052	2 317
Dotations aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(269)	(237)	(477)
Marge opérationnelle	1 018	815	1 840
Dotations aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(137)	(126)	(256)
Perte de valeur	(44)	(92)	(122)
Autres produits et charges non courants	(76)	1	(28)
Résultat opérationnel	761	598	1 434
Charges financières	(56)	(57)	(115)
Produits financiers	29	12	30
Coût de l'endettement financier net	(27)	(45)	(85)
Autres charges et produits financiers	(13)	(5)	27
Réévaluation des compléments de prix sur acquisitions	(4)	(5)	(33)
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	717	543	1 343
Impôt sur le résultat	(189)	(135)	(307)
Résultat net des entreprises consolidées	528	408	1 036
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	5	-	0
Résultat net	533	408	1 036
Dont :			
- Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	(4)	(6)	9
Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	537	414	1 027

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

Nombre d'actions	250 274 576	246 106 455	248 620 158
Bénéfice net par action	2,15	1,68	4,13
Nombre d'actions dilué	252 508 128	248 475 342	251 695 105
Bénéfice net par action – dilué	2,13	1,67	4,08

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>	30 juin 2022 (6 mois)	30 juin 2021 (6 mois)	31 décembre 2021 (12 mois)
Résultat net de la période (a)	533	408	1 036
Eléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat			
- Gains (et pertes) actuariels sur régime à prestations définies	91	24	48
- Impôts différés relatifs aux éléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat	(22)	(6)	(8)
Eléments du résultat global susceptibles d'être reclassés en résultat			
- Réévaluation des instruments de couverture	8	17	29
- Ecart de conversion de consolidation	676	233	590
Total des autres éléments du résultat global (b)	753	268	659
Résultat global de la période (a) + (b)	1 286	676	1 695
Dont :			
- Résultat global de la période attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	(1)	(6)	9
- Résultat global de la période attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	1 287	682	1 686



Bilan consolidé

(en millions d'euros)

	30 juin 2022	31 décembre 2021
Actif		
Écarts d'acquisition nets	12 841	11 760
Immobilisations incorporelles nettes	1 433	1 379
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	1 946	1 489
Immobilisations corporelles nettes	613	615
Impôts différés actifs	172	175
Titres mis en équivalence	46	25
Autres actifs financiers	393	276
Actifs non courants	17 444	15 719
Stocks et en-cours de production	328	277
Clients et comptes rattachés	10 853	11 315
Actifs sur contrats	1 324	979
Autres créances et actifs courants	1 101	897
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3 342	3 659
Actifs courants	16 948	17 127
Total de l'actif	34 392	32 846
Passif		
Capital	102	101
Réserves consolidées, part du Groupe	9 212	8 487
Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe (Part du Groupe)	9 314	8 588
Participations ne donnant pas le contrôle (Intérêts minoritaires)	(34)	(33)
Total capitaux propres	9 280	8 555
Dettes financières à plus d'un an	3 431	3 446
Obligations locatives à plus d'un an	2 369	1 801
Impôts différés passifs	294	274
Provisions à long terme	485	543
Passifs non courants	6 579	6 064
Fournisseurs et comptes rattachés	14 086	14 479
Passifs sur contrats	487	470
Dettes financières à moins d'un an	149	184
Obligations locatives à moins d'un an	358	288
Dettes d'impôts sur les sociétés	368	328
Provisions à court terme	268	274
Autres dettes et passifs courants	2 817	2 204
Passifs courants	18 533	18 227
Total du passif	34 392	32 846



Tableau des flux de trésorerie consolidés

31 décembre
2021
(12 mois)

(en millions d'euros)	30 juin 2022 (6 mois)	30 juin 2021 (6 mois)	
Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net	533	408	1 036
Neutralisation des produits et charges calculés :			
Impôt sur le résultat	189	135	307
Coût de l'endettement financier net	27	45	85
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	76	(1)	28
Dotation aux amortissements et pertes de valeur	450	455	855
Rémunérations fondées sur des actions	30	25	52
Autres produits et charges calculés	16	11	5
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	(5)	-	-
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	3	2	2
Impôt payé	(251)	(163)	(362)
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	(858)	(1 191)	(216)
Flux net de trésorerie liés à l'activité (I)	210	(274)	1 792
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(84)	(50)	(139)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	2	-	3
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	18	4	4
Acquisitions de filiales	(400)	(77)	(276)
Cessions de filiales ⁽²⁾	(43)	-	3
Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissement (II)	(507)	(123)	(405)
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	-	-	(227)
Dividendes versés aux participations ne donnant pas le contrôle	(3)	(2)	(9)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts ⁽³⁾	5	1	9
Remboursement des emprunts ⁽³⁾	(10)	(190)	(862)
Remboursement des obligations locatives	(170)	(144)	(295)
Intérêts payés sur obligations locatives	(45)	(35)	(70)
Intérêts financiers payés	(84)	(94)	(106)
Intérêts financiers encaissés	21	12	26
Rachats de participations ne donnant pas le contrôle	-	(4)	(14)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et exercice de BSA	7	9	(127)
Flux net de trésorerie liés aux opérations de financement (III)	(279)	(447)	(1 675)
Incidence des variations de taux de change (IV)	258	102	238
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	(318)	(742)	(50)
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	3 659	3 700	3700
Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	(12)	(3)	(3)
Trésorerie à l'ouverture (V)	3 647	3 697	3 697
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	3 342	2 959	3 659
Soldes créditeurs de banques à la clôture	(13)	(4)	(12)
Trésorerie à la clôture (VI)	3 329	2 955	3 647
Variation de la trésorerie consolidée (VI - V)	(318)	(742)	(50)
<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	(39)	(32)	(23)
Variation des créances clients et autres créances	633	847	(1 218)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	(1 452)	(2 006)	1 025
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(858)	(1 191)	(216)

(2) Dont (49)m€ décaissés dans le cadre de la cession des activités russes

(3) Voir note 15



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 proprié- taires de la société mère	Participations ne donnant pas le contrôle	Total capitaux propres
249 600 509	31 décembre 2021	101	4 581	4 056	(226)	76	8 588	(33)	8 555
	Résultat net			537			537	(4)	533
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts				673	77	750	3	753
	Total des produits et charges de la période	-	-	537	673	77	1 287	(1)	1 286
-	Dividendes			(599)			(599)	(3)	(602)
246 225	Rémunérations fondées sur des actions nettes d'impôts			29			29		29
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle			2			2	3	5
161 412	Exercices de Bons de Souscription d'Actions	1	3				4		4
1 116 166	(Achats)/Ventes d'actions propres			3			3		3
251 124 312	30 juin 2022	102	4 584	4 028	447	153	9 314	(34)	9 280



<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 propriétaires de la société mère</i>	<i>Participations ne donnant pas le contrôle</i>	<i>Total capitaux propres</i>
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

Bénéfice net par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

30 juin 2022

30 juin 2021

Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA

	A	30 juin 2022	30 juin 2021
Résultat net part attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	A	537	414

Impact des instruments dilutifs :

- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt		-	-
--	--	---	---

Résultat net part du Groupe – dilué	B	537	414
-------------------------------------	---	-----	-----

Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA

Nombre d'actions au 1 ^{er} janvier		253 462 409	247 769 038
---	--	-------------	-------------

Actions créées sur la période		133 430	205 975
-------------------------------	--	---------	---------

Actions propres à déduire (moyenne sur la période)		(3 321 264)	(1 868 558)
--	--	-------------	-------------

Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	C	250 274 576	246 106 455
--	---	-------------	-------------

Impact des instruments dilutifs :

- Actions gratuites et stock-options dilutifs		2 124 694	2 201 787
---	--	-----------	-----------

- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		108 858	167 100
--	--	---------	---------

Nombre d'actions - dilué	D	252 508 128	248 475 342
--------------------------	---	-------------	-------------

(en euros)

Bénéfice net par action	A/C	2,15	1,68
-------------------------	-----	------	------

Bénéfice net par action – dilué	B/D	2,13	1,67
---------------------------------	-----	------	------



Bénéfice net courant par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)

30 juin 2022

30 juin 2021

Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾

Résultat net part du Groupe		537	414
<i>Eléments exclus :</i>			
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt		103	94
- Perte de valeur, nette d'impôt		33	70
- Réévaluation des compléments de prix d'acquisition		4	5
- Principales plus (moins) values de cession et d'ajustement de juste valeur des actifs financiers, nets d'impôts ⁽²⁾		50	(28)
Résultat net courant part du Groupe	E	727	555
<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	727	555

Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA

Nombre d'actions au 1 ^{er} janvier		253 462 409	247 769 038
Actions créées sur la période		133 430	205 975
Actions propres à déduire (moyenne sur la période)		(3 321 264)	(1 868 558)
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	C	250 274 576	246 106 455
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs		2 124 694	2 201 787
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)		108 858	167 100
Nombre d'actions – dilué	D	252 508 128	248 475 342

(en euros)

Bénéfice net courant par action ⁽¹⁾	E/C	2,90	2,26
Bénéfice net courant par action – dilué ⁽¹⁾	F/D	2,88	2,23

(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 2022, les principales moins-values de cession s'élèvent à (79) millions d'euros et les ajustements de juste valeur des actifs financiers s'élèvent à 29 millions d'euros. 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.