

## Banc d'essai Publicis



*Le numéro trois mondial de la communication a lancé fin mars en France SapientRazorfish, offre qui aide les entreprises à transformer leur modèle pour un monde connecté. Et a signé un partenariat avec Microsoft dans l'intelligence artificielle.*

### ACHETER

► L'année 2016 a marqué un tournant pour le groupe. Après l'acquisition dans le digital de Sapient réalisée à des niveaux de valorisation importants, les résultats 2016 ont été décevants.



SOP

Cependant, les marges pourraient ressortir à des niveaux très élevés, au-dessus de 17%, ce qui est bien supérieur

aux attentes assez basses du consensus. De même, la croissance du chiffre d'affaires, qui avait été faible en 2016, devrait accélérer. Le départ de Maurice Levy ne va pas bouleverser le groupe car il gardera un œil sur son évolution. Avec un PER de 12,5 fois les bénéfices escomptés en 2018, le groupe affiche une décote importante par rapport au secteur. On peut viser 72 euros.

**Aymeric Diday**, directeur de la gestion chez Pergam.

### VENDRE

► Le groupe risque de décevoir dans les prochains mois. Tout d'abord, le consensus attend de 3 à 4% de croissance organique pour 2017, ce qui semble très ambitieux, alors que le chiffre



B. des Gayets/ Cogefi

d'affaires a baissé de 2,5% au quatrième trimestre 2016, avec un recul de 7% aux Etats-Unis, et que Publicis a perdu d'importants

contrats. De plus, le secteur est en pleine évolution avec l'apparition de grands acteurs disruptifs (Amazon, Google...) qui risquent de contraindre Publicis à baisser ses tarifs. Enfin, le management vise une marge opérationnelle de 17,3% en 2018, ce qui suppose une progression importante par rapport au niveau actuel (15,6%). Nous préférons éviter la valeur pour le moment.

**Anne d'Anselme**, directrice générale adjointe de Cogefi Gestion.