



PUBLICIS GROUPE

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2012

RAPPORT FINANCIER ANNUEL



Sommaire

1	PRÉSENTATION DU GROUPE	5
1.1	Chiffres clés	6
1.2	Historique du Groupe	7
1.3	Organigramme	10
1.4	Activités et stratégie	11
1.5	Investissements	21
1.6	Contrats importants	26
1.7	Recherche et développement	27
1.8	Facteurs de risque ❖	28
1.9	Responsabilité Sociale de l'Entreprise	33
2	GOVERNEMENT D'ENTREPRISE	47
2.1	Membres du Directoire et du Conseil de surveillance ❖	48
2.2	Informations sur le Comité exécutif (« P12 »)	57
2.3	Le Strategic Leadership Team	58
2.4	Fonctionnement des Comités du Conseil de surveillance	59
2.5	Rapport de la Présidente du Conseil de surveillance sur les conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil de surveillance et les procédures de contrôle interne ❖	62
2.6	Rapport des commissaires aux comptes sur le rapport de la Présidente du Conseil de surveillance ❖	69
2.7	Rémunération et avantages ❖	70
2.8	Opérations réalisées sur les titres Publicis Groupe par les dirigeants et les personnes qui leur sont liées	86
2.9	Opérations avec les apparentés	87
2.10	Code de déontologie	94
3	COMMENTAIRES SUR L'EXERCICE	95
3.1	Introduction	97
3.2	Croissance organique	99
3.3	Analyse des résultats consolidés ❖	100
3.4	Situation financière et trésorerie ❖	103
3.5	Publicis Groupe SA (société mère du Groupe) ❖	106
3.6	Politique de distribution de dividendes	107
3.7	Tendances	108
4	COMPTES CONSOLIDÉS – EXERCICE 2012 ❖	109
4.1	Compte de résultat consolidé	110
4.2	État de résultat global consolidé	111
4.3	Bilan consolidé	112
4.4	Tableau des flux de trésorerie consolidés	113
4.5	Tableau de variation des capitaux propres consolidés	114
4.6	Notes annexes aux états financiers consolidés	116
4.7	Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés	193
5	COMPTES SOCIAUX – EXERCICE 2012	195
5.1	Compte de résultat	196
5.2	Bilan au 31 décembre	197
5.3	Tableau des flux de trésorerie	199
5.4	Notes annexes aux comptes de Publicis Groupe SA	200
5.5	Résultats de la société Publicis Groupe SA au cours des cinq derniers exercices	223
5.6	Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes sociaux	224
6	INFORMATIONS SUR LA SOCIÉTÉ ET LE CAPITAL	225
6.1	Renseignements sur la Société ❖	226
6.2	Actionnariat ❖	229
6.3	Renseignements sur le capital ❖	233
6.4	Informations boursières	245
7	ASSEMBLÉE GÉNÉRALE	249
8	INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES	251
8.1	Documents accessibles au public	252
8.2	Responsable du document de référence et attestation ❖	253
8.3	Contrôleurs légaux des comptes	254
8.4	Table de concordance du document de référence	255
8.5	Table de réconciliation du rapport financier annuel	257
8.6	Table de réconciliation du rapport de gestion	258



PUBLICIS GROUPE

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2012 RAPPORT FINANCIER ANNUEL

Le présent Document de référence contient l'ensemble des éléments du Rapport financier annuel.

PROFIL

3^e groupe mondial de communication

Publicis Groupe propose à ses clients locaux et internationaux une gamme complète de services de communication

Présent dans **108 pays** sur les 5 continents,
Publicis Groupe compte environ **58 000** collaborateurs

Leader en communication numérique
33 % des revenus en 2012

Créativité reconnue

Numéro **1** en Performance Créative (depuis 2004-Gunn Report)



Le présent document de référence a été déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 12 avril 2013, conformément à l'article 212-13 de son règlement général. Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par l'Autorité des marchés financiers.

Il a été établi par l'émetteur et engage la responsabilité de ses signataires.

Des exemplaires du document de référence sont disponibles auprès de Publicis Groupe SA, 133, avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris, sur le site Internet de Publicis Groupe SA : www.publicisgroupe.com et sur le site Internet de l'Autorité des marchés financiers : www.amf-france.org.



Le message du Président

Maurice Lévy

L'année 2012 était prévue pour renouer avec la croissance et, sinon mettre un terme à la crise, au moins donner des signes sérieux de reprise, notamment grâce aux trois grands événements qui rythment tous les quatre ans le calendrier et la vie de la planète : la coupe européenne de football (l'Euro), les Jeux olympiques d'été et la campagne présidentielle américaine.

Las, aucun de ces événements n'a généré ce que le marché espérait. Les recettes publicitaires liées aux deux grands événements sportifs ont été très en deçà des prévisions et le rebond économique auquel on assiste généralement au moment de la campagne présidentielle américaine n'a pas été au rendez-vous.

Une année marquée encore par les soubresauts de la crise de l'euro jusqu'à l'été, par une économie européenne ralentie au Nord et en net recul au Sud. Des pays émergents, qui bien qu'encore en forte croissance, n'ont pas joué le rôle moteur qu'on pouvait espérer. Ainsi, alors qu'on attendait une croissance du marché publicitaire de près de 5 %, elle se situera probablement en dessous de 3 %.

Dans ce contexte, paradoxalement Publicis signe la meilleure année de son histoire : le revenu, la marge, le profit net, le bilan, le cash-flow, toutes ces composantes sont à des niveaux jamais atteints précédemment. Certes nous avons engagé depuis quelques années une stratégie gagnante reposant sur deux piliers : le numérique, dont nous sommes devenus les champions mondiaux, et les marchés émergents sur lesquels nous continuons à investir fortement. Par le miracle des chiffres, ces deux segments, qui représentent plus de 55 % de notre revenu, progressent tous deux de 6,6 % en croissance organique, effaçant ainsi le recul de l'Europe et la faiblesse des segments analogiques aux États-Unis.

Mais, plus encore que cette stratégie gagnante, nous devons ces succès à deux éléments clés : d'abord une intégration de nos acquisitions le plus souvent rapide, généralement très réussie et qui permet de bénéficier de toutes les synergies attendues quasi instantanément. Bien sûr, il nous arrive de connaître des déceptions, mais le parcours réalisé dans l'ensemble présente un tableau assez remarquable. Ensuite - je le mets ensuite parce que la stratégie que nous poursuivons sur les deux piliers est justement menée pour apporter à nos clients le meilleur de ce qu'ils peuvent attendre sur des marchés en profond changement - nos clients, dont la confiance nous fait une obligation permanente de nous surpasser. C'est en effet à une morale du dépassement que nous nous astreignons pour être à la hauteur des attentes de nos clients, qui font face à des bouleversements profonds dans tous les domaines.

Ce dépassement, c'est celui auquel je veux rendre hommage, car nos collaborateurs à travers le monde ont su apporter avec talent, dévouement, pugnacité le meilleur d'eux-mêmes en termes d'innovation, de créativité et de service pour résoudre les problèmes qui leur sont posés. Dépassement qui permet, quels que soient les médias analogiques et interactifs, les événements et dispositifs, que la relation construite entre les marques, les entreprises et le public à qui elles s'adressent soit la plus forte, la plus loyale et la plus satisfaisante pour chacun d'eux.

Si on peut considérer que 2012 a permis d'atteindre quasiment tous les objectifs, nous ne sommes cependant qu'à la moitié du chemin. Tel un tsunami silencieux, le numérique est en train de bouleverser toutes les économies du monde, tous les comportements des consommateurs, l'avenir de tous les médias. Nous ne sommes pas dans une évolution qui se fait par un mouvement de quelques degrés, mais dans une profonde révolution qui va changer la nature des choses et de notre profession.

Le seul ralentissement contrariant cette révolution est celui de la démographie et du vieillissement de la population, mais on voit bien à l'examen de l'évolution des générations montantes à quelle vitesse les digues sont emportées sous la pression des changements de comportement entraînant toutes les cohortes de la population. C'est bien pour cela que Publicis ne peut pas se satisfaire de quelques modifications partielles et à la marge, mais se doit de revisiter complètement sa mission, son fonctionnement et ses actifs pour être en toute simplicité le groupe de communication le plus complet, le mieux armé et le plus compétent pour résoudre les problèmes majeurs auxquels nos clients sont de plus en plus confrontés.

C'est au prix de cette révision que nous pourrons réaliser tout le potentiel qui s'offre à notre Groupe pour le plus grand intérêt de toutes les parties prenantes : nos collaborateurs, nos clients, nos partenaires et nos actionnaires. L'équipe que j'ai l'honneur et la fierté de diriger est parfaitement consciente de ces enjeux et tout à fait en mesure de les surmonter et de gagner face à la concurrence mondiale. Je tiens à leur dire ma gratitude pour leur travail fantastique et à remercier le Conseil de surveillance pour la confiance dont il gratifie le Directoire et le Comité exécutif du Groupe.

Maurice Lévy

Président du Directoire



Le message de la Présidente

Élisabeth Badinter

Dans un contexte économique défavorable et une année 2012 plus compliquée que prévue, les qualités de nos équipes ont, une fois encore, permis de réaliser des performances remarquables.

Persévérance, créativité, réactivité, vaillance... Grâce à leur pugnacité, Publicis a pu maintenir le rythme et poursuivre ses conquêtes de budgets ! Au nom du Conseil de surveillance, je tiens à remercier tous nos collaborateurs pour un tel engagement.

Je tiens également à exprimer toute ma reconnaissance à Maurice Lévy.

Ce dirigeant d'exception a fait preuve d'une énergie décuplée pour défendre, sur tous les fronts, les intérêts du Groupe et lui créer de nouvelles opportunités de développement.

Depuis des années, il trace pour Publicis la voie de la croissance, se jouant des écueils pour porter le Groupe, avant les autres, sur les courants les plus porteurs.

Je pense en particulier au virage du numérique, qu'il a su négocier avec succès dès 2006, grâce à une politique d'acquisitions et de gestion de talents audacieuse mais toujours pertinente. L'OPA réussie sur LBi et sa fusion avec Digitas pour former un réseau mondial, unique, entièrement dédié à la communication numérique, en est le dernier exemple. Nous confortons ainsi notre longueur d'avance sur un marché en croissance forte, mondiale et durable.

Cette avance vise surtout et d'abord à mieux servir et mieux accompagner nos clients. Car finalement, ce sont eux qui incitent le Groupe à se déployer, innover, oser. Nous nous sommes fixés comme cap, depuis toujours, leur réussite et leur satisfaction, en temps de croissance comme en temps de crise.

« Ne rien lâcher ! » ce message, Maurice Lévy l'a porté partout dans le monde, auprès des équipes, auprès des clients. Ainsi garde-t-il vivace cette conviction, ancrée dans les valeurs de Publicis : l'avenir se construit au présent, dans l'échange et la confiance.

La qualité de la Gouvernance de Publicis incarne cette vision. Le Groupe y a toujours attaché une importance particulière. Il a créé très tôt un Comité de rémunération distinct du Comité des nominations et instauré, dès 2011, un Comité des risques et stratégies. Publicis a devancé l'appel sur la mixité : son Conseil de surveillance est composé à parts égales de femmes et d'hommes. Toujours précurseur, le Conseil de novembre 2012 a décidé de proposer l'application du « say on pay », dès l'Assemblée générale de 2013, avant même que la loi n'en fasse une obligation en France. D'autres réflexions sont également menées pour encore accroître l'indépendance du Conseil et pour améliorer la représentativité des pays dans lesquels le Groupe investit pour son développement futur.

En tant que Présidente du Conseil de surveillance d'un Groupe depuis longtemps reconnu pour son esprit pionnier, je suis fière que dans le domaine de la Gouvernance aussi, Publicis continue de progresser.

L'année en cours s'annonce difficile.

Mais Publicis l'a souvent démontré, il n'est jamais aussi bon que dans le challenge.

Ainsi devrait-il traverser 2013 au mieux, bien équilibré sur ses appuis : la confiance de ses actionnaires et de ses clients, sa solidité et la richesse de ses activités, et surtout la mobilisation des femmes et des hommes qui œuvrent, au quotidien, à sa réussite.

Élisabeth Badinter

Présidente du Conseil de surveillance



PRÉSENTATION DU GROUPE

1.1 Chiffres clés	6	1.7 Recherche et développement	27
Principaux chiffres clés	6		
1.2 Historique du Groupe	7	1.8 Facteurs de risque	28
		1.8.1 Risques liés au secteur de la publicité et de la communication	28
1.3 Organigramme	10	1.8.2 Risques réglementaires et juridiques	30
1.3.1 Description sommaire du Groupe	10	1.8.3 Risques liés aux acquisitions	30
1.3.2 Liste des filiales importantes	10	1.8.4 Risques liés à la présence internationale du Groupe	31
		1.8.5 Risques financiers	31
1.4 Activités et stratégie	11	1.8.6 Assurances et couvertures de risque	32
1.4.1 Introduction	11		
1.4.2 Stratégie	11	1.9 Responsabilité Sociale de l'Entreprise	33
1.4.3 Principales activités et organisation du Groupe	15	1.9.1 Social	34
1.4.4 Patrimoine	17	1.9.2 Sociétal	38
1.4.5 Principaux clients	18	1.9.3 Gouvernance et économie	40
1.4.6 Principaux marchés	19	1.9.4 Environnement	42
1.4.7 Saisonnalité de l'activité	20	1.9.5 Rapport de vérification des auditeurs externes indépendants	44
1.4.8 Concurrence	20		
1.4.9 Contexte réglementaire	20		
1.5 Investissements	21		
1.5.1 Principaux investissements réalisés au cours des trois dernières années	21		
1.5.2 Principaux investissements en cours	24		
1.5.3 Principaux investissements à venir	25		
1.6 Contrats importants	26		

I.1 Chiffres clés

En application du règlement européen n° 1606/2002 du 19 juillet 2002 sur les normes internationales, les comptes consolidés du Groupe publiés au titre des exercices présentés ont été établis selon les normes comptables internationales IAS/IFRS et les interprétations IFRIC applicables au 31 décembre 2012 telles qu'approuvées par l'Union européenne.

Les tableaux ci-dessous présentent des informations financières sélectionnées concernant Publicis Groupe. Les informations financières sélectionnées au titre des exercices 2012, 2011 et 2010 sont extraites des comptes consolidés de Publicis Groupe présentés dans le présent document et établis selon les normes IFRS. Ces comptes ont été audités par les commissaires aux comptes de Publicis Groupe, Mazars et Ernst & Young et Autres.

PRINCIPAUX CHIFFRES CLÉS

En millions d'euros, à l'exception des % et des données par action (en euros)	2012	2011	2010
Données extraites du compte de résultat			
Revenu	6 610	5 816	5 418
Marge opérationnelle avant amortissements	1 190	1 034	967
En % du revenu	18,0 %	17,8 %	17,8 %
Marge opérationnelle	1 064	931	856
En % du revenu	16,1 %	16,0 %	15,8 %
Résultat opérationnel	1 047	914	835
Bénéfice net (Part du Groupe)	737	600	526
Bénéfice net par action ⁽¹⁾	3,67	2,96	2,60
Bénéfice net par action (dilué) ⁽²⁾	3,36	2,64	2,35
Dividende attribué à chaque action	0,90	0,70	0,70
Free cash flow avant variation du besoin en fonds de roulement	759	704	646
Données extraites du bilan			
Total de l'actif	31 décembre 2012 16 605	31 décembre 2011 16 450	31 décembre 2010 14 941
Capitaux propres, part du Groupe	4 613	3 898	3 361

(1) Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action s'élève à 201,0 millions d'actions pour l'exercice 2012, 202,5 millions d'actions pour l'exercice 2011 et 202,1 millions d'actions pour l'année 2010.

(2) Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action (dilué) s'élève à 224,1 millions d'actions pour l'exercice 2012 et 237,1 millions d'actions pour l'exercice 2011 et 235,5 millions d'actions pour l'année 2010. Il comprend les stock-options et les actions gratuites, les bons de souscription d'actions et les emprunts convertibles ayant un effet dilutif. Pour ce qui est des stock-options et des bons de souscription d'actions, sont dilutifs ceux dont le prix d'exercice est inférieur au cours moyen de la période.



1.2 Historique du Groupe

En 1926, Marcel Bleustein-Blanchet crée une entreprise de publicité nommée Publicis, « Publi, comme publicité, et six comme 1926 ». Son ambition est de faire de la publicité un véritable métier, avec une valeur sociale, des méthodes et une déontologie exigeantes, et de développer Publicis comme un « pionnier des nouvelles technologies ». Très rapidement l'agence prend de l'essor et acquiert une grande réputation. Dès le début des années 1930, Marcel Bleustein-Blanchet est le premier à percevoir le formidable lien que la radio, media naissant, pouvait créer avec une marque. Publicis devient le concessionnaire exclusif de la publicité radiophonique des « Postes de radios » français. Mais en 1934, le gouvernement français supprime la publicité sur les radios d'État ; Marcel Bleustein-Blanchet décide alors de lancer sa propre station, « Radio Cité », première station radio privée française. En 1935, il s'associe à parité avec le Président de l'agence Havas pour fonder « Cinéma et Publicité » qui sera la première régie media française dans ce domaine, avant de créer trois ans plus tard « Régie Presse », filiale indépendante dédiée à la vente d'espaces publicitaires dans les quotidiens et magazines.

Après l'interruption provoquée par la Seconde Guerre mondiale, Marcel Bleustein-Blanchet redémarre Publicis début 1946 avec ses anciens clients mais aussi avec des nouveaux : Colgate-Palmolive, Shell ou Sopad-Nestlé. Convaincu des perspectives offertes par les techniques qualitatives, il fait de Publicis la première agence de publicité française à conclure, dès 1948, un accord avec l'institut de sondage IFOP, puis crée un département « Études et Recherches » au sein de Publicis. Fin 1957, Publicis emménage en haut des Champs-Élysées, dans l'ancien Hôtel Astoria. Dès 1958, le hall de Publicis accueille le premier drugstore, destiné à devenir un emblème de Paris. En 1959, le département « Information industrielle » voit le jour, précurseur de la communication institutionnelle d'entreprise.

Durant la période 1960-1975, Publicis connaît une forte expansion, portée à partir de 1968 par les premières campagnes publicitaires à la télévision française. La campagne Boursin inaugure ce nouveau media : ce sera le premier lancement marketing français imputable à la TV, avec un score de mémorisation « historique » du fameux slogan : « Du pain, du vin, du Boursin ». Quelques mois plus tard, Publicis innove encore et s'engage aux côtés de l'un de ses clients dans une bataille d'un genre nouveau : la défense de Saint-Gobain sur lequel BSN a lancé la première OPA hostile de l'histoire française.

En juin 1970, 44 ans après sa création, Publicis est introduite à la Bourse de Paris.

Mais le 27 septembre 1972 un incendie ravage entièrement ses locaux. Publicis renaît de ses cendres et la même année reprend sa stratégie de croissance externe en Europe, procédant à l'acquisition du réseau Intermarco aux Pays-Bas (1972) puis du réseau suisse Farner (1973), pour créer le réseau Intermarco/Farner afin d'accompagner les grands annonceurs français dans le reste de l'Europe. En 1977, Maurice Lévy devient Directeur général de Publicis Conseil, principale société française du Groupe.

Dès 1978, Publicis s'installe au Royaume-Uni grâce à l'acquisition de l'agence Mc Cormick. En 1984, Publicis compte 23 implantations dans le monde.

En 1987, Marcel Bleustein-Blanchet décide de transformer Publicis en société à Directoire et Conseil de surveillance, assurant lui-même la présidence du Conseil de surveillance, la présidence du Directoire étant confiée à Maurice Lévy. Dès lors, la stratégie est définie par le Directoire et soumise à approbation du Conseil de surveillance et toutes les décisions opérationnelles sont prises au sein du Directoire.

En 1988, Publicis conclut une alliance mondiale avec le groupe américain Foote, Cone & Belding Communications (FCB) qui fusionne avec le réseau européen. Publicis accroît ainsi sa présence mondiale, notamment grâce à la notoriété acquise auprès des entreprises américaines à la suite de cette alliance.

La croissance du Groupe s'accélère dans les années 1990. En 1993, Publicis acquiert l'agence FCA!, quatrième réseau français de communication, puis le fusionne avec BMZ, pour constituer son second réseau européen de publicité sous le nom de FCA!/BMZ. En 1995, Publicis rompt son alliance avec FCB.

Le 11 avril 1996, Publicis perd son fondateur. Élisabeth Badinter, sa fille, devient Présidente du Conseil de surveillance et Maurice Lévy accélère l'internationalisation du Groupe afin d'offrir aux clients du Groupe la présence la plus étendue sur les différents marchés de la planète. Le processus d'acquisitions s'intensifie et devient mondial : l'Amérique latine et le Canada, puis l'Asie et le Pacifique, l'Inde, le Moyen-Orient et l'Afrique. Les États-Unis sont le cadre d'opérations de grande envergure à partir de 1998 : Publicis souhaite en effet accroître significativement sa présence sur le premier marché mondial. C'est ainsi que Publicis acquiert Hal Riney, puis Evans Group, Frankel & Co (marketing relationnel), Fallon McElligott (publicité et nouveaux media), DeWitt Media (achat d'espaces), Winner & Associates (relations publiques) et Nelson Communications (communication santé).

En 2000, Publicis acquiert Saatchi & Saatchi, célèbre groupe à l'histoire tumultueuse, dont le talent et la créativité sont mondialement reconnus. Cette acquisition marque une étape clé du développement du Groupe en Europe et aux États-Unis. En septembre, Publicis Groupe s'introduit à la Bourse de New York.

2001 voit la constitution de ZenithOptimedia, un grand acteur mondial du conseil et achat media, par l'union de la filiale Optimedia à Zenith Media, jusqu'alors détenue à participations égales par Saatchi & Saatchi et par le groupe Cordiant.



PRÉSENTATION DU GROUPE

Historique du Groupe

1

En mars 2002, Publicis Groupe crée la surprise en annonçant le rachat du groupe américain Bcom3, qui contrôle les agences Leo Burnett, D'Arcy Masius Benton & Bowles, Manning Selvage & Lee, Starcom MediaVest Group et Medicus, et détient une participation de 49 % dans Bartle Bogle Hegarty. Publicis Groupe conclut en parallèle un partenariat stratégique avec Dentsu, leader incontesté de la communication au Japon et actionnaire fondateur de Bcom3. Avec cette acquisition, Publicis Groupe entre dans l'élite de l'industrie de la publicité et de la communication et devient le quatrième acteur mondial avec une présence dans plus de 100 pays sur les cinq continents.

Au cours des années 2002-2006, le Groupe a intégré avec succès l'acquisition de Bcom3 après celle réussie de Saatchi & Saatchi et regroupé un grand nombre d'entités. Il a parallèlement procédé à quelques acquisitions complémentaires afin de constituer un portefeuille d'activités cohérent, en phase avec les besoins et les attentes des annonceurs, en particulier dans différentes disciplines des services marketing et sur les principaux marchés émergents. Fin 2005, Publicis Groupe a également obtenu sa première notation officielle (*investment grade*) des deux premières agences internationales de notation, Standard & Poor's et Moodys. Fin décembre 2006, Publicis Groupe a lancé une OPA amicale sur Digitas Inc., leader américain et plus grande agence interactive du monde de la communication interactive et numérique. Cette offre, finalisée en janvier 2007, inaugure l'avancée remarquable du Groupe dans le numérique. La profonde mutation des media sous l'influence du numérique fut très justement diagnostiquée à ce moment-là et le Groupe, avec l'acquisition de Digitas, se place d'emblée en leader du marché et lance le projet de la création de *The Human Digital Agency*, indiquant ainsi clairement sa volonté de placer le numérique au cœur de ses activités.

En 2007, le Groupe a décidé de ne plus être coté à la Bourse de New York.

Avec l'acquisition de Digitas fin 2006 qui lui permet de doubler son exposition à la communication interactive, Publicis Groupe amorce son évolution vers les activités digitales, confirmant ainsi le désir et la vision de son fondateur d'un groupe « pionnier des nouvelles technologies ».

Au cours des années 2007 et 2008, Publicis Groupe s'engage dans une modification profonde de ses structures et de son mode de fonctionnement pour mieux s'adapter aux nouvelles exigences de l'ère du numérique. Il ajoute ainsi à sa proposition holistique reconnue, une offre dans les activités digitales, tout en poursuivant le renforcement de ses positions dans les économies à forte croissance, deux enjeux majeurs pour les années à venir.

L'année 2007 est l'année de l'intégration de Digitas Inc. Cette intégration rapide et réussie a inauguré une série d'acquisitions dans le domaine numérique, afin de compléter cette nouvelle offre dans les domaines de la communication interactive et mobile dans le monde et d'accélérer son déploiement international.

Les années 2008 et 2009 se sont inscrites dans la poursuite du développement prioritaire de Publicis Groupe sur les deux secteurs à forte croissance que sont la communication interactive et les pays émergents.

En janvier 2008, Publicis Groupe et Google ont rendu public leur projet de collaboration. Engagée depuis 2007, cette collaboration est fondée sur une vision partagée de l'utilisation de technologies nouvelles pour le développement de la publicité. Elle n'est pas exclusive, et doit enrichir des partenariats établis avec plusieurs leaders dans le domaine des media interactifs.

Le fait qui illustre le plus visiblement la transformation du Groupe a sans doute été, dans un contexte de très forte croissance du numérique, le lancement de VivaKi, une nouvelle initiative destinée à optimiser les performances des investissements des annonceurs et à maximiser les gains de parts de marché de Publicis Groupe. Simultanément, le Groupe a créé, dans le cadre du VivaKi Nerve Center, une nouvelle plateforme technologique, le plus grand réseau « d'audience à la demande » (AOD - *Audience on Demand*) adossé aux technologies de Microsoft, Google, Yahoo! et PlatformA (AOL) - offrant ainsi aux annonceurs la possibilité de toucher des audiences définies avec précision, en une seule campagne et sur des réseaux multiples.

L'ampleur de la crise économique mondiale de l'année 2009, avec l'entrée en récession de nombreuses économies et une chute du commerce mondial de 12 %, d'une importance historique, n'a pas ralenti le développement de la stratégie de Publicis Groupe.

En octobre 2009, l'acquisition de Razorfish - deuxième agence interactive du monde après Digitas - auprès de Microsoft apporte de nouvelles compétences dans les activités numériques, notamment dans l'e-commerce, le marketing interactif, les moteurs de recherche, la stratégie et la planification, le marketing des réseaux sociaux ou encore la résolution de problèmes d'architecture et d'intégration technologiques. À la faveur de cette acquisition, Publicis Groupe et Microsoft ont conclu une alliance stratégique qui doit permettre d'une part le développement des offres de Microsoft et d'autre part de nouvelles opportunités pour les clients de Publicis Groupe.

Au cours de l'année 2009, Publicis Groupe et Microsoft ont également signé un accord de collaboration à l'échelle mondiale, visant trois objectifs principaux liés au développement des media numériques. Les équipes respectives de Microsoft et de VivaKi apporteront à leurs clients davantage de valeur ajoutée et d'efficacité dans tous les domaines de l'univers numérique, qu'il s'agisse de contenu, de performance ou de définition, de ciblage et de mesure d'audiences.

Toutes ces avancées témoignent de la capacité de Publicis Groupe à anticiper les évolutions du marché afin de satisfaire aux besoins nouveaux de ses clients, d'apporter la réponse attendue par le consommateur, et d'assurer ainsi la croissance du Groupe.

Publicis Groupe a accédé en 2009 à la troisième place du classement mondial des grands groupes de communication, devançant son concurrent IPG.

Ainsi devant le succès avéré de sa stratégie, le Groupe a poursuivi en 2010 ses investissements dans les activités digitales et dans des régions du monde à forte croissance, comme la Chine, le Brésil et l'Inde. Ces deux piliers de la stratégie, le numérique et les pays à forte croissance,



représentent à fin 2010 près de la moitié des revenus de Publicis Groupe. Ces investissements ciblés des trois dernières années confortent sa position de leader dans le numérique et améliorent sensiblement sa présence dans les régions du monde promises à un fort développement.

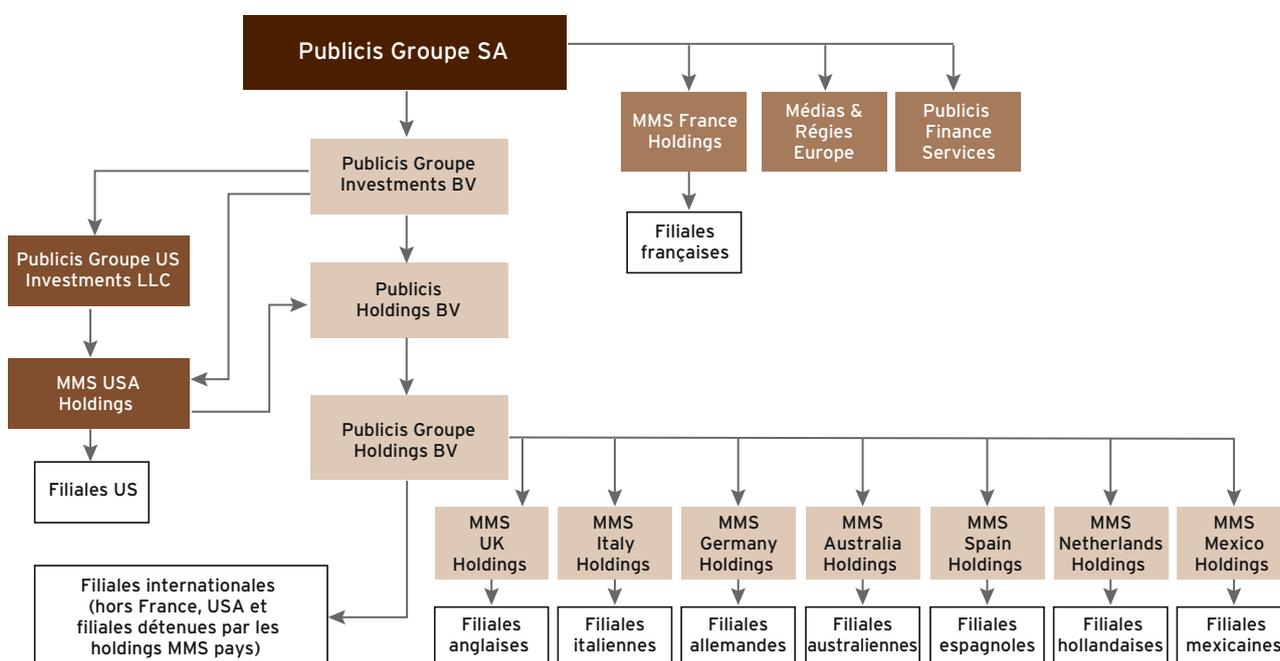
Malgré les perturbations de l'économie en 2011 dues notamment à la dette souveraine dans la zone euro et à la nouvelle crise financière du mois d'août suivie de la dégradation de la note de la dette américaine, Publicis a accéléré le développement et la mise en place de sa stratégie, privilégiant les activités digitales et les pays à forte croissance. Ainsi le Groupe a réalisé les acquisitions de Rosetta, l'une des plus grandes agences numériques d'Amérique du Nord et de Big Fuel, unique agence spécialisée dans les réseaux sociaux, basée à New York, renforçant de façon très solide ses positions dans le numérique et a également acquis les agences Talent et DPZ au Brésil et Genedigi en Chine.

Au cours de l'année 2012, année difficile et incertaine pour la croissance, notamment en Europe, Publicis Groupe a continué de mener avec ténacité et conviction diverses actions, qu'il s'agisse d'acquisitions ou d'accords permettant d'intensifier la mise en œuvre de ses choix stratégiques. Ainsi le Groupe a procédé à un nombre important d'acquisitions ciblées, particulièrement dans le digital, en France, en Allemagne, au Royaume-Uni, en Suède, aux États-Unis, en Russie, au Brésil, en Chine, à Singapour, en Inde, en Israël ainsi que pour la première fois, en Palestine. Ces acquisitions renforceront notablement la croissance du Groupe dans les années à venir. Par ailleurs, toujours dans le numérique, Publicis Groupe et IBM, fortes de leur position unique pour déterminer l'avenir du e-commerce, ont conclu un partenariat mondial. L'acquisition de l'agence Rosetta en 2011 a été un élément moteur de cet accord grâce à la collaboration développée avec IBM et l'expertise acquise dans l'e-commerce.

1.3 Organigramme

1.3.1 DESCRIPTION SOMMAIRE DU GROUPE

ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ AU 31 DÉCEMBRE 2012 ⁽¹⁾



Les dirigeants de la société mère peuvent exercer des mandats dans des filiales (voir la liste des mandats et fonctions des membres du Directoire au chapitre 2.1 « Membres du Directoire et du Conseil de surveillance »).

1.3.2 LISTE DES FILIALES IMPORTANTES

La liste des principales sociétés consolidées au 31 décembre 2012 figure en note 32 des comptes consolidés reproduits au chapitre 4.6 du présent document.

Aucune des filiales ne représente plus de 10 % du revenu ou du résultat consolidé du Groupe.

Aucune des sociétés figurant dans la liste des principales sociétés consolidées au 31 décembre 2012 n'a été créée à la date du présent document.

La majorité des filiales du Groupe est contrôlée à 90 % au moins par Publicis Groupe. Certaines filiales peuvent néanmoins être détenues conjointement avec des minoritaires dont les intérêts peuvent être significatifs (allant jusqu'à 49 %) et faire l'objet de pactes d'actionnaires.

Toutefois, ces filiales ne possèdent pas d'actifs significatifs et ne sont pas amenées à porter de dette ni de trésorerie significatives, la dette et la trésorerie du Groupe étant en effet détenues ou contrôlées à 100 % par Publicis Groupe.

Publicis Groupe SA n'a procédé au cours de l'exercice 2012 à aucune prise de participation significative dans une société ayant son siège en France.

(1) Toutes les sociétés nommées individuellement sont détenues par le Groupe à plus de 99 %.



I.4 Activités et stratégie

I.4.1 INTRODUCTION

Présent dans 108 pays sur les cinq continents et dans plus de 200 villes, Publicis Groupe rassemble environ 58 000 collaborateurs au 31 décembre 2012. Outre sa place de 3^e groupe mondial, il occupe l'une des premières positions sur les 15 premiers marchés publicitaires mondiaux à l'exception du Japon. Toutes activités confondues, le Groupe se classe parmi les tout premiers groupes de communication en Europe, en Amérique du Nord, au Moyen-Orient, en Amérique latine et en Asie, occupe la première place dans l'activité media (achat d'espace) aux États-Unis et en Chine et la seconde à l'échelle mondiale.

Bien que le système interne de gestion, de reporting et de rémunération ne soit pas organisé par discipline, le Groupe communique aux marchés financiers une indication du poids de chacun des secteurs au sein desquels il opère, dans le seul but de faciliter les comparaisons sectorielles. Les principales activités du Groupe sont les activités purement numériques devenues le segment le plus important du Groupe avec une part de 33 % du revenu total devant la partie publicitaire dite « analogique » (30 %), les activités spécialisées et de services marketing (19 %) et media (18 %).

La réussite de VivaKi, initiative stratégique mise en œuvre en 2008 avec la création d'une plateforme accueillant Starcom MediaVest, ZenithOptimedia, Digitas, Razorfish et Denuo, a permis d'initier le plan VivaKi 2.0 concentrant l'activité de VivaKi sur ses activités d'innovation tant dans les services avec le développement de AOD (*Audience on Demand*) qu'avec la création de « produits » tels que eCRM365 ou FLUENT qui permettront aux clients externes et internes de bénéficier des solutions et des services les plus innovants de l'univers numérique, en fort développement.

Les activités numériques sont gérées soit au sein de structures autonomes spécialisées et dédiées telles Digitas, Razorfish ou Rosetta, soit totalement intégrées dans les réseaux tels que Leo Burnett, Publicis Worldwide et Saatchi & Saatchi, mais aussi MSLGROUP, ZenithOptimedia, Starcom MediaVest Group et Publicis Healthcare Communications Group. Par ailleurs, VivaKi, qui accueille et développe les nouvelles technologies nécessaires à tous ses clients, met à la disposition de toutes les entités du Groupe ses compétences et ses capacités. VivaKi apporte aux clients du Groupe l'accès aux meilleures solutions technologiques, l'assurance de performance des campagnes, gère les relations avec les plateformes (MSN, Google, Yahoo!) ou les réseaux sociaux (MySpace, Facebook...), élabore des solutions media intégrées et des outils d'optimisation de l'analyse des données et des rendements publicitaires des campagnes « en ligne ».

Ces évolutions sont le reflet de ce que Publicis Groupe anticipe pour l'avenir : à côté du très fort développement du numérique sous toutes ses formes, la nécessité d'apporter aux annonceurs, dans le monde entier, des solutions intégrées.

I.4.2 STRATÉGIE

De tout temps, Publicis Groupe s'est efforcé d'anticiper les évolutions du marché et des comportements des consommateurs, afin d'être toujours à même de bien servir ses clients et de leur faire bénéficier des mouvements porteurs de progrès, de croissance et d'économies. Dès le milieu des années 1990, la stratégie du Groupe avait anticipé deux grandes tendances qui structurent encore notre secteur : la mondialisation et la communication holistique.

Les premières acquisitions réalisées par le Groupe à l'international à la fin des années 1990 et au début des années 2000 ont crédibilisé le choix de la mondialisation pour accompagner les clients dans leurs démarches de développement mondial de leurs marques, de leurs clientèles et de leurs réseaux.

L'anticipation des besoins des annonceurs en matière de communication intégrée ou holistique conduit le Groupe à créer de nouvelles façons de travailler, transversales, multidisciplinaires et complètes. Publicis Groupe, pionnier dès le milieu des années 1990 de ces techniques de communication, a su développer des approches spécifiques et en faire bénéficier ses clients.

Patiemment et à coups de développements organiques, de créations d'agences ou d'acquisitions, Publicis Groupe a construit une offre très substantielle, avec des activités numériques en fort développement dans les services marketing et agences spécialisées - SAMS - et dispose aujourd'hui d'un potentiel de croissance renouvelé.

Près de 20 ans plus tard, Publicis Groupe, en droite ligne avec ses choix et attentif aux évolutions du marché, notamment la rapide fragmentation des media et des consommateurs, accélère ses investissements dans les nouvelles technologies de l'information, en faisant des acquisitions majeures dans d'importantes agences de communication interactive : Digitas en 2007, puis Razorfish en 2009, respectivement première et deuxième agences de communication interactive et enfin Rosetta en 2011. Dans le même temps, le Groupe investit dans de nombreuses structures dans ces disciplines à travers le monde, que ce soit en Europe, aux États-Unis ou dans des pays à forte croissance.



1

PRÉSENTATION DU GROUPE

Activités et stratégie

L'analyse stratégique faite par le Groupe lui a de nouveau permis de prendre de l'avance sur la concurrence et d'occuper des positions clés porteuses d'innovation, de croissance et d'avenir : l'offre dans les nouvelles technologies lui permet d'occuper aujourd'hui une place de leader dans ce segment extrêmement porteur et vital pour l'avenir de la communication.

Le Groupe a ainsi épousé l'évolution d'un paysage médiatique complètement transformé par l'éclatement et la fragmentation des audiences, la multiplication puis la fusion inéluctable des écrans, l'extraordinaire développement du numérique sous l'influence de la communication interactive et mobile, et les nouvelles formes de relations nées au travers des réseaux sociaux issus de ces innovations technologiques.

Aujourd'hui, fort de sa présence dans plus de 100 pays, d'un portefeuille de clients diversifiés et leaders mondiaux ou nationaux dans leurs domaines, d'une bonne santé financière, chef de file dans certains segments ou disciplines, Publicis Groupe s'est installé dans le peloton de tête des groupes de communication, avec un profil très novateur et des traits de personnalité marqués :

- fortement focalisé sur la prestation « clients », leur accompagnement et la performance de leurs investissements marketing ;
- nettement en tête en matière de création selon les différents palmarès - notamment au Gunn Report où, depuis 2004, Publicis Groupe est à la première place pour la performance créative -, démontrant ainsi son souci constant d'apporter à ses clients à chaque fois des idées novatrices, fortes, construisant les images et les marques, qui tissent les liens avec les consommateurs sur le territoire précieux de l'émotion ;
- doté des meilleurs outils d'analyse, de mesure et de recherche, permettant d'être constamment à la pointe des innovations en matière de placements media et d'apporter aux clients les meilleurs rendements (ROIs = *return on investment* ; *return on involvement*). Les agences media du Groupe (Starcom MediaVest, ZenithOptimedia) jouissent d'une reconnaissance indiscutable du marché, d'une croissance soutenue, d'un positionnement fort dans les médias digitaux et d'un très beau palmarès en gains de nouveaux budgets ;
- à la tête du troisième réseau mondial de communication spécialisé dans les relations presse, la communication corporate et l'événementiel autour de MSLGROUP avec une position de leader sur le marché chinois et indien ;
- fort d'une forte capacité d'innovation et d'expérimentation, avec par exemple la création de VivaKi et qui permet au Groupe d'être en avance sur la demande et de dialoguer de manière privilégiée avec les grandes plateformes et médias numériques ;
- bénéficiant d'une dynamique appuyée par les grandes agences créatives du Groupe, qui figurent parmi les plus belles enseignes du marché. Pour ne citer qu'eux, Leo Burnett, Publicis ou Saatchi & Saatchi témoignent, avec des spectaculaires conquêtes de budgets et une belle croissance, de la qualité de la réflexion, de la créativité des équipes et de leur engagement auprès de leurs clients ;
- ayant une capacité dans le numérique unique : reposant à la fois sur de grandes agences spécialisées numériques, comme Digitas, Razorfish ou Rosetta et sur toutes les compétences numériques intégrées au sein des réseaux - Leo Burnett, Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi, ZenithOptimedia, Starcom MediaVest Group mais aussi MSLGROUP ou Publicis Healthcare Communications Group. L'offre de Publicis Groupe est véritablement unique, répondant à toutes les nouvelles contraintes technologiques et à tous les besoins nouveaux des clients du Groupe qui bénéficient d'une offre intégrée.

Ces caractéristiques sont autant d'avantages pour le Groupe au moment où les modèles classiques de la communication doivent être révisés sous la pression des mutations sociologiques, technologiques ou du monde des nouveaux media.

Le Groupe entend rester à la pointe de l'innovation dans tous les domaines pour constamment apporter à ses clients les meilleures solutions et se doter d'un potentiel de croissance lui permettant régulièrement de gagner des parts de marché.

Les idées force de cette stratégie sont les suivantes :

- abolir les frontières entre les structures du Groupe chaque fois que la gestion des conflits clients l'autorisera ;
- créer des équipes transversales travaillant toutes fonctions confondues sous le même leadership pour les clients souhaitant une approche holistique et coordonnée de leur communication, c'est également l'approche de plus en plus souvent retenue avec succès pour répondre aux compétitions initiées par les clients ;
- créer les outils, les modèles et les organisations capables d'aider les clients à naviguer dans l'univers complexe du numérique, à interagir avec leurs cibles de façon optimisée et au meilleur coût.

L'application la plus visible de ce nouveau modèle a été lancée en juin 2008 avec la création de VivaKi, mutualisant les moyens entre les réseaux ZenithOptimedia, Starcom MediaVest Group, Digitas, Razorfish et Denuo. Cette structure ayant permis de tirer le meilleur avantage de l'effet de taille et des talents réunis dans ces ensembles au profit des clients du Groupe.

Le Groupe a créé, dans le cadre de VivaKi une nouvelle plateforme technologique, le plus grand réseau « d'audience à la demande » adossé aux technologies de Microsoft, Google, Yahoo! et PlatformA, offrant aux annonceurs la possibilité de toucher des audiences définies avec précision partout dans le monde, en une seule campagne et sur des réseaux multiples.

Ce projet novateur s'inscrit parfaitement dans les objectifs stratégiques de Publicis Groupe :

- accéder à de nouveaux standards ;
- s'ouvrir à toute forme de collaboration avec les propriétaires de media et nos clients ;
- bénéficier de l'effet d'échelle afin de créer des standards pour nos clients qui prennent mieux en compte le consommateur ;
- apporter à nos clients toute solution qui permettrait d'améliorer la performance et de réduire les coûts.



Cette création, pièce maîtresse de la stratégie du Groupe, a permis :

- de mieux répondre aux besoins des annonceurs en leur offrant des solutions qui intègrent tous leurs besoins de communication sans silo et de manière très performante, rapide et actuelle. Les clients de Publicis Groupe bénéficieront ainsi d'un accès au futur avant leurs concurrents ;
- de regrouper tous les moyens d'études, de recherches, les outils et les talents (rares dans cet univers) au sein de VivaKi offrant ainsi à toutes les structures du Groupe les solutions numériques les plus avancées ;
- de favoriser ainsi une collaboration avec les grandes plateformes électroniques. Après l'accord avec Google en 2008 et Microsoft en 2009, fruit d'une vision partagée de l'utilisation des nouvelles technologies pour le développement de la publicité, plusieurs autres accords de collaboration ont été conclus avec les « majors » du numérique, évitant ainsi d'engager des investissements massifs dans les technologies éphémères et offrant une avancée et de nouvelles opportunités au bénéfice des clients :
 - *Audience on Demand* avec Yahoo!, Microsoft et PlatformA (AOL),
 - *Mobile Communication* avec Yahoo! et PhoneValley, filiale de Publicis Groupe,
 - *The Pool* dans l'établissement d'un standard vidéo pour la publicité.

La réussite de VivaKi a permis d'initier le plan VivaKi 2.0 concentrant l'activité de VivaKi sur ses activités d'innovation et permettant un nouveau développement de AOD (*Audience on Demand*) et la création de « produits » tel que FLUENT, outil permettant de créer une seule application intégrée pour cibler, distribuer et gérer des campagnes multicanal. Un accord de distribution a été conclu avec Adobe.

Toujours dans le numérique, Publicis Groupe et IBM, fortes de leur position unique pour déterminer l'avenir du e-commerce, ont conclu un partenariat mondial. Cette collaboration capitalise sur les forces respectives des partenaires : à la solide expérience de Publicis Groupe en matière de « consumer insight », de technologie et de construction d'un écosystème d'e-commerce autour des transactions, s'ajoutent la technologie, l'expertise et la capacité d'innovation d'IBM. Au cours des trois prochaines années, Publicis Groupe mettra en place quatre plateformes de commerce mondiales. L'acquisition de l'agence Rosetta a été un élément moteur de cet accord grâce à la collaboration développée avec IBM et l'expertise acquise dans le e-commerce.

La mise en œuvre de cette stratégie s'accompagne de diverses initiatives menées en parallèle en vue de réduire ses coûts de fonctionnement et consistant notamment en un partage des ressources entre unités opérationnelles, une centralisation des fonctions administratives au sein des centres de ressources partagés ainsi qu'une politique d'achats centralisée. Ces actions permettent également une intégration réussie des acquisitions, la mise en œuvre d'importantes synergies, la garantie d'un meilleur respect des règles internes du Groupe et un renforcement ainsi qu'une simplification du bilan de la Société. Ces opérations d'optimisation se poursuivent, très naturellement inscrites dans la volonté du Groupe d'offrir les meilleurs services au meilleur coût à ses clients. Dans cette optique, Publicis Groupe procède désormais à la régionalisation de ses centres de ressources partagées et à la mise en place d'un ERP visant à mettre en place un système d'information unique, transversal et mondial.

Simultanément une politique volontariste de génération de liquidités et de désendettement lui a notamment permis de bénéficier depuis 2005 d'une notation officielle *investment grade* de la part des agences Moody's et Standard & Poor's (voir détails au 1.8.5 « Risques financiers »).

Le Groupe occupe des positions centrales dans le numérique et dans les marchés émergents ; il s'agit de les renforcer et de poursuivre la stratégie annoncée :

- en continuant le développement de produits dans les activités numériques permettant l'optimisation des campagnes ;
- en développant les activités de e-commerce et de e-CRM ;
- en accélérant la croissance du Groupe sur des économies émergentes ciblées. Le Groupe souhaite poursuivre le développement, essentiellement par acquisitions, de sa présence sur les marchés à forte croissance qu'il estime prometteurs et qui connaissent une croissance nettement supérieure à la moyenne du marché mondial ;
- en se donnant des objectifs de croissance externe inscrits dans une politique financière saine. Les acquisitions du Groupe doivent répondre à une logique de rentabilité et de solidité financière. Le Groupe entend privilégier des cibles présentant un potentiel significatif de synergies ou d'amélioration du taux de marge opérationnelle et bien entendu présentant une bonne adéquation à sa culture et à ses valeurs ;
- en encourageant l'implication des salariés les plus moteurs sur ces critères (environ 1 000), en liant fortement leur rémunération annuelle et leur bonus à long terme à l'obtention de résultats en termes de croissance et de marge.

Stratégie de création de valeur

Les évolutions des médias avec l'émergence, puis l'explosion d'Internet, de Google, Microsoft, l'apparition des réseaux sociaux - Facebook, YouTube, MySpace, Twitter - le développement de la télévision numérique et la multiplication des canaux, enfin le changement des modes de consommation et du consommateur, la fragmentation et la complexification croissante créés par l'interactivité de tous les acteurs ont



1

PRÉSENTATION DU GROUPE

Activités et stratégie

conduit la mise en œuvre de la première étape de la stratégie de Publicis ces dernières années. Depuis 2006, le Groupe a mis l'accent sur le développement des activités numériques qui sont passées de 7 % du revenu total en 2006 à 33 % en 2012. De même, le Groupe a élargi sa présence dans les économies à forte croissance qui représentent aujourd'hui 25,5 % du revenu. En 2012 seulement, le Groupe a réalisé onze acquisitions dans les pays émergents, dont trois en Inde, deux en Chine, une au Brésil, une en Israël, une en Malaisie, deux au Moyen-Orient et une en Russie qui représentent en nombre plus de la moitié des acquisitions réalisées sur l'exercice. Cette orientation stratégique se poursuivra avec l'objectif pour le Groupe de tirer, à terme, environ 75 % de ses revenus de ces deux segments en croissance que sont le numérique et les économies émergentes, contre 55 % en 2011.

Cette complexité nouvelle du paysage des media, l'interactivité avec les consommateurs, la multiplication des annonceurs avec l'arrivée de nouveaux acteurs venus des économies émergentes, ou permise par les nouveaux media, conforte la stratégie choisie par Publicis, l'engage à la poursuivre et à développer une nouvelle phase qui doit mener le Groupe d'un statut de « fournisseur de services » vers la reconnaissance de celui de « créateur de valeur ». Les préoccupations nouvelles de ses clients, qu'il s'agisse de la recherche de valeur, de la puissance des marques, des nouveaux défis que représentent les marques des distributeurs, le *hard discount*, le net, l'e-commerce, la concurrence nouvelle des marchés émergents sont autant d'opportunités pour Publicis d'évoluer vers une meilleure reconnaissance de la valeur créée.

La stratégie qui consiste pour Publicis Groupe à être le meilleur exige que l'on puisse aider les clients à bien utiliser les quantités croissantes de données et de technologies disponibles. Une population grandissante découvre et choisit ce qu'elle souhaite, quand elle le souhaite. Les media sont disponibles à la demande et ceci ne fait que s'accélérer grâce aux nouveaux routeurs, aux nouveaux réseaux, aux nouveaux outils. VivaKi apporte ses compétences aux agences media, afin de les aider à cibler les audiences directement (*Audience on Demand*), à construire de nouveaux modèles en comparant les données des clients avec les données relatives à ce que les personnes lisent ou recherchent (*Data on Demand*) et enfin à pouvoir faire la lecture de la réalité de la marque et des ventes dans le but de constamment affiner les campagnes (*Insight on Demand*).

Razorfish, Digitas ou Rosetta apportent dorénavant leur expertise dans le e-commerce et le e-CRM.

Les clients du Groupe sont aujourd'hui à la recherche des idées les plus créatives et saisissantes afin de s'exprimer dans un monde de la communication fragmenté et encombré ; de la même manière, ces clients ont besoin des plus grandes compétences dans l'utilisation des technologies et des données afin que ces idées retiennent précisément l'attention des bonnes personnes.

Tous les investissements à venir s'inscrivent, comme par le passé, dans une stratégie choisie dont le but est de concevoir un Groupe qui soit le meilleur créateur de valeur pour ses clients et ses actionnaires en bénéficiant de la plus robuste combinaison de créativité, de sciences des données et de technologie.

Ce développement de la stratégie s'accompagnera d'investissements dans les talents, la technologie et les économies émergentes. Dans les talents afin d'accroître l'expertise numérique, l'excellence créative afin d'enrichir les contenus, de renforcer les équipes stratégiques et de favoriser l'innovation et l'offre de nouveaux services. Dans les technologies du numérique en poursuivant le développement des activités à l'international, en renforçant les agences et en développant les partenariats stratégiques et les initiatives avec les grands acteurs de l'Internet permettant à Publicis Groupe de rester à la pointe et d'anticiper les changements et évolutions des industries de la communication. Dans les économies à forte croissance, les investissements seront conçus pour renforcer la présence de toutes les entités de Publicis Groupe.

Publicis Groupe s'attache à faire en sorte que toutes ses unités soient en mesure d'offrir ces deux aspects - créativité et technologie - pour créer de la valeur pour les clients. Grâce à une centralisation des fonctions support, le Groupe doit libérer des ressources qui pourront être réinvesties dans la créativité. La créativité est au cœur de la stratégie du Groupe, discutée à toutes les réunions de dirigeants. C'est un vecteur incontournable qui a permis à Publicis Groupe d'être en tête du peloton pour les gains de nouveaux budgets.

Pour mener à bien cette ambition, Publicis Groupe doit se pencher sur les nouveaux modes de partenariats et de rémunération à mettre en place avec ses clients. Le fournisseur de services est rémunéré en fonction du temps passé, alors que le créateur de valeur l'est en fonction de la richesse générée et partagée avec ses clients. L'ambition de Publicis Groupe, fort de son leadership dans les idées créatives, le New Business et le numérique, est de faire reconnaître mieux encore sa contribution au succès de ses clients, en innovant dans les modèles d'organisation et de partenariat, avec une ambition de stratégie de partage de la valeur créée, tout en demeurant prudent et ouvert dans ses investissements, recherchant les partenariats avec les plus grandes plateformes technologiques à l'instar des alliances développées avec Google, Microsoft, Yahoo ! et les opérateurs de téléphonie mobile.

Enfin, avec les clients, les salariés du Groupe constituent l'actif stratégique à l'égard duquel les objectifs du Groupe sont très clairs. Le Groupe veut apporter aux meilleurs talents le cadre professionnel le plus propice à leur épanouissement, être le meilleur employeur du secteur en offrant des opportunités de développement de carrière et de formation sans pareil, avec un niveau d'éthique conforme à l'histoire de Publicis et une approche humaine qui ont toujours été sa « marque », et enfin permettre à ses salariés de se sentir en confiance pour qu'ils donnent le meilleur d'eux-mêmes et soient en harmonie avec les valeurs fondamentales du Groupe.



1.4.3 PRINCIPALES ACTIVITÉS ET ORGANISATION DU GROUPE

Le Groupe propose un ensemble de services de publicité et de communication très variés, adapté aux besoins particuliers de chaque client, dans une approche holistique et mondiale. Ces services recouvrent trois grandes catégories :

- la publicité ;
- les agences spécialisées et services marketing – SAMS ;
- le conseil et l'achat media.

Les activités purement numériques – le digital – sont devenues le segment le plus important du Groupe devant la partie créative « analogique », les activités spécialisées et de services marketing et les activités media.

Publicité

Penser « global », agir « local » peut sembler un cliché, mais c'est une réalité, une évidence même : les marques de nos clients, aujourd'hui, sont de plus en plus globales.

C'est pour cette raison que, au-delà de la production créative des agences de publicité que nous découvrons quotidiennement en affichage, télévision, radio ou presse et tous les nouveaux media, les réseaux publicitaires jouent un rôle essentiel pour accompagner leurs clients dans le développement mondial de leurs marques.

La mission première des agences de publicité et des réseaux est de trouver des idées qui sont à la fois assez universelles pour traverser les frontières et en même temps adaptables à chaque marché local, le consommateur pouvant s'approprier facilement et efficacement cette idée.

Publicis Groupe possède, au niveau mondial, trois réseaux publicitaires principaux : Leo Burnett, Publicis et Saatchi & Saatchi. Ces réseaux ont chacun leur propre culture et leur propre philosophie et ont su construire un partenariat durable avec leurs clients, dans tous les secteurs.

À côté de ces trois réseaux, Publicis offre une palette d'agences créatives avec leur réputation d'excellence, à l'instar de Fallon à Minneapolis et Londres, Marcel à Paris et Bartle Bogle Hegarty à Londres, Mumbai, New York, São Paulo et Singapour.

Dans chaque agence et chaque réseau, l'expertise stratégique et créative des équipes permet de trouver les meilleures idées pour servir le client sur le plan local et international. Ces idées aboutissent à des campagnes de publicité qui peuvent être déclinées dans les media traditionnels, sur Internet ou sur des media interactifs, selon la meilleure solution pour chaque client.

Le partenariat entre une agence de publicité et ses clients est le plus souvent un partenariat à long terme où s'instaure un véritable dialogue basé sur la connaissance que le client a de son entreprise, de ses marques, et l'expertise de l'agence en termes de créativité et de compréhension du consommateur.

Les marques qui ont le mieux réussi dans le monde sont le fruit de ce partenariat, de cette confiance réciproque, et les agences du groupe Publicis sont fières de gérer un grand nombre de ces marques.

Les réseaux de Publicis Groupe

- **Publicis Worldwide** : ce réseau, basé à Paris, est implanté dans 82 pays sur tous les continents, notamment en Europe et aux États-Unis (dont les agences Marcel, Duval Guillaume, et Publicis & Hal Riney). Il comprend les réseaux Publicis Dialog présents dans 44 pays et Publicis Modem (dédié à l'offre numérique), présent dans 40 pays en vue de réaliser une offre holistique.

Son offre globale d'expertises inclut la publicité, la communication interactive et le marketing digital (Publicis Modem), le CRM et le marketing direct (Publicis Dialog) ;

- **Leo Burnett** : basé à Chicago, le réseau est présent dans 84 pays à travers le monde. Il possède le réseau international Arc Worldwide pour les *marketing services* – SAMS – dédié principalement aux services de marketing direct, interactif et à la promotion des ventes. Par ailleurs, Leo Burnett dispose d'autres agences ou entités publicitaires indépendantes, généralement plus locales ou régionales et qui ont un positionnement bien spécifique (notamment dû à leur structure et styles créatifs) pour répondre aux besoins particuliers de certains clients ;
- **Saatchi & Saatchi** : ce réseau, basé à New York, est présent dans 80 pays sur les cinq continents. Il inclut principalement les agences Saatchi & Saatchi (dont les agences Team One et Conill aux États-Unis), ainsi que le réseau Saatchi & Saatchi X, spécialisé en marketing sur le point de vente (*shopper marketing*). Saatchi & Saatchi S, réseau créé en 2008 suite à l'acquisition d'Act Now, agence de conseil en matière de développement durable dont le savoir-faire est largement reconnu aux États-Unis, apporte à ses clients une force de proposition et de compréhension dans les sujets majeurs du développement durable aux plans économique, social et environnemental ;
- **Fallon** : un réseau basé à Minneapolis, fonctionnant à partir de plateformes régionales à Londres et Tokyo. « SSF » fédère les agences de Saatchi & Saatchi et de Fallon ;
- **Bartle Bogle Hegarty (BBH)** : ce réseau basé à Londres possède des plateformes régionales à Mumbai, New York, São Paulo, Shanghai et Singapour ;



PRÉSENTATION DU GROUPE

Activités et stratégie

1

● Agences spécialisées et services marketing – SAMS

Il s'agit d'un ensemble de techniques ou de disciplines proposé par le Groupe, qui vient compléter ou se substituer à la publicité au sein d'une même campagne de communication, ou de moyens de communication destinés à des cibles ou produits spécifiques (notamment communication santé ou communication multiculturelle). Il convient de noter que ces services de communication spécialisée sont souvent intégrés aux services fournis par les agences de publicité. L'offre des agences spécialisées – SAMS – comprend notamment les services suivants :

- **Communication Interactive** : les activités de communication numérique comprennent d'une part au sein de VivaKi les agences « tout numérique » comme Digitas et Razorfish et Big Fuel (acquise en 2011), Denuo, agence spécialisée dans le conseil et la veille dans le domaine des nouvelles technologies (Internet, jeux vidéo, téléphone mobile, iPods) et d'autre part toutes les agences intégrées aux divers réseaux de publicité de media du Groupe. Les activités numériques comprennent également Rosetta agence acquise en 2011, spécialisée dans le marketing numérique dotée d'une capacité d'expertise et de consulting forte dans ce domaine, qui demeure à l'extérieur de VivaKi. On entend par activités numériques essentiellement la création de sites Internet institutionnels ou commerciaux, de sites intranet, conseil en marketing direct par Internet, l'expertise en réseaux sociaux, l'e-commerce, l'optimisation de la recherche de mots-clés sur les moteurs de recherche, la création publicitaire sur Internet (notamment bannières, fenêtres) et toute communication sur Internet ou mobile ;
- **Marketing direct, CRM (Customer Relationship Management)** : l'objectif est de créer un dialogue direct entre une marque et un consommateur (par opposition à la publicité traditionnelle qui s'adresse à une communication de masse) par différentes méthodes (courrier, Internet, téléphone) et d'en développer la fidélisation. Grâce aux opérations CRM, le Groupe assiste ses clients dans la création de programmes permettant d'atteindre les consommateurs individuels et d'accroître la fidélité à la marque. Par ailleurs, il fournit les outils et le support d'information appropriés, afin de rendre maximale l'efficacité de ces programmes ;
- **Promotion des ventes et marketing sur le point de vente** : conseil visant à déterminer le meilleur angle de dialogue avec le consommateur présent sur le lieu de vente, et mise en œuvre d'actions marketing afin de stimuler les ventes, soit directement sur le point de vente, soit par le biais de coupons de réduction, e-coupons ou d'autres techniques ;
- **Communication santé** : ce segment intéresse l'industrie pharmaceutique, les sociétés savantes, les hôpitaux, les assureurs mais aussi les entreprises de biens de consommation axées sur la préservation de la santé et du bien-être. Elle touche tant les professionnels de la Santé et autorités publiques, que le grand public. La communication santé englobe un grand nombre d'actions qui se déroulent de la conception jusqu'à la maturité du produit : conseil préalable à la mise sur le marché d'un produit, outils de communication (publicité, marketing direct, numérique, phoning...), formation médicale, communications scientifiques, relations publiques, événements et mise à disposition de forces de vente temporaires.

Les activités de Relations publiques, de communication, de communication institutionnelle et financière et de communication événementielle sont regroupées depuis 2009 au sein de MSLGROUP :

- **les Relations Publiques** : l'objectif de ces opérations ou actions est de permettre au client d'établir un dialogue efficace avec la presse, des publics spécialisés ou le grand public, sur des sujets institutionnels ou commerciaux, sur l'identité du client ou sur ses produits ou services et de développer une image cohérente avec la stratégie. Ces services incluent à la fois le conseil stratégique afin d'assister le client dans son positionnement stratégique et sa stratégie de différenciation par rapport à ses concurrents, le lancement de produits ou de services ou leur re-lancement et leur positionnement auprès des consommateurs, les services de relations-media qui visent à renforcer la reconnaissance de la marque et son image, la rédaction de messages, l'organisation de prises de contacts ou d'événements, et la création de documents ou d'objets illustrant cette stratégie et ces messages ; et ;
- **la Communication institutionnelle et financière** : elle englobe toutes les initiatives permettant aux clients de construire l'image d'une entreprise et de s'adresser aux diverses parties concernées telles qu'actionnaires, salariés, pouvoirs publics. Elle comprend la communication financière (notamment dans le cadre d'OPA ou d'opérations financières) dans le contexte d'introductions en Bourse, de cessions, de campagnes de mobilisation de droits de votes ou d'opérations similaires. Le Groupe propose également des prestations de services visant à aider les clients à gérer, en situation de crise, la communication et les relations publiques, ainsi que d'autres événements majeurs ; et ;
- **la Communication événementielle** : conception et réalisation d'événements institutionnels ou commerciaux (salons, expositions, conventions, réunions, inaugurations) visant à promouvoir une image de l'entreprise en cohérence avec ses objectifs stratégiques ;
- **Communication multiculturelle ou ethnique** : domaine essentiellement restreint au marché américain ; il s'agit de publicité et autres techniques de communication destinées à des groupes culturels spécifiques tels que les Hispaniques ou les Américains d'origine africaine.

Media

Cette activité recouvre le conseil aux annonceurs sur l'utilisation optimale des media pour leurs campagnes de communication, ainsi que l'achat pour leur compte des espaces publicitaires dans les media selon leurs besoins.

Les activités de conseil (media-planning) et achat media ou achat d'espace sont exercées par Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia.



Les différents services proposés sont les suivants :

- **Conseil media/Media-planning** : en s'appuyant sur des outils informatiques et d'analyse de données sur les comportements de consommateurs et sur les analyses d'audience de différents media, l'agence media construit pour l'annonceur une sélection media optimale et un plan media détaillé adaptés à sa stratégie de publicité et de communication, à ses objectifs marketing, à sa cible et à son budget ;
- **Achat d'espace** : achat de tout espace publicitaire (radio, télévision, affichage, presse, Internet, téléphonie mobile) pour le compte de l'annonceur en exécution du plan media accepté, au meilleur prix et dans les meilleures conditions, grâce à l'expérience du Groupe et à son pouvoir de négociation. Publicis Groupe est le deuxième groupe dans le monde pour ses activités media, et occupe la première place aux États-Unis et en Chine.

La structure opérationnelle est organisée autour de deux entités indépendantes, qui gèrent le conseil et l'achat media :

- ZenithOptimedia, basé à Londres et présent dans 74 pays, avec une forte présence au Royaume-Uni, aux États-Unis, en Allemagne, en France et en Espagne, comprend Performics agence spécialisée dans la compréhension du comportement des internautes pour mieux les cibler et interagir avec eux ;
- Starcom MediaVest Group, basé à Chicago et implanté dans 80 pays, avec une forte présence aux États-Unis.

Le Groupe conserve en outre, depuis ses origines, essentiellement en France, une activité de régie d'espaces publicitaires pour le compte de la presse, du cinéma, de l'affichage et de la radio, exercée par Médias & Régies Europe.

Médias & Régies Europe comprend notamment les entités Media Transports avec Métrobus (affichage en France), Media Gare et Media Rail, Régie 1 (radio en France) et Mediavision (cinéma principalement en France).

Siège

Publicis Groupe SA est la société holding du Groupe dont la principale activité est d'assurer de façon permanente des prestations de conseil aux différentes sociétés du Groupe. Les coûts centraux de conseil rendu par la Société et ses filiales dédiées sont de l'ordre de 50 millions d'euros (hors coûts d'acquisition de filiales) en 2012, répartis sur l'ensemble des sociétés opérationnelles du Groupe selon un mode de rémunération assis sur le coût des services rendus. Par ailleurs, la société mère perçoit des dividendes en provenance de ses filiales ; leur montant s'est élevé à 53 millions d'euros en 2012.

Enfin, la société mère porte l'essentiel de la dette financière à moyen et à long terme du Groupe.

1.4.4 PATRIMOINE

Le Groupe opère dans plus de 200 villes dans le monde. À l'exception du patrimoine immobilier mentionné ci-dessous, le Groupe est locataire de ses bureaux dans la plupart des villes où il opère. Au 31 décembre 2012, la valeur nette comptable des actifs immobiliers détenus en pleine propriété par le Groupe s'élevait à 171 millions d'euros. Le principal actif est l'immeuble du siège social situé au 133, avenue des Champs-Élysées, à Paris. Cet immeuble de sept étages comprend environ 12 000 m² de bureaux, occupés par les sociétés du Groupe, et 1 500 m² de surfaces commerciales, occupées par publicisdrugstore ainsi que deux salles de cinéma ouvertes au public.

Publicis Groupe a choisi de réévaluer cet immeuble à sa juste valeur lors du passage aux IFRS et de considérer cette valeur comme le coût par convention à la date de transition. À cette date, la juste valeur de cet immeuble s'élevait à 164 millions d'euros représentant un ajustement de 159 millions d'euros par rapport à sa valeur établie selon les normes comptables antérieures. L'évaluation a été effectuée par un expert indépendant, selon la méthode de la capitalisation des loyers.

Le principal actif détenu en crédit-bail, dont la valeur nette dans les comptes consolidés du Groupe s'élève à 52 millions d'euros au 31 décembre 2012, est l'immeuble Leo Burnett situé au 35 West Wacker Drive à Chicago, aux États-Unis (dont la valeur brute de 83 millions d'euros au 31 décembre 2012 est amortissable sur 30 ans).

Le Groupe détient des équipements importants de systèmes d'information qui servent à la création et la production publicitaires, à la gestion de l'achat d'espaces publicitaires et à des fonctions administratives.

La Société n'a pas planifié, depuis le 31 décembre 2012, d'investissement significatif en immobilisations corporelles ou incorporelles autres que les investissements courants habituellement effectués par le Groupe dans le cours normal de ses activités.



PRÉSENTATION DU GROUPE

Activités et stratégie

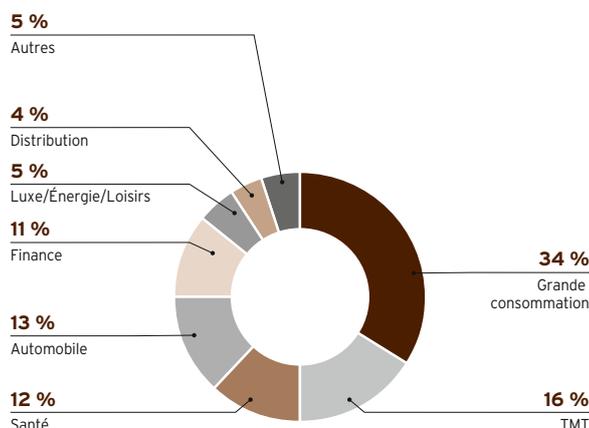
1.4.5 PRINCIPAUX CLIENTS

Publicis Groupe dispose d'un portefeuille clients diversifié et représentatif de l'économie mondiale. Le Groupe compte parmi ses clients un grand nombre occupant une position de leader mondial dans leur secteur (plus de la moitié du revenu est réalisée avec des clients internationaux, c'est-à-dire dont le budget est géré dans plus de cinq pays) ou une position de leader national. Les trente premiers clients représentent 44 % du revenu consolidé du Groupe (voir chapitre 4.6 « Notes annexes aux comptes consolidés » - note 26). Les délais de règlement sont conformes aux pratiques de marché et aux réglementations en vigueur dans chacun des pays dans lesquels le Groupe opère. La récurrence du revenu et des contrats est variable selon les clients. Toutefois, les revenus de Publicis Groupe se caractérisent par une forte proportion de clients fidèles sur de nombreuses années. La durée moyenne de rétention des dix principaux clients du Groupe s'élève à 45 ans.

Les principaux clients des grands réseaux du Groupe en 2012 sont indiqués ci-dessous :

- **Publicis Worldwide** : AXA, BNP Paribas, Citigroup, Deutsche Telekom, FIAT Group, France Télécom, Groupe Carrefour, Hilton, L'Oréal, Luxottica, Merck, Nestlé, Procter & Gamble, Qantas, Renault, Sanofi, Siemens, UBS, Wal Mart, Wendy's ;
- **Leo Burnett** : Allstate, Coca-Cola Company, Diageo, Dubai Holding, FIAT Group, General Motors, Hallmark, Kellogs/Keebler, McDonald's, Nintendo, Philip Morris International, Altria, Procter & Gamble, Samsung, Sony, Sprint Nextel ;
- **Saatchi & Saatchi** : ABInbev, Deutsche Telekom, Diageo, General-Mills, Honda, Lenovo, Mead Johnson, Mondelez, Novartis, Petrobras, Procter & Gamble, SAB Miller, Toyota, Visa, WalMart ;
- **BBH** : Barclay's, British Airways, Coca Cola, Diageo, Google, Perfetti, Unilever, Volkswagen, Virgin, Yum's Brand ;
- **Starcom MediaVest Group** : Allstate, Bank of America, Bristol-Myers Squibb, Coca-Cola Company, Comcast, General Motors, Kellog/Keebler, Kraft, Mars, Microsoft, Procter & Gamble, Research in Motion, Samsung, Sprint Nextel, Wal-Mart ;
- **ZenithOptimedia** : Deutsche Telekom, Fielmann Optical, Fox, General-Mills, JP Morgan, L'Oréal, LVMH, Nestlé, Oracle, PPR, Reckitt Benckiser, Richemont Groupe, Telefonica, Toyota, Verizon, Walt Disney ;
- **Publicis Healthcare Communications Group** : Abbott Laboratories, Astellas, AstraZeneca, Boehringer, Bristol-Myers Squibb, Eli Lilly, Glaxo Smith Kline, Merck & Co, Johnson & Johnson, Novartis, Novo Nordisk, Otsuka American Pharma, Pfizer, Procter & Gamble, Sanofi, Shire, Takeda Pharm, UCB Pharma ;
- **Digitas** : American Express, Bank of America, Comcast, Delta Airlines, eBay, General Motors, Kraft, Liberty Mutual, Microsoft, Nissan, Pfizer, Procter & Gamble, Sprint Nextel, Sun Trust, Whirlpool ;
- **Razorfish** : AT&T, Best Buy, Citigroup, Daimler, Delta Airlines, Ford, Intel, Kraft, Kellogs/Keebler, Microsoft, Research in Motion, SAB-Miller, Samsung, State Farm, Unilever, Volkswagen ;
- **Rosetta Marketing Group** : Apple, Citizens Bank, Deutsche Telekom, Forest Laboratories, JP Morgan, Luxottica, Microsoft, Nationwide, Otsuka American Pharma, Purdue Pharma, Research in Motion, Rogers Communications, Safeguard Properties, Samsung, US Mint.

En 2012, les secteurs d'activité des clients du Groupe se répartissent comme suit dans le revenu total :



La répartition du revenu par grands secteurs clients reflète la totalité des grands acteurs économiques et la structure du portefeuille demeure stable.



1.4.6 PRINCIPAUX MARCHÉS

Les dépenses publicitaires mondiales font l'objet de publications régulières par divers organismes de prévision tels que ZenithOptimedia (Publicis Groupe), GroupM (WPP) ou encore Magna (Interpublic Group of Cos), Nielsen... Les données prévisionnelles publiées par ces organismes sont des intentions de dépenses media (achat d'espace) par les annonceurs. Elles sont exprimées en *billings* (dépense de l'annonceur) et en tant que telles ne représentent pas le revenu potentiel des agences publicitaires. L'observation de ces publications revues trimestriellement permet de mesurer l'évolution du marché publicitaire même si ces chiffres ne prennent pas en compte toute une partie des activités des agences de publicité (relations publiques, marketing direct, CRM...).

DÉPENSES PUBLICITAIRES MONDIALES PAR GRANDES ZONES GÉOGRAPHIQUES *

(en millions de dollars)	2011 réalisé	En %	2012 estimé	En %	2013 prévisionnel	En %	Publicis Groupe répartition du revenu 2012 en %
Amérique du Nord	165 086	35 %	171 937	35 %	177 897	34 %	48 %
Europe	135 397	28 %	133 531	27 %	135 433	26 %	29 %
Asie Pacifique	132 131	27 %	140 151	28 %	147 912	29 %	13 %
Amérique latine	35 282	7 %	37 991	8 %	41 780	8 %	7 %
Afrique – Moyen-Orient	13 663	3 %	13 703	2 %	14 645	3 %	3 %
TOTAL	481 560	100 %	497 312	100 %	517 668	100 %	100 %

* Source-ZenithOptimedia : décembre 2012.

Les dix principaux pays du marché publicitaire mondial

Le positionnement de Publicis Groupe en 2012 sur les dix premiers marchés publicitaires mondiaux au regard du classement des dix premiers marchés s'établit comme suit :

Classement marché mondial 2011*	Classement Publicis Groupe 2012
1 États-Unis	1 États-Unis
2 Japon	2 France
3 Chine	3 Royaume-Uni
4 Allemagne	4 Chine
5 Royaume-Uni	5 Allemagne
6 Brésil	6 Brésil
7 France	7 Australie
8 Australie	8 Canada
9 Canada	9 Italie
10 Corée du Sud	10 Émirats Arabes Unis

* Source ZenithOptimedia : décembre 2012.

Grâce à ses investissements ces deux dernières années en Chine et au Brésil, investissements venant en complément des gains de budgets locaux et de la progression de sa croissance organique, en ligne avec sa stratégie d'expansion dans les pays à forte croissance, le Brésil est devenu en 2011 le 6^e marché de Publicis Groupe (6^e marché mondial) alors qu'il était le 8^e marché en 2010 et la Chine s'est hissée au rang de 4^e marché de Publicis Groupe (3^e mondial). La poursuite de la stratégie de développement du Groupe en Chine devrait lui permettre, d'ici 2014, d'aligner la position de la Chine au sein du Groupe avec la position de ce pays dans le marché publicitaire mondial.

1.4.7 SAISONNALITÉ DE L'ACTIVITÉ

Les dépenses en publicité et en communication des annonceurs varient notamment en fonction des évolutions effectives ou attendues des dépenses des consommateurs. Sur un nombre important de marchés du Groupe, les dépenses des consommateurs sont typiquement moins élevées au début de l'année, à la suite des fêtes, et aux mois de juillet et août, les mois de vacances les plus habituels en Europe et en Amérique du Nord, qu'à d'autres moments de l'année. Par conséquent, les dépenses en publicité et en communication sont également moins importantes durant ces périodes. Les revenus du Groupe sont historiquement souvent plus élevés aux deuxième et quatrième trimestres de l'année qu'aux premier et troisième trimestres.

1.4.8 CONCURRENCE

Depuis 2009 le Groupe occupe la 3^e place du classement mondial des groupes de communication (classement effectué suivant le revenu, source : rapports annuels des sociétés).

Le tableau ci-après indique le revenu publié par chacun des quatre premiers groupes pour l'année 2012 :

	Omnicom (US GAAP) (en millions)	WPP (IFRS) (en millions)	Interpublic (US GAAP) (en millions)	Publicis Groupe (IFRS) (en millions)
Chiffres publiés en monnaie locale	USD 14 219	GBP 10 373	USD 6 956	euros 6 610
Chiffres publiés en dollars	USD 14 219	USD 16 438 *	USD 6 956	USD 8 494 *

* Taux moyen 2012 : 1 \$ = 0,77825 €, 1 £ = 1,23331 €.

L'attention du lecteur est appelée sur le fait que les chiffres ci-dessus sont ceux publiés par les groupes concernés, dans la devise et selon le référentiel comptable utilisés pour chacun d'entre eux.

Publicis Groupe doit également faire face à la concurrence d'un certain nombre d'agences publicitaires locales indépendantes sur des marchés du monde entier, proposant des services au travers de ses agences marketing spécialisées - SAMS.

Les marchés de la publicité et de la communication sont, en général, hautement concurrentiels et le Groupe est en concurrence avec des agences nationales et internationales. Le Groupe s'attend à une poursuite de l'intensification de la concurrence du fait de la consolidation croissante des budgets publicitaires des grands annonceurs internationaux qui travaillent avec un nombre de plus en plus réduit d'agences.

1.4.9 CONTEXTE RÉGLEMENTAIRE

L'activité du Groupe est soumise aux réglementations françaises, américaines et aux réglementations des pays dans lesquels le Groupe exerce une activité.

Par exemple, en France, les activités d'achat d'espaces publicitaires dans les media sont soumises à la loi Sapin qui a pour objectif de rendre transparentes les transactions d'achat d'espaces publicitaires dans les media. La loi Sapin prohibe l'achat, par une agence de publicité, d'un espace publicitaire à une entreprise spécialisée dans les media, pour commercialiser ensuite cet espace à des conditions différentes à des annonceurs. L'agence doit agir exclusivement en tant que mandataire de ses annonceurs lors de l'achat de l'espace publicitaire. La loi Sapin s'applique aux activités publicitaires en France lorsque la société spécialisée dans les media et l'annonceur ou l'agence de publicité sont français ou situés en France.

Dans de nombreux pays, la publicité et la commercialisation de certains produits sont soumis à une réglementation stricte, notamment en ce qui concerne le tabac, l'alcool, les produits pharmaceutiques et les produits alimentaires. Les nouvelles réglementations ou normes concernant de tels produits pourraient avoir un impact défavorable sur les opérations du Groupe.



1.5 Investissements

1.5.1 PRINCIPAUX INVESTISSEMENTS RÉALISÉS AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

Le développement de la stratégie s'accompagne d'investissements dans les talents, la technologie et les économies à forte croissance. Dans les talents afin d'accroître l'expertise numérique, l'excellence créative afin d'enrichir les contenus, de renforcer les équipes stratégiques et de favoriser l'innovation et l'offre de nouveaux services. Dans les technologies du numérique en poursuivant le développement des activités à l'international, en renforçant les agences et en développant les partenariats stratégiques et les initiatives avec les grands acteurs de l'Internet permettant à Publicis Groupe de rester à la pointe et d'anticiper les changements et évolutions des industries de la communication. Dans les économies émergentes, les investissements sont conçus pour renforcer la présence de toutes les entités de Publicis Groupe.

Au cours de l'année 2010, Publicis Groupe a réalisé plusieurs acquisitions dans le monde et une prise de participation minoritaire (Taterka Comunicações, agence de publicité brésilienne, basée à São Paulo et couvrant 18 pays de la région Amérique Latine). Toutes ces opérations s'inscrivent dans la politique de Publicis Groupe de poursuite du développement des activités numériques, du renforcement de sa présence dans les pays à forte croissance, de ses activités dans le domaine de la santé et de l'expansion d'activités de relations publiques.

Ainsi, Publicis Groupe a acquis AG2, une des plus grandes agences numériques et interactives au Brésil, apportant une expertise en matière d'intelligence économique et de nouvelles compétences en gestion de marques dans l'univers interactif.

Dans l'univers de la santé, Publicis Groupe a réalisé un nombre important d'acquisitions : In-Sync, basée à Toronto, agence spécialisée dans la communication de la santé et du bien-être et dans les études de marché, puis Elevator au Royaume-Uni et Resolute Communications, agence de communication santé basée à Londres et également implantée à New York. Resolute Communications offre des programmes de communication santé englobant le conseil stratégique, la formation médicale et les relations publiques. Resolute a été rapprochée de Publicis Life Brands à Londres, cette nouvelle structure conjuguant l'expertise de Publicis Life Brands en gestion de marque et solutions numériques aux compétences en communication stratégique de Resolute. En Allemagne, le Groupe a acquis Digital District, agence dont l'expertise dans le domaine de la communication santé est reconnue et qui se spécialise dans la définition et la réalisation de stratégies de communication.

Souhaitant élargir ses activités de relations publiques, notamment dans les économies à forte croissance, Publicis Groupe a annoncé en octobre l'acquisition de 20:20Media et 2020Social, agences spécialisées dans les relations publiques et les media sociaux en Inde. 20:20Media est leader pour la communication des clients du monde des technologies, domaine où l'agence fut pionnière et offre en outre un éventail complet de services allant du conseil en stratégie à la gestion et l'évaluation des campagnes. 2020Social, société sœur, apporte à l'ensemble l'expertise de la première agence indienne spécialisée dans le conseil stratégique en media sociaux. Cette acquisition permet de lancer MSLGROUP India qui devient ainsi le premier réseau de communication spécialisée en relations publiques et media sociaux. Toujours dans les activités de relations publiques et d'événementiel, le Groupe a également acquis Eastwei Relations en Chine. Spécialisée en relations publiques et communication stratégique, forte d'outils, processus et logiciels propriétaires spécifiques à la Chine pour la gestion de campagnes de communication stratégique, l'agence, renommée Eastwei MSL rejoint le réseau MSLGROUP. Ces deux acquisitions sont destinées à dynamiser le savoir-faire de MSLGROUP, principal réseau de communication spécialisée, relations publiques et événementiel en Asie. Toujours dans le domaine des relations publiques, Publicis Groupe a renforcé sa participation dans Andreoli MSL au Brésil au sein du réseau MSLGROUP, devenant ainsi actionnaire majoritaire de l'une des cinq plus importantes agences de relations publiques pluridisciplinaires au Brésil, créant une plateforme de référence pour MSLGROUP en Amérique du Sud.

En Chine, Publicis Groupe a acquis G4. Basée à Pékin, l'agence G4 propose des solutions en communication intégrée dont la publicité, le design et le conseil pour Nestlé en Chine. L'agence a pris le nom de Publicis G4 et s'est enrichie de l'équipe Nestlé de Publicis Beijing permettant d'offrir à ce grand client un accompagnement renforcé sur tout le territoire chinois.

En Chine également, Publicis Groupe a racheté le capital restant de sa filiale W & K Beijing Advertising Co, portant ainsi sa participation à 100 %. Renommée Leo Burnett Beijing Communications Co. Ltd, cette agence contribue au développement de Leo Burnett sur le marché de Pékin.

À nouveau au Brésil, Publicis Groupe a pris une participation de 49 % dans Talent Group, l'un des groupes publicitaires les plus importants avec le projet de devenir l'actionnaire majoritaire dans une deuxième étape. Talent Group comprend deux agences, Talent et QG, basées à São Paulo. Le Groupe offre l'ensemble des services de communication media et hors media, opère dans la formation d'équipes commerciales et de terrain, les programmes d'incitation et d'activation promotionnelle et s'est engagé dans le développement de la communication numérique.

Enfin, Publicis Groupe a acquis fin novembre trois agences en Roumanie. Affiliées de longue date, Publicis Roumanie, Focus Advertising et Publicis Events seront réunies dans Grupul Publicis Communication Services Bucarest. Ce nouvel ensemble offre une palette complète de services de communication, en matière de publicité, stratégie de marque, création, promotion des ventes, marketing événementiel et numérique.



1

PRÉSENTATION DU GROUPE

Investissements

Les acquisitions du Groupe, très ciblées, dans les activités et dans les zones géographiques doivent satisfaire aux besoins nouveaux de ses clients, apporter la réponse attendue par le consommateur, et assurer la croissance du Groupe.

Dans un souci de rationalisation, le Groupe a repris le contrôle de Leo Burnett, Starcom et MSLGROUP en Afrique du Sud fusionnant ensuite ces entités avec Publicis. Cet ensemble est dorénavant contrôlé par le Groupe. La participation dans Amazon Advertising à San Francisco (Leo Burnett) a été portée de 35 % à 59 %.

Les paiements effectués (décaissements bruts, avant déduction de la trésorerie acquise) durant l'exercice 2010 pour acquérir les entités intégrées s'élèvent à 131,8 millions d'euros. Par ailleurs, 39,3 millions d'euros ont été décaissés pour des paiements d'*earn-out* et 7,1 millions d'euros pour des paiements de *buy-out*.

En 2010, le Groupe a procédé au rachat de 9 987 959 de ses propres actions, hors contrat de liquidité, représentant 5,2 % du capital, pour un montant de 291 millions d'euros. Ces rachats comprennent le bloc de 7 500 000 actions détenues par Dentsu. Le 10 mai 2010, suite à la déclaration d'intention de Dentsu de vendre une partie des titres Publicis qu'il détenait au travers de la SEP Dentsu-Badinter, Publicis Groupe SA s'est porté acquéreur, en vue de leur annulation, d'un bloc de 7 500 000 actions pour un prix total de 218 millions d'euros. Ces actions ont été immédiatement annulées.

L'année 2011 fut fertile en croissance externe pour Publicis Groupe.

Au cours du 1^{er} semestre 2011, une activité de croissance externe très soutenue a permis d'accroître la présence du Groupe au Royaume-Uni dans des activités de communication interactive et de relations publiques (Chemistry, Airlock, Holler et Kittcat Nohr), de la renforcer au Brésil avec la prise de contrôle de Talent, l'acquisition de GP7 et de donner un positionnement nouveau dans le domaine du conseil aux clients avec l'acquisition de Rosetta dans le numérique aux États-Unis le 1^{er} juillet.

Dans le domaine de la santé, le Groupe a également acquis au cours de cette période Watermelon en Inde et Publicis Healthcare Consulting en France afin de renforcer sa présence. Sous le nom de Publicis Healthcare Consulting, cette agence basée à Paris et implantée à New York, propose un large éventail de solutions de conseil dans plusieurs pôles d'expertise tels que l'accès au marché, la promotion, la distribution, les nouvelles technologies, les marchés émergents, la valorisation de la recherche et le transfert industriel ainsi que les nouveaux acteurs industriels.

Enfin, poursuivant le développement de sa stratégie de croissance en Chine annoncée voici un an, Publicis Groupe a acquis ICL, société de conseil basée à Taïwan, puis en Chine Dreams, active dans la santé et Genedigi, l'une des agences chinoises les plus renommées dans les activités de relations publiques.

En juillet 2011, Publicis Groupe a finalisé l'acquisition de Rosetta annoncée en mai. Rosetta, l'une des plus grandes agences numériques indépendantes d'Amérique du Nord, apporte des solutions interactives sur mesure à ses clients avec une démarche unique fondée sur son savoir-faire stratégique et l'intégration de ses capacités créatives et technologiques.

En avril, le Groupe a acquis 11 % additionnels de Talent au Brésil dont il détenait 49 % depuis la fin 2010, portant ainsi sa participation à 60 %.

L'acquisition de l'agence DPZ, également en juillet, complète le dispositif au Brésil, assurant la taille critique recherchée par le Groupe. Couplées à la croissance organique, les acquisitions au Brésil ont permis à ce pays de devenir le 6^e marché du Groupe, l'alignant ainsi avec le positionnement du Brésil dans le marché publicitaire mondial.

L'agence Big Fuel, elle aussi acquise en juillet, est une agence new-yorkaise à très fort potentiel et seule agence de publicité entièrement consacrée aux médias sociaux.

En septembre, le Groupe a acquis Schwartz, agence de relations publiques basée à Boston avec des filiales à Stockholm et Londres.

Le Groupe a également annoncé une prise de participation majoritaire (100 %) dans l'agence affiliée Spillman/Felser/Leo Burnett, l'une des agences les plus importantes de Suisse.

Enfin, au cours du dernier trimestre, Publicis Groupe a renforcé sa présence dans les activités digitales en Chine grâce aux acquisitions de Wangfan et de Gomye.

Les diverses acquisitions réalisées en Chine au cours de l'année s'inscrivent clairement dans le plan stratégique Chine avec pour objectif le doublement des revenus du Groupe dans cette zone à l'horizon 2013-2014. La Chine est aujourd'hui le 4^e marché de Publicis Groupe (3^e marché mondial).

La dernière acquisition de l'année a été celle de l'agence polonaise de relations publiques Ciszweski.

Au cours de 2011, Publicis Groupe a également annoncé le lancement d'une nouvelle agence, Publicis Équateur, avec des bureaux à Quito, la capitale et Guayaquil, centre d'affaires du pays.

L'ensemble de ces acquisitions représente un revenu additionnel estimé à 400 millions d'euros en année pleine, démontrant le dynamisme du Groupe en termes de croissance externe en 2011.

Ces opérations répondent aux décisions stratégiques de Publicis Groupe de renforcer ses positions dans les pays à forte croissance ainsi que de consolider sa place de groupe mondial, leader en communication digitale.



Les paiements effectués (décaissements bruts, avant déduction de la trésorerie acquise) durant l'exercice 2011 pour acquérir les entités intégrées s'élèvent à 671 millions d'euros. Par ailleurs, 87 millions d'euros ont été décaissés pour des paiements d'*earn-out* et 12 millions d'euros pour des paiements de *buy-out*.

En 2011, le Groupe n'a procédé à aucun rachat d'actions propres hormis ceux effectués dans le cadre du contrat de liquidité.

Dès le début de l'année 2012, Publicis Groupe a poursuivi ses acquisitions ciblées en cohérence avec sa stratégie de développement de ses activités dans le digital et dans les pays à forte croissance.

En janvier 2012, le Groupe a annoncé l'acquisition en France de Mediagong, une agence digitale spécialisée dans le conseil en stratégie digitale, les media sociaux, l'advergaming et le mobile.

Le 26 janvier, Publicis Groupe a lancé une offre publique d'achat amicale sur Pixelpark, leader allemand indépendant de la communication digitale. L'office fédéral allemand des ententes a approuvé le projet d'acquisition de Pixelpark le 15 février 2012. Le Groupe détient près de 78 % des actions de Pixelpark.

Toujours en janvier, le Groupe a acquis The Creative Factory en Russie afin de permettre l'expansion de Saatchi & Saatchi dans ce pays. Basée à Moscou, The Creative Factory est réputée pour ses domaines de spécialité que sont le marketing, le digital, la production numérique et la vidéo.

Au mois de février, Publicis Groupe procédait à l'acquisition de U-Link Business Solutions Co LTD, l'une des principales agences chinoises spécialisées dans la communication santé ainsi que King Harvests et Luminous, au mois de mars, deux agences de marketing spécialisé, basées en Chine et à Singapour. Simultanément, le Groupe annonçait l'acquisition de Flip Media, l'un des grands réseaux d'agences numériques du Moyen-Orient. Positionné sur toute la chaîne du numérique, il offre des services complets, parmi lesquels la stratégie, la conception et la production numériques, la fourniture de contenu et les plateformes technologiques.

Indigo Consulting, acquise en avril, basée à Mumbai, est une agence indienne à services complets de la conception et développement de sites Internet, référencement, études et tests d'usage des sites, au marketing en ligne, sur mobiles et dans les médias sociaux. Indigo renforce le réseau Leo Burnett en Inde.

Au mois de mai, le Groupe réalisait l'acquisition de Longtuo, agence pékinoise de marketing numérique particulièrement experte en création, acquisition de clientèle, marketing et outils de mesure pour l'e-commerce. Longtuo intègre le réseau de Razorfish et sera renommée Razorfish Longtuo Chine.

L'acquisition au mois de juin de BBR Group, l'un des plus grands groupes de communication en Israël, place Publicis Groupe comme l'un des acteurs majeurs de la zone. BBR est un réseau d'agences créatives offrant des services dans les métiers de la création, d'identité de la marque, des media, du numérique et du design.

Avec la prise de participation dans ZOOM Advertising, membre du groupe Massar, basée à Ramallah, Publicis Groupe devient le premier groupe de communication à s'implanter en Palestine. Zoom a été fondée en 2004 et s'est rapidement établie comme la grande agence palestinienne de communication, en offrant des outils numériques et interactifs sophistiqués.

En juillet, Publicis Groupe a acquis les 51 % du capital de Bartle Bogle Hegarty (BBH) non encore détenus, portant ainsi sa participation à 100 %. L'acquisition inclut l'agence brésilienne NEOGAMA/BBH.

Également au mois de juillet, le Groupe a annoncé l'acquisition de CNC, un réseau d'agences de conseil stratégique et de communication basé en Allemagne et également présent au Royaume-Uni, en Inde et au Japon.

Resultrix, agence numérique internationale créée en 2008 a été acquise au mois d'août. Présente en Inde, à Singapour, aux Émirats Arabes Unis, mais aussi aux États-Unis, Resultrix est une agence réputée pour son expertise de marketing à la performance.

En Malaisie, l'agence Arachnid, agence numérique remarquée pour sa réputation créative a été acquise début octobre. Créée à Kuala Lumpur en 1996, Arachnid emploie aujourd'hui plus de soixante professionnels de la communication digitale. L'agence propose et développe ses services sur 25 pays.

Au mois de décembre Publicis Groupe a procédé aux acquisitions suivantes : AR New York, agence de publicité américaine des plus réputées, spécialisée dans la communication des produits de luxe, de la mode et de la beauté, iStrat et Market Gate, en Inde, respectivement agence numérique intégrée et agence en conseil en stratégie et marketing, OUTSIDE LINE, l'une des cinq principales agences numériques indépendantes du Royaume-Uni, spécialiste des médias sociaux et du marketing expérientiel, Monterosa, agence internationale, basée en Suède, spécialiste du marketing et de la communication sur mobile, et enfin, Rokkan Media LLC, agence numérique multiservices, basée à New York. Rokkan associe le e-commerce, les programmes de fidélité, le marketing numérique, le mobile et les médias sociaux.

Au total, cela représente sept acquisitions en Asie, cinq en Europe, trois aux États-Unis, trois au Moyen-Orient et une en Russie, la quasi-totalité de ces agences étant réputées pour leurs activités numériques.

Le 20 septembre, Publicis a signé un accord conditionnel concernant un projet d'offre publique d'achat visant la totalité des actions de LBi.

Le 12 novembre, Publicis Groupe a officiellement lancé l'offre publique d'achat en numéraire à un prix d'Offre de 2,85 euros par action, coupon attaché, la période d'acceptation allant du 13 novembre 2012 au 15 janvier 2013.



PRÉSENTATION DU GROUPE

Investissements

LBi International N.V. est la plus grande agence indépendante européenne de marketing et technologie, qui combine expertises stratégique, créative, média et technique afin de créer de la valeur ajoutée à long terme pour ses clients. Cotée à la Bourse d'Amsterdam, où se situe également son siège social, LBi emploie actuellement plus de 2 200 personnes à travers 16 pays. En tant qu'agence en marketing et technologie, LBi propose ses services aux marques (clients) afin de les aider à nouer des contacts avec leurs clients via les canaux numériques, et ce à travers tout le spectre de points de contact : de la prise de conscience initiale de l'existence de la marque, via l'interaction directe avec les services ou produits de la marque, jusqu'aux relations continues avec la marque. LBi propose une série de services destinés à aider ses clients à attirer, retenir et gérer des clients plus efficacement. Sa gamme complète de services combine des compétences analytiques, en marketing direct et dans le domaine numérique. Grâce à celle-ci, LBi peut ainsi développer de grandes idées innovantes dans l'univers numérique, construire et gérer des sites internet de vente en ligne, développer des programmes CRM et même s'occuper de l'achat d'espaces et de la programmation dans les médias ainsi que des relations publiques pour le compte de sociétés de premier ordre.

À la suite de la proposition faite par Dentsu le 13 février 2012, Publicis Groupe a racheté le 17 février un bloc de 18 millions de ses propres actions pour un montant total de 644 millions d'euros, soit 35,80 euros par action. L'opération a été réalisée avec une décote de 13,35 % par rapport au cours de clôture de Bourse du 16 février 2012. Cette opération a un effet positif sur le bénéfice net par action dilué de l'ordre de 7 % en 2012. Sur les 18 millions d'actions acquises, Publicis en a annulé 10 759 813. Les 7 240 187 actions restantes sont conservées en autocontrôle et sont destinées à couvrir les plans d'attribution d'actions de présence et de performance ou de stock-options et les programmes d'acquisition. La totalité de l'achat des titres a été financée par la trésorerie disponible de Publicis Groupe.

L'ensemble de ces acquisitions représente un revenu additionnel estimé à 280 millions d'euros en année pleine démontrant le dynamisme du Groupe en termes de croissance externe en 2012.

Ces opérations répondent aux décisions stratégiques de Publicis Groupe de renforcer ses positions dans les pays à forte croissance ainsi que de consolider sa place de groupe mondial, leader en communication digitale.

Les paiements effectués (décaissements bruts, avant déduction de la trésorerie acquise) durant l'exercice 2012 pour acquérir les entités intégrées s'élèvent à 435 millions d'euros. Par ailleurs, 45 millions d'euros ont été décaissés pour des paiements d'*earn-out* et 30 millions d'euros pour des paiements de *buy-out*.

En 2012, le Groupe a procédé, en dehors des rachats effectués dans le cadre du contrat de liquidité, au rachat de 18 millions d'actions auprès de la société Dentsu pour un montant de 644 millions d'euros.

1.5.2 PRINCIPAUX INVESTISSEMENTS EN COURS

Depuis le début de l'année 2013, Publicis Groupe a réalisé plusieurs opérations.

Le 15 janvier 2013, au terme de l'offre publique d'achat visant la totalité des actions émises et en circulation de LBi, Publicis Groupe a déclaré l'offre inconditionnelle. Au terme de cette offre, Publicis Groupe détenait 73,50 % du capital sur une base totalement diluée, représentant avec les actions détenues par l'initiateur 97,37 % du capital de LBi sur une base totalement diluée. Publicis Groupe a offert aux actionnaires n'ayant pas encore apporté leurs actions à l'offre, l'opportunité d'apporter leurs actions au cours d'une « période de réouverture » commençant le 16 janvier 2013 et se terminant le 29 janvier 2013.

Le 29 janvier 2013, Publicis Groupe et LBi ont annoncé conjointement le résultat final de l'offre publique d'achat. Les actions détenues par Publicis Groupe après le 29 janvier 2013 représentent 98,13 % des actions émises et en circulation de LBi.

En concertation avec NYSE Euronext Amsterdam, il a été décidé de mettre un terme à la cotation des actions ordinaires de LBi sur NYSE. Le retrait de la cote a eu lieu le 7 mars 2013.

Publicis Groupe prévoit d'initier dès que possible une procédure de retrait obligatoire, afin de racheter les actions restantes non détenues par le Groupe.

À la suite du succès de l'offre publique d'achat, Publicis Groupe a annoncé le 5 février dernier la fusion du réseau mondial intégré Digitas avec le réseau de technologie et marketing digital LBi acquis par Publicis Groupe en janvier dernier. L'entité constituée, dénommée DigitasLBi, constituera ainsi un réseau mondial, leader en communication numérique. Elle sera dirigée par le Directeur général de LBi, Luke Taylor, nommé Global CEO de DigitasLBi.

La création de ce réseau illustre le rôle majeur de Publicis Groupe dans le domaine essentiel et en constante évolution du numérique. Avec environ 820 millions de dollars de revenu global, DigitasLBi sera le plus puissant et le plus complet des réseaux numériques mondiaux. Il capitalisera sur les parfaites complémentarités géographiques des deux entités : la situation bien établie de Digitas aux États-Unis (le plus grand réseau numérique), la forte présence de LBi en Europe, et les positions majeures des deux réseaux en Asie-Pacifique. DigitasLBi présent dans 25 pays réunira 5 700 des meilleurs experts du digital et des technologies numériques.

À la suite de la proposition faite par Dentsu, Publicis Groupe a racheté le 15 février 2013, avant l'ouverture de la Bourse de Paris, un bloc de près de 3,9 millions de ses propres actions pour un prix total de 181,4 millions d'euros, soit 46,82 euros par action.



Le Conseil de surveillance, réuni le 13 février 2013, a examiné la proposition du Directoire de procéder à ce rachat. Il a conclu que l'acquisition de près de 3,9 millions de titres dans le cadre du programme de rachat, approuvé par l'Assemblée générale des actionnaires du 29 mai 2012, était favorable au Groupe et à l'ensemble des actionnaires. Il a en conséquence approuvé cette opération à l'unanimité.

L'opération a été réalisée avec une décote de 4,7 % par rapport au cours de clôture du 14 février 2013 (49,11 euros). Elle aura un effet positif sur le bénéfice net par action dilué de l'ordre de 1,5 % en 2013 et 1,7 % en année pleine.

Les 3 875 139 actions ainsi acquises sont conservées en autocontrôle et seront utilisées pour couvrir les plans d'attribution d'actions de présence et de performance ou de stock-options.

La totalité de l'achat des titres a été financée par la trésorerie disponible de Publicis Groupe.

Après la fin des pactes liant Dentsu à Mme Badinter et Publicis Groupe SA en février 2012, et la cession concomitante de l'essentiel de la participation de Dentsu dans Publicis Groupe (18 millions de titres), l'opération a porté sur le solde des actions encore détenues par Dentsu.

À cette occasion les deux groupes ont déclaré vouloir continuer de considérer toutes les opportunités de collaboration et d'entretenir des relations de coopération, les deux joint-ventures entre Dentsu et Publicis Groupe (Beacon Communications et Dentsu Razorfish) étant appelées à se poursuivre sans changement.

1.5.3 PRINCIPAUX INVESTISSEMENTS À VENIR

Dans un monde globalisé et dominé par le numérique, la mobilité et les réseaux sociaux le Groupe souhaite concentrer ses investissements futurs dans le renforcement sélectif de son offre soit sur le plan des services, en particulier dans l'offre numérique, qui devient son cœur de métier, soit sur le plan géographique en privilégiant les économies à forte croissance. Le Groupe a confirmé sa volonté de développement prioritaire dans deux segments, les activités numériques et les pays à forte croissance, qui à terme devraient représenter ensemble environ 75 % du revenu total. Le Groupe souhaite aussi se renforcer dans les secteurs, les services ou les pays où il est déjà présent en fonction des opportunités et des besoins.

Dans un environnement de plus en plus compétitif, le Groupe poursuivra ses investissements dans le digital, dans les talents, les nouvelles technologies et dans les marchés à forte croissance. Dans le digital, Publicis Groupe accompagnera la montée en puissance du numérique dans la grande consommation, dans la distribution et quelques autres secteurs en investissant dans de nouveaux métiers comme les réseaux sociaux, le e-commerce. Publicis Groupe investira également dans les nouvelles technologies, développera de nouvelles solutions (vidéo, mobile), développera la plateforme AOD (audience à la demande, vidéo) mais aussi des outils propriétaires tels que FLUENT ou eCRM365. Attirer les talents reste une priorité et ces investissements seront conçus pour attirer, développer puis retenir les talents et ainsi préparer les dirigeants de demain.

Tous les investissements à venir s'inscrivent, comme par le passé, dans une stratégie choisie dont le but est de concevoir un Groupe qui soit le meilleur créateur de valeur pour ses clients, ses collaborateurs et ses actionnaires en bénéficiant de la plus robuste combinaison de créativité, de science des données et de technologie.

Enfin, le Groupe a des engagements relatifs à des compléments de prix et à des rachats de participations d'actionnaires minoritaires pour des montants, au 31 décembre 2012, s'élevant respectivement à 317 millions d'euros et 186 millions d'euros, soit au total 503 millions d'euros dont 274 millions d'euros à payer à moins d'un an.



I.6 Contrats importants

Un contrat a été conclu le 30 novembre 2003 entre Publicis et Dentsu (le « Contrat d'Alliance Stratégique ») afin de consolider l'alliance stratégique qui avait été instaurée le 7 mars 2002 entre les deux groupes. En application de ce contrat, Publicis Groupe, Saatchi & Saatchi et ZenithOptimedia ont résilié l'ensemble de leurs accords préexistants avec des partenaires japonais. Publicis Groupe s'est engagé à s'associer de façon exclusive avec Dentsu et n'entreprendra pas de nouvelles activités au Japon sans avoir préalablement consulté Dentsu. À certaines exceptions près, le Groupe représente Dentsu auprès de ses clients en Amérique du Nord, en Europe, en Australie et en Nouvelle-Zélande.

Le 17 février 2012, le Contrat d'Alliance Stratégique a pris fin. À la suite de la renonciation par Mme Badinter aux dispositions du pacte qu'elle avait conclu avec Dentsu et de la cession à Publicis de 18 millions d'actions détenues par Dentsu, le pacte signé entre Dentsu et Publicis a été résilié.

À l'exception de ce qui est décrit au présent chapitre, la Société n'a pas, au cours de l'exercice clos au 31 décembre 2012, conclu d'autres contrats importants.



1.7 Recherche et développement

Les différentes entités composant le Groupe ont mis au point diverses méthodologies d'analyse, d'études (notamment sur le comportement des consommateurs, les évolutions sociologiques) et des outils (logiciels ou systèmes spécifiques) utiles dans leur mission auprès des clients. La majeure partie de ces outils concerne les activités de media-planning de ZenithOptimedia et Starcom MediaVest dans leur recherche des points de contact les plus pertinents pour les cibles de leurs clients, tandis que d'autres sont intégrés au processus de planning stratégique des agences et constituent des piliers du positionnement unique de chaque marque publicitaire. Enfin, certains outils sont appliqués à la gestion numérique des données marketing pour des clients (au sein de l'entité MarketForward). Il convient de préciser que plusieurs de ces outils ont nécessité des investissements pour leur développement ou une coopération avec des sociétés d'études externes. La politique du Groupe en la matière est décrite dans la note 1.3 des comptes consolidés figurant au chapitre 4.6 du présent document.

- Pour **Publicis** : FreeThinking, Ignition, Ignition Day Workshops, Brand 16, Talkmaster et Publicis Insider, outils pouvant être activés dans le cadre de la méthodologie Lead the Change.
- Pour **Leo Burnett** : BrandProspectR Segmentation, Behavioral ArchetypesSM, BrandPersonaSM Archetypes, What If? Mapping, InnerviewSM Motivation Analytics, Risk Reward Model of Advertising Effects, HumanKind Purpose Workshop, The Participation Framework, Acts Lift, ChatCastSM Web, Mining, ChatCastSM Companion Survey, HumanKind QuotientSM, BrandStockT Equity Metrics, Cultural Fuel, Pinpoint Quick Quant, Red and Blue America, BrandShelterSM Recession, Analytics, The Forgotten Senior, Freaks and Geeks vs. The 'In' Crowd, The Luxury Profiler, PeopleShop, MobileShop, SocialShop, Behavioural Currents, Being Human, Idea Spot, Trend, Trek, Behaviour Trek, Foresight Lab, Innovation Lab: T-96, Innovation Lab: Pressure Cooking, Design, Ultimate Consumer Lab, Focus Group 2.0, Sherlock Holmes Recruiting, eConduit Suite of Tools, BrandTrac, QuickPredict, Return ePanel, eConduit Suite of Tools.
- Pour **Saatchi & Saatchi** : Strategic Toolkit, Sisomo, Xploring, the Story Brief, Inside Lovemarks (en association avec QiQ), Lovemarks Connector Kit (y compris les pratiques Lovemarks: Discovery, Exploration, Inspiration, Attraction et Evaluation), Saatchi & Saatchi Ideas SuperStore, ainsi que Publicis Ideas IQ Protocol (développé par Saatchi & Saatchi pour Publicis Groupe), Saatchi & Saatchi X, Shopper Cycle, Saatchi & Saatchi S, Star Mapping et Ten Cycle.
- Pour **Fallon Worldwide** : Brand-Tube.

Dans le domaine du conseil media :

- **ZenithOptimedia** a développé et utilise plusieurs outils, méthodologies et méthodes d'analyse de recherche (*research analytics*) incluant : Catalyst, Frequency Planner, Consumer Profiler, Market Priorization Planner, Multi-Copy Planner, Multi-Media Calculator, ROI Modeler, Seasonality Planner, Wizard TV Planner, ZEAL, Zone, ECCO, Global Analytics Center (Glance), Innovations Database, SEO Watch, SocialTools, Touchpoints ROI Tracker, Video Allocator, Spot Map, Live, Consumer Targeting, Liquid Insights, Most Valuable Consumer, Content Audit, Benchtools, TV Analyzer, Adforecast.com, Ninah Market Mix Modeling (MMM), Ninah Marketing PlanLan (MPL), Live Knowledge Center, Media 1440 and Value Tracker.
- **Starcom MediaVest** utilise, entre autres, Tardiis, Tardiis Fusion, Innovest, Media Pathways, Digital Pathways, Pathfinder, Battlefield, Contact Destinations, Intent Tracker/Modeler, Connections Stories, Captivation Blueprint, IPXact, Map, Beyond Demographics, Media in Motion (en attente du brevet), Budget Allocator, Budget Calculator, Pearl, Ace, Brain Conquest, CVT (ciblage de la clientèle), SPACE ID, Truth Maps, Idea vet and Ideaweb, The Mic, Pulse, Webreader, Surveillance, Stardust, KPI Engine, BARometer, StarcomEQ, Starcom IQ, Soundwave, Titan, SMBI, EIC, Starprofiler, The Street MAD, Balance TV, .Poem, Benchtools, AOD, MaxxReach, Beacon et ESQ, Connected Intelligence, Community Igniter, Linkd.3, Contagion, Echo Listening, Echo Measurement, Echo Activation et Experience Creation Framework.
- **Digitas** commercialise auprès de ses clients, entre autres, Media Futures Desk, Agent209, Web.Digitas, Multi-Model Attribution, BrandLive et DF.
- **Performics** utilise les méthodologies, outils et recherches suivants pour ses clients : Participant Account Planning, Dynamic Persona Development, Searcher Journey Analysis, Benchtools, Socialtools, Social Influence on Search Audit, PFX Forecasting & Planning Tool, PFX Opportunity Matrix, Paid Search Strategic Audit, Paid Search Campaign Architecture Methodology, OneSearch Learning & Measurement Framework, Search Governance Model (SGM), Microtargeting, Hyperflighting, PFX LinkWheel, 4 SEO Pillars, SEO Deliverable Framework, Link Portfolio Audit Tool, Local SEO 3 Pillar Methodology, Mobile Experience Optimization Audit, TV-to-Search Methodology, Online/Offline Measurement, Advanced Copy Testing, GLANCE Data Management & Business Intelligence Platform (en partenariat avec Zenith), Cross-Channel Reporting, Account Monitoring Suite, Budget Tracker, Program Management Suite and Customer Resource Center.
- **Razorfish** commercialise auprès de ses clients Fluent, RIAX, RTS Live, CookieCutter, RankSource, Market Mapper, SEO Source, Segmenter, Site Optimization, Skymanager (UK), Razorfish 5D et Razorfish Mobile Framework.



I.8 Facteurs de risque

Les facteurs de risques suivants, complétés d'autres informations et des comptes consolidés du Groupe figurant dans le présent document, doivent être pris en compte, avant toute décision d'investissement dans les actions ou les instruments financiers de Publicis Groupe. Chacun de ces risques peut avoir un impact négatif sur les résultats et la situation financière du Groupe ainsi que sur son cours de Bourse. D'autres risques ou incertitudes dont la Société n'a pas connaissance, ou qui sont actuellement non significatifs, pourraient également devenir des facteurs importants ayant un impact négatif sur le Groupe. La Société n'identifie pas à ce jour de stratégie ou facteur de nature économique, budgétaire, monétaire ou politique ayant influé sensiblement ou susceptible d'influer de manière directe ou indirecte, sur ses opérations.

I.8.1 RISQUES LIÉS AU SECTEUR DE LA PUBLICITÉ ET DE LA COMMUNICATION

Une conjoncture économique défavorable peut avoir une influence négative sur l'activité du Groupe

Le secteur de la publicité et de la communication peut connaître des périodes de récession liées à celles de l'économie en général. Comme l'ont montré les années précédentes, ce secteur est sensible aux variations d'activité des annonceurs et à la réduction de leurs investissements publicitaires. Les périodes de récession peuvent s'avérer plus marquées dans le secteur de la publicité et de la communication que dans d'autres secteurs, notamment du fait que de nombreuses entreprises réagissent à un ralentissement de l'activité économique en réduisant leur budget de communication afin de préserver leurs objectifs de rentabilité. En outre, le règlement de créances d'honoraires par des clients en faillite ou insolvable peut s'avérer difficile voire impossible. C'est pourquoi les perspectives commerciales, la situation financière et les résultats pourraient être sensiblement affectés par une conjoncture économique qui se dégraderait, sur un ou plusieurs marchés, et par les réductions des budgets publicitaires des annonceurs.

La présence du Groupe sur des marchés géographiquement diversifiés le rend moins sensible à la conjoncture défavorable d'un marché donné. De plus, le Groupe a choisi à partir de 2006 de se donner comme priorité stratégique son développement dans les pays émergents et sur le marché de la publicité numérique. Ce choix judicieux, validé par la transformation du marché et l'évolution des besoins de nos clients, nous a permis de préserver, voire d'améliorer, la pertinence de notre offre et de bien résister à la pression concurrentielle.

En liaison avec la Direction générale et la Direction financière du Groupe, les directions opérationnelles des réseaux du Groupe demeurent particulièrement attentives à leurs structures de coût et adoptent des plans d'action pour maintenir le niveau de rentabilité.

Le Groupe évolue dans un secteur extrêmement concurrentiel

Le secteur de la publicité et de la communication est extrêmement concurrentiel et devrait le rester. Les concurrents du Groupe sont de toutes tailles et de tous types, allant de grands groupes internationaux aux petites agences opérant sur des marchés locaux ou régionaux. De nouveaux acteurs tels que les intégrateurs de systèmes, les spécialistes de la conception et de l'exploitation des bases de données, les entreprises de télémarketing et les sociétés du secteur de l'Internet disposent désormais de solutions techniques qui répondent à certains besoins de marketing et de communication auxquels doivent faire face les clients. Le Groupe est en concurrence avec ces entreprises et ces agences tant pour conserver ses clients actuels que pour conquérir de nouveaux clients et de nouveaux budgets. L'accentuation de la pression concurrentielle pourrait influencer négativement sur les revenus ou les résultats du Groupe.

L'important taux de rotation du personnel observé traditionnellement dans le secteur de la communication (de l'ordre de 25 à 30 %) permet en cas de retournement du marché d'absorber avec plus de souplesse et de facilité les aléas négatifs de la conjoncture.

En liaison avec la Direction générale du Groupe, les directions opérationnelles des réseaux effectuent une veille continue du marché et des concurrents. La mise en œuvre de sa stratégie, orientée vers le numérique et fondée essentiellement sur l'évolution des besoins des clients, permet au Groupe de maintenir et d'améliorer sa position concurrentielle.



Les contrats peuvent être remis en cause très rapidement

L'annonceur peut à son initiative mettre un terme avec un préavis relativement court, généralement de l'ordre de trois à six mois, au contrat qui le lie à son agence de communication soit à tout moment, soit à l'arrivée du terme du contrat. Par ailleurs, les mises en compétition portant sur des contrats de publicité avec les clients du Groupe peuvent intervenir à intervalles réguliers. En outre, il existe une tendance à la réduction progressive du nombre d'agences travaillant avec un annonceur et à la concentration des budgets publicitaires entre quelques agences de référence. Enfin, avec l'intensification des processus de consolidation des entreprises au niveau mondial, le risque de perte d'un annonceur à la suite d'une fusion/acquisition est devenu assez fréquent.

Pour faire face à ce risque, les contrats significatifs existants font l'objet d'un suivi régulier au niveau des directions opérationnelles et au niveau du Groupe, ce qui permet de veiller à la satisfaction des clients et d'anticiper les risques de remise en cause.

Par ailleurs, le gain de nouveaux budgets est une priorité pour toutes les agences du Groupe. En 2012, les gains de budgets s'élevaient à 3,5 milliards d'euros, net des pertes.

Une part non négligeable des revenus du Groupe provient de clients importants

Les 5, 10, 30 et 100 premiers clients représentent respectivement 19 %, 27 %, 44 % et 63 % du revenu consolidé du Groupe (voir également chapitre 4.6 « Notes aux comptes consolidés », note 26 : « Gestion des risques de marché »). Un ou plusieurs de ces principaux annonceurs pourraient décider à l'avenir soit de recourir à d'autres agences de publicité et de communication soit de réduire leurs investissements, voire de les supprimer, à n'importe quel moment sans avoir à en justifier. Une réduction substantielle des dépenses de publicité et de communication des annonceurs les plus importants, voire la perte de certains de ces budgets, pourrait avoir une incidence négative sur l'activité et les résultats du Groupe.

En liaison avec la Direction générale du Groupe, les directions opérationnelles des réseaux du Groupe analysent de manière continue l'exposition du Groupe à la perte de contrats significatifs.

Voir chapitre 1.4.5 du présent document pour une liste des principaux clients des grands réseaux du Groupe en 2012. Le Groupe dispose d'un portefeuille de clients diversifié et représentatif de l'économie mondiale et compte parmi ses clients un grand nombre occupant une position de leader mondial ou national dans leur secteur. La récurrence du revenu et des contrats est variable selon les clients. Toutefois, les revenus de Publicis Groupe se caractérisent par une forte proportion de clients fidèles sur de nombreuses années. La durée moyenne de rétention des dix principaux clients du Groupe s'élève à 45 ans.

La croissance du Groupe peut se trouver entravée en raison de la survenance de conflits d'intérêts entre annonceurs d'un même secteur

La capacité du Groupe ou d'un réseau à obtenir un nouveau client peut parfois être limitée par le fait que le Groupe est associé à un concurrent ou par une clause d'exclusivité dans un contrat client existant. Le Groupe évite autant que possible ce genre d'engagement et dispose en outre de plusieurs réseaux, ce qui est de nature à limiter les situations de conflits d'intérêts. Néanmoins, la survenance de conflits d'intérêts existe et peut limiter les perspectives de croissance du Groupe et influencer négativement sur ses revenus ou ses résultats.

En liaison avec la Direction générale du Groupe, les directions opérationnelles des réseaux du Groupe analysent de manière continue l'exposition du Groupe aux risques de conflit d'intérêts.

L'activité du Groupe est fortement tributaire de ses dirigeants et ses collaborateurs

Le secteur de la publicité et de la communication se caractérise par la grande mobilité de ses professionnels. Si le Groupe perdait le concours de certains dirigeants et collaborateurs, cela pourrait nuire à ses activités et ses résultats. La réussite du Groupe dépend aussi très largement du talent et des compétences des créatifs, commerciaux et spécialistes media, ainsi que de la qualité des relations qu'ils entretiennent avec les clients. Si le Groupe n'était plus en mesure d'attirer et de retenir de nouveaux collaborateurs de valeur, ou s'il n'était plus capable de retenir et de motiver ses collaborateurs clés, les perspectives, les activités, la situation financière et les résultats du Groupe pourraient en être significativement affectés.

En liaison avec la Direction des ressources humaines du Groupe, les Directions des ressources humaines des réseaux veillent à l'identification des personnes clés, leur proposent des mesures de motivation et les incluent dans des plans d'intéressement à long terme du Groupe afin de les fidéliser.

La Direction des ressources humaines du Groupe communique régulièrement à la Direction générale le résultat de ses analyses sur l'attraction et la rétention des talents, ainsi que sur les risques associés à la perte éventuelle de dirigeants clés.



1.8.2 RISQUES RÉGLEMENTAIRES ET JURIDIQUES

Les lois, les réglementations ou les pratiques d'autodiscipline s'appliquant aux métiers du Groupe pourraient influencer négativement sur ses activités

Le secteur de la communication dans lequel le Groupe opère est soumis à des lois, des réglementations et des pratiques d'autodiscipline. Les gouvernements, les autorités de régulation et les associations de consommateurs envisagent régulièrement d'interdire ou de restreindre la publicité sur certains produits et services ou encore de réguler certaines activités exercées par le Groupe (comme par exemple, la loi Sapin en France qui interdit aux agences d'acheter des espaces publicitaires pour les revendre à leurs clients, et les réglementations qui tendent à restreindre la publicité sur l'alcool, les produits pharmaceutiques, les produits alimentaires ou le tabac dans la plupart des pays). La mise en place de telles restrictions pourrait nuire aux activités et aux résultats du Groupe et expose le Groupe à un risque de poursuites judiciaires notamment de la part d'associations de consommateurs ou d'autorités administratives ou de régulation.

Afin de limiter ce risque et dans le but d'assurer que les messages diffusés sont conformes aux réglementations, le Groupe a mis en place sur ses principaux marchés une procédure de contrôle des campagnes de publicité menée par le service juridique dont le rôle est d'assister les équipes de création de publicité lors de l'élaboration de ces campagnes.

Des actions judiciaires pourraient être engagées contre le Groupe au motif que certains messages publicitaires de ses clients seraient mensongers ou trompeurs ou que les produits de ces clients se révéleraient défectueux

Le Groupe peut être assigné ou conjointement cité dans une action judiciaire intentée contre ses clients par des tiers, par des concurrents de ces clients, par une autorité administrative ou de régulation ou encore par une association de consommateurs. Ces actions pourraient notamment porter sur les griefs suivants :

- les arguments publicitaires utilisés pour promouvoir les produits ou services de ces clients seraient mensongers ou trompeurs ;
- les produits de ces clients seraient défectueux ou pourraient causer un dommage à autrui ;
- les messages publicitaires créés pour ces clients violeraient les droits de propriété intellectuelle de tiers, les contrats conclus avec les clients stipulant généralement que l'agence est tenue de garantir l'annonceur si les publicités ou messages créés font l'objet de griefs de contrefaçon ou d'infraction aux règles de la propriété intellectuelle ou industrielle.

Les dommages et intérêts éventuels à régler, ainsi que les honoraires d'avocats pouvant découler de telles actions, pourraient nuire aux perspectives, à l'activité, aux résultats et à la situation financière du Groupe dans la mesure où il ne serait pas assuré contre ces risques, ni garanti par l'annonceur. Dans tous les cas, l'image de l'agence peut se trouver entachée par de telles actions.

En liaison avec la Direction générale, la Direction juridique suit régulièrement l'évolution des risques liés aux litiges significatifs. Le Groupe n'a pas connaissance de procédures judiciaires ou d'arbitrage susceptibles d'avoir ou ayant eu au cours des 12 derniers mois un effet significatif sur la situation financière ou la rentabilité de la Société et/ou du Groupe.

Voir aussi note 20 et note 1.3 des comptes consolidés (chapitre 4.6) relatives aux Provisions pour litiges.

1.8.3 RISQUES LIÉS AUX ACQUISITIONS

Le développement par acquisitions d'entreprises ou prises de participations peut présenter des risques

Un des volets de la stratégie du Groupe vise à enrichir la palette des services offerts dans le domaine de la publicité et de la communication et développer ses activités dans des marchés à forte croissance. Pour ce faire, il est procédé à des acquisitions et des prises de participations, stratégie qui pourra se poursuivre. Dans cette perspective, l'identification de cibles à acquérir peut se révéler délicate et l'évaluation des risques liés à une opération d'acquisition ou de prise de participations peut être erronée. En outre, il est possible que certains risques ne soient pas divulgués par les vendeurs. On notera que le contexte réglementaire changeant et imprévisible dans certains pays émergents (voir chapitre 1.8.4 ci-dessous) et certaines pratiques locales dans ces régions sont une source supplémentaire de risques liés aux acquisitions. De plus, l'acquisition d'une société peut être réalisée à des conditions moins satisfaisantes que prévu et l'intégration d'une société nouvellement acquise au sein du Groupe peut s'avérer difficile ou ne pas produire la totalité des synergies et autres avantages attendus. De tels événements pourraient avoir des conséquences négatives sur les résultats du Groupe.

Une description des principales acquisitions réalisées par le Groupe au cours de l'année 2012 figure au chapitre 1.5.1 « Principaux investissements réalisés au cours des trois dernières années ». Voir également la note 2 des comptes consolidés (chapitre 4.6) relative à la variation du périmètre de consolidation.



Le Groupe dispose d'un processus formel et centralisé d'acquisition piloté par la Direction générale et auquel contribuent principalement la Direction des fusions et acquisitions, la Direction financière, la Direction juridique, la Direction des ressources humaines ainsi que les directions opérationnelles et financières des réseaux.

Le processus d'intégration des entités acquises est principalement sous la responsabilité des directions des réseaux avec un suivi de la Direction générale du Groupe, particulièrement pour les acquisitions significatives. Un bilan de la performance des acquisitions est effectué régulièrement par la Direction financière, en lien avec la Direction générale ; ce bilan est présenté au Comité d'audit ainsi qu'au Conseil de surveillance.

Les écarts d'acquisition et les actifs incorporels (marques, relations clientèle) inscrits au bilan du Groupe pour les entreprises acquises peuvent devoir être dépréciés

Des montants importants sont inscrits au bilan du Groupe au titre des écarts d'acquisition. En effet, du fait de la nature de l'activité du Groupe, les actifs les plus importants sont en général incorporels et comptabilisés en tant que tels. Le Groupe procède chaque année à une évaluation de ces écarts d'acquisition et actifs incorporels afin de déterminer s'ils ne doivent pas être dépréciés. Les hypothèses faites en vue d'estimer les résultats et les flux de trésorerie prévisionnels lors de ces réévaluations peuvent ne pas être confirmées par les résultats réels ultérieurs. Si le Groupe était amené à opérer de telles dépréciations, la perte comptable en découlant pourrait influencer négativement sur les résultats et la situation financière du Groupe.

L'analyse des écarts d'acquisition et des actifs incorporels inscrits au bilan du Groupe figure en notes 10 et 11 des comptes consolidés (chapitre 4.6).

1.8.4 RISQUES LIÉS À LA PRÉSENCE INTERNATIONALE DU GROUPE

Le Groupe est exposé à un certain nombre de risques sur des marchés émergents

Le Groupe développe des activités dans différents pays émergents. Les risques liés à l'activité dans ces pays peuvent comprendre notamment la nationalisation, l'instabilité sociale, politique et économique, un risque de change accru, des restrictions au rapatriement des devises et le règlement tardif des factures. L'assurance ou la couverture de ces risques peut s'avérer impossible. En outre, dans bon nombre de ces pays, les lois et réglementations applicables aux activités commerciales peuvent être floues, arbitraires, contradictoires, appliquées de façon incohérente ou de manière rétroactive. Il est donc difficile de connaître à tout moment avec certitude les dispositions précises de ces lois et règlements ou d'avoir une compréhension approfondie de leur application. La non-conformité, réelle ou alléguée, aux lois en vigueur dans ces pays pourrait influencer négativement sur les perspectives, l'activité, les résultats et la situation financière du Groupe.

En liaison avec la Direction générale du Groupe, les directions opérationnelles des réseaux du Groupe analysent de manière continue l'exposition du Groupe aux risques liés à l'activité dans les pays présentant une instabilité. Par ailleurs, le Groupe a mis en place des systèmes internes qui permettent de contrôler la conformité de ses activités avec la législation locale et minimiser les risques de violation, notamment au regard des lois anti-corruption.

Les revenus issus des économies émergentes représentent 25,5 % du revenu total du Groupe en 2012.

Voir note 27 des comptes consolidés (chapitre 4.6) pour la contribution aux revenus du Groupe par zone géographique pour les années 2010, 2011 et 2012.

1.8.5 RISQUES FINANCIERS

Exposition au risque de liquidité

Pour faire face au risque de liquidité, Publicis dispose d'une part de disponibilités conséquentes (trésorerie et équivalents de trésorerie) pour un total de 1 314 millions d'euros et d'autre part de lignes de crédit confirmées non utilisées qui s'élèvent à 1 912 millions d'euros au 31 décembre 2012. La composante principale de ces lignes est un crédit syndiqué multidevises de 1 200 millions d'euros, à échéance 2016.

Ces sommes disponibles ou mobilisables quasiment immédiatement permettent très largement de faire face à la partie à moins d'un an de la dette financière du Groupe (qui comprend les engagements de rachat de minoritaires tels que détaillés au point 1.5.3).

Les moyens mis en place pour la gestion de la trésorerie du Groupe sont décrits au chapitre 3.4.3 du présent document.

Les emprunts obligataires ainsi que les autres dettes ne comportent pas de *covenants* financiers.

Voir aussi la note 22 des comptes consolidés (chapitre 4.6).



PRÉSENTATION DU GROUPE

Facteurs de risque

Une baisse de la notation officielle du Groupe pourrait avoir des conséquences négatives

Depuis 2005, Publicis Groupe SA fait l'objet d'une notation. Celle-ci n'a pas varié depuis l'origine et s'est établie à BBB+ pour Standard & Poor's et à Baa2 pour Moody's Investors Service. Une dégradation éventuelle de ces notes par l'une ou l'autre des agences de notation pourrait restreindre sa capacité de lever des fonds et se traduire par une augmentation du taux d'intérêt auquel le Groupe pourrait emprunter à l'avenir.

Voir aussi chapitre 3.4.3 du présent document.

Exposition aux risques de marché

La note 26 des comptes consolidés figurant dans le chapitre 4.6 du présent document précise l'exposition aux risques suivants :

- risques de taux d'intérêts et de taux de change ;
- risque de contrepartie client ;
- risque de contrepartie bancaire ;
- risque actions.

Ces risques sont suivis par la Direction financière du Groupe, en lien avec la Direction générale.

I.8.6 ASSURANCES ET COUVERTURES DE RISQUE

La politique d'assurance de Publicis Groupe a pour objet d'assurer l'ensemble des filiales et toute société contrôlée directement ou indirectement à 50 % ou plus ou dans laquelle le Groupe assume la gestion ou le contrôle administratif ou la charge d'assurance sans détenir une participation de 50 % ou plus des droits de vote.

La maîtrise des couvertures d'assurance est réalisée par la complémentarité entre des programmes d'assurance centralisés et locaux. Les programmes d'assurance couvrent intégralement l'ensemble des risques assurables.

Les programmes d'assurances font l'objet d'appels d'offres réguliers tant au niveau local que global, ce qui permet de faire bénéficier au Groupe des dernières extensions de garantie et d'une optimisation des cotisations.

Programmes centralisés

Il s'agit des programmes à caractère international non-vie tels que la responsabilité civile professionnelle, la responsabilité personnelle des dirigeants et ayant trait aux rapports sociaux. Il existe également une couverture mondiale dite *umbrella* qui intervient en complément de conditions et de limites de programmes locaux, en particulier au niveau des assurances de dommages aux biens et de pertes d'exploitation, responsabilité civile générale, responsabilité civile automobile et patronale.

Au niveau des programmes de prévoyance (santé, décès, invalidité), le Groupe a également mis en place une couverture d'assurance pour l'ensemble du personnel travaillant hors de leur pays d'origine. Ce programme couvre également l'assistance et le rapatriement du salarié et de sa famille si nécessaire.

Programmes locaux

Il s'agit de contrats d'assurance de responsabilité civile générale et patronale, de dommages aux biens et pertes d'exploitation, de contrat automobile et d'autres risques à caractère général. Ces contrats sont conclus localement afin d'être conformes aux pratiques et réglementations locales et de répondre aux risques encourus.

Les contrats d'assurances liées au tournage de films et aux photographies sont émis par pays en fonction des besoins.

Au niveau des assurances de prévoyance, le Groupe travaille à l'harmonisation des couvertures pays par pays avec le développement des centres de services partagés.

Les couvertures souscrites

Elles s'élevaient globalement à :

- dommages aux biens et pertes d'exploitation : jusqu'à 280 millions de dollars US ;
- responsabilité civile : de 25 à 115 millions de dollars selon les risques.

Les risques de terrorisme sont couverts aux États-Unis, en France et au Royaume-Uni, en fonction des contraintes législatives de chaque pays.

Ces contrats sont mis en place par l'intermédiaire de courtiers auprès de grandes compagnies internationales d'assurances telles que notamment Chartis, XL, Chubb, Zurich et Generali. Tous les assureurs sélectionnés par le Groupe ont un rating minimum par S&P de A-.

Les primes non-vie versées mondialement se sont élevées à environ 19 millions d'euros en 2012.



1.9 Responsabilité Sociale de l'Entreprise

Publicis Groupe a mis en place un reporting RSE structuré depuis 2009, avec la publication annuelle d'un rapport RSE dédié articulé autour de quatre grands chapitres : Social, Sociétal, Gouvernance et Économie, Environnement. Ce reporting non financier a été établi en suivant les indications du décret 2012-557, du 24/4/2012, portant sur l'application de l'article 225 de la loi Grenelle II, 2010-788 du 12/10/2010, relatif aux obligations de transparence des entreprises en matière sociale et environnementale. Publicis Groupe a choisi dès 2009 de suivre de manière volontaire le référentiel international GRI (Global Reporting Initiative - www.globalreporting.org). Le Groupe est par ailleurs signataire du Pacte Mondial des Nations Unies depuis 2003 (www.unglobalcompact.org), et a choisi de s'inspirer des lignes directrices de l'ISO 26 000 afin d'améliorer son reporting RSE (www.iso.org).

Le reporting RSE 2012 marque un tournant dans la réalisation de cet exercice annuel. Comme indiqué dans le Rapport RSE 2011, les trois années précédentes ont permis de bâtir les indicateurs, le processus de collecte, et de définir le périmètre de ce reporting, qui depuis la première année couvre l'ensemble du Groupe. Ces trois années ont achevé un cycle préparatoire. L'enjeu de l'obligation de vérification par un organisme tiers indépendant en 2012 a amené le Groupe à renforcer l'ensemble de son dispositif, afin de gagner en qualité et en exhaustivité des données et de mieux couvrir la quasi-totalité des informations exigées par le décret mentionné ci-dessus. Dès lors, Publicis Groupe considère que 2012 va constituer la véritable année de référence. La mission d'audit et de vérification a été confiée à SGS. Un Rapport dédié sur la RSE, plus complet, est publié séparément comme les années précédentes (disponible sur www.publicisgroupe.com).

Cadre méthodologique

La remontée des informations a été faite comme suit. D'une part, les données quantitatives sont collectées en suivant les processus et les règles du reporting financier ; elles sont collectées via le système d'information financier, au niveau des 850 entités de reporting à travers un module dédié (HFM CSRGRI), et sont placées sous la responsabilité des directeurs financiers des réseaux. D'autre part, les informations qualitatives sont rassemblées via un Portail RSE interne dédié, accessible à toutes les agences, et sont placées sous la responsabilité des directeurs des ressources humaines des réseaux. Les équipes des centres de services partagés (Re:Sources) sont très étroitement associées à tout l'exercice, notamment lors de la phase préparatoire en amont du processus. Un guide interne intitulé « CSR Guidelines » définit le processus de collecte et de validation, ainsi que le contenu des différents indicateurs pris en compte. Ce document a été diffusé à un groupe projet transversal associé au processus de Reporting RSE (plus de 100 personnes à travers les différents réseaux), équipes qui ont participé à des sessions de travail ou des « webconférences » de préparation.

L'ensemble des données quantitatives et des informations qualitatives sont consolidées par la direction de la RSE du Groupe qui coordonne et réalise le reporting consolidé. Elle s'appuie aussi sur un « CSR Steering Committee » interne regroupant les principales fonctions centrales, afin de s'assurer de la cohérence de tout l'exercice en amont et en aval du reporting. Cette direction travaille également avec différents groupes-projets transversaux thématiques, au sein du Groupe, des réseaux et des agences. Cet exercice 2012 couvre plus de 97 % du périmètre du Groupe. Dans le cadre de la vérification effectuée par SGS, des audits de terrain ont été conduits auprès de très grandes agences (aux États-Unis, Royaume-Uni, France) et des vérifications aléatoires ont été faites sur des indicateurs quantitatifs et qualitatifs, ainsi qu'un audit de la phase finale de consolidation.



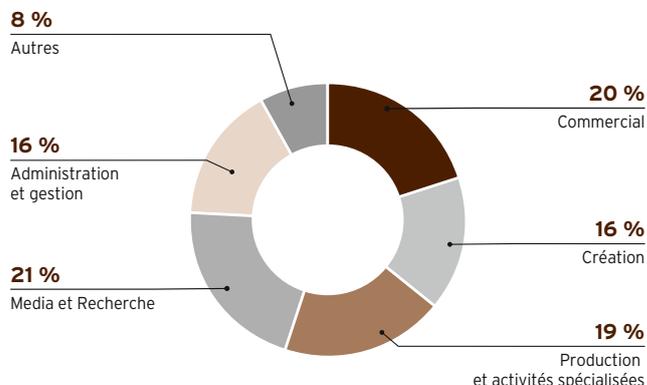
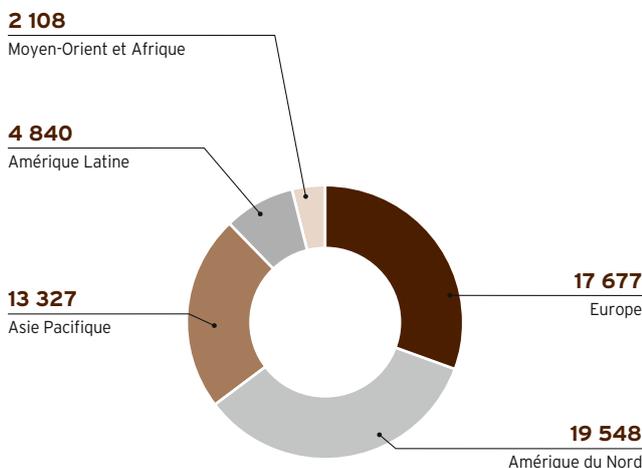
1.9.1 SOCIAL

1 – Équipes : repères chiffrés

Effectifs 2012 : 57 500 Collaborateurs (53 800 en 2011*)

Ces effectifs en croissance (+ 6,5 %) sont liés au développement des activités du Groupe (croissance interne et externe, hors LBI dont la prise de contrôle n'a été finalisée qu'en 2013).

- Répartition géographique : (cf tableau dans le présent document, chapitre 4, note 3)
- Répartition par grands métiers et fonctions : (cf tableau dans le présent document, chapitre 4, note 3)



Le turnover du Groupe est de 29,3 % (2011* : 28,5 %) (le turnover ou taux de rotation du personnel, est égal au nombre de départs cumulés de l'année, divisé par la moyenne annuelle des effectifs).

Ce turnover des effectifs est naturellement élevé pour trois raisons ; d'une part, les métiers de la communication connaissent une rotation importante, quasi structurelle, des effectifs : les salariés sont jeunes et leur parcours professionnel repose souvent sur des expériences acquises au sein de plusieurs agences en début de carrière. Ce phénomène n'est donc pas propre à Publicis Groupe. D'autre part, la logique de gestion de projets clients à moyen terme amène le management des agences, et les salariés eux-mêmes, à considérer comme un atout de pouvoir faire évoluer les équipes en charge d'un projet, après quelques années, afin de permettre à chacun d'améliorer ses expériences et son employabilité. Enfin, compte tenu des nombreuses acquisitions réalisées par le Groupe dans le monde et des regroupements avec des entités existantes, une partie du turnover est technique car lié à des ajustements de structure.

- Les embauches : plus de 880 postes ont été créés (recrutements « nets », hors acquisitions) ;
- Les licenciements : les données disponibles n'ont pas permis de consolider un indicateur Groupe pertinent. Un indicateur Groupe homogène est en cours d'élaboration et d'évaluation.

À titre d'exemple sur la manière dont le Groupe gère ce type de situation : dans le cas de la perte du contrat General Motors aux États-Unis, le Groupe a dû procéder à l'arrêt des activités de l'agence SMG dédiée à ce client à Détroit, qui comptait 230 salariés ; seules 44 personnes ont été licenciées, le Groupe ayant mis en œuvre un plan actif de redéploiement. Par ailleurs, compte tenu de la situation de crise économique qui a touché plusieurs pays en 2012, le Groupe a été amené à faire des ajustements d'effectifs au cas par cas dans quelques agences notamment en Europe du Sud.

- Le taux d'absentéisme au sein du Groupe est estimé à 2 % (2011* : (e) 2 %) (le taux d'absentéisme est égal au nombre total de journées perdues, pour absence autres que les congés payés, les congés de maternité-paternité, divisé par le nombre total de jours ouvrés de l'année).

2011* Comme indiqué en introduction, ce reporting 2012 devient l'année de référence. Les chiffres de l'année 2011 sont donc mentionnés à titre indicatif à chaque fois. Le périmètre de l'année 2011 était de l'ordre de 95 %, avec quelques restrictions sur certains indicateurs - voir rapport RSE 2011 sur www.publicisgroupe.com.



Les contrats de travail des salariés du Groupe sont établis en fonction du contexte légal et réglementaire local. En matière d'organisation du travail, les enjeux des activités de service auprès des clients impliquent réactivité, disponibilité et rapidité. Ceci entraîne deux phénomènes complémentaires : d'une part les collaborateurs peuvent être amenés à faire preuve de grande souplesse dans leur gestion du temps, et d'autre part, les managers d'agences doivent intégrer une vraie flexibilité dans l'organisation du travail, rendue plus aisée avec les outils de mobilité et le travail à distance.

Focus sur la santé et la sécurité :

- Près de 100 % des collaborateurs bénéficient d'une protection sociale, quel que soit le régime local de couverture sociale (étatique, paritaire état-entreprises-salariés, privé entreprise-salarié...)
- Le taux d'accident du travail ressort à 0,4 % (*sur un périmètre de 76 %*), les principales causes des accidents du travail sont liées à des accidents de transport (trajets domicile-travail ou trajets professionnels).
- En matière de prévention santé, au-delà des actions classiques de type prévention contre les maladies saisonnières, ou en appui de plans nationaux de dépistage ou de lutte contre certaines pathologies, des initiatives sont déployées dans de nombreuses agences en faveur de la prévention du stress (et/ou risques psycho-sociaux : RPS) et des troubles musculo-squelettiques (TMS). Les collaborateurs sont très impliqués dans leur travail, ne ménagent pas leur temps ni leur énergie. Les tâches sont sédentaires et les collaborateurs travaillent derrière un écran pour l'essentiel. Il est donc nécessaire de veiller à mettre en place des initiatives de prévention autour des postures, de la vue et de l'hygiène de vie d'une manière générale.
- Dans les pays qui disposent de Convention collective ou d'accord professionnels, ce type de sujet « prévention santé » fait parfois l'objet de dispositions spécifiques. L'ensemble des collaborateurs de ces pays bénéficient de l'application des conventions collectives ou professionnelles lorsqu'elles existent (le Groupe ne dispose pas encore d'indicateur consolidé). À titre d'exemple en France, un projet d'accord autour du « bien-être au travail » est en cours de discussion.

2 – Politique de diversité :

Le principe de non-discrimination fait partie des « principes et valeurs » du Groupe depuis de très nombreuses années, énoncé et régulièrement réaffirmé comme principe intangible dans plusieurs documents internes notamment Janus (Code de Déontologie interne).

Les équipes sont naturellement multiculturelles dans tous les pays, avec des profils très divers de collaboratrices et collaborateurs. Cependant une politique volontariste en matière de diversité demeure nécessaire. Le Groupe a retenu sept grands axes pour concentrer ses efforts afin de favoriser la diversité au sein de ses équipes: outre la mixité, sont pris en compte l'âge, le handicap, les origines culturelles ou ethniques, la formation, l'orientation sexuelle, les pratiques religieuses. Autour de ces axes et en fonction des contextes réglementaires locaux, des actions sont conduites à l'initiative des agences ou parfois de plusieurs agences, de manière concertée, notamment pour des opérations combinées de recrutement.

Focus sur la mixité dans le Groupe : chiffres stables en 2012

- Effectifs totaux : 55 % femmes - 45 % hommes (2011* : 55 % - 45 %)

La moyenne d'âge est de 35 ans pour les hommes - 34 ans pour les femmes (2011* : 34 ans - 33 ans)

- Comités de Direction des agences : 39 % de femmes (2011* : 40 %)
- Comités de Direction des réseaux : 30 % de femmes (2011* : 30 %)
- Rappelons que le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe comprend 14 membres (50 % femmes - 50 % hommes) ; le Directoire compte 5 hommes ; le « P12 », le Comité exécutif du Groupe compte 1 femme parmi 11 membres (9 %), et le SLT (Strategic Leadership Team, « P12 » élargi) compte 4 femmes sur 21 membres (19 %) - Voir dans le présent document chapitre 2, 2.2 et 2.3

Le réseau interne des femmes du Groupe - VivaWomen! - lancé à l'initiative de la Direction de la RSE du Groupe fin 2011 (tous les réseaux du Groupe y sont associés), s'est déployé au cours de l'année 2012 à Paris, Boston, New York, Chicago, San Francisco, Los Angeles, Londres et Shanghai. VivaWomen! rassemble des femmes du Groupe, volontaires et mobilisées pour agir et apporter un appui aux autres femmes du Groupe. Son objectif prioritaire est l'accompagnement de l'évolution professionnelle et personnelle des femmes, dans une approche où hommes et femmes doivent y travailler ensemble. Une feuille de route globale a été validée par la direction générale du Groupe, avec quatre axes de travail : 1) l'accompagnement en matière de leadership ; 2) le mentoring ; 3) l'évolution professionnelle ; 4) l'équilibre vie professionnelle - vie personnelle. Ce réseau a lancé différentes initiatives internes, ouvertes aux femmes et aux hommes, et quelques opérations externes, en liaison avec d'autres réseaux de femmes intra ou inter-entreprises. En complément de ce programme interne, Publicis Groupe s'implique dans différentes institutions et associations locales qui travaillent autour des thèmes liés à l'égalité hommes-femmes, tel que le Laboratoire de l'égalité en France.

2011* Comme indiqué en introduction, ce reporting 2012 devient l'année de référence. Les chiffres de l'année 2011 sont donc mentionnés à titre indicatif à chaque fois. Le périmètre de l'année 2011 était de l'ordre de 95 %, avec quelques restrictions sur certains indicateurs - voir rapport RSE 2011 sur www.publicisgroupe.com.



Focus sur la politique de diversité conduite aux États-Unis

Le cadre réglementaire américain encourage les politiques actives en faveur de la diversité. Depuis 2008, Publicis Groupe s'est doté d'un « Groupe Diversity Council » qui rassemble les différents responsables de la diversité au sein des réseaux, afin de partager des bonnes pratiques et de conduire ensemble des actions, même si chaque réseau conserve une grande autonomie dans la mise en œuvre d'actions locales. Dans le prolongement des actions initiées au cours des dernières années, le Groupe a continué ses actions auprès de « Ad Color » (diversité ethnique), du « Most Promising Minority Student » programme de la profession (diversité ethnique), du « Black Enterprise Women of Power Summit » (femmes afro-américaines), du « Multicultural Forum » (diversité ethnique), du « GLADD » (LGBT)... Ces actions annuelles récurrentes permettent de mieux faire connaître les métiers du Groupe, de sensibiliser un spectre large de talents aux profils très variés.

Le réseau « Égalité » regroupant les collaborateurs des agences mobilisés en faveur des causes LGBT (Lesbians, Gays, Bisexuels, Transgenres) est soutenu par la Direction de la RSE du Groupe ; le nombre d'agences qui ont rejoint ce réseau interne s'est accru en 2012. « Égalité » regroupe des collaborateurs qui ont des sujets en commun à partager et se positionne aussi en expert interne et externe sur les enjeux LGBT.

Focus sur la politique de diversité conduite en France

Un cadre législatif et réglementaire porte sur de nombreux sujets liés à la diversité.

C'est ainsi que plusieurs accords collectifs ont été signés avec les représentants des personnels des différentes agences (couvrant l'ensemble des collaborateurs), notamment sur :

- les seniors : avec une population très jeune dans le Groupe, l'engagement a été pris de maintenir à un niveau égal le pourcentage de salariés de plus de 55 ans et plus ; des mesures ont été adoptées dans trois domaines. D'une part, la prévention du stress (pour soi, ses équipes) et un suivi plus étroit en matière de prévention santé en général. D'autre part, le développement des compétences et l'accès à la formation. Enfin, la transmission des compétences et des savoir-faire ;
- l'égalité hommes-femmes ; avec comme domaines d'action privilégiés : l'articulation vie professionnelle-vie personnelle (avec à l'appui du « Passeport parentalité », la distribution de chèques emploi service universel (CESU) aux jeunes parents, ou les aménagements liés au congé parental) ; la promotion et la mobilité professionnelle ; les conditions de travail et notamment la gestion des horaires.

Autour des questions liées à la diversité en général, et de la capacité de l'entreprise à pouvoir attirer des talents ayant des profils variés, un accord a été signé avec l'association « Nos quartiers ont des talents » permettant l'accompagnement de jeunes talents par des managers de l'entreprise.

En ce qui concerne le handicap, le Groupe, conscient de son retard dans ce domaine, a engagé une politique volontariste en 2012 avec un audit handicap Groupe en partenariat avec le cabinet TH Conseil et l'AGEFIPH (Association de Gestion du Fonds pour l'Insertion Professionnelle des Personnes Handicapées) et la fixation d'une feuille de route.

3 – Politique de formation, d'évaluation et de dialogue social

a) Formation

- 57 % des collaborateurs ont reçu une formation (2011* : 56 %) ;
- 117 640 journées de formation ont eu lieu (2011* : 85 600 journées) ;
- 71 040 heures d'e-learning ont été partagées (2011* : 31 335 heures).

La formation est indispensable au sein de toutes les agences. L'accent majeur en 2012 a porté sur l'élévation du niveau de compétences (dans de nombreux métiers) dans toutes les formes de communication et d'applications digitales, en raison de l'explosion des usages sur tous les supports numériques, dont tous les nouveaux usages mobiles. Toutes ces formations, dont beaucoup avec des partenaires telles que les grandes plateformes digitales, s'adressent à un large spectre de métiers : techniques, mais aussi créatifs et commerciaux.

b) Évaluation des collaborateurs

71 % des salariés ont eu un entretien d'évaluation annuelle (2011* : 77 % sur un périmètre inférieur à 2012 d'où cet écart).

Ce pourcentage est cohérent avec le taux de turnover du Groupe (sur 2011 le scope de calcul était inférieur à celui de 2012, d'où cet écart). La réunion annuelle d'évaluation de chaque collaborateur est une obligation et fait partie des règles de ressources humaines définies dans le Code de déontologie Janus.

2011* Comme indiqué en introduction, ce reporting 2012 devient l'année de référence. Les chiffres de l'année 2011 sont donc mentionnés à titre indicatif à chaque fois. Le périmètre de l'année 2011 était de l'ordre de 95 %, avec quelques restrictions sur certains indicateurs - voir rapport RSE 2011 sur www.publicisgroupe.com.



c) Dialogue social

Dans Janus, il est indiqué explicitement dans le Code de conduite qu'il est important de favoriser le dialogue social et d'être attentif à l'expression des salariés. La taille moyenne des agences (entre 50 et 100 personnes) permet des échanges simples et fréquents entre les managers et les équipes sur la marche de l'entreprise et les projets en cours. La liberté d'association et de négociation fait partie des droits fondamentaux que le Groupe est également très soucieux de respecter. Les instances représentatives du personnel (« IRP ») et le personnel d'une manière générale sont consultés et informés régulièrement des projets et des évolutions qui peuvent intervenir au sein de la vie de leur agence.

4 – Enquêtes de satisfaction des salariés

Ces enquêtes sont conduites de manière décentralisée par chacun des réseaux. Leo Burnett a une longue tradition d'enquête de « climat interne » conduite annuellement depuis plus de 10 ans ; d'autres réseaux conduisent ces enquêtes tous les deux ans. En 2012 plusieurs réseaux, suite à des réorganisations internes, n'ont pas réalisé de manière homogène le suivi de la satisfaction des collaborateurs. 2012 est donc une année de transition sans chiffre Groupe car seuls Leo Burnett, ZenithOptimedia et Saatchi & Saatchi ont conduit une enquête interne sur l'ensemble de leurs réseaux respectifs (ou leurs grandes agences). D'autres agences ont pu aussi localement conduire des enquêtes, mais le spectre des salariés couverts en 2012 ne permet aucune comparaison par rapport aux années précédentes.

5 – Politique de rémunération

L'ensemble des informations relatives à la rémunération des cadres dirigeants de Publicis Groupe est détaillé dans le présent document, au chapitre 2.7.

Les collaborateurs permanents ou temporaires du Groupe, dans toutes les agences, ont tous un contrat de travail adossé aux règles du droit du travail local.

En matière d'égalité de rémunération hommes-femmes, dans un pays comme la France, disposant d'un cadre réglementaire fort, il y a extrêmement peu de disparités sur l'ensemble des effectifs, à compétences et positions égales entre les hommes et les femmes. Le Groupe a toujours énoncé comme principe de base l'égalité de rémunération et il convient de rester vigilant pour s'assurer de sa réalité tangible, y compris en période de crise.

6 – Politique en faveur des droits de l'Homme

Dans le Code de conduite de Janus figure l'obligation pour les managers et leurs équipes de maîtriser le cadre réglementaire local, ainsi que la référence aux principes-clés des règles de l'OIT (Organisation Internationale du Travail), avec une attention marquée sur l'égalité hommes-femmes en matière d'emploi et de rémunération, sur l'étendue et l'efficacité de la protection sociale, et au renforcement du dialogue social.

Les campagnes « *pro bono* » (voir ci-après) en faveur d'organisations ou de causes d'intérêt général liées aux droits de l'Homme (des hommes, des femmes, des enfants ou contre toute forme d'exclusion et de discrimination) illustrent de façon concrète la manière dont le Groupe, ses agences, et ses collaborateurs, se mettent au service de la défense des droits de l'Homme. À travers ces campagnes « *pro bono* » réalisées pour des grandes organisations internationales comme celles liées aux Nations Unies, ou en faveur d'organisations et associations plus locales et nationales, le Groupe et ses agences s'engagent.

Enfin, les contrats signés avec les grands fournisseurs Groupe (centraux ou régionaux) comportent différents critères relatifs au respect des droits de l'homme. Le travail effectué par la Direction des achats du Groupe en 2012 témoigne d'une attention accrue en faveur d'une politique d'achats responsables (voir ci-après 1.9.3).

Élimination du travail forcé ou obligatoire et abolition du travail des enfants

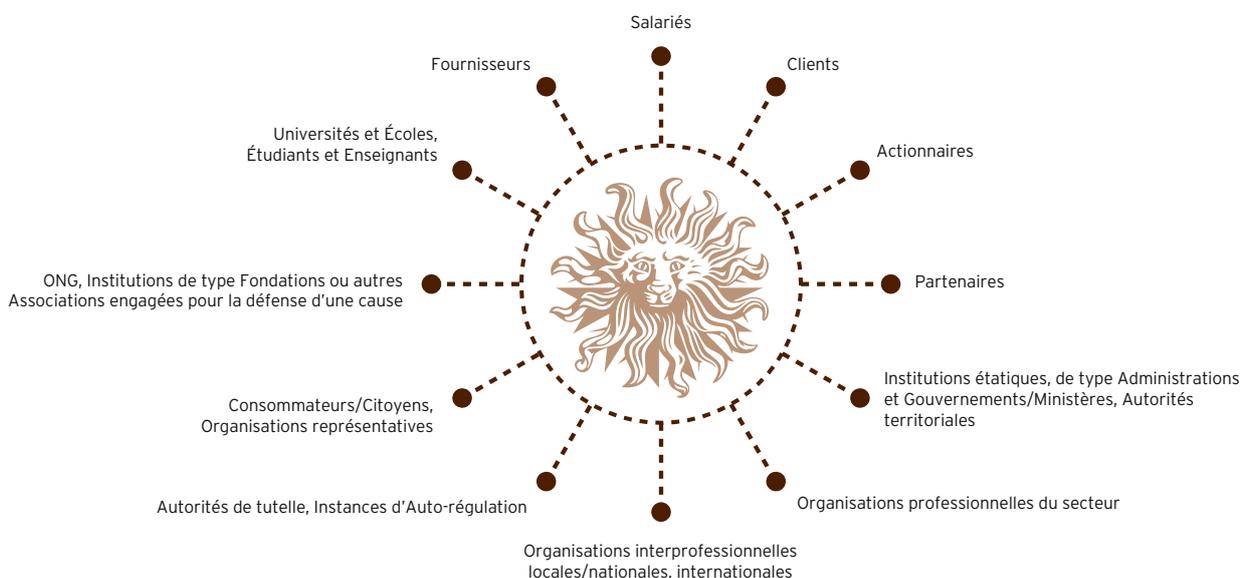
Les activités du Groupe ne présentent pas de risque relatif à ces enjeux. Janus rappelle très clairement dans le Code de conduite l'interdiction du travail forcé et obligatoire ainsi que la nécessité d'œuvrer dans ce sens ; il en va de même pour le travail des enfants. Ces principes sont repris dans la politique d'achats responsables, notamment à travers le « CSR Procurement Questionnaire » adressé aux fournisseurs du Groupe (voir ci-après 1.9.3).



1.9.2 SOCIÉTAL

Le Groupe a toujours établi des relations régulières avec chacune des parties prenantes (identifiées dans le schéma ci-dessous) au niveau local ainsi qu'à un niveau plus global, de manière complémentaire. L'approche se veut très pragmatique et concrète ; d'où des relations souvent adossées à des projets collaboratifs.

Il convient de noter que tout ce qui se rapporte aux salariés de l'entreprise figure dans le chapitre 1 ci-dessus.



1 – Implication des agences dans la cité, auprès de leurs communautés locales

La meilleure manière pour les agences de s'impliquer de manière efficace et pertinente dans leurs communautés se traduit par des campagnes « *pro bono* » (gracieuses) et des actions de « *voluntary work* » (travail volontaire dédié).

Conformément à la Charte de Mécénat du Groupe (accessible sur www.publicisgroupe.com) pour d'évidentes raisons de proximité, ce sont les CEO et managers des agences qui décident des causes qu'ils vont soutenir au cours de l'année et des associations ou organisations locales qui bénéficieront d'une campagne « *pro-bono* » ou d'un appui sous forme de travail volontaire dédié. Même si ces campagnes sont gérées en interne, comme un client classique, avec la même rigueur, il est important que les causes ainsi soutenues bénéficient d'une forte adhésion des équipes internes. Travailler pour une campagne « *pro bono* » fait totalement partie du cursus professionnel des salariés du Groupe, quels que soit leur métier ou leurs responsabilités.

a) Campagnes « *pro bono* »

L'ensemble des agences du Groupe a produit près de 300 campagnes « *pro-bono* », sans compter tous les appuis ponctuels gracieux qui ne constituent pas des campagnes en tant que telles. Depuis ces dernières années, malgré la crise, les agences ont poursuivi leurs engagements mais ont réduit leur nombre. Ces campagnes sont désormais plus complexes car « multi-canal » pour beaucoup d'entre elles, à l'image des campagnes réalisées pour les clients des agences. Les campagnes « *pro bono* » réalisées par les agences du Groupe traitent des grands thèmes suivants : la protection des enfants ; des causes locales de société ; la santé en général et des causes spécifiques de prévention santé (prévention du/des cancer(s), lutte contre le Sida, lutte contre les drogues, prévention des pathologies lourdes...) ; la protection de l'environnement.

La majeure partie de ces campagnes sont visibles sur le site du Groupe (www.publicisgroupe.com) et un certain nombre d'entre elles ont été citées dans les rapports RSE du Groupe depuis 2009.



b) Travail volontaire dédié

Le travail volontaire dédié au bénéfice d'une cause ou d'une organisation, est largement pratiqué depuis de nombreuses années dans tous les pays anglo-saxons, mais pas seulement. On recense également plus de 300 initiatives de cette nature. Cela se traduit par la mise à disposition des équipes (ou d'une partie des équipes) pour une période limitée, afin d'apporter de l'aide concrète pour la réalisation de certains projets auprès d'associations ou organisations en faveur d'une cause d'intérêt général (ce qui s'apparente aussi à du mécénat de compétence). Ce type d'intervention peut se faire en complément d'une campagne « pro-bono ». Ces initiatives sont très appréciées des collaborateurs, car ce sont aussi des moments de cohésion et de partage.

Une large sélection d'exemples d'organisations ou associations avec lesquelles les agences conduisent ces projets sont cités dans les rapports RSE du Groupe depuis 2009.

2 – Relations avec les universités et les écoles

Toutes les agences sont très liées avec les universités et écoles des villes où elles se trouvent. Il existe trois grands types de relations : 1) les moments-clés liés au recrutement (« Job Fairs ») ; 2) l'accueil régulier d'étudiants pour découvrir nos métiers (type journées « portes ouvertes ») ; 3) l'enseignement à travers les interventions régulières ou ponctuelles de nombreux managers dans le cadre des cursus pédagogiques. Les relations avec ces établissements sont établies très souvent depuis de longues années, et les agences essaient de diversifier leurs démarches afin de pouvoir travailler avec des étudiants ayant des profils variés.

Toutes les agences du Groupe accueillent des stagiaires, qu'il s'agisse de stages obligatoires, partie intégrante de certains cursus pédagogiques ou non, ou encore pour les stages de fin d'études.

Chaque agence tisse son propre maillage relationnel avec un certain nombre d'établissements d'enseignement à proximité. Dans les rapports RSE depuis 2009 sont listés les principaux établissements avec lesquels les agences ont établi des relations dans la durée.

3 – Dons et actions de charité auprès des communautés

Les agences, les collaborateurs comme les managers, sont toujours très réactifs dès qu'un événement dramatique se produit dans leur pays (mais pas seulement) et qu'il est nécessaire de se mobiliser en urgence. L'ouragan Sandy survenu dans la région de New York fin 2012 et ayant provoqué des dommages importants dans certains quartiers, a suscité de multiples actions de mobilisation au sein des différentes agences américaines du Groupe. La plupart des agences de New York se sont engagées auprès d'associations ou organisations, afin de prêter main forte dans des quartiers très endommagés et apporter de l'aide aux sinistrés.

4 – Relations avec les organisations professionnelles

Dans tous les pays, les managers des agences sont traditionnellement impliqués dans leurs organisations professionnelles. Il est intéressant de voir émerger depuis ces dernières années de nouvelles collaborations interprofessionnelles *ad hoc*, dans lesquelles les professionnels de la communication des agences sont étroitement associés comme parties prenantes de travaux et réflexions avec des institutions ou des organisations à un niveau local.

En complément des nombreuses initiatives locales, dans la continuité de certaines actions où le Groupe s'est impliqué de manière volontaire (voir les rapports RSE depuis 2009), il faut mentionner :

- en matière d'éducation, la poursuite de la participation du programme Européen MediaSmart (Pub Malin en France) destiné aux instituteurs et professeurs des écoles pour éduquer les enfants au décodage de la publicité, en relation avec de nombreux partenaires tels que les représentants des media, des enseignants, des associations de consommateurs, des autorités de tutelle.
- en matière de coopération internationale interprofessionnelle, la participation active à la finalisation du nouveau Code professionnel de l'ICC (Chambre Internationale de Commerce www.iccwbo.org) fin 2011, et à sa diffusion internationale en 2012. Ce Code est la référence internationale pour les professionnels en matière d'auto-régulation et de code bonne conduite (« Advertising and Marketing Communication Practice - Consolidated ICC Code »). Cette nouvelle édition intègre notamment les nouveaux enjeux liés à la communication digitale et aux applications mobiles.
- l'implication de la France autour du guide d'application des lignes directrices de l'ISO 26000 au secteur de la communication, travail inter-professionnel conduit pendant plus de 2 ans, sous l'égide de l'AFNOR (Association Française de Normalisation) avec toutes les parties prenantes.



1.9.3 GOUVERNANCE ET ÉCONOMIE

1 – Activités et principaux chiffres clés du Groupe (voir le présent document, section 1.4)

Publicis Groupe, fondé en 1926 à Paris par Marcel Bleustein-Blanchet, dirigé par Maurice Lévy, président du Directoire, est aujourd'hui le 3^e Groupe mondial de communication (derrière WPP et Omnicom). Les activités de communication s'organisent autour de quatre grands domaines : la publicité (30 %), les agences spécialisées et marketing services - SAMS - (19 %), les agences media (18 %) et les activités digitales (33 %).

Rappel des chiffres-clés 2012

- Revenu : 6 610 millions d'euros
- Marge opérationnelle : 1 064 millions d'euros
- Résultat net : 737 millions d'euros
- Charges de personnel : 4 076 millions d'euros
- Autres charges : 1 344 millions d'euros
- Dotation aux amortissements : 126 millions d'euros

2 – Principes de Gouvernance

L'ensemble des principes qui régissent la gouvernance du Groupe sont détaillés au chapitre 2 du présent document.

Publicis Groupe est une société à Conseil de Surveillance - composé de 14 membres, présidée par Mme Elisabeth Badinter, fille du fondateur du Groupe, Marcel Bleustein Blanchet - et Directoire, composé de 5 membres, présidé par M. Maurice Lévy.

L'entreprise est cotée à la bourse de Paris depuis 1970.

3 – Principes éthiques

Janus est le Code de déontologie du Groupe qui comprend un Code de conduite ainsi que les règles de fonctionnement. Janus s'applique à tous les managers et à leurs équipes et le Code de conduite est destiné à l'ensemble des collaborateurs (voir section 2.10 du présent document).

En 2012, plusieurs réseaux ont renforcé leurs programmes internes de sensibilisation et d'information des collaborateurs au contenu de Janus, à travers notamment des sessions dédiées pour les nouveaux arrivants, quelle que soit leur fonction.

4 – Politiques et procédures anti-corruption

Le Code de conduite de Janus contient plusieurs références sur la question des cadeaux, les relations inappropriées ou considérées comme non éthiques, que ce soit avec des fournisseurs ou avec des clients. Les juristes du Groupe jouent un rôle important en matière de sensibilisation et d'application des lois et réglementation relatives à la corruption. Ces juristes basés dans les centres de services partagés (Re:Sources) et rattachés fonctionnellement à la Direction juridique du Groupe, effectuent une veille permanente des lois et des réglementations relatives aux sujets de la corruption. Ils sensibilisent les agences et établissent des procédures de conformité adaptées aux marchés locaux. En 2012, les juristes du Groupe ont rédigé une politique « anti-bribery », mise en place au Royaume-Uni, et qui va être mise en application progressivement au sein du Groupe. De plus, au cours de leurs missions, les équipes de l'audit interne rappellent aux managers locaux les règles du Groupe en matière de prévention de la corruption et d'éthique de conduite des affaires.

5 – Relations clients

Les relations avec les clients du Groupe sont détaillées dans la section 1.4.5 du présent document.

Les agences ont réalisé en 2012 près de 7 450 enquêtes clients (2011* : 3 750). Ce chiffre reflète une partie des enquêtes de satisfaction des clients. Celles-ci se déroulent soit par voie de questionnaires administrés par les agences, soit d'entretiens annuels et de revues de performance. Par ailleurs, plusieurs grands clients internationaux administrent eux-mêmes cette enquête de « satisfaction client » avec des outils qui leur sont propres (ou administrés par des tiers) ; dans ces cas-là, il est difficile pour les agences d'avoir un retour précis sur le mode opératoire ou le nombre de personnes qui ont été consultées du côté du client pour donner leurs appréciations sur le travail fourni, car c'est généralement une synthèse qui est partagée avec l'agence. Une partie des enquêtes clients échappe donc toujours à la connaissance des agences.

2011 Comme indiqué en introduction, ce reporting 2012 devient l'année de référence. Les chiffres de l'année 2011 sont donc mentionnés à titre indicatif à chaque fois. Le périmètre de l'année 2011 était de l'ordre de 95 %, avec quelques restrictions sur certains indicateurs - voir rapport RSE 2011 sur www.publicisgroupe.com.*



6 – Relations fournisseurs

2012 marque une nouvelle étape dans la politique de relations avec les fournisseurs. La direction des achats du Groupe, avec l'appui de la direction de la RSE, a formalisé une Charte interne (« CSR Procurement Chart ») destinée à l'équipe internationale des acheteurs du Groupe afin d'accroître la mobilisation interne autour de critères RSE dans les appels d'offres et dans l'analyse des propositions des fournisseurs. À cette fin, le questionnaire fournisseur (« CSR Procurement Questionnaire ») a été réactualisé et enrichi. Avec ses principaux partenaires et fournisseurs, certains points relatifs au respect des droits de l'homme au sein de leur organisation et « supply chain » sont abordés lors des revues annuelles et/ou semi-annuelles.

Dans le cadre de la logique vertueuse de la RSE, la Direction des achats du Groupe, comme les acheteurs Groupe locaux, sont plus souvent sollicités par les commerciaux des agences. Ce mouvement est encouragé par les évolutions réglementaires récentes (l'extension du « Small Business Act » aux États-Unis ou le déploiement d'une approche similaire « Small Business Act » en Europe). Les enjeux relatifs aux questions de diversité (et de politique sociale), ou d'engagements vis-à-vis des sous-traitants de type PME (petites et moyennes entreprises) amènent à établir un dialogue plus étroit entre la Direction des achats Groupe et les agences, voire parfois directement avec les Directions des achats des clients du Groupe. Ce qui peut parfois amener à la conduite de projets élaborés en commun.

Par ailleurs en matière de sous-traitance, les activités de communication gérées directement par les agences intègrent aussi des contributions externes réalisées avec l'appui d'experts, de free-lance ou de plus petites entités très pointues dans leur domaine. Cette sous-traitance est par définition très décentralisée et fragmentée, ce qui rend un suivi par le Groupe difficile. Les agences s'efforcent d'être attentives aux délais de réalisation des projets comme aux délais de paiement.

7 – Mesures en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs

Il faut rappeler au préalable que le Code éthique du Groupe détermine un certain nombre de principes-clés de comportement qui s'appliquent à tous les collaborateurs dans l'exercice de leur métier, tels que le respect des personnes, la confidentialité des informations, la prévention des conflits d'intérêt ainsi que le refus du Groupe de participer à des campagnes partisans. Ces règles (publiques sur www.publicisgroupe.com) s'appliquent à tous les collaborateurs du Groupe et sont le socle d'une culture d'entreprise forte.

Les activités de Publicis Groupe sont « business to business ». Les enjeux directs du Groupe liés aux activités de communication sont aussi étroitement liés à la nature des activités des clients du Groupe ; certains secteurs sont dotés de dispositifs de régulation (comme les règles appliquées en matière de communication santé et les obligations de respect des législations locales) ou d'auto-régulation (dispositifs liés à la publicité comportementale et à la protection des données personnelles, « OBA : Online Behavioral Advertising ») et au devoir de vigilance qu'il convient d'appliquer en général (voir les exemples mentionnés dans les rapports RSE depuis 2009, au chapitre 3). Les agences du Groupe sont actives afin de participer aux évolutions des règles de la profession permettant aux citoyens-consommateurs, parties-prenantes de ces travaux, de disposer d'une information complète, notamment au regard des nouvelles applications numériques et des enjeux liés à la protection des données personnelles. L'objectif est de permettre aux citoyens-consommateurs d'exercer un libre-choix et de disposer de leur libre arbitre dans leurs décisions.

8 – Relations avec les investisseurs

La direction des Relations Investisseurs assure le suivi au quotidien des relations avec les investisseurs et les actionnaires à travers de nombreuses rencontres et échanges dans différents pays.

Les éléments financiers détaillés relatifs à l'actionnariat sont exposés dans le présent document, section 6.4.



1.9.4 ENVIRONNEMENT

1 – Politique environnementale du Groupe

Afin de faciliter une prise de conscience des enjeux majeurs dans ce domaine, la politique environnementale du Groupe a été élaborée il y a quatre ans autour de quatre axes : a) la réduction des consommations de matières premières principalement papier et eau (avec des évolutions sur les types de papiers utilisés ou les modalités d'impression) ; b) la réduction de la consommation d'énergie (en cherchant à limiter les impacts liés à l'électricité, au chauffage et à l'air conditionné) ; c) le transport des personnes (avec la mise en place de salles de téléconférence et de dispositifs de conférence téléphonique...) ; d) la mise en place de filières de recyclage et de gestion organisée des déchets.

Cette politique environnementale doit être ajustée avec des objectifs plus précis à la lumière du bilan carbone 2012.

- Certifications : la certification des agences dépend pour beaucoup du contexte réglementaire local. Par exemple, plus de la moitié des agences du Groupe sont certifiées ISO 14 001 ou ISO 9 001 au Royaume-Uni car le contexte réglementaire les a encouragés à le faire. C'est aussi le cas des agences media en France, afin de mieux répondre aux attentes exprimées par les clients. Il existe d'autres certifications volontaires importantes comme le CENP au Brésil, qui fixe les standards et bonnes pratiques du secteur de la publicité et communication.

2 – Sensibilisation des équipes aux enjeux environnementaux : « Green Teams » au sein des agences

Depuis plusieurs années, sous l'impulsion de la Direction de la RSE, des équipes de collaborateurs volontaires sont encouragés à être actifs dans leurs agences afin de mettre en place des actions de sensibilisation. Ces équipes (présentes dans au moins 200 agences) réalisent des actions ponctuelles très locales, avec des animations variées et beaucoup d'implication personnelle. En 2011, la France avait testé une approche commune avec la première « GreenWeek » inter-agences. En juin 2012, un pas supplémentaire a été franchi, avec plusieurs agences en France et au Royaume-Uni qui ont décidé d'agir de concert, la même semaine. Cette « GreenWeek » fut adossée à la semaine européenne de l'énergie durable inaugurant ainsi le principe d'actions communes « Groupe ». L'axe retenu fut vraiment de travailler autour du slogan « consommer moins et mieux », allant de la consommation de matières premières du type énergie, eau, papier, jusqu'à la gestion des déchets, et ce à travers différentes animations.

3 – Consommations majeures et impacts environnementaux

Les grandes sources de consommations et d'impacts sont les suivantes (dans l'ordre d'importance) :

- les déplacements (*mode de calcul : déplacements professionnels + personnels (domicile/travail)*) : 865 856 000 km. L'essentiel vient des déplacements professionnels en avion et la hausse par rapport à 2011 vient mécaniquement de la croissance des activités du Groupe. Cependant le Groupe a fortement investi ces dernières années dans des salles de télé-présence afin de diminuer les déplacements : 25 salles sont désormais opérationnelles ;
- l'énergie : 185 070 100 Kwh dont 20 % issus de sources d'énergie renouvelable (*sur la base des déclarations données par les fournisseurs d'électricité*). Cette consommation s'est accrue mécaniquement par rapport à 2011, en raison de l'accroissement des activités du Groupe, alors que de nombreux efforts ont été entrepris depuis ces dernières années pour réduire les consommations d'énergie dans de nombreuses agences (politique du « switch off » des ordinateurs, des machines telles que les imprimantes et des lumières les nuits et week-ends). Comme indiqué dans le rapport RSE 2011, avec l'exemple de l'installation des équipes de PHCG (activités santé) à Yardley en Pennsylvanie, lorsque le Groupe doit envisager des déménagements, l'efficacité énergétique des futurs locaux fait partie des critères de sélection pris en compte ;
- les immobilisations (bâtiments, matériels de bureau incluant les équipements IT, serveurs...);
- les consommables (papiers, cartouches, fournitures...);
- la consommation d'eau est estimée à 732 000 m³ (*en baisse par rapport à 2011**). Compte tenu des activités de services du Groupe, il est difficile de disposer des informations relatives à la nature de la source de l'eau alimentant les immeubles ;
- le volume des déchets est estimé à 4 580 tonnes (*en baisse par rapport à 2011**). L'essentiel de ces volumes est constitué de papiers et cartons dont plus de 50 % est traité dans des filières de recyclage avec traçabilité (certaines agences ayant une traçabilité en place pour 100 % de ces volumes en fonction du dispositif local en place et des prestataires retenus).

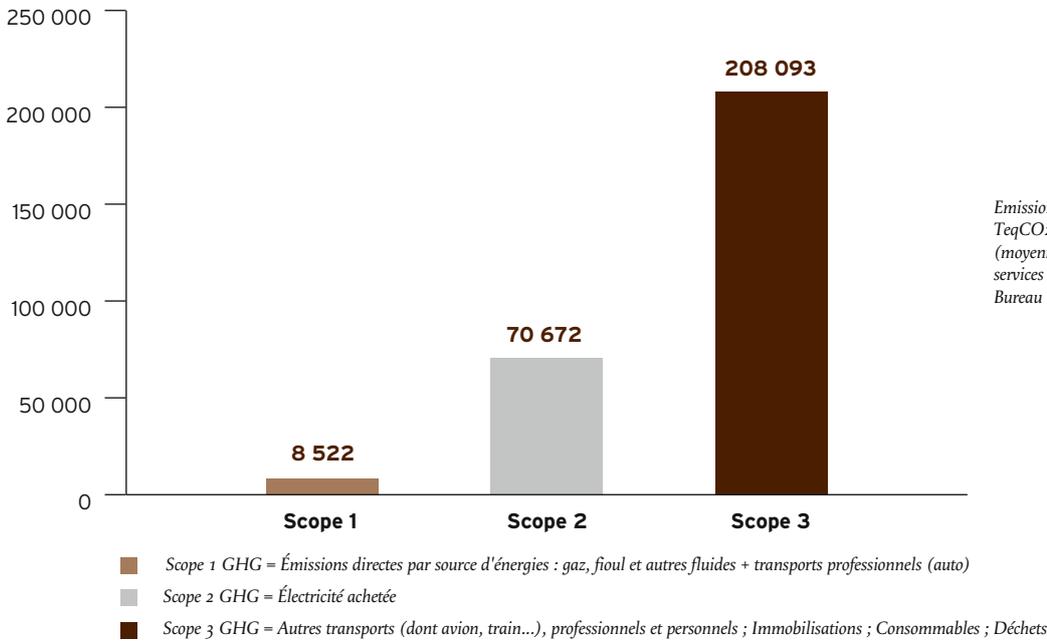
4 – Bilan carbone

Pour la 4^e édition, le bilan carbone de l'ensemble du Groupe a été calculé avec l'appui de Bureau Veritas (en suivant également la méthode de calcul des émissions des GES - Gaz à Effet de Serre). Le périmètre pris en compte représente plus de 95 % du Groupe. Si la méthode et le périmètre sont les mêmes qu'en 2011, le total des émissions apparaît en légère hausse pour deux raisons : d'une part, il y a une amélioration de la remontée et de la qualité des données, sur des sujets délicats à « tracer » dans l'ensemble des 850 entités de reporting du Groupe, dont un grand nombre sont de petite taille (structures de moins de 50 personnes) ; d'autre part, le Groupe étant en croissance, il y a mécaniquement une hausse des impacts.

2011* Comme indiqué en introduction, ce reporting 2012 devient l'année de référence. Les chiffres de l'année 2011 sont donc mentionnés à titre indicatif à chaque fois. Le périmètre de l'année 2011 était de l'ordre de 95 %, avec quelques restrictions sur certains indicateurs - voir rapport RSE 2011 sur www.publicisgroupe.com.

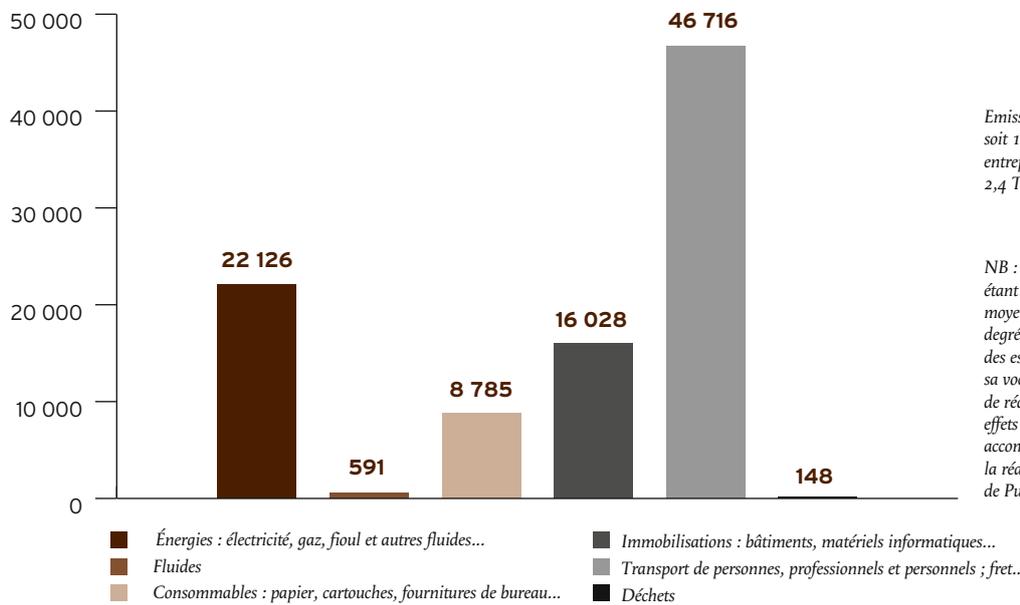


EMISSIONS GES - GHG PROTOCOL (tonnes eq CO₂)



Emissions 2012 : total 287 287 TeqCO₂, soit 5 TeqCO₂ per capita (moyennes entreprises, secteur des services : 5,3 à 8,8 TeqCO₂ - source Bureau Veritas)

BILAN CARBONE ADEME (tonnes eq Carbone)



Emissions 2012 : total 94 394 TeqC soit 1,63 TeqC per capita (moyenne entreprises, secteur des services : 1,4 à 2,4 TeqC - source Bureau Veritas)

NB : La méthode Bilan Carbone® étant basée sur des facteurs d'émission moyens (et présentant donc un certain degré d'incertitude), elle ne fournit que des estimations en ordre de grandeur, sa vocation est d'impulser des actions de réduction des émissions de gaz à effets de serre et de mesurer le progrès accompli. Le degré d'incertitude lié à la réalisation du Bilan Carbone® 2012 de Publicis Groupe est estimé à 20%.

Note - Impacts environnementaux non applicables à Publicis Groupe

Compte tenu des activités de services et de prestations intellectuelles du Groupe, certaines informations requises dans le décret d'application de l'article 225 de la Loi Grenelle II sont peu adaptées, à savoir :

- Les mesures de prévention, de réduction ou de réparation des rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement,
- La prise en compte des nuisances sonores ou de toute autre forme de pollution spécifique à une activité,
- L'utilisation des sols,
- La protection de la biodiversité,
- Provisions et garanties pour risques en matière d'environnement.



1.9.5 RAPPORT DE VÉRIFICATION DES AUDITEURS EXTERNES INDÉPENDANTS

A la demande de Publicis Groupe, SGS ICS a procédé à la vérification des informations figurant dans le rapport de gestion établi au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2012, en vertu du décret n°2012-557 du 24 avril 2012 relatif aux obligations de transparence des entreprises en matière sociale et environnementale, portant sur l'application de l'article 225 de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 et de l'article 12 de la loi n° 2012-387 du 22 mars 2012 qui ont modifié l'article L. 225-102-1 du code de commerce.

La responsabilité de SGS ICS consiste à attester de la présence dans le rapport de gestion de toutes les informations prévues à l'article R.225-105-1, à exprimer un avis motivé portant, d'une part sur la sincérité des informations et, d'autre part, sur les explications données par la société sur l'absence de certaines informations et à indiquer les diligences mises en œuvre pour accomplir sa mission de vérification.

NATURE ET PORTÉE DE LA VÉRIFICATION

La mission de SGS ICS a consisté à :

- Prendre connaissance de l'exposé des orientations en matière de développement durable, en fonction des conséquences sociales et environnementales liées à l'activité de la société, et de ses engagements sociétaux, et des actions qui en découlent.
- Comparer la liste des informations mentionnées dans le rapport de gestion 2012 de Publicis Groupe avec la liste prévue à l'article R.225-105-1 et signaler, le cas échéant, les informations omises et non assorties des explications prévues au troisième alinéa de l'article R.225-105.
- Vérifier la mise en place par la société d'un processus de collecte visant à l'exhaustivité et la cohérence des informations mentionnées dans le rapport de gestion et d'identifier les irrégularités.

SGS ICS constate que Publicis Groupe se conforme volontairement au référentiel GRI en matière sociale et environnementale et l'a pris en considération dans sa mission de vérification.

DILIGENCES

SGS ICS a conduit sa mission en menant des entretiens auprès des personnes concernées par la collecte, la validation et la publication des données quantitatives et informations qualitatives auprès de la Holding établissant les comptes consolidés, et de plusieurs de ses filiales en France (Publicis Conseil, Pubicis Dialog, Marcel), au Royaume Uni (ZenithOptimedia), aux Etats Unis (Leo Burnett et ARC Chicago, Starcom Chicago, Saatchi & Saatchi New York, et MediaVest New York).

- SGS ICS a revu la fiabilité du référentiel interne, des procédures de contrôle interne et des systèmes d'agrégation des données et des informations, sur chacun des sites.
- Pour les données chiffrées, nous avons procédé sur chacun des sites par sondage, vérification des formules de calcul et rapprochement des données avec les pièces justificatives sur seize indicateurs sélectionnés au regard de leur pertinence (conformité à la loi et prise en compte du secteur d'activité), leur fiabilité, leur neutralité et leur exhaustivité. Des contrôles aléatoires ont été réalisés sur les données quantitatives et qualitatives en phase finale de consolidation.
- Les assertions sur les indicateurs retenus ont fait l'objet de tests de cheminement, de cohérence et de matérialité.
- Quatre auditeurs ont été affectés à cette mission de vérification sous la direction d'un directeur de projet.
- Outre les interviews et réunions auprès des équipes impliquées dans le processus de collecte, de validation et de publication des données et des informations, des entretiens ont été menés auprès de la direction générale, du secrétariat général, de la direction financière, de la direction de l'audit interne et de la direction de la RSE.



DÉCLARATION D'INDÉPENDANCE ET DE COMPÉTENCE

SGS est le leader mondial de l'inspection, du contrôle, de l'analyse et de la certification. Reconnu comme la référence en termes de qualité et d'intégrité, SGS emploie plus de 75000 collaborateurs, et exploite un réseau de plus de 1 500 bureaux et laboratoires à travers le monde.

SGS ICS est la filiale française détenue à 100% par le Groupe SGS. SGS ICS déclare que sa mission et son avis ont été élaborés en toute indépendance et impartialité vis-à-vis de Publicis Groupe et que les travaux menés ont été conduits en adéquation avec le code d'éthique du Groupe SGS et conformément aux bonnes pratiques professionnelles d'un organisme tiers indépendant.

Les vérificateurs sont habilités et mandatés sur chaque mission sur la base de leurs connaissances, expériences et qualifications.

COMMENTAIRES

- Le référentiel interne de reporting des indicateurs environnementaux, sociaux et sociétaux, bien documenté, a fait l'objet d'une formation destinée à l'ensemble des contributeurs et valideurs dans le monde entier. La définition des indicateurs et les procédures décrites ont clarifié les règles de collecte et en ont renforcé la pertinence des données par rapport à l'année précédente.
- Certains indicateurs devront toutefois faire l'objet d'une révision de leur définition afin d'en affiner le sens et la portée, et ainsi permettre leur consolidation sur l'ensemble du Groupe et donc leur publication.
- Le dispositif de contrôle interne a été amélioré au niveau de la consolidation des indicateurs Groupe, mais devrait être encore renforcé par une meilleure application des procédures de contrôle au niveau des sites.

ATTESTATION ET AVIS MOTIVÉ

Sur la base de l'exposé des orientations en matière de développement durable de Publicis Groupe, des conséquences sociales et environnementales liées à ses activités, de ses engagements sociétaux et des diligences mises en œuvre,

- Nous attestons que les informations mentionnées dans le rapport de gestion 2012 de Publicis Groupe sont conformes à la liste prévue à l'article R.225-105-1 et que les exceptions ont été dûment motivées.
- Nous déclarons n'avoir pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause la sincérité des informations mentionnées dans le rapport de gestion 2012.

Fait à Arcueil, le 07 mars 2013

Le Directeur Technique d'Inspection

SGS ICS France

Moncef BOURKAIB



PRÉSENTATION DU GROUPE
Responsabilité Sociale de l'Entreprise

1



GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

2.1 Membres du Directoire et du Conseil de surveillance	48	2.6 Rapport des commissaires aux comptes sur le rapport de la Présidente du Conseil de surveillance	69
2.1.1 Composition du Directoire au 31 décembre 2012	48		
2.1.2 Composition du Conseil de surveillance au 31 décembre 2012	51		
2.1.3 Renouvellements au cours de l'année 2012	55	2.7 Rémunération et avantages	70
2.1.4 Départs au cours de l'année 2012	55	2.7.1 Rémunération fixe, variable et conditionnelle	70
2.1.5 Gouvernance	56	2.7.2 Pensions, retraites ou autres avantages	76
2.1.6 Conflits d'intérêts au niveau des organes de direction, de surveillance et de Direction générale	56	2.7.3 Conditions de rémunération des membres du Directoire pour le mandat 2012-2015	76
		2.7.4 Tableaux de synthèse des rémunérations	77
		2.7.5 Participation dans le capital social	84
2.2 Informations sur le Comité exécutif (« P12 »)	57	2.8 Opérations réalisées sur les titres Publicis Groupe par les dirigeants et les personnes qui leur sont liées	86
2.3 Le Strategic Leadership Team	58		
2.4 Fonctionnement des Comités du Conseil de surveillance	59	2.9 Opérations avec les apparentés	87
2.4.1 Comité de nomination	59	2.9.1 Termes et conditions des transactions à caractère financier réalisées avec des apparentés	87
2.4.2 Comité de rémunération	59	2.9.2 Conventions réglementées relatives à la rémunération des membres du Directoire	87
2.4.3 Comité d'audit	60	2.9.3 Opérations réalisées avec des apparentés	88
2.4.4 Comité des risques et stratégies	61	2.9.4 Pacte entre Dentsu et Publicis	88
		2.9.5 Pacte d'actionnaires entre Dentsu et Mme Élisabeth Badinter	89
2.5 Rapport de la Présidente du Conseil de surveillance	62	2.9.6 Rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions et engagements réglementés - exercice clos le 31 décembre 2012	90
2.5.1 Conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil de surveillance	62		
2.5.2 Procédures de contrôle interne et de gestion des risques	66	2.10 Code de déontologie	94



2.1 Membres du Directoire et du Conseil de surveillance

La Société est une société anonyme à Directoire et Conseil de surveillance. Les membres du Directoire et du Conseil de surveillance sont désignés collectivement dans le présent document par le terme « mandataires sociaux ».

2.1.1 COMPOSITION DU DIRECTOIRE AU 31 DÉCEMBRE 2012

MAURICE LÉVY	PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE
<p>Né le 18 février 1942, de nationalité française 1^{re} nomination : 27 novembre 1987 Échéance du mandat : 31 décembre 2015 Publicis Groupe SA 133, avenue des Champs-Élysées 75008 Paris France</p>	<p>Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Membre du Comité exécutif (P12) : Publicis Groupe SA Membre du Conseil de surveillance : Médias & Régies Europe SA (France) Director : MMS USA Holdings, Inc. (États-Unis), ZenithOptimedia Group Limited (Royaume-Uni), MMS USA Investments, Inc. (États-Unis), MS USA LLC Investments, Inc. (États-Unis), BBH Holdings Ltd (Royaume-Uni) Management Board Member : Publicis Groupe U.S. Investments LLC (États-Unis) Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Président du Conseil de surveillance : Iris Capital Management Membre du Conseil de surveillance : Compagnie Financière Edmond de Rothschild Banque SA (France) Membre du Board : Fondation du World Economic Forum Genève Membre du Conseil d'administration : Les Arts décoratifs, Institut du Cerveau et de la Moelle épinière Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandats énumérés ci-dessus ainsi que les mandats suivants : Membre du Conseil de surveillance : Deutsche Bank AG (fin en mai 2012) Président de l'Association Française des Entreprises Privées (AFEP) (fin en juin 2012) Membre du Conseil d'administration : Amis du Musée du Quai Branly (fin en juin 2011)</p>



JEAN-MICHEL ETIENNE	MEMBRE DU DIRECTOIRE
<p>Né le 2 novembre 1951, de nationalité française 1^{re} nomination : 1^{er} juillet 2010 Échéance du mandat : 31 décembre 2015 Publicis Groupe SA 133, avenue des Champs-Élysées 75008 Paris France</p>	<p align="center">Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe</p> <p align="center">Directeur général adjoint-Finances Groupe : Publicis Groupe SA Membre du Comité exécutif (P12) : Publicis Groupe SA Président : Multi Market Services France Holdings SAS (France) Président-Directeur Général : Publicis Finance Services SAS (France) Chairman : MMS Italy Holdings S.r.l. (Italie), Re:Sources Italy S.r.l. (Italie), MMS Mexico Holdings S de RL de CV (Mexique) President and Director : MMS Canada Holdings Inc. (Canada) Management Board Member : Publicis Groupe U.S. Investments LLC (États-Unis), Publicis Groupe Holdings B.V. (Pays-Bas) Représentant Permanent de Multi Market Services France Holdings SAS dans Publicis Technology SA (France), VivaKi Performance SA (France) Director : Multi Market Services Australia Holdings Pty Limited (Australie), PG Lion Re:Sources Australia Pty Limited (Australie), Re:Sources Mexico S.A de C.V (Mexique), MMS Netherlands Holdings BV (Pays-Bas), Publicis Groupe Investments BV (Pays-Bas), Publicis Holdings BV (Pays-Bas), Multi Market Services Spain Holdings, S.L (Espagne), Saatchi & Saatchi Limited (Royaume-Uni), MMS UK Holdings Limited (Royaume-Uni), Lion Re:Sources UK Limited (Royaume-Uni), Lion Re:Sources Ibéria S.L. (Espagne), ZenithOptimedia International Limited, (Royaume-Uni), Saatchi & Saatchi Holdings Limited (Royaume-Uni), ZenithOptimedia Group Limited (Royaume-Uni), MMS USA Holdings, Inc. (États-Unis), MMS USA Investments, Inc. (États-Unis), MMS USA LLC Investments, Inc. (États-Unis), Shanghai Ming Mong Song Commercial Consulting Co, Ltd (Chine), BBH Holdings Ltd (Royaume-Uni) Managing Director : MMS Germany Holdings GmbH (Allemagne), Re:Sources Germany GmbH (Allemagne) Director, President & Treasurer : U.S. International Holding Company, Inc. (États-Unis)</p> <p align="center">Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Néant</p> <p align="center">Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Management Board Member d'Impress Packaging (fin en 2010)</p>
<p>JACK KLUES</p> <p>Né le 8 décembre 1954, de nationalité américaine 1^{re} nomination : 7 décembre 2004 (effet au 1^{er} janvier 2005) Échéance du mandat : 31 décembre 2015 VivaKi, Inc. 35, West Wacker Drive Chicago, IL 60601 États-Unis</p>	<p align="center">Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe CEO : VivaKi, Inc. (États-Unis) Membre du Comité exécutif (P12) : Publicis Groupe SA Director : Starcom MediaVest Group, Inc.(États-Unis), MediaVest Worldwide, Inc (États-Unis), Starcom Worldwide, Inc (États-Unis)</p> <p align="center">Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Néant</p> <p align="center">Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Néant</p>

(1) Fin de mandat au 31/12/2012



GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Membres du Directoire et du Conseil de surveillance

2

JEAN-YVES NAOURI	MEMBRE DU DIRECTOIRE
<p>Né le 19 novembre 1959, de nationalité française 1^{re} nomination : 4 décembre 2007 (effet au 1^{er} janvier 2008) Échéance du mandat : 31 décembre 2015 Publicis Groupe SA 133, avenue des Champs-Élysées 75008 Paris France</p>	<p>Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Directeur général adjoint-Opérations : Publicis Groupe SA Chief Operating Officer : Publicis Groupe SA Membre du Comité exécutif (P12) : Publicis Groupe SA Président Exécutif : Publicis Worldwide Président : Re:Sources France SAS (France), Re:Sources 133 SAS (France) Président-Directeur Général : Publicis Technology SA (France) Administrateur : VivaKi Performance SA (France), Publicis Conseil SA (France) Représentant Permanent de Multi Market Services France Holdings au sein du Comité des actionnaires de Wefcos SAS (France) Membre du Comité de Direction : Multi Market Services France Holdings SAS Director : Lion Re:Sources UK Limited (Royaume-Uni), Lion Resources Iberia SL (Espagne), Re:Sources Italy srl (Italy), Re:Sources Mexico SA de CV (Mexique), Publicis Healthcare Communications Group, Inc. (États-Unis), Publicis Graphics Groupe Holding SA (Luxembourg), Publicis Mojo Limited (Nouvelle-Zélande), MMS UK Holdings Limited (Royaume-Uni), Publicis Blueprint Limited (Royaume-Uni), Publicis Dialog Limited (Royaume-Uni), Publicis Limited (Royaume-Uni), Publicis Productif Limited (Royaume-Uni), DPZ – Duailibi Petit Zaragoza Propaganda Ltda (Bresil), Publicis Graphics Holdings Limited (Jersey), Publicis Modem Portofolio Co Ltd (Corée), Welcomm Publicis Worldwide Co, Ltd (Corée), Publicis Dialog Ltd (Corée), Publicis Net Media Limited (Israël), E-D.O Logic Limited (Israël), MMS Communications Israël Ltd, Publicis Communications Private Ltd (Inde), Arc Interactive Israël Ltd (Israël), Publicis Canada Inc (Canada), Talent Comunicação e Planejamento S.A (Brésil), QG Partners Participações S.A (Brésil), Taterka Comunicações S.A (Brésil), Neogama BBH Publicidade SA (Brésil), G/B2 Inc (Canada), ZenithOptimedia Canada Inc (Canada), Baumann-Ber-Rivnay Limited (Israël), Publicis Communication Ltd (Nouvelle-Zélande), VivaKi sweden AB (Suède), PUBLICIS BOLD İLETİŞİM TASARIMLARI PAZARLAMA VE DANIŞMANLIK HİZMETLERİ SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ (Turquie), PUBLICIS YORUM TANITIM BASIM VE YAYIN HİZMETLERİ ANONİM ŞİRKETİ (Turquie), PUBLICIS ZONE İLETİŞİM HİZMETLERİ ANONİM ŞİRKETİ (Turquie), BBH Holdings Ltd (Royaume-Uni) Secretary : Lion Resources, SA (Costa Rica) Director & Managing Director : Re:Sources Germany GmbH (Allemagne) Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Néant Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Néant</p>
KEVIN ROBERTS	MEMBRE DU DIRECTOIRE
<p>Né le 20 octobre 1949, de nationalité néo-zélandaise et britannique 1^{re} nomination : 14 septembre 2000 Échéance du mandat : 31 décembre 2015 Saatchi & Saatchi 375, Hudson Street New York NY 10014-3620 États-Unis</p>	<p>Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe CEO : Saatchi & Saatchi Worldwide (États-Unis) Membre du Comité exécutif (P12) : Publicis Groupe SA Director : Fallon Group, Inc. (États-Unis) DPZ – Duailibi Petit Zaragoza Propaganda Ltda (Bresil) Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Directeur : Rowland Communications Worldwide, Inc. (États-Unis), Red Rose Limited (Nouvelle-Zélande), Red Rose Charitable Services Limited (Nouvelle-Zélande), NZ Edge.com Holding Limited (Nouvelle-Zélande), USA Rugby (États-Unis), Red Rose Music Limited (Royaume-Uni) Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandats énumérés ci-dessus ainsi que les mandats suivants : Administrateur : Lion Nathan Plc, New Zealand Rugby Football Union, North Harbour Rugby Football Union</p>



2.1.2 COMPOSITION DU CONSEIL DE SURVEILLANCE AU 31 DÉCEMBRE 2012

<p>ÉLISABETH BADINTER</p>	<p>PRÉSIDENTE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE PRÉSIDENTE DU COMITÉ DE NOMINATION MEMBRE DU COMITÉ DES RISQUES ET STRATÉGIES</p>
<p>Née le 5 mars 1944, de nationalité française 1^{re} nomination : 27 novembre 1987 Échéance du mandat : 30 juin 2018 Publicis Groupe SA 133, avenue des Champs-Élysées 75008 Paris France</p>	<p>Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Présidente du Conseil de surveillance : Médias & Régies Europe SA (France) Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Écrivain Présidente de la Fondation Marcel Bleustein-Blanchet pour la Vocation Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandat énuméré ci-dessus</p>
<p>SOPHIE DULAC</p>	<p>VICE-PRÉSIDENTE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE</p>
<p>Née le 26 décembre 1957, de nationalité française 1^{re} nomination : 25 juin 1998 Échéance du mandat : 30 juin 2016 Les Écrans de Paris 30, avenue Marceau 75008 Paris France</p>	<p>Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Néant Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Présidente du Conseil d'administration : Les Écrans de Paris SAS (France) Gérante : Sophie Dulac Productions SARL (France), Sophie Dulac Distributions SARL (France) Vice-Présidente du Conseil d'administration : CIM de Montmartre SA Présidente : Association Champs-Élysées Film Festival Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandats énumérés ci-dessus ainsi que le mandat suivant : Présidente : Association Paris Tout Court (fin en 2008)</p>
<p>SIMON BADINTER</p>	<p>MEMBRE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE</p>
<p>Né le 23 juin 1968, de nationalité française 1^{re} nomination : 17 juin 1999 Échéance du mandat : 30 juin 2016 Médias & Régies Europe 1, rond-point Victor-Hugo 92137 Issy-les-Moulineaux Cedex France</p>	<p>Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Président du Conseil d'administration : Omnimedia Cleveland, Inc. (États-Unis), Gestion Omnimedia, Inc. (Canada) Membre du Directoire : Médias & Régies Europe SA (France) Administrateur : Régie Publicitaire des transports Parisiens Métrobus Publicité (France) Représentant permanent de Médias & Régies Europe au sein du Conseil de surveillance de : Mediavision et Jean Mineur SA (France) Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Néant Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Néant</p>
<p>CLAUDINE BIENAIMÉ</p>	<p>MEMBRE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE MEMBRE DU COMITÉ D'AUDIT MEMBRE DU COMITÉ DE RÉMUNÉRATION</p>
<p>Née le 23 novembre 1939, de nationalité française 1^{re} nomination : 3 juin 2008 Échéance du mandat : 30 juin 2014 Publicis Groupe SA 133, avenue des Champs-Élysées 75008 Paris France</p>	<p>Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Néant Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Administrateur : Gévelot SA (France), P. C. M. SA (France), Gévelot Extrusion SA (France), Gurtner SA (France) Président-Directeur Général : Société Immobilière du Boisdormant SA (France) Directeur général délégué : Rosclodan SA (France), Sopofam SA (France) Gérant : SCI Presbourg Etoile (France) Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandats énumérés ci-dessus ainsi que le mandat suivant : Président du Comité d'audit : Gévelot SA (France)</p>



GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Membres du Directoire et du Conseil de surveillance

2

MICHEL CICUREL	MEMBRE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE MEMBRE DU COMITÉ DE RÉMUNÉRATION MEMBRE DU COMITÉ DE NOMINATION
<p>Né le 5 septembre 1947, de nationalité française 1^{re} nomination : 17 juin 1999 Échéance du mandat : 30 juin 2016 Michel Cicurel Conseil 46 rue Pierre-Charron 75008 Paris France</p>	<p>Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Néant</p> <p>Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Vice-Président : Coe-Rexecode (Association)</p> <p>Administrateur : Bouygues Telecom SA (France), Société Générale SA, société cotée (France), Coe-Rexecode (Association)</p> <p>Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandats énumérés ci-dessus ainsi que les mandats suivants :</p> <p>Président du Directoire : La Compagnie Financière Edmond de Rothschild Banque SA (France) (fin en mai 2012), Compagnie Financière Saint-Honoré SA (France) (fin en mai 2012)</p> <p>Président du Conseil d'administration : Edmond de Rothschild SIM SpA (Italie) (fin en 2011), ERS SA (France) (fin en mai 2012), Edmond de Rothschild Investment Services Limited (Israël) (fin en avril 2012), Edmond de Rothschild SGR Spa (Italie) (fin en avril 2012),</p> <p>Président du Conseil de surveillance : Edmond de Rothschild Multi Management SAS (France) (fin en 2009), Edmond de Rothschild Corporate Finance SAS (France) (fin en mai 2012)</p> <p>Vice-Président du Conseil de surveillance : Edmond de Rothschild Private Equity Partners SAS (fin en mai 2012)</p> <p>Membre du Conseil de surveillance : Assurances et Conseils Saint Honoré SA (fin en 2008), SIACI SA (fin en 2008), Newstone Courtage (SA) (fin en 2011), SIACI Saint Honoré SA (France) (fin en mai 2012), Milestone SAS (fin en mai 2012)</p> <p>Administrateur : La Compagnie Benjamin de Rothschild SA (Suisse) (fin en 2008), LCF Holding Benjamin et Edmond de Rothschild SA (Suisse) (fin en 2009), Banque Privée Edmond de Rothschild SA (Suisse), Edmond de Rothschild Limited (Royaume-Uni) (fin en mai 2012)</p> <p>Représentant permanent de La Compagnie Financière Edmond de Rothschild Banque Président du Conseil, dans : Edmond de Rothschild Asset Management SAS (France) (fin en mai 2012)</p> <p>Représentant permanent de La Compagnie Financière Edmond de Rothschild Banque dans : Edmond de Rothschild Financial Services SA (France) (devenue Edrim Solutions) (fin en 2009), Equity Vision SA (France) (fin en 2009), EDRIM Solutions (France) (fin en mai 2012)</p> <p>Représentant permanent de Compagnie Financière Saint-Honoré dans Cogifrance SA (France) (fin en mai 2012) Censeur de Paris-Orléans SA, société cotée (France)</p>
MICHEL HALPÉRIN	MEMBRE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE MEMBRE DU COMITÉ DE RÉMUNÉRATION MEMBRE DU COMITÉ DE NOMINATION
<p>Né le 27 octobre 1948, de nationalité suisse 1^{re} nomination : 2 mars 2006 Échéance du mandat : 30 juin 2014 Ming Halpérin Burger Inaudi 5, avenue Léon-Gaud 1206 Genève Suisse</p>	<p>Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Néant</p> <p>Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Président d'honneur : Human Rights Watch, Comité International de Genève Président des Amis de Suisse de l'Université Ben-Gourion du Néguev Président du Conseil d'administration : Hôpitaux Universitaires de Genève (Suisse) Vice-Président du Conseil d'administration : BNP Paribas SA (Suisse) Membre du Conseil : Fondation Genève Place Financière (fin au 31 décembre 2012)</p> <p>Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandats énumérés ci-dessus ainsi que le mandat suivant :</p> <p>Député au Grand Conseil de la République et Canton de Genève (fin en 2009)</p>



<p>MARIE-JOSÉE KRAVIS</p>	<p>MEMBRE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE PRÉSIDENTE DU COMITÉ DES RISQUES ET STRATÉGIES</p>
<p>Née le 11 septembre 1949, de nationalité américaine 1^{re} nomination : 1^{er} juin 2010 Échéance du mandat : 30 juin 2016 625, Park Avenue New York, NY 10065 États-Unis</p>	<p>Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Néant Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Présidente : Musée d'art moderne (États-Unis) Senior Fellow : Hudson Institute (États-Unis) Membre du Conseil d'administration : Hudson Institute (États-Unis), Overseers, Memorial Sloan-Kettering Cancer Center (États-Unis), Qatar Museum Authority (Qatar) Membre du Comité international de conseillers : Banque fédérale de réserve à New York Journaliste Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandats énumérés ci-dessus et les mandats suivants : Membre du Conseil d'administration : LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA, société cotée (France), Robin Hood Foundation (États-Unis)</p>
<p>MARIE-CLAUDE MAYER</p>	<p>MEMBRE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE MEMBRE DU COMITÉ DES RISQUES ET STRATÉGIES</p>
<p>Née le 7 octobre 1947, de nationalité française 1^{re} nomination : 1^{er} juin 2010 Échéance du mandat : 30 juin 2016 Publicis Groupe SA 133, avenue des Champs-Élysées 75008 Paris France</p>	<p>Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Senior Vice President : Publicis Conseil SA (France) Représentant de Multi Market Services France Holdings au sein du Comité des actionnaires de Wefcos SAS (France) Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Néant Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Néant</p>
<p>VÉRONIQUE MORALI</p>	<p>MEMBRE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE MEMBRE DU COMITÉ DE RÉMUNÉRATION MEMBRE DU COMITÉ DES RISQUES ET STRATÉGIES</p>
<p>Née le 12 septembre 1958, de nationalité française 1^{re} nomination : 1^{er} juin 2010 Échéance du mandat : 30 juin 2016 Fimalac SA 97, rue de Lille 75007 Paris France</p>	<p>Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Présidente : Wefcos SAS (France) Représentant de Multi Market Services France Holdings au sein du Comité des actionnaires de Wefcos SAS (France) Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Présidente : Fimalac Développement (Luxembourg) Administrateur et Vice-Chairman : Fitch Group, Inc. (États-Unis) Présidente fondatrice : TF Co (anciennement dénommée Femmes Associées SAS) (France) Administrateur : Coca-Cola Entreprises Inc., société cotée (États-Unis), Fitch, Inc. (États-Unis), Fimalac SA, société cotée, Groupe Lucien Barrière SAS (France) Membre du Conseil de surveillance et Membre du Comité d'audit : Compagnie Financière Edmond de Rothschild Banque SA (France), Compagnie Financière Saint-Honoré SA (France) Présidente fondatrice de l'Association : Force Femmes, Terrafemina (France) Membre de la Fondation d'entreprise Elle Membre de l'établissement public : la Réunion des musées nationaux et du Grand Palais des Champs-Élysées (Rmn Gp) Membre de l'association : Le Siècle Gérante : Fimalac Services Financiers (société civile), Fimalac Tech Info (société civile) Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandats énumérés ci-dessus ainsi que les mandats suivants : Membre de la Commission de surveillance des investissements d'avenir Membre de l'Observatoire de la parité entre les femmes et les hommes Administrateur : Algorithmics (Canada) (fin en 2008), Fitch Risk Management (fin en 2008), Havas (France) (fin en 2010), Fcbs Gie Présidente de la Commission du dialogue économique (Medef) (fin en 2010) Membre du Comité stratégique de Ernst & Young</p>



GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Membres du Directoire et du Conseil de surveillance

2

HÉLÈNE PLOIX	MEMBRE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE MEMBRE DU COMITÉ D'AUDIT MEMBRE DU COMITÉ DES RISQUES ET STRATÉGIES
<p>Née le 25 septembre 1944, de nationalité française 1^{re} nomination : 25 juin 1998 Échéance du mandat : 30 juin 2016 Pechel Industries 162, rue du Faubourg-Saint-Honoré 75008 Paris France</p>	<p style="text-align: center;">Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Néant</p> <p style="text-align: center;">Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Présidente : Pechel Industries SAS (France), Pechel Industries Partenaires SAS (France), FSH Conseil SAS (France)</p> <p style="text-align: center;">Administrateur : Lafarge SA, société cotée (France), BNP Paribas SA, société cotée (France), Ferring SA (Suisse), Sofina (Belgique), Genesis Emerging Markets Fund Limited (Guernesey), Store Electronic System, société cotée (France)</p> <p style="text-align: center;">Représentant permanent de Pechel Industries Partenaires : Ypso Holding SA (Luxembourg), Laboratoires Goëmar, Goëmar Développement</p> <p style="text-align: center;">Gérante : Hélène Ploix SARL (France), Hélène Marie Joseph SARL (France), Sorepe société civile (France), Goëmar Holding (Luxembourg)</p> <p style="text-align: center;">Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandats énumérés ci-dessus ainsi que les mandats suivants : Présidente : Pechel Services SAS (France) Administrateur : Completel Europe NV (Pays-Bas) (fin en 2010)</p>
FELIX G. ROHATYN	MEMBRE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE
<p>Né le 29 mai 1928, de nationalité américaine 1^{re} nomination : 14 juin 2001 Échéance du mandat : 30 juin 2013 Lazard Frères & Co. LLC 30, Rockefeller Plaza, 62nd Fl. New York, NY 10020 États-Unis</p>	<p style="text-align: center;">Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Néant</p> <p style="text-align: center;">Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Président : FGR Associates LLC (États-Unis)</p> <p style="text-align: center;">Censeur : LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA, société cotée (France)</p> <p style="text-align: center;">Member : French American Foundation (États-Unis)</p> <p style="text-align: center;">Honorary Trustee : Carnegie Hall (États-Unis)</p> <p style="text-align: center;">Trustee : Center for Strategic and International Studies (CSIS) (États-Unis)</p> <p style="text-align: center;">Honorary Trustee Board : Middlebury College (États-Unis)</p> <p style="text-align: center;">Member Council : Foreign Relations (États-Unis)</p> <p style="text-align: center;">Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandats énumérés ci-dessus ainsi que les mandats suivants : Membre du Conseil de surveillance : Lagardère Groupe SA (France) (fin en 2008) Vice Chairman : Lehman Brothers (États-Unis) (fin en 2008)</p>
AMAURY DE SEZE	MEMBRE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE PRÉSIDENT DU COMITÉ DE RÉMUNÉRATION
<p>Né le 7 mai 1946, de nationalité française 1^{re} nomination : 25 juin 1998 Échéance du mandat : 30 juin 2016 GBL 24 avenue Manix B 1000 Bruxelles Belgique</p>	<p style="text-align: center;">Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Néant</p> <p style="text-align: center;">Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Vice Chairman : Corporation Financière Power du Canada Ltd</p> <p style="text-align: center;">Président du Conseil de surveillance : PAI Partners (France)</p> <p style="text-align: center;">Administrateur : Carrefour SA, société cotée (France), Imerys, société cotée (France), Suez Environnement, société cotée (France), BW Group, société cotée, GBL SA, société cotée (Belgique), Pargesa, société cotée (Suisse), Thales SA, société cotée (France)</p> <p style="text-align: center;">Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandats énumérés ci-dessus ainsi que les mandats suivants Président Conseil d'administration : Carrefour SA, société cotée (France) (fin en 2011) Administrateur : Erbe SA (Belgique)</p>
HENRI-CALIXTE SUAUDEAU	MEMBRE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE MEMBRE DU COMITÉ DE NOMINATION
<p>Né le 4 février 1936, de nationalité française 1^{re} nomination : 27 novembre 1987 Échéance du mandat : 30 juin 2018 Publicis Groupe SA 133, avenue des Champs-Élysées 75008 Paris France</p>	<p style="text-align: center;">Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Administrateur : Publicis Conseil SA</p> <p style="text-align: center;">Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Administrateur : Fondation Marcel Bleustein-Blanchet pour la Vocation</p> <p style="text-align: center;">Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandat énuméré ci-dessus</p>



<p>GÉRARD WORMS</p>	<p>MEMBRE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE PRÉSIDENT DU COMITÉ D'AUDIT MEMBRE DU COMITÉ DE NOMINATION</p>
<p>Né le 1^{er} août 1936, de nationalité française 1^{re} nomination : 25 juin 1998 Échéance du mandat : 30 juin 2016 Rothschild & Cie Banque 23 bis, avenue de Messine 75008 Paris France</p>	<p>Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe Membre du Conseil de surveillance : Médias & Régies Europe SA (France) Fonctions principales exercées en dehors du Groupe Vice Chairman : Rothschild Europe Membre du Conseil de surveillance : Métropole Télévision SA, société cotée (France) Censeur : SIACI Saint-Honoré SA (France) Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années Mandats énumérés ci-contre ainsi que les mandats suivants : Administrateur : Cofide SA, société cotée (Italie), Editions Atlas SA (France) (fin en 2012), Moonscoop (fin en 2012), Hamac (fin en 2012) Censeur : Degremont SA (France) (fin en 2012) Administrateur : Mercapital SA (Italie) (fin en 2011) Censeur et Membre du Conseil de surveillance : Paris-Orléans SA (France) (fin en 2008) Président : chaîne thématique Histoire SA</p>

2.1.3 RENOUVELLEMENTS AU COURS DE L'ANNÉE 2012

À compter du 1^{er} janvier 2012, l'ensemble des membres du Directoire à savoir M. Maurice Lévy, en tant que Président du Directoire, et MM. Kevin Roberts, Jack Klues, Jean-Yves Naouri et Jean-Michel Etienne a été renouvelé pour une durée de quatre années, par le Conseil de surveillance du 29 novembre 2011.

L'Assemblée générale des actionnaires du 29 mai 2012 a renouvelé le mandat de membre du Conseil de surveillance pour une durée de six ans de Mme Élisabeth Badinter et de M. Henri-Calixte Suaudeau. Leurs mandats expireront à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire appelé à statuer sur les comptes de l'exercice clos au 31 décembre 2017.

Par décision du 29 mai 2012, le Conseil de surveillance a renouvelé le mandat de Présidente du Conseil de surveillance de Mme Élisabeth Badinter pour la durée de son mandat de membre du Conseil qui a été renouvelé par l'Assemblée générale du même jour.

2.1.4 DÉPARTS AU COURS DE L'ANNÉE 2012

Le pacte entre Dentsu et Publicis prévoyait la représentation de Dentsu au sein du Conseil de surveillance de Publicis Groupe SA par deux membres aussi longtemps que Dentsu disposait d'au moins 10 % du capital. À l'issue de l'opération d'acquisition, par Publicis Groupe, de 18 millions d'actions détenues par Dentsu, réalisée le 17 février 2012, la participation de Dentsu a été réduite à 2,12 % du capital. En conséquence, MM. Ishii et Takashima, membres du Conseil de surveillance représentant Dentsu, ont remis leur démission au Conseil en date du 17 février 2012.

Au cours de l'année 2012, M. Jack Klues, membre du Directoire, a annoncé son départ à la retraite pour le 31 décembre 2012. Le Conseil de surveillance du 27 novembre 2012 a pris acte de cette demande de départ à la retraite pour la fin de l'année.



2.1.5 GOUVERNANCE

Hormis les liens de parenté existant entre Élisabeth Badinter – fille de Marcel Bleustein-Blanchet, fondateur de Publicis Groupe – son fils Simon Badinter et sa nièce Sophie Dulac, il n'existe à la connaissance de la Société aucun autre lien familial entre les mandataires sociaux de la Société.

Aucun membre n'a été désigné en qualité de représentant des salariés. Néanmoins, Marie-Claude Mayer a rejoint le Conseil de surveillance en qualité de salariée de Publicis Groupe. Il n'a pas été procédé à la nomination de Censeurs.

Au cours des cinq dernières années, à la connaissance de la Société :

- aucune condamnation pour fraude n'a été prononcée contre un membre du Directoire ou du Conseil de surveillance de Publicis Groupe ;
- aucun membre du Directoire ou du Conseil de surveillance n'a été associé à une faillite, mise sous séquestre ou liquidation ;
- aucune incrimination et/ou sanction publique officielle n'a été prononcée contre ces personnes par des autorités statutaires ou réglementaires ou des organismes professionnels ;
- aucun membre du Directoire ou du Conseil de surveillance de Publicis Groupe n'a été empêché par un tribunal d'agir en qualité de membre d'un organe d'administration, de direction ou de surveillance d'un émetteur, ni d'intervenir dans la gestion ou la conduite des affaires d'un émetteur.

2.1.6 CONFLITS D'INTÉRÊTS AU NIVEAU DES ORGANES DE DIRECTION, DE SURVEILLANCE ET DE DIRECTION GÉNÉRALE

Le Conseil de surveillance au 31 décembre 2012 est composé de 14 membres dont la liste figure ci-dessus (voir chapitre 2.1.2). Les règles en matière de gouvernement d'entreprise et les critères d'indépendance des membres du Conseil de surveillance adoptés par la Société sont détaillés aux chapitres 2.4 et 2.5.

Le règlement intérieur adopté par le Conseil de Surveillance du 27 novembre 2012 a confirmé les critères d'indépendance qui avaient été définis une première fois lors du Conseil de surveillance du 9 mars 2004. Compte tenu de la dissociation dans la Société des fonctions de direction et de contrôle et de la structure capitalistique, il a paru pertinent au Conseil de surveillance de considérer comme critères d'indépendance les éléments suivants :

- ne pas être salarié ou mandataire social de la Société, salarié ou administrateur de sa société mère ou d'une société qu'elle consolide et ne pas l'avoir été au cours des cinq années précédentes ;
- ne pas être mandataire social d'une société dans laquelle la Société détient directement ou indirectement un mandat d'administrateur ou dans laquelle un salarié désigné en tant que tel ou un mandataire social de la Société (actuel ou l'ayant été depuis moins de cinq ans) détient un mandat d'administrateur ;
- ne pas être client, fournisseur, banquier d'affaires, banquier de financement :
 - significatif de la Société ou de son Groupe,
 - ou pour lequel la Société ou son Groupe représente une part significative de l'activité ;
- ne pas avoir de lien familial proche avec un mandataire social ;
- ne pas avoir été auditeur de l'entreprise au cours des cinq années précédentes.

En effet, et conformément aux principes du code, le Conseil de surveillance s'est penché sur l'indépendance de ses membres et a analysé les critères qu'il souhaitait retenir. Le Conseil a écarté le critère de durée maximum de douze ans pour les mandats des membres du Conseil de surveillance, considérant que cette limitation de durée n'est pas adéquate pour les Conseils de surveillance, dont le rôle est fondamentalement différent de celui des Conseils d'administration pour lesquels ces critères ont été définis.

Il faut rappeler également que le code AFEP-Medef a été rédigé à l'attention de sociétés régies par un Conseil d'administration et que ce code prévoit explicitement que les sociétés à forme duale effectuent les adaptations nécessaires.

Le Conseil de surveillance n'est pas responsable de la gestion de la Société, qui relève du seul Directoire, mais de son orientation et de son contrôle permanent. Ce rôle a conduit le Conseil à considérer que la notion de durée d'exercice du mandat est sans effet sur l'indépendance par nature de la fonction de surveillance qu'il exerce ainsi que chacun de ses membres.

Hormis les éléments indiqués ci-dessus au 2.1.5 ainsi qu'au chapitre 2.9, il n'existe pas, à la connaissance de la Société, de liens familiaux ni de conflits potentiels entre les intérêts des membres du Conseil de surveillance ou du Directoire de la Société et leurs devoirs à l'égard de la Société. Il n'existe pas d'engagement ou d'accord conclu par la Société ou ses filiales avec des membres du Conseil de surveillance ou du Directoire de la Société qui donnerait droit à l'attribution d'avantages à la cessation de leurs fonctions ni aucune convention conclue entre la Société, ses filiales et ces personnes, autres que ceux décrits aux chapitres 2.7.1 et 2.9. Sauf s'il en est précisé autrement dans le chapitre 2.9, aucune désignation d'un membre du Conseil de surveillance ou du Directoire n'a été effectuée en application d'un engagement pris envers un actionnaire majeur, un client ou un fournisseur de la Société.



2.2 Informations sur le Comité exécutif (« P12 »)

Le Groupe est doté d'un Comité exécutif qui s'est réuni deux fois en 2012, en janvier et en septembre, pour une réunion d'une journée. Le P12 se réunit également mensuellement sous forme d'une téléconférence (à dix reprises en 2012) pour faire un point sur les résultats et les perspectives des différents réseaux.

Le Comité exécutif, présidé par Maurice Lévy, était composé au cours de l'année 2012 des personnes suivantes :

- Tom Bernardin, Chairman et CEO, Leo Burnett Worldwide ;
- Laura Desmond, CEO, Starcom MediaVest Group ;
- Mathias Emmerich, Senior VP, General Secretary, Publicis Groupe ;
- Jean-Michel Etienne, DGA Finances Publicis Groupe, membre du Directoire ;
- Olivier Fleurot, Executive CEO, MSLGROUP ;
- Steve King, CEO ZenithOptimedia Worldwide ;
- Jack Klues, CEO VivaKi, membre du Directoire ;
- Bob Lord, CEO Razorfish ;
- Jean-Yves Naouri, DGA Opérations Publicis Groupe, membre du Directoire, Président exécutif Publicis Worldwide ;
- Kevin Roberts, CEO Saatchi & Saatchi Worldwide, membre du Directoire.

Le Comité exécutif est l'instance de partage et d'élaboration des politiques et de la stratégie du Groupe qui permet d'assurer une fluidité de l'information entre les différentes marques et réseaux et de mettre en œuvre le mot d'ordre du Groupe « *No silos, no solos* ».

Il veille à la qualité créative et commence toutes ses réunions par une revue des créations les plus marquantes.

Il discute de la mise en œuvre des grandes politiques structurantes au niveau du Groupe :

- stratégie du Groupe ;
- position concurrentielle du Groupe ;
- définition des objectifs commerciaux et financiers ;
- suivi de la performance du Groupe et de chacun des réseaux ;
- politique d'attribution, de rétention, de rémunération et de gestion des talents ;
- politique d'investissement, notamment dans les technologies.

Le Comité exécutif est un organe essentiel permettant à Publicis Groupe de garantir la performance du Groupe dans la mesure où :

- il soude les dirigeants du Groupe autour de décisions collégiales par-delà les responsabilités particulières qui leur sont assignées ;
- il garantit un échange d'informations permanent permettant de mettre en œuvre des collaborations et des approches communes de grands clients ou d'évolutions du marché.



2.3 Le Strategic Leadership Team

Le Strategic Leadership Team (groupe de réflexion et de direction stratégique) a été créé mi-2011. Il s'est réuni en juillet 2012 à Paris. Le Strategic Leadership Team compte outre les membres du P12 un certain nombre de dirigeants de premier plan du Groupe qui représentent par leur responsabilité ou leur potentiel à la fois l'ensemble des activités du Groupe et également un vivier de dirigeants à fort potentiel de demain.

Sont membres du Strategic Leadership Team :

- Nick Colucci, CEO de Publicis Healthcare Communications Group ;
- Charlotte Duthoo, Directrice des achats ;
- Vaughn Emsley, responsable du compte P&G pour Saatchi & Saatchi et Publicis Groupe ;
- Susan Giannino, CEO de Publicis USA ;
- Anne-Gabrielle Heilbronner, Senior Vice-President Compliance & Legal ;
- Chris Kuenne, CEO de Rosetta ;
- Arthur Sadoun, CEO de Publicis Worldwide, en charge de la zone Europe de l'Ouest ;
- Robert Senior, CEO de Saatchi & Saatchi Fallon, EMEA ;
- Rich Stoddart, CEO de Leo Burnett, North America.

Les travaux visent à éclairer le Directoire et le P12 sur la stratégie du Groupe en bénéficiant de la vision complète et panoramique offerte par la diversité des participants tant en ce qui concerne leur rattachement que leur rôle et leur localisation géographique.



2.4 Fonctionnement des Comités du Conseil de surveillance

2.4.1 COMITÉ DE NOMINATION

En application de l'article 16 II, dernier alinéa, des statuts de la Société, il est institué par les articles 7 et suivants du règlement intérieur du Conseil de surveillance un Comité de nomination qui rapporte au Conseil de surveillance. Il est composé au minimum de trois membres et au maximum de cinq membres personnes physiques membres du Conseil de surveillance, désignés par celui-ci. Il peut s'adjoindre à titre exceptionnel ou permanent un consultant externe dont il fixe la rémunération.

Les membres du Comité de nomination sont désignés pour la durée de leur mandat de membre du Conseil de surveillance et peuvent être rééligibles dans les mêmes conditions que celles prévues à l'article 13 des statuts. Le Comité de nomination élit en son sein un Président qui dirige les travaux du Comité et qui en rend compte au Conseil de surveillance.

Les membres du Comité de nomination sont révocables *ad nutum* par le Conseil de surveillance, sans qu'il soit besoin de justifier la révocation. La nomination comme la révocation sont communiquées par lettre simple adressée à l'ensemble des membres du Comité. La moitié au moins des membres du Comité de nomination doit être présente pour délibérer valablement. Un membre ne peut se faire représenter.

Le montant des jetons de présence qui est alloué aux membres du Comité de nomination, pour chacune des réunions du Comité à laquelle ils participent, est fixé par le Conseil de surveillance dans le cadre du montant global maximum annuel des jetons de présence alloués à l'ensemble des membres du Conseil de surveillance par l'Assemblée générale des actionnaires.

La mission du Comité de nomination auprès du Conseil de surveillance est la suivante :

- proposer au Conseil de surveillance les candidatures en vue de la cooptation ou de la nomination des mandataires sociaux de Publicis Groupe par le Conseil de surveillance ou par l'Assemblée générale ;
- suivre l'évolution des dirigeants des principales filiales ou réseaux du Groupe.

Le Comité de nomination est composé de Mme Élisabeth Badinter en qualité de Présidente, M. Michel Cicurel et M. Henri-Calixte Suaudeau, M. Michel Halpérin, et M. Gérard Worms.

Le Comité s'est réuni cinq fois au cours de l'exercice 2012 et a rendu compte de ses travaux au Conseil de surveillance. Le taux de présence de ses membres a été de 100 %.

Le Comité, sur décision du Conseil de Surveillance, a élaboré une procédure en vue de la succession du Président du Directoire. Cinq séances au total ont été consacrées à cette réflexion et à l'audition des principaux dirigeants du groupe. Le travail se poursuit en 2013.

2.4.2 COMITÉ DE RÉMUNÉRATION

Les modalités de nomination des membres du Comité de rémunération et celles de son fonctionnement sont identiques à celles du Comité de nomination. La mission du Comité de rémunération auprès du Conseil de surveillance est la suivante :

- examiner et proposer au Conseil de surveillance la rémunération des mandataires sociaux ainsi que les attributions d'options de souscription ou d'achat d'actions de la Société, d'actions gratuites ou de tout instrument similaire ; proposer au Conseil de surveillance le montant des jetons de présence soumis à la décision de l'Assemblée générale ;
- d'une manière générale, examiner les politiques générales du Directoire en matière de rémunération, et d'attribution d'options, d'actions gratuites ou de performance ou de tout instrument similaire.

Le Comité de rémunération est composé de M. Amaury de Seze en qualité de Président, de Mme Claudine Bienaimé, de M. Michel Cicurel, de M. Michel Halpérin et de Mme Véronique Morali. Sur les cinq membres composant ce Comité, trois membres dont le Président, sont considérés comme indépendants : Amaury de Seze, Michel Cicurel et Michel Halpérin.

Le Comité s'est réuni cinq fois au cours de l'exercice 2012 et a rendu compte de ses travaux au Conseil de surveillance. Le taux de présence de ses membres a été de 96 %.

Le Comité a examiné la rémunération des membres du Directoire. Il a contrôlé l'application des règles de fixation de la partie variable et formulé ses recommandations sur le montant de celle-ci au titre de 2011, en fonction des performances réalisées au cours de cet exercice. Le Comité a examiné plus particulièrement la rémunération du Président du Directoire à partir de 2012 et formulé ses recommandations auprès du Conseil de surveillance, qui les a approuvées. A l'initiative du Président du Directoire ses nouvelles conditions de rémunération sont fondées à 100% sur les performances et ne comportent ni partie fixe, ni stock-options, ni actions de performance.. Il a constaté la réalisation de l'ensemble des



conditions auxquelles était subordonné le paiement de la rémunération conditionnelle différée du Président du Directoire. Il a ainsi proposé au Conseil de surveillance de fixer la rémunération conditionnelle différée à 16 035 969 euros et d'autoriser son versement. Il a par ailleurs examiné la rémunération de la Présidente du Conseil de surveillance. Il a constaté que la rémunération brute annuelle de la Présidente du Conseil de surveillance n'avait pas été augmentée depuis 1996. Le Comité a examiné la question de la revalorisation de cette rémunération afin de s'aligner sur les pratiques observées dans des sociétés comparables et a recommandé au Conseil de surveillance, qui l'a approuvé à l'unanimité, une hausse de cette rémunération.

Le Comité examine la rémunération des dirigeants des principales filiales ou réseaux du Groupe, et plus généralement les systèmes de rémunération incitative en vigueur pour les cadres de haut niveau dans le Groupe. D'une manière générale, la partie variable de la rémunération est liée à la performance annuelle et dépend de l'atteinte de résultats ou d'objectifs individuels définis à l'échelle de l'entité considérée, selon des modalités liées à l'histoire et aux décisions propres de ces entités. Suivant la recommandation du Comité, une harmonisation des systèmes a été menée avec la mise en place, depuis 2006, d'un nouveau système de calcul des enveloppes globales de bonus (*bonus pools*) à l'échelle des réseaux, dont le Comité a validé les principes. Les *bonus pools* sont calculés pour chaque réseau en fonction de la performance propre du réseau. Le Comité a examiné l'application du système pour la détermination des *bonus pools* depuis 2006. Le Comité est associé aux réflexions du Directoire portant sur le système de bonus ainsi que sur sa mise en œuvre. Le Comité a consacré plusieurs séances à l'examen du *say-on-pay*.

2.4.3 COMITÉ D'AUDIT

En application de l'article 16 II, dernier alinéa, des statuts de la Société, il est institué par les articles 6 et suivants du règlement intérieur du Conseil de surveillance, un Comité d'audit qui rapporte au Conseil de surveillance. Il est composé au minimum de trois membres et au maximum de cinq membres du Conseil de surveillance, désignés par celui-ci. Il peut s'adjoindre à titre exceptionnel ou permanent un consultant externe dont il fixe la rémunération. Les membres sont choisis pour leur compétence et leur expertise dans le domaine d'intervention du Comité. Ils sont désignés pour la durée de leur mandat de membre du Conseil de surveillance et peuvent être rééligibles dans les mêmes conditions que celles prévues à l'article 13 des statuts. Le Comité d'audit élit en son sein un Président qui dirige les travaux du Comité et en rend compte au Conseil de surveillance. Les membres du Comité d'audit sont révocables *ad nutum* par le Conseil de surveillance, sans qu'il soit besoin de justifier la révocation. La nomination comme la révocation sont communiquées par lettre simple adressée à l'ensemble des membres du Comité. De même que pour les membres des Comités de nomination et de rémunération, le montant des jetons de présence qui est alloué aux membres du Comité d'audit, pour chacune des réunions du Comité à laquelle ils participent, est fixé par le Conseil de surveillance dans le cadre du montant global maximum annuel des jetons de présence alloués à l'ensemble des membres du Conseil de surveillance par l'Assemblée générale des actionnaires.

Le Comité d'audit est composé de M. Gérard Worms, Président, Mme Claudine Bienaimé et Mme Hélène Ploix. M. Jean-Paul Morin a été désigné par le Comité en qualité d'expert permanent. M. Gérard Worms et Mme Hélène Ploix sont considérés comme membres indépendants tout en disposant de compétences particulières en matière financière et comptable.

Le Comité a pour rôle de superviser l'organisation et la mise en œuvre du contrôle interne du Groupe dans le but de s'assurer de la régularité et de la sincérité des comptes, de la qualité des procédures financières, ainsi que de la mise en œuvre des recommandations faites par les auditeurs externes. Il donne son opinion sur les budgets consacrés à l'audit externe du Groupe.

Le Comité s'est réuni cinq fois au cours de l'exercice 2012 en présence de la totalité de ses membres.

Le Comité a examiné un certain nombre de rapports de l'équipe d'audit interne qui effectue environ 80 audits de filiales, de départements ou de processus chaque année. Le Comité est tenu informé des fraudes ou tentatives de fraude dont le Groupe peut avoir connaissance. Il suit la mise en œuvre des recommandations des auditeurs.

Il a étudié le processus de réduction du nombre des sociétés du Groupe et la simplification des structures qui s'est poursuivie au cours de l'exercice 2012. Le Comité a constaté la suppression de 49 entités, après la disparition d'une cinquantaine de sociétés en 2011 comme en 2010.

Il s'est également concentré sur les honoraires des auditeurs notamment statutaires et se tient informé des contentieux importants existants au sein du Groupe. Le Comité suit enfin attentivement les travaux liés au contrôle interne et les principaux résultats en la matière lui sont communiqués régulièrement.



2.4.4 COMITÉ DES RISQUES ET STRATÉGIES

Créé lors du Conseil de surveillance du 8 mars 2011, le Comité et des risques et stratégies est composé de Mmes Marie-Josée Kravis (Présidente), Élisabeth Badinter, Marie-Claude Mayer, Véronique Morali et Hélène Ploix.

Le Comité est chargé à la fois d'examiner (en coordination avec le Comité d'audit) les risques auxquels la Société est exposée et les politiques et mesures correctives permettant de les maîtriser et les réduire ainsi que d'examiner les grandes options stratégiques et de développement qui s'offrent au Groupe et leur décision de mise en œuvre lors d'opérations de nature à engager la stratégie du Groupe dans son ensemble.

Le Comité s'est réuni deux fois en 2012. Au cours de cet exercice, il a examiné les progrès réalisés dans l'analyse des risques considérés comme prioritaires, se penchant notamment sur l'analyse des risques liés à la politique de croissance externe ainsi qu'aux risques relatifs au suivi des grands clients stratégiques. Le Comité a également procédé à l'actualisation de la cartographie des risques en septembre 2012 constatant que certains risques sont plus prégnants dans la conduite des opérations du Groupe, en particulier à cause de la détérioration de la conjoncture économique et de la forte concurrence pour attirer et retenir les talents. Le taux de présence de ses membres est de 90 %.



2.5 Rapport de la Présidente du Conseil de surveillance sur les conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil de surveillance et les procédures de contrôle interne

Au titre de mes fonctions de Présidente du Conseil de surveillance et conformément à l'article L. 225-68 alinéa 7 du Code de commerce, il m'appartient de rendre compte de la composition du Conseil et de l'application du principe de représentation équilibrée des femmes et des hommes en son sein, des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil, ainsi que des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place dans notre Groupe.

Les termes du présent rapport ont été approuvés par le Conseil de surveillance lors de sa séance du 13 février 2013.

Je rappelle que Publicis Groupe se réfère au code AFEP-Medef tel que mis à jour en avril 2010. Ce code de gouvernement d'entreprise peut être consulté in extenso sur le site Internet du Medef à l'adresse www.medef.fr.

Publicis Groupe applique l'ensemble des principes du code AFEP-Medef, sauf en ce qui concerne un des critères proposés par le code pour évaluer l'indépendance des membres du Conseil de surveillance et, conformément au code AFEP-Medef, s'en explique.

En effet, et conformément aux principes du code, le Conseil de surveillance s'est penché sur l'indépendance de ses membres et a analysé les critères qu'il souhaitait retenir. Le Conseil a écarté le critère de durée maximum de douze ans pour les mandats des membres du Conseil de surveillance, considérant que cette limitation de durée n'est pas adéquate pour les Conseils de surveillance, dont le rôle est fondamentalement différent de celui des Conseils d'administration pour lesquels ces critères ont été définis.

Il faut rappeler également que le code AFEP-Medef a été rédigé à l'attention de sociétés régies par un Conseil d'administration et que ce code prévoit explicitement que les sociétés à forme duale effectuent les adaptations nécessaires.

Le Conseil de surveillance n'est pas responsable de la gestion de la Société, qui relève du seul Directoire, mais de son orientation et de son contrôle permanent. Ce rôle a conduit le Conseil à considérer que la notion de durée d'exercice du mandat est sans effet sur l'indépendance par nature de la fonction de surveillance qu'il exerce ainsi que chacun de ses membres.

En outre, le Conseil a considéré que les spécificités du secteur de la communication et son évolution mondiale et technologique font que l'expérience acquise est d'une grande utilité pour l'exercice, par les membres du Conseil, de leurs responsabilités.

2.5.1 CONDITIONS DE PRÉPARATION ET D'ORGANISATION DES TRAVAUX DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

Depuis le 27 novembre 1987, Publicis Groupe SA a adopté le mode d'administration à Directoire et Conseil de surveillance, permettant de dissocier les pouvoirs de gestion de ceux de contrôle et d'instaurer un véritable équilibre des pouvoirs.

Le Directoire est l'instance collégiale décisionnaire de la Société. Les statuts prévoyaient que, pour les opérations visées aux alinéas 13 à 16 de leur article 12, l'assentiment préalable du Conseil de surveillance était nécessaire.

L'Assemblée générale du 4 juin 2007 a modifié les statuts de la Société pour permettre au Conseil de surveillance de déterminer chaque année les opérations visées à l'article 12 des statuts qui doivent être soumises à son assentiment préalable. Lors de sa séance du 13 février 2013, le Conseil de surveillance, reconduisant sa délibération du 8 février 2012, a décidé que l'acquisition ou la cession de tout bien immobilier, l'acquisition ou la cession d'entreprises pour une valeur supérieure à 5 % des capitaux propres de la Société ainsi que tout emprunt, toute émission d'obligations et d'actions dépassant ce même pourcentage des capitaux propres, seront soumis à l'assentiment préalable du Conseil de surveillance.

Ces dispositions sont reprises dans le règlement intérieur adopté par le Conseil de surveillance du 29 mars 2005 et modifié lors de sa réunion du 27 novembre 2012 dans sa dernière version, au même titre que des règles fondamentales comme celles touchant à l'indépendance des membres du Conseil, aux conflits d'intérêt, à la confidentialité. Le règlement fixe également les modalités de fonctionnement du Conseil et de ses quatre comités spécialisés ainsi que ses relations avec le Directoire. Dans le cadre de la prévention des délits d'initiés, les règles restrictives



établies par le Directoire à l'intention des initiés permanents du Groupe quant aux périodes autorisées pour les opérations sur les titres de la Société s'appliquent également aux membres du Conseil de surveillance.

Le règlement intérieur du Conseil de surveillance est disponible sur le site Internet du Groupe à l'adresse www.publicisgroupe.com.

Au cours de l'exercice 2012, le Conseil de surveillance a été composé de 16 membres jusqu'au 17 février 2012 puis de 14 membres (dont 7 femmes) après la démission des deux membres représentant la société japonaise Dentsu, MM. Ishii et Takashima, intervenue à l'issue de l'acquisition, par Publicis Groupe SA, de 18 millions d'actions détenues par Dentsu.

Le Conseil est composé de Mme Élisabeth Badinter, Présidente du Conseil, Mme Sophie Dulac, Vice-Présidente, de Mmes Claudine Bienaimé, Hélène Ploix, Marie-Claude Mayer, Véronique Morali et Marie-Josée Kravis, et de MM. Amaury de Seze, Gérard Worms, Michel Halpérin, Felix Rohatyn, Michel Cicurel, Simon Badinter et Henri-Calixte Suaudeau.

50 % des membres du Conseil sont des femmes.

Plus de la moitié des membres du Conseil sont considérés comme indépendants au regard des critères retenus par le Conseil, conformément aux recommandations du code AFEP-Medef.

Le Conseil de surveillance a vérifié que ses membres indépendants n'entretiennent aucune relation d'affaire significative avec le Groupe. Il a retenu, pour apprécier l'indépendance de ses membres, les critères proposés par le code AFEP-Medef en écartant pour les raisons exposées ci-dessus le critère lié à la durée maximale des mandats de douze ans soit :

- ne pas être salarié ou mandataire social de la Société, salarié ou administrateur de sa société mère ou d'une société qu'elle consolide et ne pas l'avoir été au cours des cinq années précédentes ;
- ne pas être mandataire social d'une société dans laquelle la Société détient directement ou indirectement un mandat d'administrateur ou dans laquelle un salarié désigné en tant que tel ou un mandataire social de la Société (actuel ou l'ayant été depuis moins de cinq ans) détient un mandat d'administrateur ;
- ne pas être client, fournisseur, banquier d'affaires, banquier de financement :
 - significatif de la Société ou de son Groupe,
 - ou pour lequel la Société ou son Groupe représente une part significative de l'activité ;
- ne pas avoir de lien familial proche avec un mandataire social ;
- ne pas avoir été auditeur de l'entreprise au cours des cinq années précédentes.

En application de ces critères, ont été considérés comme membres indépendants :

- Mme Hélène Ploix ;
- Mme Marie-Josée Kravis ;
- M. Michel Halpérin ;
- M. Felix Rohatyn ;
- M. Amaury de Seze ;
- M. Henri-Calixte Suaudeau ;
- M. Gérard Worms ;
- M. Michel Cicurel.

Le Conseil délibère en français et une équipe d'interprètes en anglais est à la disposition des membres qui le souhaitent. Il s'est réuni sept fois au cours de l'année avec un taux d'assiduité de 91 %. La durée moyenne des réunions est proche de quatre heures. Les documents nécessaires à l'examen des points à l'ordre du jour parviennent normalement aux membres du Conseil une semaine à l'avance. Le Directoire se tient à la disposition de tout membre du Conseil qui souhaiterait des éclaircissements ou des informations complémentaires. Afin de faciliter la participation des membres, notamment ceux résidant à l'étranger, le Conseil de surveillance a prévu dans son règlement intérieur la possibilité, pour un ou plusieurs membres, de participer aux réunions du Conseil par moyens de visioconférence ou de télécommunication et ce, dans le cadre prévu par la loi et la réglementation. Le Conseil a également prévu, dans son règlement intérieur, des règles strictes en matière de conflits d'intérêt : le principe y est posé que les membres du Conseil de surveillance doivent pouvoir exercer leur fonction en toute indépendance, l'un par rapport à l'autre et vis-à-vis du Directoire et que chaque membre s'engage, dès qu'il en a connaissance, à informer le Conseil de tout conflit d'intérêts réel ou potentiel. Durant l'année 2012, aucune situation de conflit d'intérêts n'a été identifiée par le Conseil ou par l'un de ses membres.

Les principaux points examinés et décisions prises par le Conseil de surveillance lors de ses réunions en 2012 ont été les suivants :

- lors de sa séance du 8 février 2012, le Conseil a pris connaissance du rapport de gestion du Directoire sur l'exercice écoulé et examiné les comptes sociaux et consolidés de l'exercice 2011, après avoir entendu le rapport du Comité d'audit. Il a fixé les limitations de pouvoirs du Directoire et les délégations qui lui sont données en matière de cautions, d'aval et de garanties. Il a débattu des conclusions de l'autoévaluation annuelle de ses travaux pour l'exercice 2011. Enfin, le Conseil, après avoir entendu le rapport du Comité de rémunération,



GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Rapport de la Présidente du Conseil de surveillance sur les conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil de surveillance et les procédures de contrôle interne

a fixé les conditions de rémunération du Président du Directoire à partir du 1^{er} janvier 2012 et pour la durée de son mandat, ainsi que les critères qualitatifs pour l'année 2012 et a demandé au Comité de rémunération de lui soumettre la rédaction détaillée des nouveaux accords ;

- le 14 février 2012, le Conseil a autorisé, conformément aux dispositions des articles L. 225-86 et suivants du Code de commerce, l'acquisition par Publicis Groupe SA des 18 millions d'actions proposées à la vente par Dentsu, actionnaire qui possédait plus de 10 % des droits de vote, et l'annulation de 10 759 813 actions dès leur acquisition ;
- le 6 mars 2012, après avoir entendu le rapport du Comité de rémunération, le Conseil a arrêté la partie variable de la rémunération des membres du Directoire au titre de l'exercice 2011. Le Conseil, en conséquence du renouvellement du mandat des membres du Directoire, à effet du 1^{er} janvier 2012, a confirmé les engagements contractuels existants relatifs aux éléments de rémunération, indemnités ou avantages susceptibles d'être dus aux membres du Directoire à la cessation de leurs mandats et fonctions (en précisant les droits éventuels aux actions gratuites) pour MM. Kevin Roberts, Jack Klues et Jean-Yves Naouri et a révisé les accords existants avec M. Jean-Michel Etienne ; il a reconduit à l'identique, à partir du 1^{er} janvier 2012, leurs rémunérations fixes et variables annuelles. Le Conseil a examiné la situation contractuelle du Président du Directoire, M. Maurice Lévy et les modalités de calculs de sa rémunération conditionnelle différée. Il s'est prononcé sur les projets de résolutions à soumettre à l'Assemblée générale des actionnaires ;
- lors de sa séance du 29 mai 2012, le Conseil de surveillance a renouvelé Mme Élisabeth Badinter en qualité de Présidente du Conseil. Il a pris connaissance du rapport de gestion du Directoire au 31 mars 2012 et examiné les comptes sociaux et consolidés trimestriels de la Société. La situation du Groupe à fin avril 2012 ainsi que les prévisions actualisées, ont été présentées. Le Directoire a rendu compte des garanties données par Publicis à ses filiales et a présenté les projets d'acquisitions de Bartle Bogle Hegarty et Neogama/BBH. Le Conseil, après avoir pris connaissance du rapport du Comité de rémunération, a autorisé l'exécution de la convention relative à la rémunération différée du Président du Directoire et le versement de son montant ;
- le 18 juillet 2012, le Conseil de surveillance a pris connaissance du rapport de gestion du Directoire au 30 juin 2012 et a examiné les comptes sociaux et consolidés semestriels de la Société, après avoir entendu le rapport du Comité d'audit, ainsi que les prévisions actualisées ; il a approuvé les termes détaillés des nouveaux accords définissant les conditions de rémunération du Président du Directoire et mandaté sa Présidente et le Président du Comité de rémunération pour signer ces accords ;
- lors de sa séance du 12 septembre 2012, le Directoire a présenté les tendances du marché fin 2012 et les perspectives pour 2013 ainsi que la situation du Groupe au 31 août. Le Conseil a donné, au Directoire, son assentiment préalable au projet de l'offre publique d'achat visant la totalité des actions de LBi. Le Conseil a entendu les rapports du Comité d'audit, du Comité de rémunération, du Comité des risques et stratégies, et du Comité de nomination et a travaillé sur la Gouvernance du Groupe ;
- enfin, lors de sa séance du 27 novembre 2012, le Conseil de surveillance a pris connaissance du rapport de gestion du Directoire au 30 septembre 2012 et a examiné les comptes sociaux et consolidés de la Société à cette date. La situation du Groupe à fin octobre ainsi que les prévisions actualisées ont été présentées. Le Conseil a également entendu les membres du Comité d'audit, du Comité de rémunération et du Comité de nomination. Concernant les sujets de Gouvernance, il s'est prononcé en faveur du projet du Directoire de soumettre au vote des actionnaires la rémunération des principaux dirigeants mandataires sociaux du Groupe (*say-on-pay*) et a décidé de proposer à l'Assemblée générale des actionnaires une réduction de la durée des mandats des membres du Conseil de surveillance ; le Conseil a également adopté une mise à jour de son règlement intérieur.

Le Conseil de surveillance effectue annuellement une autoévaluation de ses travaux, dont il examine la synthèse et tire les enseignements. Pour procéder à cette évaluation, chacun des membres du Conseil répond à un questionnaire ; les résultats sont synthétisés et commentés. La gestion des éventuels conflits d'intérêt est l'un des thèmes évoqués dans cette évaluation. Pour l'année 2012, cette évaluation a été menée par Mme Hélène Ploix, membre indépendant du Conseil de surveillance avec l'aide du secrétaire du Conseil, et ses conclusions ont été discutées lors de sa séance du 13 février 2013 pour l'exercice 2012.

Quatre comités spécialisés (Comité de nomination, Comité de rémunération, Comité d'audit et Comité des risques et stratégies) aident le Conseil de surveillance dans l'accomplissement de ses missions dans le but d'améliorer ainsi le gouvernement d'entreprise au sein du Groupe. Les règles de fonctionnement de ces quatre comités ont été précisées dans le règlement intérieur et sont décrites dans le document de référence aux chapitres 2.4.1/2/3/4.

Le Comité de nomination est composé de Mme Élisabeth Badinter, Présidente de ce Comité, MM. Henri-Calixte Suaudeau, Michel Cicurel, Michel Halpérin et Gérard Worms. Quatre de ses membres sont considérés comme indépendants au regard des critères retenus par le Conseil de surveillance.

Dans le cadre de la réflexion sur le management des principales entités du Groupe et dans la perspective de la succession du Président du Directoire, le Comité de nomination s'est réuni cinq fois en présence de l'ensemble de ses membres, consacrant trois séances entières à des rencontres avec des dirigeants du Groupe. Comme cela avait été indiqué dès le début du processus, le Conseil de surveillance tout comme le Comité de nomination entendent se donner le temps nécessaire pour examiner les questions de management et de succession à la tête du Groupe. Ce premier tour d'horizon a convaincu les membres du Comité de la qualité de l'équipe dirigeante du Groupe dans toutes ses composantes et du potentiel des différents dirigeants du Groupe. Comme prévu dès l'origine, le processus prendra du temps et se poursuivra dans les mois à venir.



Le Comité de rémunération est composé de M. Amaury de Seze, Président du Comité, de MM. Michel Halpérin, Michel Cicurel, Mmes Claudine Bienaimé et Véronique Morali. Le Comité qui compte trois membres indépendants et est présidé par l'un d'entre eux, a pour rôle principal d'examiner et proposer la rémunération des mandataires sociaux de notre Société, et de valider les politiques générales du Groupe en matière de rémunération et d'attribution d'options sur actions, d'actions de performance ou de tout autre instrument de rémunération.

Le Comité de rémunération s'est réuni cinq fois au cours de l'exercice 2012, le taux de présence est de 96 %. Il a examiné, au cours de ses différentes séances de l'année 2012, les questions relatives à la rémunération du Président et des membres du Directoire (parties fixes et variables) et proposé au Conseil de surveillance les décisions à prendre les concernant. Il a également pris connaissance des rémunérations des autres membres du Comité exécutif (P12) à titre d'information. Il a examiné les questions relatives à la politique de rémunération en actions et notamment le LTIP 2012 ainsi que la poursuite du programme de distribution d'actions gratuites à l'ensemble des salariés. Le Comité a pris connaissance de la politique de bonus en fonction des résultats du Groupe comme de chacun des grands réseaux.

Les principes et les règles arrêtés par le Conseil de surveillance pour déterminer les rémunérations et avantages de toute nature accordés aux mandataires sociaux sont décrits au chapitre 2.7.1 du document de référence établi pour l'exercice 2012. Les principaux éléments de la politique d'attribution des options sur actions et des actions de performance sont décrits à la note 28 des comptes consolidés présentés dans le document de référence.

Il est rappelé que lors de sa réunion du 2 décembre 2008, après avoir entendu les observations du Comité de rémunération, le Conseil de surveillance a examiné les recommandations AFEP-Medef du 6 octobre 2008 sur la rémunération des dirigeants mandataires sociaux des sociétés cotées.

Le Conseil a considéré que ces recommandations s'inscrivaient dans la démarche de gouvernement d'entreprise du Groupe et constaté que les engagements existant vis-à-vis des membres du Directoire étaient conformes à ces recommandations.

Le Comité des risques et stratégies est composé de Mme Marie-Josée Kravis, Présidente du Comité, Mmes Élisabeth Badinter, Marie-Claude Mayer, Véronique Morali et Hélène Ploix. Il s'est réuni deux fois au cours de l'année ; le taux de présence est de 90 %. Il a examiné la cartographie des risques du Groupe et les mesures mises en œuvre pour les limiter. Le Comité a analysé en détail quelques-uns des risques majeurs du Groupe et notamment les risques liés à la politique de croissance externe et les risques liés à la gestion des clients importants. Il a également discuté des grandes options stratégiques en termes de développement et d'acquisitions.

Le Comité d'audit est composé de M. Gérard Worms, Président de ce Comité, Mmes Hélène Ploix et Claudine Bienaimé. M. Jean-Paul Morin a été désigné par le Comité en qualité d'expert permanent. Le Comité supervise l'organisation et la mise en œuvre de l'audit du Groupe, veille à la qualité de son contrôle interne et s'assure de la régularité et de la sincérité des comptes. Le Comité d'audit est régulièrement informé tant du programme, des résultats et des mesures correctives mises en œuvre à la suite des dispositifs de contrôles internes que du résultat des missions d'audit interne et de leur suite, ainsi que des principaux litiges en cours et de leur évolution. Il est également informé de toutes les fraudes ou tentatives de fraudes dont le Groupe aurait pu avoir connaissance. Il suit la mise en œuvre des recommandations faites par les auditeurs externes et donne son opinion sur les budgets consacrés à l'audit externe du Groupe. Le Comité d'audit donne un avis sur la nomination des auditeurs externes et valide la proposition de nomination faite par le Directoire. Du fait de leurs parcours professionnels, Mme Hélène Ploix et M. Gérard Worms, membres indépendants du Comité, disposent de compétences particulières en matière financière et comptable.

Publicis Groupe s'appuie sur les recommandations du rapport – commandé par l'AMF – du groupe de travail sur le Comité d'audit présidé par Olivier Poupart-Lafarge, dans la définition et la tenue des travaux de son Comité d'audit.

Le Comité d'audit s'est réuni cinq fois au cours de l'exercice 2012 en présence de la totalité de ses membres. Le Conseil de surveillance a entendu le Comité d'audit qui a émis son opinion sur l'arrêté des comptes, et plus généralement sur les procédures de contrôle interne qui font l'objet de la seconde partie de ce rapport. Les travaux du Comité d'audit au cours de l'exercice 2012 sont décrits au paragraphe « Comité d'audit » du chapitre 2.4.3 du document de référence.

Les accords concernant un éventuel changement de contrôle ou susceptibles d'avoir une influence en cas d'offres publiques d'acquisition sont présentés au chapitre 6.2.3 du document de référence.

S'agissant des Assemblées générales, les modalités de participation des actionnaires aux assemblées sont exposées aux articles 19 à 24 des statuts de la Société.



GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Rapport de la Présidente du Conseil de surveillance sur les conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil de surveillance et les procédures de contrôle interne

2.5.2 PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE ET DE GESTION DES RISQUES

I. Objectifs et organisation

Le dispositif de contrôle interne et de gestion des risques est pleinement intégré à la gestion opérationnelle et financière du Groupe. Il a vocation à couvrir l'intégralité des activités et structures du Groupe. La politique de contrôle interne et de gestion des risques du Groupe, validée par le Directoire et relayée à tous les échelons du Groupe, vise à fournir une assurance raisonnable sur la réalisation des objectifs du Groupe quant à :

- la réalisation et l'optimisation des opérations, en ligne avec les orientations fixées par le Directoire ;
- la fiabilité des informations financières ;
- la conformité aux lois et réglementations en vigueur ;
- la gestion et maîtrise des risques stratégiques, opérationnels et financiers.

Les objectifs de ce dispositif, tels que validés par le Directoire et présentés au Comité d'audit sont de permettre :

- une veille continue visant à identifier les risques et opportunités ayant une éventuelle incidence sur l'atteinte des objectifs stratégiques du Groupe ;
- une communication appropriée autour des risques permettant de contribuer au processus de prise de décision ;
- un suivi régulier de l'efficacité du dispositif du contrôle interne et de gestion des risques du Groupe.

Le Groupe s'est doté d'une fonction Compliance & Legal lui permettant un suivi formel et centralisé du dispositif du contrôle interne. Cette fonction regroupe la Direction de l'audit interne, la Direction Juridique et la Direction du contrôle interne et de gestion des risques. La Senior Vice President (SVP) Compliance & Legal est rattachée au Président du Directoire du Groupe et dispose d'un accès direct au Président du Comité d'audit. Les leviers permettant d'avoir une vision plus large des risques se trouvent ainsi réunis, ce qui concourt à l'objectif d'une meilleure maîtrise des risques dans l'ensemble de l'organisation.

Le dispositif de contrôle interne et de gestion des risques du Groupe s'appuie dans son organisation sur le référentiel COSO II (Committee Of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) ainsi que sur le cadre de référence défini par l'AMF.

2. Dispositif de contrôle interne

Publicis Groupe a défini un référentiel fondé sur les valeurs du Groupe qui y sont exposées, et contenant des principes et règles pratiques de conduite et d'éthique, de responsabilité sociale ainsi que toutes les autres pratiques permettant de mener les opérations des entités du Groupe dans le respect des règles, lois et législations. Ce référentiel, applicable à tous les niveaux hiérarchiques du Groupe, établit des règles de conduite à cet effet : « *The way we behave and the way we operate* ». Ce référentiel est dénommé « Janus » ; il est distribué dans tous les réseaux et est accessible en ligne à l'ensemble des collaborateurs du Groupe.

Les procédures relatives à l'établissement de l'information comptable et financière, à la maintenance de la sécurité des systèmes d'information ainsi que celles relatives à la mise en œuvre des processus opérationnels majeurs y sont mentionnées d'une manière détaillée, favorisant la cohérence des traitements à tous les niveaux du Groupe et des réseaux.

Ce référentiel constitue la base du dispositif de contrôle interne du Groupe.

Celui-ci est également renforcé par un réseau de centres de services partagés qui a été mis en place par le Groupe de manière systématique depuis 1996 afin de répondre aux enjeux d'une activité qui repose sur un grand nombre d'agences. Ce réseau est piloté par la direction opérationnelle du Groupe, les fonctions juridiques et les fonctions financières des centres de services partagés étant respectivement sous la responsabilité fonctionnelle de la Direction juridique et la Direction financière du Groupe. Le réseau des centres de services partagés couvre désormais plus de 90 % des revenus du Groupe.

Le déploiement du dispositif de contrôle interne se fait grâce à l'implication du Directoire, de la Direction financière, de la Direction des opérations, de la Direction de l'audit interne, de la Direction du contrôle interne et de gestion des risques ainsi que des directions opérationnelles des réseaux. Pour les acquisitions du Groupe, le déploiement du dispositif de contrôle interne s'effectue généralement dans les douze mois suivant la date d'acquisition. Les acquisitions sont sujettes à une attention particulière lors de l'élaboration du plan d'audit annuel.

3. Suivi de l'efficacité du système de Contrôle Interne

La Direction générale est responsable du dispositif de contrôle interne du Groupe. La SVP Compliance & Legal rend compte, de manière régulière, au Comité d'audit et à la Direction générale de la qualité du dispositif de contrôle interne du Groupe. Ce dispositif repose sur les moyens suivants :



a) Les missions de l'Audit Interne

Les équipes d'audit effectuent des missions d'évaluation du contrôle interne couvrant les différents processus financiers et opérationnels au niveau des entités du Groupe, suivant un plan d'audit annuel. Ce plan d'audit est élaboré à partir de l'analyse des risques, des événements passés et de requêtes spécifiques de la Direction générale ; il est validé chaque année par le Président du Directoire et par le Comité d'audit.

L'audit interne réalise des audits d'entités et mène également des missions d'audit spéciales couvrant des sujets spécifiques et transverses à divers niveaux dans le Groupe.

Les missions d'audit interne font l'objet d'un rapport communiqué au Président du Directoire du Groupe et d'un suivi des recommandations et plans d'action. Une synthèse de toutes les missions réalisées, y compris les missions spéciales, est présentée lors de chaque réunion du Comité d'audit.

Le suivi des plans d'action résultant des recommandations d'audit est effectué en central à l'aide d'une application informatique dédiée. En outre, une mission annuelle de suivi est programmée au plan d'audit et des missions spécifiques de suivi sont lancées lorsque les indicateurs de mise en œuvre des plans d'actions, suivis en central, ne sont pas conformes aux engagements pris par les entités auditées. Le bilan de la mise en œuvre des recommandations issues des audits est présenté régulièrement aux Directeurs financiers des réseaux du Groupe ainsi qu'au Comité d'audit du Conseil de surveillance.

L'audit interne dispose d'un appui externe en tant que de besoin et en particulier lorsque des compétences ou des techniques particulières sont nécessaires pour conduire les investigations.

b) Financial Monitoring Controls Program

Publicis Groupe a également mis en place un programme intitulé Financial Monitoring Controls (FMC) qui consiste en une sélection de contrôles clés, établis par processus et mis en œuvre dans toutes les entités du Groupe.

Le suivi du déploiement et de la mise en œuvre des contrôles clés se fait à deux niveaux :

- une autoévaluation mensuelle, soumise par toutes les entités du Groupe, contribue à leur responsabilisation sur l'efficacité de leurs contrôles ;
- des équipes dédiées, intitulées équipes FMC, sont déployées au niveau des différents réseaux et évaluent l'efficacité des contrôles au sein des entités. Ces équipes sont rattachées à la Direction financière de chaque réseau ainsi qu'à la Direction du contrôle interne et de gestion des risques du Groupe qui assure leur pilotage, anime leurs travaux et en effectue la synthèse. Ces équipes suivent un plan de contrôle couvrant annuellement plus de 65 % du revenu consolidé du Groupe.

c) Le suivi de la Direction juridique

La Direction juridique du Groupe effectue un suivi régulier des risques liés aux litiges dans le Groupe. Une synthèse des litiges significatifs, ainsi qu'une évaluation de leurs impacts potentiels, est présentée à la Direction générale du Groupe tous les trimestres.

4. Dispositif de gestion des risques

Tous les quinze jours, un « Comité de Groupe » réunissant autour du Président du Directoire, le Directeur général délégué, le Directeur financier, le Secrétaire Général et la SVP Compliance & Legal fait le point sur les grands risques auxquels est soumise l'activité du Groupe.

En liaison avec la Direction générale, les directions opérationnelles des réseaux sont particulièrement impliquées dans le suivi des risques liés aux grands contrats ou à l'activité dans les pays émergents. Elles analysent de manière continue l'exposition du Groupe à la perte de contrats significatifs, aux risques de conflit d'intérêt ou à l'évolution des clauses contractuelles.

La Direction des ressources humaines communique régulièrement à la Direction générale le résultat de ses analyses sur l'attraction et la rétention des talents, ainsi que sur les risques associés à la perte éventuelle de dirigeants clés.

Les risques relatifs à l'information comptable, à la politique de croissance externe, à la gestion de la position de liquidité, du change, de la dette du Groupe ou de la fiscalité, sont suivis par la Direction financière, en lien avec la Direction générale.

Les risques associés à l'information comptable et financière font également l'objet d'un contrôle détaillé, piloté par la Direction du contrôle interne et gestion des risques, sur la base de laquelle le dispositif FMC (Financial Monitoring Controls) est défini.

La formalisation du suivi du dispositif de gestion des risques a commencé en 2008 avec la mise en place d'une cartographie des risques. L'ensemble des risques pouvant avoir un impact sur les finances, les opérations ou l'image du Groupe y est répertorié. Ces impacts font l'objet d'une évaluation et une probabilité d'occurrence est estimée pour chaque risque recensé ; un niveau de risque inhérent est déterminé ainsi qu'un niveau de risque résiduel après prise en compte du dispositif de maîtrise.



2

GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Rapport de la Présidente du Conseil de surveillance sur les conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil de surveillance et les procédures de contrôle interne

La cartographie des risques est mise à jour régulièrement de façon à permettre un renforcement dynamique du dispositif de maîtrise des risques.

En 2012, la cartographie a notamment fait l'objet d'une actualisation à mi-année et a été présentée et discutée au Comité des risques et stratégies de mars 2012 puis à celui du 12 septembre 2012. En outre, des études détaillées de certains risques majeurs ont été effectuées notamment pour ce qui concerne les acquisitions et leur intégration dans le Groupe ou la gestion des clients importants. Ces analyses ont été présentées au Comité stratégique et des risques ; elles ont été accompagnées de propositions de plan d'actions destiné à limiter le niveau de risque résiduel et ont servi de base, parmi d'autres éléments, à la définition du plan d'audit pour 2013.

Fait à Paris, le 13 février 2013,

Élisabeth Badinter



2.6 Rapport des commissaires aux comptes sur le rapport de la Présidente du Conseil de surveillance

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES, ÉTABLI EN APPLICATION DE L'ARTICLE L. 225-235 DU CODE DE COMMERCE SUR LE RAPPORT DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE DE LA SOCIÉTÉ PUBLICIS GROUPE

En notre qualité de commissaires aux comptes de la société Publicis Groupe et en application des dispositions de l'article L. 225-235 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par la Présidente du Conseil de surveillance de votre Société conformément aux dispositions de l'article L. 225-68 du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2012.

Il appartient à la Présidente d'établir et de soumettre à l'approbation du Conseil de surveillance un rapport rendant compte des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place au sein de la Société et donnant les autres informations requises par l'article L. 225-68 du Code de commerce relatives notamment au dispositif en matière de gouvernement d'entreprise.

Il nous appartient :

- de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations contenues dans le rapport de la Présidente, concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, et ;
- d'attester que ce rapport comporte les autres informations requises par l'article L. 225-68 du Code de commerce, étant précisé qu'il ne nous appartient pas de vérifier la sincérité de ces autres informations.

Nous avons effectué nos travaux conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France.

Informations concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière

Les normes d'exercice professionnel requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière contenues dans le rapport de la Présidente. Ces diligences consistent notamment à :

- prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière sous-tendant les informations présentées dans le rapport de la Présidente ainsi que de la documentation existante ;
- prendre connaissance des travaux ayant permis d'élaborer ces informations et de la documentation existante ;
- déterminer si les déficiences majeures du contrôle interne relatif à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière que nous aurions relevées dans le cadre de notre mission font l'objet d'une information appropriée dans le rapport de la Présidente.

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière contenues dans le rapport de la Présidente du Conseil de surveillance, établi en application des dispositions de l'article L. 225-68 du Code de commerce.

Autres informations

Nous attestons que le rapport de la Présidente du Conseil de surveillance comporte les autres informations requises à l'article L. 225-68 du Code de commerce.

Courbevoie et Paris-La Défense, le 2 avril 2013

Les commissaires aux comptes

Loïc Wallaert

MAZARS

Anne-Laure Rousselou

ERNST & YOUNG et Autres

Jean Bouquot

Christine Staub



2.7 Rémunération et avantages

En application de la loi du 3 juillet 2008 transposant la directive communautaire 2006/46/CE du 14 juin 2006, Publicis Groupe déclare que, depuis l'exercice 2008, il se réfère au code AFEP-Medef ainsi modifié pour l'élaboration du rapport prévu à l'article L. 225-68 du Code de commerce.

Lors de sa réunion du 2 décembre 2008, le Conseil de surveillance de Publicis Groupe a examiné les recommandations AFEP-Medef du 6 octobre 2008 sur la rémunération des dirigeants mandataires sociaux des sociétés cotées.

Il a considéré que ces recommandations s'inscrivaient dans la démarche de gouvernement d'entreprise du Groupe et constaté que les engagements existants vis-à-vis des membres du Directoire étaient d'ores et déjà conformes à ces recommandations.

Depuis cette date, le Conseil de surveillance veille en permanence à ce que les décisions qu'il prend sur la rémunération des dirigeants mandataires sociaux soient conformes aux recommandations du code AFEP-Medef.

2.7.1 RÉMUNÉRATION FIXE, VARIABLE ET CONDITIONNELLE

La rémunération totale incluant les avantages de toute nature versée durant l'exercice clos le 31 décembre 2012 à chaque mandataire social, tant par la Société que par des sociétés contrôlées par la Société au sens de l'article L. 233-3 du Code de commerce, est indiquée ci-après. Cette rémunération comprenant, pour certains mandataires sociaux, une partie fixe et une partie variable, le montant de la partie fixe incluse dans la rémunération totale est signalé. La partie variable est fonction des performances et de l'atteinte d'objectifs quantitatifs et qualitatifs pour les membres du Directoire. La rémunération globale est exprimée en euros. Les montants indiqués sont les montants bruts avant prélèvements sociaux et fiscaux.

La recommandation sur la rémunération des dirigeants mandataires sociaux de sociétés dont les titres sont admis aux négociations sur un marché réglementé émise par l'AFEP-Medef en octobre 2008 propose une présentation standardisée des rémunérations des dirigeants mandataires sociaux de ces sociétés. Le tableau de synthèse de ces rémunérations figure ci-dessous, les tableaux standardisés reprenant les différents éléments de ces rémunérations figurent en annexe du présent chapitre. Par souci de clarté, nous avons dissocié pour M. Maurice Lévy sa rémunération annuelle et sa rémunération conditionnelle différée au titre des exercices 2003 à 2011 dans chacun des tableaux présentés lorsque cela était pertinent.



Rémunérations (en euros) versées durant l'exercice 2012 (montants bruts avant prélèvements sociaux et fiscaux)

	Rémunération brute totale 2012 dont :	Partie fixe	Partie variable ⁽⁴⁾	Jetons de présence	Avantages en nature ⁽⁵⁾	Rémunération brute totale 2011	Dont partie fixe
Membres du Directoire							
Maurice Lévy ⁽⁸⁾	2 696 800	0	2 696 800	-	-	3 600 000	900 000
Maurice Lévy - Rémunération différée ⁽⁸⁾	16 035 969	0	16 035 969	-	-	-	-
Jack Klues ⁽¹⁾	2 419 856	856 075	1 540 935	-	22 846	2 307 904	791 131
Kevin Roberts ⁽¹⁾⁽³⁾	3 499 675	778 250	2 688 075	-	33 350	3 088 528	719 210
Jean-Yves Naouri	1 600 000	700 000	900 000	-	-	1 400 000	700 000
Jean-Michel Etienne ⁽²⁾	949 200	517 200	432 000	-	-	924 000	540 000
Membres du Conseil de surveillance							
Élisabeth Badinter ⁽¹¹⁾	237 939	182 939	-	55 000	-	252 939	182 939
Sophie Dulac	25 000	-	-	25 000	-	35 000	-
Henri-Calixte Suaudeau	45 000	-	-	45 000	-	55 000	-
Monique Bercault	-	-	-	-	-	15 000	-
Hélène Ploix	65 000	-	-	65 000	-	60 000	-
Gérard Worms	60 000	-	-	60 000	-	65 000	-
Amaury de Seze	75 000	-	-	75 000	-	70 000	-
Simon Badinter ⁽⁶⁾⁽⁹⁾	451 539	210 127	193 672	35 000	12 740	436 779	193 467
Michel Cicurel	70 000	-	-	70 000	-	65 000	-
Felix G. Rohatyn	35 000	-	-	35 000	-	35 000	-
Michel Halpérin	50 000	-	-	50 000	-	40 000	-
Tatsuyoshi Takashima	5 000	-	-	5 000	-	15 000	-
Claudine Bienaimé	100 000	-	-	100 000	-	95 000	-
Tadashi Ishii	5 000	-	-	5 000	-	20 000	-
Marie-Claude Mayer ⁽⁷⁾	370 350	250 350	80 000	40 000	-	336 432	250 000
Véronique Morali ⁽¹⁰⁾	210 331	130 331	-	80 000	-	152 778	122 778
Marie-Josée Kravis	35 000	-	-	35 000	-	20 000	-

(1) La rémunération au titre de ces contrats est déterminée et versée en dollars US. La conversion en euros est effectuée au cours moyen de 1 \$ = 0,77825 € en 2012 et de 1 \$ = 0,71921 € en 2011.

(2) La rémunération versée en 2012 a été réduite de 22 800 €, au titre d'une régularisation sur l'exercice antérieur.

(3) La partie variable inclut un versement annuel de pension conformément au contrat.

(4) Montants versés en 2012 au titre de l'exercice 2011 (sous réserve des notes 3 et 8).

(5) Les avantages en nature correspondant aux facilités d'utilisation d'un véhicule de fonction ne sont pas mentionnés lorsqu'ils représentent un montant négligeable.

(6) M. Simon Badinter, membre du Conseil de surveillance et membre du Directoire de Medias et Régies Europe est titulaire d'un contrat de travail avec cette société.

(7) Mme Marie-Claude Mayer, membre du Conseil de surveillance, est titulaire d'un contrat de travail avec Publicis Conseil.

(8) La partie variable comprend 2 700 000 € relative à l'exercice 2011 et 16 035 969 € de rémunération conditionnelle différée relative aux exercices 2003 à 2011 (voir page 75). La rémunération versée en 2012 a été réduite de 3 200 € au titre d'une régularisation sur exercice antérieur.

(9) La rémunération fixe est déterminée et versée en dollars US. La rémunération variable est déterminée en euros et versée en dollars US (cours de conversion : cf (1)).

(10) Mme Véronique Morali est rémunérée au titre de ses fonctions de Présidente du Women's Forum for the Economy and Society.

(11) À compter du 1^{er} novembre 2012, la rémunération mensuelle de Mme Elisabeth Badinter, qui n'avait pas été augmentée depuis 1996, a été portée de 15 245 € à 20 000 € après étude des niveaux de rémunération constatés dans les sociétés comparables. L'augmentation relative aux mois de novembre 2012 et décembre 2012 a été régularisée en 2013.



GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Rémunération et avantages

2

Le 29 novembre 2011, le Conseil de surveillance a décidé de renouveler les mandats de tous les membres du Directoire, venant à échéance le 31 décembre 2011, pour une nouvelle période de quatre ans à compter du 1^{er} janvier 2012. À la suite de ces décisions, le Conseil de surveillance a examiné et, suivant les cas, reconduit ou fixé la rémunération de chaque membre du Directoire. Le Conseil de surveillance fixe les conditions de collaboration des membres du Directoire après avoir entendu les recommandations du Comité de rémunération. La rémunération annuelle des membres du Directoire comporte une partie fixe (salaire et avantages en nature), et une partie variable, définie par référence au salaire fixe, à l'exception de celle de M. Maurice Lévy qui, à partir de 2012, est entièrement variable. Le montant de la partie variable est fonction de la performance individuelle et de l'atteinte d'objectifs quantitatifs et qualitatifs, liés aux résultats de la Société ; le niveau d'atteinte des objectifs est évalué par le Conseil de surveillance après avoir entendu les recommandations du Comité de rémunération à l'issue de l'exercice. La partie variable de la rémunération afférente à un exercice est donc déterminée et versée au cours de l'exercice suivant.

Dans le cadre du nouveau mandat des membres du Directoire, les conditions de rémunération de ces derniers ont été reconduites en 2012 sans changement, à l'exception de celles relatives à son Président M. Maurice Lévy (voir chapitre 2.7.3).

À compter du 1^{er} janvier 2012, à sa demande, M. Maurice Lévy ne reçoit pas de rémunération fixe. Sa rémunération est entièrement variable et est déterminée chaque année sur la base de quatre critères de performance quantitatifs (la croissance organique du revenu, le taux de résultat net, l'évolution du bénéfice net par action dilué du Groupe, comparés à ceux des trois autres groupes mondiaux de communication (Omnicom, WPP et IPG) et le TSR (*Total Shareholder Return*) et de critères qualitatifs. Pour 2012, les critères qualitatifs portent sur la préparation du management futur et le développement du Groupe dans le numérique. La rémunération totale annuelle est plafonnée à un maximum de 5 000 000 euros et peut varier de 0 à ce plafond.

Les principaux critères de détermination de la rémunération variable des autres membres du Directoire ont été les suivants pour l'exercice 2012 :

- M. Kevin Roberts : la croissance du revenu et de la marge opérationnelle de Saatchi & Saatchi par rapport aux objectifs, et une évaluation qualitative pour un maximum de 240 % de sa rémunération fixe. À cette partie variable annuelle s'ajoute un versement annuel de pension en application d'engagements pris lors de l'acquisition de Saatchi & Saatchi, qui ont été repris dans le contrat en cours décrit plus loin ;
- M. Jack Klues : la croissance du revenu et de la marge opérationnelle de VivaKi, par rapport aux objectifs, et une évaluation qualitative pour un maximum de 240 % de sa rémunération fixe ;
- M. Jean-Yves Naouri : l'atteinte d'objectifs qualitatifs dans les domaines qui lui sont confiés (Opérations Groupe) et en particulier le plan de développement sur le marché chinois, ainsi que la croissance du revenu et de la marge opérationnelle de Publicis Healthcare Communications Group, des plateformes de production par rapport aux objectifs ainsi que de Publicis Worldwide et de Rosetta, pour un maximum de 100 % de sa rémunération fixe ;
- M. Jean-Michel Etienne : la marge opérationnelle et le taux de résultat net du Groupe, la gestion de la trésorerie, des frais de personnel et l'atteinte d'objectifs qualitatifs propres à son activité, pour un maximum de 80 % de sa rémunération fixe.

Dans le cadre de l'enveloppe globale maximum des jetons de présence votée par l'Assemblée générale des actionnaires, il a été versé en 2012 à chacun des membres du Conseil de surveillance un montant de 5 000 euros pour chacune des réunions à laquelle il a assisté en 2011. Un montant de 5 000 euros a été versé à chacun des membres du Comité d'audit, du Comité de nomination, du Comité de rémunération et du Comité des risques et stratégies pour chacune des réunions à laquelle il a assisté en 2011.



Montant des rémunérations dues au titre de l'exercice 2012

Le 6 mars 2013, après avoir entendu les recommandations du Comité de rémunération, le Conseil de surveillance a fixé la rémunération de M. Maurice Lévy pour l'exercice 2012, à lui verser en 2013 à 4 800 000 euros et il a fixé comme suit la rémunération variable au titre de l'exercice 2012 à verser en 2013 aux autres membres du Directoire : à MM. Jack Klues : 1 700 000 dollars ; Jean-Yves Naouri : 900 000 euros ; Kevin Roberts : 800 000 dollars (plus versement contractuel de pension : 1 154 000 dollars) ; Jean-Michel Etienne : 432 000 euros.

Contrats ou accords existants avec les membres du Directoire

Le 17 mars 2008, sur proposition du Comité de rémunération, le Conseil de surveillance a révisé les engagements contractuels existants relatifs aux éléments de rémunération, indemnités ou avantages susceptibles d'être dus aux membres du Directoire, à la cessation de leurs mandat et fonctions, afin notamment de mettre ces engagements en conformité avec la loi n° 2007-1223 du 21 août 2007, dite « loi TEPA ». Les dispositions adoptées ou autorisées par le Conseil ont été communiquées aux commissaires aux comptes en tant que conventions réglementées et soumises, lorsque la loi TEPA le requérait, à l'Assemblée générale des actionnaires du 3 juin 2008, qui les a approuvées. Les Assemblées générales 2009, 2010 et 2011 ont pris acte de ce que ces conventions avaient poursuivi leurs effets au cours des exercices 2009 à 2011. À la suite du renouvellement du mandat des membres du Directoire à effet du 1^{er} janvier 2012, sur proposition du Comité de rémunération, le 6 mars 2012 le Conseil de surveillance a confirmé les engagements existants (en précisant les droits éventuels aux actions gratuites) en ce qui concerne MM. Kevin Roberts, Jack Klues et Jean-Yves Naouri, et a révisé les accords existants avec M. Jean-Michel Etienne. Les dispositions reconduites ou adoptées par le Conseil ont été communiquées aux commissaires aux comptes en tant que conventions réglementées à soumettre, lorsque la loi le requiert, au vote de l'Assemblée générale des actionnaires, l'Assemblée du 29 mai 2012 a approuvé ces conventions.

Les contrats ou accords existants avec les membres du Directoire ont été, le cas échéant, modifiés en conséquence.

MM. Kevin Roberts et Jack Klues n'ont pas de contrat de travail avec Publicis Groupe SA mais sont titulaires, dans le cadre de leurs fonctions opérationnelles, d'*employment contract*, conclus avec les filiales considérées, qui sont des contrats de travail au sens du droit des pays concernés. Par ailleurs, MM. Jean-Yves Naouri et Jean-Michel Etienne continuent d'être titulaires d'un contrat de travail de droit français avec une filiale de Publicis Groupe SA. Les principaux termes (après les révisions du 6 mars 2012) de ces contrats sont les suivants :

- le contrat conclu pour la période 2005-2008 avec M. Kevin Roberts, reconduit pour la période 2009-2013 (ainsi qu'un autre contrat lié au premier, conclu avec une société de consulting détenue par M. Roberts), prévoit que s'il est mis fin au contrat avant son terme normal à l'initiative de Publicis Groupe « sans juste motif » ou à l'initiative de M. Roberts pour « juste motif », sous certaines conditions la Société pourrait être amenée à lui verser une somme égale à 120 % de son salaire fixe annuel, à laquelle s'ajouteraient le montant annuel maximum du bonus auquel il pourrait avoir droit et le coût annuel des avantages divers dont il bénéficie, ainsi que le maintien pendant un an de sa protection sociale, et le droit d'exercer les options de souscription et/ou d'achats d'actions qui lui auront été attribuées et de conserver le droit aux actions gratuites qui lui auront été consenties, sous réserve des conditions de performance indiquées dans le règlement du plan d'attribution gratuite d'actions concerné. Toutefois, suivant la décision du Conseil de surveillance du 6 mars 2012, ces sommes et avantages ne seront intégralement dus que si le montant moyen annuel des bonus acquis par M. Kevin Roberts au titre des trois années précédant la cessation de ses fonctions est au moins égal à 75 % de son « bonus cible ». Si le montant moyen annuel est inférieur à 25 % du « bonus cible », aucune somme ni avantage ne sera dû. Si le montant moyen annuel est compris entre 25 % et 75 % du « bonus cible », les versements et avantages seront calculés proportionnellement entre 0 et 100 % en appliquant la règle de trois ;
- en lieu et place de contrats de retraite complémentaire prévus lors de l'acquisition de Saatchi & Saatchi, l'engagement a été pris de verser à M. Roberts par annuités successives payées comptant sur la période 2009-2014 un montant total maximum de 7 045 000 dollars. Sur ce total, une somme de 5 770 000 dollars est directement conditionnée à sa présence dans le Groupe sur la période 2009-2013, et pourrait être réduite *pro rata temporis* dans le cas où M. Roberts quitterait le Groupe avant la fin de cette période ;
- par ailleurs, à la fin de chaque période contractuelle (2009-2013 pour l'accord en vigueur) et sous certaines conditions il est dû à M. Roberts une rémunération différée calculée sur la base de 200 000 dollars par année de collaboration effective à partir du début de la période ;
- M. Jack Klues a demandé à mettre un terme à son mandat de membre du Directoire ainsi qu'à ses fonctions de Président de VivaKi au 31 décembre 2012. Il conserve pendant six mois un *employment contract* pour assurer la transition avec la nouvelle organisation du Groupe dans les domaines de l'achat d'espace et du digital ;
- le contrat conclu avec M. Jack Klues prenant effet le 1^{er} juillet 2004 prévoyait que s'il était mis fin du fait de la Société au contrat avant son terme normal « sans juste motif », M. Klues pourrait avoir droit à une somme égale à sa rémunération totale annuelle (salaire fixe et « bonus cible »), à laquelle s'ajouteraient pendant un an le maintien de sa protection sociale et l'assistance d'un cabinet d'outplacement, ainsi que le droit d'exercer les options de souscription et/ou d'achats d'actions qui lui auront été attribuées et de conserver le droit aux actions gratuites qui lui auront été consenties, sous réserve des conditions de performance indiquées dans le règlement du plan d'attribution gratuite d'actions concerné. Toutefois, suivant la décision du Conseil de surveillance du 6 mars 2012, ces sommes et avantages ne seraient intégralement dus que si le montant moyen annuel des bonus acquis par M. Jack Klues au titre des trois années précédant la cessation de ses fonctions est au moins égal à 75 % de son « bonus cible ». Si le montant moyen annuel est inférieur à 25 % du « bonus cible », aucune somme ni avantage ne sera dû. Si le montant moyen annuel est compris entre 25 % et 75 % du « bonus cible », les sommes et avantages seront calculés proportionnellement entre 0 et 100 % en appliquant la règle de trois. Compte tenu du départ de M. Jack Klues du directoire à son initiative, le 31 décembre 2012, la convention ci-dessus devient caduque ;



GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Rémunération et avantages

- par ailleurs, il était convenu que si M. Klues partait à son initiative à la retraite à partir de l'âge de 55 ans ou était mis à la retraite à compter de 57 ans, il pourra bénéficier pendant 5 ans d'une somme annuelle égale à 30 % de sa dernière rémunération annuelle (fixe plus bonus) ainsi que d'une partie de ses avantages sociaux, à condition de respecter notamment un engagement de non-concurrence et de non-sollicitation de 5 ans. Son départ ayant lieu à son initiative et postérieurement à 55 ans, cet engagement produira ses effets à partir de l'exercice 2013 et pendant une période de 5 ans ;
- les accords en vigueur entre la société Publicis Groupe Services et M. Jean-Yves Naouri prévoient que s'il est mis fin « sans juste motif » à son mandat de membre du Directoire de Publicis Groupe, M. Naouri pourra avoir droit, s'il ne conserve pas de fonctions salariées au sein de Publicis Groupe, à un an de rémunération globale brute (part fixe et part variable maximum) et au droit d'exercer les options de souscription et/ou d'achats d'actions qui lui auront été attribuées et de conserver le droit aux actions gratuites qui lui auront été consenties, sous réserve des conditions de performance indiquées dans le règlement du plan d'attribution gratuite d'actions concerné. Suivant la décision du Conseil de surveillance du 6 mars 2012, ces sommes et avantages ne seront intégralement dus que si le montant moyen annuel des bonus acquis par M. Jean-Yves Naouri au titre des trois années précédant la cessation de ses fonctions est au moins égal à 75 % de son « bonus cible ». Si le montant moyen annuel est inférieur à 25 % du « bonus cible », aucune somme ni avantage ne sera dû. Si le montant moyen annuel est compris entre 25 % et 75 % du « bonus cible », les sommes et avantages seront calculés proportionnellement entre 0 et 100 % en appliquant la règle de trois ;
- les accords en vigueur entre la société Publicis Finance Services et M. Jean-Michel Etienne prévoient que s'il est mis fin « sans juste motif » à son mandat de membre du Directoire de Publicis Groupe, M. Étienne pourra avoir droit, s'il ne conserve pas de fonctions salariées au sein de Publicis Groupe, à un an et demi de rémunération globale brute (part fixe et part variable maximum) et au droit d'exercer les options de souscription et/ou d'achats d'actions qui lui auront été attribuées et de conserver le droit aux actions gratuites qui lui auront été consenties, sous réserve des conditions de performance indiquées dans le règlement du plan d'attribution gratuite d'actions concerné. Suivant la décision du Conseil de surveillance du 6 mars 2012, ces sommes et avantages ne seront intégralement dus que si le montant moyen annuel des bonus acquis par M. Jean-Michel Étienne au titre des trois années précédant la cessation de ses fonctions est au moins égal à 75 % de son « bonus cible ». Si le montant moyen annuel est inférieur à 25 % du « bonus cible », aucune somme ni avantage ne sera dû. Si le montant moyen annuel est compris entre 25 % et 75 % du « bonus cible », les sommes et avantages seront calculés proportionnellement entre 0 et 100 % en appliquant la règle de trois ;
- le contrat de travail conclu avec M. Maurice Lévy au moment de son entrée dans le Groupe en 1971 a été exécuté depuis par différentes sociétés du Groupe et en dernier lieu par Publicis Conseil SA, où ce contrat était suspendu depuis l'accession de M. Maurice Lévy à la Présidence du Directoire le 1^{er} janvier 1988. À la fin de son mandat 2008-2011, M. Maurice Lévy a décidé de mettre fin à ses fonctions de Président-Directeur Général de Publicis Conseil SA et à son contrat de travail. Au titre de la période du 1^{er} avril 1971 au 31 décembre 1987 il lui a été versé par Publicis Conseil SA une indemnité de fin de carrière de 121 671,44 euros bruts.

Dans le cadre de la fixation des modalités de rémunération de M. Maurice Lévy à compter de 2003, le Conseil de surveillance avait décidé qu'une partie de la rémunération variable acquise annuellement serait différée et payée sous condition. Cette part, égale au total cumulé des rémunérations variables acquises année après année depuis le 1^{er} janvier 2003, lui serait versée sous réserve : d'une part, qu'il ait assumé ses fonctions au moins sept années et demie à compter du 1^{er} janvier 2003, et d'autre part qu'il ait souscrit un engagement de non-concurrence d'une durée de trois ans. Ces modalités ont fait l'objet d'une convention du 22 novembre 2004 toujours en vigueur après le renouvellement du mandat de Président du Directoire à effet du 1^{er} janvier 2008. Suivant les décisions du Conseil de surveillance du 17 mars 2008, les principales dispositions de la convention du 22 novembre 2004 relatives à la rémunération conditionnelle différée sont devenues les suivantes :



1. Rémunération conditionnelle différée

En exécution d'une décision du Conseil de surveillance du 17 mars approuvée par l'Assemblée générale des actionnaires du 3 juin 2008, à la fin de son mandat de Président du Directoire (le 31 décembre 2011), il était dû à M. Maurice Lévy une rémunération conditionnelle différée accumulée année après année et égale au montant brut total de la part des rémunérations variables annuelles acquises par lui depuis 2003 au titre des deux composantes de type quantitatif de ces bonus, dites « bonus quantitatifs », telles que définies dans la convention du 22 novembre 2004 ; (soit la part liée à la croissance organique et au taux de résultat net consolidé total du groupe Publicis, comparés à ceux des trois autres groupes mondiaux de communication - IPG, Omnicom, WPP -, la part de bonus liée à chacun de ces deux critères pouvant atteindre au maximum 75 % de la rémunération fixe) et la part de bonus liée au bénéfice net consolidé de Publicis Conseil et de ses filiales, versée au titre des fonctions de Président Directeur Général de Publicis Conseil conformément aux conditions définies par le Conseil d'administration de cette société.

Le versement de la rémunération différée était subordonné à la réalisation des conditions de performance et de durée de présence, indépendantes et cumulatives, suivantes :

- *condition de performance* : la rémunération différée définie ci-dessus serait versée à condition que le montant moyen annuel des rémunérations variables quantitatives acquises par M. Maurice Lévy au titre des trois dernières années complètes de son mandat de Président du Directoire soit au moins égal à 75 % de la moyenne générale (les trois dernières années du mandat incluses) des rémunérations variables quantitatives annuelles acquises par M. Maurice Lévy au titre des années 2003 et suivantes :
 - si la moyenne au titre des trois dernières années complètes du mandat était inférieure à 25 % de la moyenne générale, il n'y aurait pas de rémunération différée ;
 - si la moyenne au titre des trois dernières années complètes du mandat était comprise entre 25 % et 75 % de la moyenne générale, la rémunération différée serait calculée proportionnellement entre 0 et 100 % par la règle de trois ;
- *condition de durée de présence* : la rémunération différée était la contrepartie de l'engagement de M. Maurice Lévy de rester en fonction pendant une durée d'au moins neuf années à partir du 1^{er} janvier 2003 (la durée a été portée de 7 ans et demi à 9 ans en 2008). En conséquence, M. Maurice Lévy aurait droit au versement de cette rémunération différée, telle que calculée ci-dessus, à condition de ne pas avoir démissionné de son mandat de Président du Directoire de la société Publicis Groupe avant la fin de ce mandat, le 31 décembre 2011 ;
- la cessation des fonctions en raison de la maladie ou de l'invalidité, le décès, un départ volontaire à la suite d'un changement d'actionnaire de référence du Groupe ne seraient pas considérés comme une démission.

La rémunération conditionnelle différée était due à M. Maurice Lévy en raison de son engagement d'assurer ses fonctions jusqu'au 31 décembre 2011. Elle constituait depuis l'origine un outil de fidélisation dont le caractère effectif n'était pas lié au départ de M. Maurice Lévy du Groupe (ce n'était pas une indemnité de départ) mais au respect par celui-ci de son engagement de présence à son poste jusqu'au terme contractuel fixé. Le fait que ses fonctions se poursuivent dans le cadre d'un nouveau mandat de Président du Directoire à partir du 1^{er} janvier 2012, est sans effet sur son droit au versement, après le 31 décembre 2011, de sa rémunération conditionnelle différée.

Le 29 mai 2012, sur recommandation du Comité de Rémunération, le Conseil de surveillance a constaté que les conditions de performance et de durée de présence étaient entièrement remplies, que le montant de rémunération conditionnelle différée s'élevait à 16 035 969 euros et en a autorisé le versement.

Le dispositif de rémunération conditionnelle différée n'a pas été reconduit pour le mandat 2012-2015 de M. Maurice Lévy.

Il convient de rappeler que la Société n'a pas souscrit de contrat de retraite spécifique au bénéfice de M. Maurice Lévy.

2. Convention de non-concurrence

En application d'un engagement de non-concurrence souscrit par M. Maurice Lévy, il lui est interdit, pendant les trois ans qui suivront la cessation de ses fonctions de Président du Directoire de Publicis Groupe, quelle qu'en soit la raison, de collaborer de quelque manière que ce soit avec une entreprise exerçant son activité dans le secteur de la communication publicitaire, et plus généralement avec une entreprise concurrente de Publicis, ni de prendre une participation chez un concurrent de Publicis.

En contrepartie du respect de cet engagement de non-concurrence, M. Maurice Lévy recevra une somme totale égale à 18 mois de rémunération globale brute (part fixe et part variable maximum telles que définies par le Conseil de surveillance le 17 mars 2008), versée par avances mensuelles égales de 150 000 euros pendant la période couverte par la clause de non-concurrence, soit au total des trois ans 5 400 000 euros bruts.

Cette convention de non-concurrence, approuvée par l'Assemblée générale des actionnaires du 3 juin 2008, poursuit ses effets sans changement après le commencement du nouveau mandat du Président du Directoire le 1^{er} janvier 2012.

En application des articles L. 225-90-1 et R. 225-60-1 du Code de commerce, le détail des conventions réglementées évoquées ci-dessus peut être consulté sur le site www.publicisgroupe.com.



2.7.2 PENSIONS, RETRAITES OU AUTRES AVANTAGES

Aucun des membres du Directoire ne bénéficie d'un régime supplémentaire de retraite à prestations définies.

Le montant constaté au compte de résultat consolidé du Groupe en 2012 au titre des avantages postérieurs à l'emploi et autres avantages à long terme des personnes qui sont à la clôture, ou qui ont été, au cours de l'exercice clos, membres du Conseil de surveillance et du Directoire, est une reprise nette de provision de 19 millions d'euros.

Par ailleurs, le montant global provisionné au 31 décembre 2012 au titre de ces avantages s'élève à 11 millions d'euros. Ce montant était de 30 millions d'euros au 31 décembre 2011 et de 33 millions d'euros au 31 décembre 2010.

Voir note 29 des comptes consolidés au chapitre 4.6 du présent document.

2.7.3 CONDITIONS DE RÉMUNÉRATION DES MEMBRES DU DIRECTOIRE POUR LE MANDAT 2012-2015

Dans le cadre du nouveau mandat, au 1^{er} janvier 2012 les conditions de rémunération des membres du Directoire ont été reconduites sans changement, excepté celles relatives à son Président M. Maurice Lévy.

À compter du 1^{er} janvier 2012, à sa demande, M. Maurice Lévy ne reçoit plus de rémunération fixe. Sa rémunération est entièrement variable et déterminée chaque année sur la base de quatre critères de performance quantitatifs et de critères qualitatifs. La rémunération totale annuelle est plafonnée à un maximum de 5 000 000 euros et peut varier de 0 à ce plafond.

Les critères de performance quantitatifs sont : la croissance organique du revenu du Groupe, le taux de résultat net par rapport au revenu, l'évolution du bénéfice net par action dilué par rapport aux deux années précédentes, comparés à ceux des trois autres groupes mondiaux de communication (Omnicom, WPP et IPG) ; et le montant du TSR (*Total Shareholder Return*). Les critères quantitatifs pèsent au total pour deux tiers dans le calcul de la rémunération. Le montant maximum lié à chaque critère est atteint si le Groupe réalise sur l'année considérée, respectivement, un taux de croissance organique égal ou supérieur à 120 % du taux moyen du groupe de référence, un taux de résultat net égal ou supérieur au taux le plus élevé du groupe de référence, un taux d'évolution du bénéfice net par action dilué égal ou supérieur au taux d'évolution moyen du groupe de référence ; un TSR positif. Le montant lié à chaque critère est de 0 si le Groupe réalise, respectivement, moins de 80 % du taux moyen de croissance organique, du taux de résultat net le plus élevé, du taux moyen d'évolution du bénéfice net par action dilué du groupe de référence ; un TSR nul ou négatif.

Les critères de performance qualitatifs pèsent au total pour un tiers dans le calcul de la rémunération ; ils sont définis annuellement en fonction de l'intérêt stratégique de l'entreprise. Pour 2012, les critères qualitatifs portaient sur la préparation du management futur et le développement du Groupe dans le numérique. Pour 2013, les critères qualitatifs portent sur la préparation de la direction future du Groupe et la préparation du développement de la capacité bénéficiaire à moyen et long terme du Groupe.

Au titre de l'année 2012, en ce qui concerne les critères quantitatifs, le Conseil de surveillance a constaté les résultats suivants :

- la croissance organique du revenu de Publicis Groupe en 2012 (2,9 %) est égale à 114,5 % de celle du groupe de référence (Omnicom, WPP et IPG) ;
- le taux de résultat net consolidé par rapport au revenu de Publicis Groupe (11,1 %) est supérieur au taux le plus élevé réalisé au sein du groupe de référence ;
- le taux d'évolution de l'EPS de Publicis Groupe (34,66 %) est supérieur à la moyenne du groupe de référence ;
- le montant du TSR de Publicis Groupe (+ 8 euros) est positif.

Sur ces bases, et après prise en compte des critères qualitatifs, le Conseil de surveillance a fixé à 4,8 millions d'euros la rémunération à verser au titre de 2012 à M. Maurice Lévy.

Par ailleurs, il convient de rappeler que la convention réglementée approuvée par l'Assemblée générale mixte du 3 juin 2008 prévoyant un engagement de non-concurrence pour une durée de trois ans (voir 2.7.1-2 « convention de non-concurrence ») continue de lier M. Maurice Lévy et le groupe Publicis. M. Maurice Lévy n'est titulaire d'aucun contrat de travail le liant avec une quelconque société du groupe Publicis.

M. Maurice Lévy a renoncé à participer aux programmes d'attribution d'actions de performance, options sur actions et instruments similaires de rémunération mis en place au profit des dirigeants du Groupe à partir de 2012.



2.7.4 TABLEAUX DE SYNTHÈSE DES RÉMUNÉRATIONS

La recommandation sur la rémunération des dirigeants mandataires sociaux de sociétés dont les titres sont admis aux négociations sur un marché réglementé émise par l'AFEP-Medef en octobre 2008 propose une présentation standardisée des rémunérations des dirigeants mandataires sociaux de ces sociétés.

Les tableaux ci-après sont établis sur les modèles proposés par l'AFEP-Medef.

TABLEAU 1 (NOMENCLATURE AMF) TABLEAU DE SYNTHÈSE DES RÉMUNÉRATIONS DUES ET DES OPTIONS ET ACTIONS ATTRIBUÉES À CHAQUE DIRIGEANT MANDATAIRE SOCIAL (EN EUROS)

	2012	2011
Directoire		
Maurice Lévy, Président du Directoire		
Rémunérations dues au titre de l'exercice ⁽¹⁾⁽⁵⁾	4 800 000	3 600 000
Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice ⁽²⁾⁽⁶⁾	-	-
Valorisation des actions de performance attribuées au cours de l'exercice ⁽³⁾⁽⁶⁾	-	-
TOTAL	4 800 000	3 600 000
Jack Klues		
Rémunérations dues au titre de l'exercice ⁽¹⁾⁽⁴⁾	2 201 946	2 215 166
Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice ⁽²⁾	-	-
Valorisation des actions de performance attribuées au cours de l'exercice ⁽³⁾	-	-
TOTAL	2 201 946	2 215 166
Kevin Roberts		
Rémunérations dues au titre de l'exercice ⁽¹⁾⁽⁴⁾	2 332 300	3 232 370
Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice ⁽²⁾	-	-
Valorisation des actions de performance attribuées au cours de l'exercice ⁽³⁾	-	-
TOTAL	2 332 300	3 232 370
Jean-Yves Naouri		
Rémunérations dues au titre de l'exercice ⁽¹⁾	1 600 000	1 600 000
Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice ⁽²⁾	-	-
Valorisation des actions de performance attribuées au cours de l'exercice ⁽³⁾	-	-
TOTAL	1 600 000	1 600 000
Jean-Michel Etienne ⁽⁵⁾		
Rémunérations dues au titre de l'exercice ⁽¹⁾	972 000	972 000
Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice ⁽²⁾	-	-
Valorisation des actions de performance attribuées au cours de l'exercice ⁽³⁾	-	-
TOTAL	972 000	972 000

(1) Voir détail au tableau 2.

(2) Voir détail au tableau 4.

(3) Voir détail au tableau 6. Attribution globale couvrant les exercices 2010, 2011 et 2012.

(4) Rémunération déterminée et versée en dollars US. La conversion en euros est effectuée au cours moyen de 1 \$ = 0,77825 € en 2012 et de 1 \$ = 0,71921 € en 2011.

(5) En 2012, a été versée une rémunération conditionnelle différée de 16 035 969 €, acquise au titre de la période 2003 à 2011.

(6) La rémunération totale de Maurice Lévy jusqu'au 31 décembre 2011 comprenait un salaire fixe et une rémunération variable à la performance, payés chaque année, une rémunération conditionnelle différée (ayant conduit au bout de neuf ans au paiement de 16 millions d'euros en 2012) et des stock-options ou actions de performance. Le total annuel moyen sur les trois dernières années (2009-2011) est de l'ordre de 6 600 000 euros (pour ce calcul, les attributions d'actions ont été valorisées en utilisant le cours du jour d'attribution). C'est à ce chiffre que doit être comparée la rémunération de 2012 (4 800 000 euros), qui est à 100 % variable, conditionnée par les performances et ne comporte plus de fixe, ni de rémunération différée, ni d'options ou d'actions de performance (le dernier plan d'actions de performance est le LTIP 2010-2012 mis en place en 2010).

TABLEAU 2 (NOMENCLATURE AMF)
TABLEAU RÉCAPITULATIF DES RÉMUNÉRATIONS DE CHAQUE MANDATAIRE SOCIAL (EN EUROS)

D'une manière générale, la rémunération versée correspond à la rémunération fixe au titre de l'année désignée et la rémunération variable à celle au titre de l'année précédente.

Aucune rémunération exceptionnelle n'est versée aux mandataires sociaux.

	Année 2012 - Montants :		Année 2011 - Montants :	
	dus	versés	dus	versés
Directoire				
Maurice Lévy, Président du Directoire ⁽⁷⁾				
Rémunération fixe	0	0	900 000	900 000
Rémunération variable	4 800 000	2 696 800	2 700 000	2 700 000
Rémunération conditionnelle différée ⁽¹⁾		16 035 969		
Avantages en nature ⁽³⁾			-	-
TOTAL ⁽⁶⁾	4 800 000	18 732 769	3 600 000	3 600 000
Jack Klues ⁽⁴⁾				
Rémunération fixe	856 075	856 075	791 131	791 131
Rémunération variable	1 323 025	1 540 935	1 424 036	1 510 341
Avantages en nature ⁽³⁾	22 846	22 846	6 432	6 432
TOTAL	2 201 946	2 419 856	2 215 167	2 307 904
Kevin Roberts ^{(2) (4)}				
Rémunération fixe	778 250	778 250	719 210	719 210
Rémunération variable	1 520 700	2 688 075	2 484 151	2 340 309
Avantages en nature ⁽³⁾	33 350	33 350	29 009	29 009
TOTAL	2 332 300	3 499 675	3 232 370	3 088 528
Jean-Yves Naouri				
Rémunération fixe	700 000	700 000	700 000	700 000
Rémunération variable	900 000	900 000	900 000	700 000
Avantages en nature ⁽³⁾	-	-	-	-
TOTAL	1 600 000	1 600 000	1 600 000	1 400 000
Jean-Michel Etienne ⁽⁵⁾				
Rémunération fixe	540 000	517 200	540 000	540 000
Rémunération variable	432 000	432 000	432 000	384 000
Avantage en nature ⁽³⁾			-	-
TOTAL	972 000	949 200	972 000	924 000

(1) La rémunération conditionnelle différée a été acquise au titre des exercices 2003 à 2011 (cf. p.75, rémunération conditionnelle différée).

(2) La partie variable inclut un versement contractuel annuel de pension.

(3) Les avantages en nature correspondant aux facilités d'utilisation d'un véhicule de fonction ne sont pas mentionnés lorsqu'ils représentent un montant négligeable.

(4) Rémunération déterminée et versée en dollars US. La conversion en euros est effectuée au cours moyen de 1 \$ = 0,77825 € en 2012 et de 1 \$ = 0,71921 € en 2011.

(5) La rémunération versée en 2012 inclut une réduction de 22 800 €, au titre d'une régularisation sur l'exercice antérieur.

(6) La rémunération versée en 2012 a été réduite de 3 200 €, au titre d'une régularisation sur l'exercice antérieur.

(7) La rémunération totale de Maurice Lévy jusqu'au 31 décembre 2011 comprenait un salaire fixe et une rémunération variable à la performance, payés chaque année, une rémunération conditionnelle différée (ayant conduit au bout de neuf ans au paiement de 16 millions d'euros en 2012) et des stock-options ou actions de performance. Le total annuel moyen sur les trois dernières années (2009-2011) est de l'ordre de 6 600 000 euros (pour ce calcul, les attributions d'actions ont été valorisées en utilisant le cours du jour d'attribution). C'est à ce chiffre que doit être comparée la rémunération de 2012 (4 800 000 euros), qui est à 100 % variable, conditionnée par les performances et ne comporte plus de fixe, ni de rémunération différée, ni d'options ou d'actions de performance (le dernier plan d'actions de performance est le LTIP 2010-2012 mis en place en 2010).



TABLEAU 3 (NOMENCLATURE AMF) DÉTAIL DES JETONS DE PRÉSENCE (EN EUROS)

	Jetons de présence versés en 2012	Jetons de présence versés en 2011
Conseil de surveillance		
Élisabeth Badinter, Présidente ⁽¹⁾	55 000	70 000
Sophie Dulac	25 000	35 000
Simon Badinter ⁽²⁾	35 000	40 000
Monique Bercault (fin de mandat le 1 ^{er} juin 2010)	-	15 000
Claudine Bienaimé	100 000	95 000
Michel Cicurel	70 000	65 000
Michel Halpérin	50 000	40 000
Hélène Ploix	65 000	60 000
Felix G. Rohatyn	35 000	35 000
Amaury de Seze	75 000	70 000
Henri Calixte Suaudeau	45 000	55 000
Tatsuyoshi Takashima	5 000	15 000
Tadashi Ishii	5 000	20 000
Gérard Worms	60 000	65 000
Véronique Morali ⁽⁴⁾	80 000	30 000
Marie-Josée Kravis	35 000	20 000
Marie-Claude Mayer ⁽³⁾	40 000	25 000
TOTAL	780 000	755 000

(1) Mme Élisabeth Badinter a perçu une rémunération fixe de 182 939 € en 2011 et en 2012. Sa rémunération fixe a été portée à 20 000 € mensuels (240 000 € annuels) à compter du 1^{er} novembre 2012. Un complément de rémunération au titre de 2012 de 9 510 € a été versé début 2013.

(2) M. Simon Badinter a perçu en 2012 une rémunération fixe de 210 127 €, une rémunération variable de 193 672 € et des avantages en nature de 12 740 € et en 2011 une rémunération fixe de 193 467 €, une rémunération variable de 193 672 € et des avantages en nature de 9 640 €, au titre de ses fonctions chez Médias et Régies Europe.

(3) Mme Marie-Claude Mayer a perçu en 2012 une rémunération fixe de 250 350 € et une rémunération variable de 80 000 € et en 2011 une rémunération fixe de 250 000 € et une rémunération variable de 60 000 € et des avantages en nature pour 1 432 €, au titre de ses fonctions chez Publicis Conseil.

(4) Mme Véronique Morali a perçu en 2012 une rémunération fixe de 130 331 € au titre de ses fonctions de Présidente du Women's Forum for the Economy and Society. En 2011 cette rémunération fixe était de 122 778 €.



GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Rémunération et avantages

2

TABLEAU 4 (NOMENCLATURE AMF) OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D'ACTIONS ATTRIBUÉES DURANT L'EXERCICE À CHAQUE DIRIGEANT MANDATAIRE SOCIAL PAR L'ÉMETTEUR ET PAR TOUTE SOCIÉTÉ DU GROUPE

N° et date du plan	Nature des options (achat ou souscription)	Valorisation des options selon la méthode retenue pour les comptes consolidés	Nombre d'options attribuées durant l'exercice	Prix d'exercice (en euros)	Période d'exercice
Directoire					
	Maurice Lévy, Président				Aucune attribution en 2012
	Jack Klues				Aucune attribution en 2012
	Kevin Roberts				Aucune attribution en 2012
	Jean-Yves Naouri				Aucune attribution en 2012
	Jean-Michel Etienne				Aucune attribution en 2012

TABLEAU 5 (NOMENCLATURE AMF) OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D'ACTIONS LEVÉES DURANT L'EXERCICE PAR CHAQUE DIRIGEANT MANDATAIRE SOCIAL (LISTE NOMINATIVE)

Numéro et date du plan	Nombre d'options levées	Prix moyen d'exercice (euros)	Année d'attribution
Directoire			
Maurice Lévy, Président	08/07/2002 et 28/08/2003	620 000	2002 et 2003
Jack Klues	28/08/2003 et 21/08/2006	228 164	2003 et 2006
Kevin Roberts	28/09/2004 et 21/08/2006	205 610	2004 et 2006
Jean-Yves Naouri	- Aucune levée en 2012	-	-
Jean-Michel Etienne	28/08/2003	70 233	2003

TABLEAU 6 (NOMENCLATURE AMF) ACTIONS DE PERFORMANCE ATTRIBUÉES À CHAQUE DIRIGEANT MANDATAIRE SOCIAL

	Premier plan		Deuxième plan		Nombre d'actions de performance attribuées Situation au 31 décembre 2012	
	Désignation	Date	Désignation	Date	Nombre total ⁽²⁾	Dont soumises à condition de performance
Directoire						
Maurice Lévy Président	LTIP 2010 - 2012 ⁽¹⁾	02/09/2010			78 853	78 853
Jack Klues	LTIP 2010 - 2012 ⁽¹⁾	02/09/2010	Plan de co-investissement	19/03/2009	107 419	107 419
Kevin Roberts	LTIP 2010 - 2012 ⁽¹⁾	02/09/2010	Plan de co-investissement	19/03/2009	102 381	102 381
Jean-Yves Naouri	LTIP 2010 - 2012 ⁽¹⁾	02/09/2010			35 484	35 484
Jean-Michel Etienne	LTIP 2010 - 2012 ⁽¹⁾	02/09/2010			35 484	35 484

(1) Attribution en 2010 couvrant les années 2010 à 2012.

(2) Les actions de performance attribuées dans le cadre de ces plans aux membres du Directoire sont définitivement acquises (sous condition de présence de 3 ans avec une période d'incessibilité de 2 ans pour les résidents français ou de 4 ans pour les autres) en fonction de la performance relative de Publicis Groupe sur des critères de croissance organique et de marge opérationnelle, de même poids, comparée avec le groupe de référence (Omnicom, WPP, IPG, Publicis Groupe). 100 % des actions sont livrées si Publicis Groupe réalise une croissance organique supérieure à la moyenne du groupe de référence, et le meilleur taux de marge opérationnelle. Aucune action n'est livrée si Publicis Groupe réalise une croissance organique inférieure à 80 % de la moyenne du groupe de référence et le taux de marge le plus faible. Le résultat est déterminé annuellement pour le Plan LTIP 2010-2012, et en moyenne sur la période 2009-2011 pour le Plan de co-investissement. Les objectifs ont été réalisés à 100 % pour la période 2009-2011, à 100 % pour 2010, à 95,7 % pour 2011 et à 100 % pour 2012. Les membres du Directoire devront conserver 20 % des actions devenues disponibles pendant toute la durée de leur mandat. Voir détail page 82.



TABLEAU 7 (NOMENCLATURE AMF) ACTIONS DE PERFORMANCE DEVENUES DISPONIBLES POUR CHAQUE DIRIGEANT MANDATAIRE SOCIAL

	Plan - désignation	Date	Nombre d'actions de performance devenues disponibles en 2012
Directoire			
Maurice Lévy, Président ⁽¹⁾	Plan de co-investissement	19/03/2009	60 800 ⁽²⁾
Jack Klues	-	-	-
Kevin Roberts	-	-	-
Jean-Yves Naouri ⁽¹⁾	Plan de co-investissement	19/03/2009	43 346 ⁽²⁾
Jean-Michel Etienne ^{(1) (3)}	Plan de co-investissement	19/03/2009	37 376 ⁽²⁾

(1) 20 % des actions obtenues dans le plan de co-investissement doivent être conservées par le bénéficiaire jusqu'à la fin de ses fonctions de membre du Directoire.

(2) Ces actions sont soumises à une période d'incessibilité de deux ans jusqu'en mars 2014.

(3) Dans le cadre de cette attribution, antérieure à son entrée au Directoire, 18 688 actions étaient soumises uniquement à condition de présence.

**TABEAU 8 (NOMENCLATURE AMF)
HISTORIQUE DES OPTIONS ET ACTIONS ATTRIBUÉES AU COURS DES DIX DERNIÈRES ANNÉES**

Date d'autorisation par l'AGE	Plans d'options								Plans d'origine Digitas ⁽⁴⁾
	2003	2003	2004	2004	2005	2006	2006	2007	
Date du Conseil d'administration ou du Directoire	28/08/2003	28/08/2003	28/09/2004	28/09/2004	24/05/2005	21/08/2006	21/08/2006	24/08/2007	
Nombre total d'options de souscription (S), d'options d'achat (A) ou d'actions gratuites (AGA) attribuées	517 067 A	9 498 000 ⁽¹⁾ A	11 000 A	1 959 086 ⁽¹⁾ A	935 192 ⁽¹⁾ A	100 000 A	10 256 050 ⁽¹⁾ A	1 574 400 ⁽¹⁾ A	3 199 756 A
• dont mandataires sociaux :	41 000			575 000 ⁽¹⁾		100 000	950 000 ⁽¹⁾	-	-
• dont dix premiers attributaires salariés :		970 000 ⁽¹⁾		442 580 ⁽¹⁾	210 000 ⁽¹⁾	-	738 000 ⁽¹⁾	258 000 ⁽¹⁾	-
		50 % ⁽²⁾ 2006 ⁽²⁾		50 % ⁽²⁾ 2006 ⁽²⁾	50 % ⁽²⁾ 2006 ⁽²⁾		50 % ⁽³⁾ 2009 ⁽³⁾	50 % ⁽³⁾ 2009 ⁽³⁾	
Point de départ d'exercice des options	28/08/2007	25/04/2007	28/09/2008	25/04/2007	25/04/2007	21/08/2010	2010	2010	31/01/2007
Date d'expiration	27/08/2013	27/08/2013	27/09/2014	27/09/2014	23/05/2015	20/08/2016	20/08/2016	23/08/2017	2009 à 2017
Prix de souscription ou d'achat en euros	24,82	24,82	24,82	24,82	24,76	29,27	29,27	31,31	2,47 à 58,58
Nombre total d'options de souscription, d'options d'achat ou d'actions gratuites attribuées ajusté au 31/12/2012	517 067	9 498 000 ⁽¹⁾	11 000	1 959 086 ⁽¹⁾	935 192 ⁽¹⁾	100 000	10 256 050 ⁽¹⁾	1 574 400 ⁽¹⁾	3 199 756
Nombre total d'actions souscrites, achetées ou livrées au 31/12/2012	452 400	5 073 400	-	1 076 992	552 633	-	2 976 688	334 269	2 336 248
Nombre total d'options de souscription, d'options d'achat ou d'actions gratuites annulées au 31/12/2012	38 667	4 083 205	11 000	599 423	287 935	-	5 794 715	910 788	675 100
Nombre d'options de souscription, d'options d'achat ou d'actions gratuites restantes au 31/12/2012	26 000	341 395	-	282 671	94 624	100 000	1 484 647	329 343	188 408

Outre les critères de présence et la période d'incessibilité de 2 ans pour les résidents français, les plans d'attributions d'actions du Groupe (voir tableau page suivante) comportent des critères de performance. Les deux critères retenus sont la croissance organique du revenu et le taux de marge opérationnelle comparés à celle d'un Groupe de référence (IPG, Omnicom, WPP et Publicis Groupe).

Si la croissance organique de Publicis Groupe est supérieure à la moyenne du Groupe de référence, 100 % des actions sont livrées, si la croissance organique est inférieure à 80 % du Groupe de référence, aucune action n'est livrée, si la croissance organique est comprise entre 80 % et 100 %, le nombre d'actions livrées est réduit de 5 % pour chaque 1 % de performance constatée en dessous de 100 %.

Si Publicis Groupe délivre la meilleure marge opérationnelle du secteur, 100 % des titres sont livrés, si Publicis Groupe est en seconde position, 50 % des titres sont livrés, si Publicis Groupe est en troisième position, 15 % des titres sont livrés et si Publicis Groupe est en dernière position, aucune action n'est livrée.

Ces conditions valent pour les plans LTIP annuels (le calcul est effectué sur l'année d'attribution), le Plan Directoire 2010-2012 (le calcul est effectué pour un tiers des titres sur chacune des trois années), et pour les actions de performance au sein du plan de co-investissement 2009 (le calcul est effectué sur une moyenne de performance sur trois années). Le plan de co-investissement 2009 comporte des actions de présence pour 50 % des actions remises aux bénéficiaires, compte tenu de l'engagement que représente l'investissement réalisé par chacun d'eux dans le Groupe Publicis et de la prise de risque qui en découle. Cependant, s'agissant des membres du Directoire, la totalité des actions au titre du plan de co-investissement 2009 dont ils bénéficient sont soumises à des conditions de performance.

Les plans de distribution d'actions gratuites destinées à l'ensemble des salariés ne comportent pas de condition de performance.



Date d'autorisation par l'AGE	Plans d'actions gratuites								
	2009 ⁽⁵⁾ Salariés France	2009 ⁽⁶⁾ Co-investis- sement	Plan d'origine Razorfish ⁽⁷⁾	LTIP 2010	LTIP 2010-2012	2010 Salariés États-Unis	LTIP 2011	2011 Salariés internationaux	LTIP 2012
Date du Conseil d'administration ou du Directoire	20/05/2009	19/03/2009	01/12/2009	19/08/2010	22/09/2010	19/11/2010	19/04/2011	21/11/2011	17/04/2012
Nombre total d'options de souscription (S), d'options d'achat (A) ou d'actions gratuites (AGA) attribuées	210 125 AGA	3 544 176 AGA	493 832 AGA	667 600 AGA	252 000 AGA	658 400 AGA	674 650 AGA	533 700 AGA	681 550 ⁽¹⁰⁾ AGA
• dont mandataires sociaux :	-	225 506	-	-	252 000	-	-	-	-
• dont dix premiers attributaires salariés :	500	447 890	-	54 000	-	500	62 000	500	54 000
Point de départ d'exercice des options	20/05/2011	19/03/2012 ⁽⁸⁾ 19/03/2013	Entre le 01/01/2010 et 12/2018	-	-	-	-	-	-
Date d'expiration				19/08/2013 ⁽⁸⁾ 19/08/2014	22/09/2013 ⁽⁸⁾ 22/09/2014	01/12/2014	19/04/2014 ⁽⁸⁾ 19/04/2015	01/12/2013 ⁽⁹⁾ 01/12/2015	17/04/2015 ⁽⁸⁾ 17/04/2016
Prix de souscription ou d'achat en euros	-	-	-						
Nombre total d'options de souscription, d'options d'achat ou d'actions gratuites attribuées ajusté au 31/12/2012	210 125	3 544 176	493 832	667 600	252 000	658 400	674 650	533 700	681 550
Nombre total d'actions souscrites, achetées ou livrées au 31/12/2012	150 575	805 470	250 692	-	-	-	-	-	-
Nombre total d'options de souscription, d'options d'achat ou d'actions gratuites annulées au 31/12/2012	59 550	572 055	164 756	120 450	3 613	285 250	98 858	119 000	14 575
Nombre d'options de souscription, d'options d'achat ou d'actions gratuites restantes au 31/12/2012	0	2 166 651	78 384	547 150	248 387	373 150	575 792	414 700	666 975

(1) Options conditionnelles dont la levée est liée à la réalisation d'objectifs dans le cadre d'un plan de 3 ans. Le niveau d'atteinte des objectifs du plan 2003-2005 a été mesuré en 2006. Le niveau d'atteinte des objectifs du plan 2006-2008 a été mesuré en 2009.

(2) La période d'exercice a commencé en 2006, après détermination du niveau d'atteinte des objectifs et par conséquent du nombre des options exerçables. La moitié du nombre total exerçable peut être levée depuis cette date, l'autre moitié un an plus tard. Les options non exerçables ont été annulées.

(3) La période d'exercice a commencé en 2009, après détermination du niveau d'atteinte des objectifs et par conséquent du nombre d'options exerçables. La moitié du nombre total exerçable peut être levée depuis cette date, et l'autre moitié est devenue exerçable en 2010. Les options non exerçables ont été annulées.

(4) Les options attribuées en application des plans d'options Digitas qui existaient au moment de l'acquisition de Digitas en janvier 2007 ont été transformées en options d'achat d'actions Publicis Groupe en appliquant le rapport existant entre le prix d'achat fixé dans l'offre publique pour l'action Digitas (converti en euros) et le cours de l'action Publicis Groupe à la date de réalisation de l'acquisition. Le prix d'achat a été ajusté en conséquence.

(5) Il s'agit du plan d'attribution de 50 actions gratuites aux salariés français.

(6) Plan de co-investissement proposé à 160 dirigeants clés du Groupe et souscrit par 136 d'entre eux.

(7) Les actions attribuées en application des plans Microsoft qui existaient au moment de l'acquisition de Razorfish en octobre 2009 ont été transformées en actions Publicis Groupe en appliquant le rapport existant entre le cours de l'action Microsoft (converti en euros) et le cours de l'action Publicis Groupe à la date de réalisation de l'acquisition.

(8) Concerne les salariés français qui sont tenus, en outre, à une période d'incessibilité de 2 ans.

(9) Concerne les salariés italiens et espagnols qui sont tenus, en outre, à une période d'incessibilité de 3 ans.

(10) Dans le cadre du plan LTIP 2012, 11 965 actions gratuites ont été attribuées par le Directoire le 16 juillet 2012.

Note : Depuis l'année 2008, aucune attribution d'options n'a été effectuée.

TABLEAU 9 (NOMENCLATURE AMF) OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D'ACTIONS CONSENTIES AUX DIX PREMIERS SALARIÉS NON-MANDATAIRES SOCIAUX ATTRIBUTAIRES ET OPTIONS LEVÉES PAR CES DERNIERS

	Plan	Nombre d'options attribuées/souscrites ou achetées	Prix moyen pondéré (en euros)
Options consenties entre le 1 ^{er} janvier et le 31 décembre 2012 par l'émetteur et par toute société comprise dans le périmètre d'attribution des options, aux dix salariés de l'émetteur et de toute société comprise dans ce périmètre, dont le nombre d'options ainsi consenties est le plus élevé (information globale).			
		Aucune	
Options détenues sur l'émetteur et les sociétés visées précédemment, levées entre le 1 ^{er} janvier et le 31 décembre 2012, par les dix salariés de l'émetteur et de ces sociétés, dont le nombre d'options ainsi achetées ou souscrites est le plus élevé (information globale).	LTIP I 2003	75 081	24,82
	LTIP II 2006	187 769	29,27
	LTIP II 2007	10 953	31,31
TOTAL		273 803	

TABLEAU 10 (NOMENCLATURE AMF) INFORMATIONS DIVERSES CONCERNANT LES DIRIGEANTS MANDATAIRES SOCIAUX

Dirigeants mandataires sociaux	Contrat de travail	Régime de retraite supplémentaire	Indemnités ou avantages dus ou susceptibles d'être dus à raison de la cessation ou du changement de fonctions	Indemnités relatives à une clause de non-concurrence
Directoire				
Maurice Lévy, Président	Non	Non	Non	Oui ⁽²⁾
Jack Klues ⁽¹⁾	Oui	Non	Oui ⁽²⁾	Oui ⁽²⁾
Kevin Roberts ⁽¹⁾	Oui	Non ⁽²⁾	Oui ⁽²⁾	Non
Jean-Yves Naouri	Oui	Non	Oui ⁽²⁾	Non
Jean-Michel Etienne	Oui	Non	Oui ⁽²⁾	Non

(1) Il s'agit d'un « employment contract ».

(2) Voir section 2.7 du présent document.

2.7.5 PARTICIPATION DANS LE CAPITAL SOCIAL

Au 31 décembre 2012, aucun des membres du Conseil de surveillance (à l'exclusion de Mme Élisabeth Badinter et de ses enfants (9,13 %) et de Mme Sophie Dulac (1,13 %) et du Directoire ne détient plus de 1 % des actions de la Société, sous réserve de ce qui est mentionné au chapitre 6.3.1, et de M. Maurice Lévy, qui détient directement ou indirectement 4 983 654 actions, soit environ 2,37 % du capital de la Société, dont 2 920 000 actions sont détenues à travers des sociétés civiles appartenant à M. Lévy et à sa famille.

Au 31 décembre 2012, les membres du Conseil de surveillance et du Directoire (à l'exclusion de Mme Élisabeth Badinter et de ses enfants) détiennent directement et indirectement 7 675 157 actions, soit 3,65 % du capital de la Société, dont 2,37 % contrôlés par M. Maurice Lévy (voir chapitre 6.2.1).

Les membres du Directoire détiennent également, au 31 décembre 2012, 719 451 options de souscription ou options d'achat d'actions de la Société, dont toutes sont exerçables. Le prix moyen pondéré d'exercice des options se situe entre 27,34 euros et 29,27 euros par action et le terme de ces options expirera entre 2013 et 2017 (voir note 28 des comptes consolidés au chapitre 4.6).

Le tableau suivant présente, au 31 décembre 2012, la participation de chaque mandataire social dans le capital de la Société en nombre d'actions et de droits de vote, ainsi que le nombre d'actions que chaque mandataire social a la faculté d'acquérir en exerçant des options de souscription d'actions nouvelles et d'achat d'actions existantes.



Participation dans le capital et stock-options détenues par les mandataires sociaux au 31 décembre 2012

Mandataire social	Nombre d'actions de Publicis Groupe	Nombre de droits de vote de Publicis Groupe ⁽¹⁾	Nombre d'actions pouvant être acquises par exercice d'options de souscription d'actions	Actions pouvant être acquises par exercice d'options d'achat d'actions		Prix moyen pondéré (en euros)
				Nombre total	Dont options conditionnelles ⁽³⁾	
Membres du Directoire						
Maurice Lévy ⁽²⁾	4 983 654	9 706 508		526 163	426 163	27,78
Jack Klues	17 542	17 542		46 403	46 403	29,27
Kevin Roberts	-	-		-	-	
Jean-Yves Naouri	125 144	190 942		90 554	82 554	27,34
Jean-Michel Etienne	37 376	37 376		56 331	56 331	29,27
Total Directoire	5 163 716	9 952 368		719 451	611 451	
Membres du Conseil de surveillance						
Élisabeth Badinter	19 172 340	38 344 680				
Sophie Dulac	2 369 460	4 638 920				
Claudine Bienaimé	55 900	104 300		90 000	90 000	29,27
Henri-Calixte Suaudeau	65 681	131 362				
Hélène Ploix	8 950	10 970				
Gérard Worms	340	480				
Michel Halpérin	1 500	1 500				
Amaury de Seze	350	350				
Simon Badinter	350	700				
Michel Cicurel	200	400				
Felix G. Rohatyn	1 000	2 000				
Marie-Josée Kravis	1 400	1 400				
Véronique Morali	200	400				
Marie-Claude Mayer	6 110	12 170				
Total Conseil de Surveillance	21 683 781	43 249 632		90 000	90 000	

(1) Représente l'impact des droits de vote double éventuels.

(2) M. Maurice Lévy détient directement 2 063 654 actions et indirectement 2 920 000 actions de la Société par l'intermédiaire de sociétés civiles, représentant au total 9 706 508 droits de vote.

(3) Les conditions ont été prises en compte pour déterminer le nombre d'options définitivement attribuées.

Nota : les membres du Conseil de surveillance doivent statutairement détenir au moins 200 actions.

2.8 Opérations réalisées sur les titres Publicis Groupe par les dirigeants et les personnes qui leur sont liées

Les opérations des dirigeants et des personnes mentionnées à l'article L. 621-8-2 du Code monétaire et financier sur les titres de la société réalisées au cours de l'exercice 2012 sont les suivantes :

Nom et Prénom	Qualité	Description de l'instrument financier	Nature de l'opération	Nombre d'opérations	Montant des opérations (en euros)
Maurice Lévy⁽¹⁾	Président du Directoire	Actions	Exercice de stock-options	2	16 481 800
Jack Klues	Membre du Directoire	Actions	Exercice de stock-options Cession	2 3	5 930 030 9 742 064
Kevin Roberts	Membre du Directoire	Actions	Exercice de stock-options Cession	2 1	5 938 817 7 783 449
Jean-Michel Etienne⁽¹⁾	Membre du Directoire	Actions	Exercice de stock-options Cession	2 1	1 743 183 2 060 893
Élisabeth Badinter⁽¹⁾	Présidente du Conseil de surveillance	Actions	Cession	2	18 430 920
Simon Badinter	Membre du Conseil de surveillance	Actions	Cession	2	6 267 027
Marie-Claude Mayer	Membre du Conseil de surveillance	Actions	Cession	1	196 155
Hélène Ploix	Membre du Conseil de surveillance	Actions	Acquisition Cession	1 1	286 803 283 546
Tadashi Ishii	Membre démissionnaire du Conseil de surveillance	Actions	Cession	1	8 186
Tatsuyoshi Takashima	Membre démissionnaire du Conseil de surveillance	Actions	Cession	1	8 186

(1) Les opérations mentionnées dans le tableau ne comprennent pas les donations effectuées au cours de l'exercice 2012.



2.9 Opérations avec les apparentés

2.9.1 TERMES ET CONDITIONS DES TRANSACTIONS À CARACTÈRE FINANCIER RÉALISÉES AVEC DES APPARENTÉS

Certains membres du Conseil de surveillance de Publicis Groupe SA (MM. Felix Rohatyn, Gérard Worms et Michel Cicurel, Mmes Véronique Morali et Hélène Ploix) exercent des fonctions de direction au sein d'établissements financiers qui pourraient avoir des relations d'affaires avec la Société. Néanmoins, tous ces membres du Conseil de surveillance ont été considérés comme indépendants au regard des critères appliqués par la Société.

À cet égard, des conventions de lignes de crédit confirmées ont été signées en 2009 avec BNP Paribas et Société Générale, d'un montant en principal de 100 millions d'euros chacune et d'une durée de cinq ans.

Le 13 juillet 2011, Publicis Groupe SA a signé un crédit syndiqué (Club deal) d'un montant de 1 200 millions d'euros avec un syndicat de 15 banques. BNP Paribas est agent du syndicat et a également participé à hauteur de 106 millions d'euros à cette facilité. Société Générale et Deutsche Bank ont également participé respectivement à hauteur de 106 et 50 millions d'euros. Ce nouveau crédit syndiqué est venu remplacer un précédent crédit syndiqué signé en 2007, dans lequel la Société Générale et la BNP étaient aussi parties.

Par ailleurs, en 2011, Publicis Groupe SA a renouvelé sa ligne de crédit court terme de 45 millions d'euros avec la Société Générale.

Enfin, la société Publicis Groupe a confié par contrat en date du 3 juillet 2012 à Crédit Agricole Cheuvreux, devenue Kepler Cheuvreux, la mise en œuvre d'un contrat de liquidité portant sur les actions ordinaires. Ce contrat conclu pour une durée de six mois renouvelable par tacite reconduction est conforme à la charte de déontologie de l'AMAFI datée du 8 mars 2011 et approuvée par l'AMF par décision du 21 mars 2011. Ce contrat de liquidité fait suite à un précédent contrat signé en février 2008 avec SG Securities (Paris).

2.9.2 CONVENTIONS RÉGLEMENTÉES RELATIVES À LA RÉMUNÉRATION DES MEMBRES DU DIRECTOIRE

Le 17 mars 2008, le Conseil de surveillance a révisé les engagements contractuels existants relatifs aux éléments de rémunération, indemnités ou avantages susceptibles d'être dus aux membres du Directoire, à la cessation de leurs mandat et fonctions, afin notamment de mettre ces engagements en conformité avec la loi n° 2007-1223 du 21 août 2007, dite « loi TEPA ». Les dispositions adoptées ou autorisées par le Conseil ont été communiquées aux commissaires aux comptes et soumises, lorsque la loi TEPA le requérait, à l'Assemblée générale des actionnaires du 3 juin 2008, qui les a approuvées.

À la suite du renouvellement du mandat des membres du Directoire, à effet du 1^{er} janvier 2012, le Conseil de surveillance a, le 6 mars 2012, confirmé les engagements existants (en reformulant les droits éventuels aux actions gratuites), en ce qui concerne MM. Kevin Roberts, Jack Klues et Jean-Yves Naouri, et a révisé les accords existants avec M. Jean-Michel Etienne. Les dispositions reconduites ou adoptées par le Conseil ont été communiquées aux commissaires aux comptes en tant que conventions réglementées à soumettre, lorsque la loi le requiert, au vote de l'Assemblée générale des actionnaires du 29 mai 2012, qui les a approuvées. Le détail de ces conventions figure au chapitre 2.7.1 du présent document.

Les informations relatives aux conventions visées à l'article L. 225-86 du Code de commerce et conclues par la Société figurent dans les documents de référence 2011, 2010 et 2009 de la Société :

- année 2011 : document déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 19 mars 2012 (sous le n° D.12-0174) à la page 73 ;
- année 2010 : document déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 15 mars 2011 (sous le n° D.11-0131) à la page 68 ;
- année 2009 : document déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 19 mars 2010 (sous le n° D.10-0129) à la page 121.



2.9.3 OPÉRATIONS RÉALISÉES AVEC DES APPARENTÉS

Au cours de l'exercice 2012, Publicis Groupe SA n'a réalisé aucune opération avec des apparentés.

Au titre des trois derniers exercices, les opérations suivantes ont été réalisées avec des apparentés (en millions d'euros) :

Année	Société apparentée	Revenu auprès des apparentés ⁽¹⁾
2009	Dentsu	23
2010	Dentsu	13
2011	Dentsu	5

(1) Il s'agit de la différence entre les achats et les ventes réalisés par le Groupe auprès de Dentsu. Ces transactions ont été réalisées au prix de marché avec des sociétés apparentées.

Les soldes des comptes avec les sociétés apparentées au bilan du 31 décembre 2012 étaient les suivants (en millions d'euros) :

	Créances/prêts sur les apparentés	Dettes envers les apparentés
Somupi	6	-

2.9.4 PACTE ENTRE DENTSU ET PUBLICIS

L'accord entre Publicis Groupe SA et Dentsu Inc. (« Dentsu ») qui faisait suite à l'accord de fusion intervenu le 7 mars 2002 entre Publicis Groupe SA et ses filiales Philadelphia Merger Corp. et Philadelphia Merger LLC, d'une part, et Bcom3 Group, Inc., d'autre part, aux termes duquel Philadelphia Merger Corp. a absorbé, par voie de fusion-absorption, Bcom3, est resté en vigueur jusqu'au 17 février 2012.

Le pacte entre Dentsu et Publicis a annulé et remplacé le *Memorandum of Understanding* signé le 7 mars 2002 avec Dentsu. Ce pacte a été conclu en suivant la procédure applicable aux conventions réglementées. Il devait prendre fin le 12 juillet 2012.

En date du 17 février 2012, Publicis a acquis 18 millions de ses propres actions proposées à la vente par Dentsu au prix unitaire de 35,80 euros. Cette opération, ainsi que celle d'annulation simultanée de 10 759 813 actions a été autorisée par le Conseil de surveillance (les parties intéressées n'ayant pas pris part au vote), conformément aux dispositions des articles L. 225-86 et suivants du Code de commerce. Pour permettre la réalisation de ce projet, Mme Badinter a renoncé à ses droits au titre du pacte d'actionnaires conclu avec Dentsu à la suite de son entrée dans le capital de Publicis Groupe SA en 2002. L'opération a mis fin au pacte précité ainsi qu'à l'action de concert en résultant et à la SEP Dentsu-Badinter, qui a été dissoute. Elle a entraîné également la résiliation de l'accord d'actionariat et du *Strategic Alliance Agreement* conclus en 2003 entre Dentsu et Publicis Groupe.

Aux termes du pacte entre Dentsu et Publicis, Dentsu était représentée par deux membres au sein du Conseil de surveillance de Publicis Groupe SA aussi longtemps que Dentsu disposait d'au moins 10 % du capital (calculés de façon spécifique). En conséquence de la fin de ce pacte, MM. Tatsuyoshi Takashima et Tadashi Ishii, membres au Conseil de surveillance de Publicis Groupe SA, ont démissionné de ces mandats à compter du 17 février 2012.



2.9.5 PACTE D'ACTIONNAIRES ENTRE DENTSU ET MME ÉLISABETH BADINTER

Le 30 novembre 2003, Mme Élisabeth Badinter et Dentsu ont conclu un pacte entre actionnaires gouvernant leurs relations en tant qu'actionnaires de Publicis Groupe SA (le « pacte d'actionnaires entre Dentsu et Mme Badinter ») qui est resté en vigueur jusqu'au 17 février 2012.

Aux termes de ce pacte d'actionnaires entre Dentsu et Mme Badinter, Dentsu s'engageait à élire ou maintenir en fonction les membres du Conseil de surveillance désignés par Mme Élisabeth Badinter.

Dentsu était tenue au sein du Conseil de surveillance de Publicis, de :

- voter en faveur de la désignation de Mme Élisabeth Badinter, ou de toute personne qu'elle se substituerait, comme Président du Conseil de surveillance de Publicis ;
- voter en faveur des candidats au Conseil de surveillance proposés par Mme Élisabeth Badinter et en faveur de leur maintien en fonction ;
- voter en faveur des candidats à la Direction de Publicis Groupe SA (notamment des membres du Directoire) proposés par Mme Élisabeth Badinter.

Le pacte d'actionnaires entre Dentsu et Mme Badinter prévoyait la création d'un comité spécial, dont les membres étaient désignés par Mme Élisabeth Badinter et par Dentsu parmi les membres du Conseil de surveillance (Mme Élisabeth Badinter disposant du pouvoir de désigner la majorité des membres), dont le rôle consistait à :

- examiner les décisions stratégiques à prendre en Conseil de surveillance ou en Assemblée générale ;
- déterminer le vote de Dentsu s'agissant des décisions sur lesquelles Dentsu s'était engagée à voter dans le même sens que Mme Élisabeth Badinter ;
- et en cas de réunion convoquée à la demande de Dentsu, examiner d'autres questions soulevées par un membre du comité désigné par Dentsu.

En outre, Dentsu était tenue de joindre ses voix à celles de Mme Élisabeth Badinter sur un certain nombre de questions, notamment celles relatives aux projets de fusion ou de rapprochements de Publicis Groupe SA avec une entité tierce. Dentsu s'était également engagée à ne pas procéder à un transfert d'actions Publicis Groupe SA à un tiers jusqu'au 12 juillet 2012 (sauf exceptions limitativement énumérées), et à se soumettre à des restrictions particulières en cas de transfert d'actions, ainsi qu'à l'agrément de Mme Badinter pour tout transfert réalisé entre le 12 juillet 2012 et le 12 juillet 2014.

Le pacte d'actionnaires entre Dentsu et Mme Badinter devait prendre fin le 12 juillet 2014.

Le 24 septembre 2004, Mme Élisabeth Badinter et Dentsu ont modifié leur pacte d'actionnaires par avenant et ont créé une société en participation (la « SEP »). Aux termes de ses statuts, l'objet de la SEP consistait en l'exercice des droits de vote attachés aux actions de Publicis Groupe SA dont la jouissance lui était apportée. Dentsu était tenue d'apporter à cette SEP les actions de Publicis Groupe SA dont les droits de vote excédaient le plafond de 15 % des droits de vote mentionné ci-dessus. Lors de la création de la SEP, Dentsu lui a apporté en jouissance 11 181 399 actions ordinaires de Publicis Groupe SA.

Mme Élisabeth Badinter était la gérante de la SEP : en cette qualité, elle a exercé les droits de vote attachés à la jouissance de ces actions.

La SEP devait expirer à la première des dates suivantes : le 24 septembre 2014, ou lors du terme du pacte d'actionnaires entre Mme Badinter et Dentsu, sauf accord contraire de ses associés. La communication des pactes mentionnés ci-dessus à l'Autorité des marchés financiers a donné lieu à la publication d'un résumé détaillé dans les Décisions et Informations AMF n° 204C0036 du 9 janvier 2004 et n° 204C1206 du 11 octobre 2004.

Dans le cadre de l'opération d'acquisition par Publicis Groupe en date du 17 février 2012 de 18 millions de titres Publicis détenus par Dentsu (cf. ci-dessus § 2.9.4), le pacte entre Mme Badinter et Dentsu a pris fin et la société en participation SEP Dentsu-Badinter a été dissoute.

À l'exception de ce qui est décrit au présent chapitre et au chapitre 1.6, la Société, ainsi que ses filiales, n'ont pas, depuis le 31 décembre 2012, conclu d'autres opérations significatives avec des apparentés, ni ne se sont engagées à en conclure.



2.9.6 RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS – EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2012

En notre qualité de Commissaires aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions et engagements réglementés.

Il nous appartient de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles des conventions et engagements dont nous avons été avisés ou que nous aurions découverts à l'occasion de notre mission, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé ni à rechercher l'existence d'autres conventions et engagements. Il vous appartient, selon les termes de l'article R. 225-58 du Code de commerce, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions et engagements en vue de leur approbation.

Par ailleurs, il nous appartient, le cas échéant, de vous communiquer les informations prévues à l'article R. 225-58 du Code de commerce relatives à l'exécution, au cours de l'exercice écoulé, des conventions et engagements déjà approuvés par l'Assemblée générale.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimé nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des Commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS SOUMIS À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention ni d'aucun engagement autorisés au cours de l'exercice écoulé à soumettre à l'approbation de l'Assemblée générale en application des dispositions de l'article L. 225-86 du Code de commerce.

CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS DÉJÀ APPROUVÉS PAR L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

I. Conventions et engagements approuvés au cours d'exercices antérieurs

En application de l'article R. 225-57 du Code de commerce, nous avons été informés que l'exécution des conventions et engagements suivants, déjà approuvés par l'Assemblée générale au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours de l'exercice écoulé.

A. Convention de crédit conclue avec BNP Paribas et Société Générale

MEMBRES DU CONSEIL DE SURVEILLANCE CONCERNÉS : MADAME HÉLÈNE PLOIX ET MONSIEUR MICHEL CICUREL

La Société a conclu respectivement avec BNP Paribas, Calyon, Citigroup et Société Générale, des lignes de crédit réutilisables d'un montant de 100 millions d'euros chacune et d'une durée de 5 ans. Madame Hélène Ploix étant membre du Conseil de surveillance de la Société et administrateur de BNP Paribas SA et Monsieur Michel Cicurel étant membre du Conseil de surveillance et administrateur de Société Générale SA, la convention de crédit conclue avec BNP Paribas et la convention de crédit conclue avec Société Générale constituent des conventions visées à l'article L.225-86 du Code de commerce devant faire l'objet d'une autorisation préalable du Conseil de surveillance, autorisation qui a été consentie par le Conseil de surveillance lors de sa réunion du 9 juin 2009.

Cette convention a été approuvée par l'Assemblée du 1^{er} juin 2010.

B. Conventions et engagements de la société en faveur des membres du Directoire

CONVENTION DE NON CONCURRENCE EN FAVEUR DU PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE, MONSIEUR MAURICE LÉVY

Monsieur Maurice Lévy s'interdit, pendant les trois ans qui suivront la cessation de ses fonctions de Président du Directoire de Publicis Groupe SA, quelle qu'en soit la raison, de collaborer de quelque manière que ce soit avec une entreprise exerçant son activité dans le secteur de la communication publicitaire, et plus généralement avec une entreprise concurrente de Publicis, ni de prendre une participation chez un concurrent de Publicis.



En contrepartie du respect de cet engagement, Monsieur Maurice Lévy percevra une somme totale égale à 18 mois de rémunération globale brute (part fixe et part variable maximum telles que définies en 2008). Cette somme lui sera versée par avances mensuelles égales sur la période couverte par la clause de non-concurrence. Ces avances devront être restituées par Monsieur Maurice Lévy en cas de non-respect de l'engagement.

Cette convention a été approuvée par l'Assemblée générale du 3 juin 2008.

CONVENTION DE NON CONCURRENCE EN FAVEUR DE MONSIEUR JACK KLUES, MEMBRE DU DIRECTOIRE

En vertu d'un accord signé en juin 1997 applicable à tous les cadres dirigeants de Leo Burnett Company, Inc. (employeur de Monsieur Jack Klues à l'époque), toujours en vigueur après le renouvellement de son mandat de membre du Directoire à effet du 1^{er} janvier 2012, Monsieur Jack Klues, s'il part à son initiative à la retraite dès l'âge de 55 ans ou s'il est mis à la retraite à compter de 57 ans, pourra bénéficier chaque année, pendant 5 ans, d'une somme égale à 30 % de sa dernière rémunération annuelle (fixe plus bonus), ainsi que d'une partie de ses avantages sociaux, à condition de respecter notamment un engagement de non-concurrence et de non-sollicitation de 5 ans.

Cette convention a été approuvée par l'Assemblée générale du 3 juin 2008.

Au cours de l'année 2012, Monsieur Jack Klues a demandé à mettre un terme à son mandat de membre du Directoire pour le 31 décembre 2012 et a annoncé son départ à la retraite au cours de l'exercice 2013. Ce départ étant effectué à son initiative et postérieurement à l'âge de 55 ans, la convention produira ses effets à partir de l'exercice 2013 et pendant une période de 5 ans.

II. Conventions et engagements approuvés au cours de l'exercice écoulé

Nous avons par ailleurs été informés de l'exécution, au cours de l'exercice écoulé, des conventions et engagements suivants, déjà approuvés par l'Assemblée générale du 29 mai 2012, sur rapport spécial des Commissaires aux comptes du 9 mars 2012.

A. Conventions de crédit syndiqué (« Club Deal ») avec BNP Paribas et la Société Générale

MEMBRES DU CONSEIL DE SURVEILLANCE CONCERNÉS : MADAME HÉLÈNE PLOIX ET MONSIEUR MICHEL CICUREL

Le Conseil de surveillance du 7 juin 2011 a autorisé, conformément aux dispositions des articles L.225-86 et suivants du Code de commerce, la conclusion d'un contrat de crédit syndiqué (« Club Deal ») d'un montant total de 1,2 milliards d'euros et d'une durée de 5 ans, notamment avec la BNP Paribas et la Société Générale dont sont administrateurs respectivement Madame Hélène Ploix et Monsieur Michel Cicurel et également membres du Conseil de surveillance de Publicis Groupe SA.

B. Acquisition de 18 000 000 actions Publicis auprès de la SEP Denstu/Badinter, mettant fin au pacte d'actionnaire entre Publicis Groupe SA et Dentsu Inc.

MEMBRES DU CONSEIL DE SURVEILLANCE CONCERNÉS : MADAME ELISABETH BADINTER, MONSIEUR SIMON BADINTER, MONSIEUR TATSUYOSHI TAKASHIMA ET MONSIEUR TADASHI ISHII.

ACTIONNAIRE CONCERNÉ : DENTSU INC

Le 30 novembre 2003, Publicis Groupe SA et Denstu avaient conclu un pacte consécutif aux engagements pris dans le cadre de l'accord de fusion du 7 mars 2002 entre Publicis Groupe SA et ses filiales Philadelphia Merger Corp et Philadelphia Merger LLC d'une part et Bcom3 Group Inc d'autre part, au terme duquel Philadelphia Merger Corp avait absorbé par voie de fusion Bcom3. Les principales dispositions de ces engagements ont été décrites dans la note d'opération sur l'opération de rapprochement avec Bcom3 qui avait fait l'objet d'un visa numéro 02-564 de la COB en date du 16 mai 2002.

Le pacte comprenait des clauses relatives à la direction de Publicis Groupe SA (composition du Conseil de surveillance, changement de la forme sociale et représentation de Dentsu au Comité d'Audit), des clauses concernant le transfert des actions et des bons de souscription d'actions Publicis Groupe SA détenues par Dentsu avec notamment une limitation de la participation de Dentsu à 15 % des droits de vote de Publicis Groupe SA. Il prévoyait en outre une clause antidilution en faveur de Dentsu et une clause relative au maintien de mise en équivalence comptable de la participation du groupe Publicis par Dentsu. Ce pacte devait prendre fin initialement le 12 juillet 2012 sauf accord des parties pour le reconduire dix ans. Il avait fait l'objet d'une Décision et Information de l'AMF en date du 9 janvier 2004 sous le numéro 204C0036.

Le Conseil de surveillance du 14 février 2012 a autorisé l'acquisition par Publicis Groupe SA de 18 000 000 de ses propres actions proposées à la vente par Dentsu au prix unitaire de 35,80 €. Cette opération, ainsi que l'annulation simultanée de 10 759 813 actions ont été autorisées par le Conseil de surveillance, conformément aux dispositions des articles L. 225-86 et suivants du Code de commerce et ont été réalisées dans le cadre de l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale des Actionnaires du 7 juin 2011.

Pour permettre la réalisation de ce projet, Madame Badinter a renoncé à ses droits au titre du pacte d'actionnaires conclu avec Dentsu à la suite de son entrée dans le capital de Publicis Groupe SA en 2002. L'opération a mis fin à ce pacte ainsi qu'à l'action de concert en résultant et à la SEP Dentsu-Badinter, qui a été dissoute. Elle entraîne également la résiliation de l'accord d'actionariat et du « Strategic Alliance Agreement » conclus en 2003 entre Dentsu et Publicis Groupe.

L'acquisition et l'annulation des dites actions ont été réalisées le 17 février 2012.



C. Conventions et engagements de la société en faveur des membres du Directoire

MEMBRE DU DIRECTOIRE CONCERNÉ : MONSIEUR JEAN-MICHEL ETIENNE

INDEMNITÉS ÉVENTUELLES DE FIN DE CONTRAT

Le Conseil de surveillance du 6 mars 2012 a révisé les accords en vigueur avec Monsieur Jean-Michel Etienne relatifs aux éléments de rémunération, d'indemnités ou d'avantages susceptibles de lui être dus à la cessation de ses mandats et fonctions pour les mettre en accord avec la loi du 2 août 2007, dite « Loi TEPA ».

Aux termes des accords en vigueur entre la société Publicis Finances Services et Monsieur Jean-Michel Etienne, s'il est mis fin « sans juste motif » à son mandat de membre du Directoire de Publicis Groupe SA, celui-ci pourra avoir droit, s'il ne conserve pas de fonctions salariées au sein du Groupe Publicis, à un an et demi de rémunération globale brute (part fixe et part variable maximum) et au droit d'exercer les options de souscription et/ou d'achats d'actions qui lui auront été attribuées et de conserver le droit aux actions gratuites qui lui auront été consenties, sous réserve des conditions de performance indiquées dans le règlement du plan d'attribution gratuite d'actions concerné.

Ces sommes et avantages ne seront intégralement dus que si le montant moyen annuel des bonus acquis par Monsieur Jean-Michel Etienne au titre des trois années précédant la cessation de ses fonctions est au moins égal à 75 % de son « bonus cible ». Si le montant moyen annuel est inférieur à 25 % du « bonus cible », aucune somme ni avantage ne sera dû. Si le montant moyen annuel est compris entre 25 % et 75 % du « bonus cible », les sommes et avantages seront calculés proportionnellement entre 0 et 100 % par la règle de trois.

MEMBRE DU DIRECTOIRE CONCERNÉ : MONSIEUR KEVIN ROBERTS

Le Conseil de surveillance du 6 mars 2012 a confirmé les engagements contractuels existants en reformulant le droit aux actions gratuites dont il peut bénéficier.

INDEMNITÉS ÉVENTUELLES DE FIN DE CONTRAT

Aux termes des contrats en cours conclus entre les sociétés Saatchi & Saatchi North America Inc., Saatchi & Saatchi Limited, Red Rose Limited et Monsieur Kevin Roberts, s'il est mis fin aux dits contrats à l'initiative du Groupe Publicis de manière anticipée « sans juste motif », ou si Monsieur Kevin Roberts y met fin « pour juste motif », Monsieur Kevin Roberts pourrait avoir droit à une somme égale à 120 % de sa rémunération annuelle fixe, à laquelle s'ajouteraient 100 % de son bonus annuel maximum, le maintien pendant un an de sa protection sociale et le droit d'exercer les options de souscription et/ou d'achats d'actions qui lui auront été attribuées et de conserver le droit aux actions gratuites qui lui auront été consenties, sous réserve des conditions de performance indiquées dans le règlement du plan d'attribution gratuite d'actions concerné.

Ces sommes et avantages ne seront intégralement dus que si le montant moyen annuel des bonus acquis par Monsieur Kevin Roberts au titre des trois années précédant la cessation de ses fonctions est au moins égal à 75 % de son « bonus cible ». Si le montant moyen annuel est inférieur à 25 % du « bonus cible », aucune somme ni avantage ne sera dû. Si le montant moyen annuel est compris entre 25 % et 75 % du « bonus cible », les versements et avantages seront calculés proportionnellement entre 0 et 100 % par la règle de trois.

MEMBRE DU DIRECTOIRE CONCERNÉ : MONSIEUR JACK KLUES

Le Conseil de surveillance du 6 mars 2012 a confirmé l'engagement et la convention contractuels existants en reformulant le droit aux actions gratuites dont il peut bénéficier.

INDEMNITÉS ÉVENTUELLES DE FIN DE CONTRAT

Aux termes du contrat en cours entre les sociétés Publicis Groupe SA, Starcom Mediavest Group, Inc. et Monsieur Jack Klues, s'il est mis fin au dit contrat à l'initiative du Groupe Publicis de manière anticipée « sans juste motif », Monsieur Jack Klues pourrait avoir droit à une somme égale à un an de sa rémunération annuelle fixe, à laquelle s'ajouteraient 100 % de son « bonus cible » annuel, le maintien pendant un an de sa protection sociale, l'assistance pendant au plus un an d'un cabinet d' « outplacement », et le droit d'exercer les options de souscription et/ou d'achats d'actions qui lui auront été attribuées et de conserver le droit aux actions gratuites qui lui auront été consenties, sous réserve des conditions de performance indiquées dans le règlement du plan d'attribution gratuite d'actions concerné.

Ces sommes et avantages ne seront intégralement dus que si le montant moyen annuel des bonus acquis par Monsieur Jack Klues au titre des trois années précédant la cessation de ses fonctions est au moins égal à 75 % de son « bonus cible ». Si le montant moyen annuel est inférieur à 25 % du « bonus cible », aucune somme ni avantage ne sera dû. Si le montant moyen annuel est compris entre 25 % et 75 % du « bonus cible », les sommes et avantages seront calculés proportionnellement entre 0 et 100 % par la règle de trois.

Au cours de l'année 2012, Monsieur Jack Klues a demandé à mettre un terme à son mandat de membre du Directoire pour le 31 décembre 2012 et a annoncé son départ à la retraite au cours de l'exercice 2013. L'engagement d'indemnité de fin de contrat devient donc caduc le 31 décembre 2012.

MEMBRE DU DIRECTOIRE CONCERNÉ : MONSIEUR JEAN-YVES NAOURI

Le Conseil de surveillance du 6 mars 2012 a confirmé l'engagement et la convention contractuels existants en reformulant le droit aux actions gratuites dont il peut bénéficier.



INDEMNITÉS ÉVENTUELLES DE FIN DE CONTRAT

Aux termes des accords en vigueur entre la société Publicis Groupe Services et Monsieur Jean-Yves Naouri, s'il est mis fin « sans juste motif » à son mandat de membre du Directoire de Publicis Groupe SA, celui-ci pourra avoir droit, s'il ne conserve pas de fonctions salariées au sein du Groupe Publicis, à un an de rémunération globale brute (part fixe et part variable maximum) et au droit d'exercer les options de souscription et/ou d'achats d'actions qui lui auront été attribuées et de conserver le droit aux actions gratuites qui lui auront été consenties, sous réserve des conditions de performance indiquées dans le règlement du plan d'attribution gratuite d'actions concerné.

Ces sommes et avantages ne seront intégralement dus que si le montant moyen annuel des bonus acquis par Monsieur Jean-Yves Naouri au titre des trois années précédant la cessation de ses fonctions est au moins égal à 75 % de son « bonus cible ». Si le montant moyen annuel est inférieur à 25 % du « bonus cible », aucune somme ni avantage ne sera dû. Si le montant moyen annuel est compris entre 25 % et 75 % du « bonus cible », les sommes et avantages seront calculés proportionnellement entre 0 et 100 % par la règle de trois.

Fait à Paris-La-Défense et à Courbevoie, le 2 avril 2013

Les Commissaires aux comptes

ERNST & YOUNG et Autres

Jean Bouquot

Christine Staub

MAZARS

Loïc Wallaert

Anne-Laure Rousselou



2.10 Code de déontologie

Le Groupe dispose d'un corpus de règles de comportement et d'éthique sous l'appellation « Janus ». Il est applicable à tous les niveaux hiérarchiques du Groupe et établit les règles de conduite pour mener les opérations : « *The way we behave and the way we operate* ». Il a été mis à jour en octobre 2009 et a été distribué dans tous les réseaux.

Janus inclut des règles et principes relatifs à l'éthique, à la responsabilité sociale, au respect des cadres réglementaires et légaux, à la Gouvernance, à la communication, à la conduite des affaires et aux relations clients, à la gestion des ressources humaines, à la protection des marques et propriétés intellectuelles du Groupe, à la gestion financière et comptable ainsi qu'aux règles en matière de fusion et acquisition, d'investissement, de restructuration ou de politique d'achats.

Ce référentiel comprend en particulier un code de déontologie qui a vocation à s'appliquer principalement aux membres du Directoire et aux autres principaux dirigeants, ainsi qu'un autre code de déontologie qui a vocation à s'appliquer à l'ensemble des salariés. Ce dernier est disponible sur la page du site Internet du Groupe (www.publicisgroupe.com) sous la rubrique « Responsabilité sociale », dans la sous-rubrique « Social » puis « Éthique ».

Le Groupe s'engage à fournir une copie de ses codes de déontologie à toute personne qui le demanderait, sans frais. La demande peut être formulée directement auprès de la Direction juridique du Groupe par téléphone au 33 (0)1 44 43 70 00 ou par courrier, adressé au 133, avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris, France.

COMMENTAIRES SUR L'EXERCICE

3.1	Introduction	97	3.5	Publicis Groupe SA (société mère du Groupe)	106
3.2	Croissance organique	99	3.6	Politique de distribution de dividendes	107
3.3	Analyse des résultats consolidés	100	3.7	Tendances	108
3.3.1	Revenus	100			
3.3.2	Marge opérationnelle et résultat opérationnel	101			
3.3.3	Autres postes du compte de résultat	102			
3.4	Situation financière et trésorerie	103			
3.4.1	Flux de trésorerie	103			
3.4.2	Capitaux et endettement du Groupe (à court et à long terme)	104			
3.4.3	Conditions d'emprunt et structure du financement du Groupe	105			
3.4.4	Restriction à l'utilisation des capitaux	105			
3.4.5	Sources de financement	105			



Les développements ci-après sont les éléments principaux du rapport de gestion mentionné au I de l'article L. 451-1-2 du Code monétaire et financier et à l'article 222-3 du règlement général de l'Autorité des marchés financiers devant comporter les informations mentionnées aux articles L. 225-100, L. 225-100-2, L. 225-100-3 et au second alinéa de l'article L. 225-211 du Code de commerce.

Les autres informations qui correspondent à ce qui doit être inclus dans le rapport de gestion sont répertoriées au chapitre 8.6 « Table de réconciliation du rapport de gestion ».

L'analyse qui suit doit être lue en regard des comptes consolidés du Groupe et de leurs notes. Elle contient des informations sur les objectifs futurs du Groupe qui impliquent des risques et des incertitudes, incluant, en particulier, ceux décrits au chapitre 1.8 « Facteurs de risques ».



3.1 Introduction

Alors que les prévisions pour l'année 2012 s'annonçaient très positives, l'année aura finalement été marquée par l'incertitude grandissante des économies et le manque de véritables réformes structurelles d'envergure, notamment dans la zone euro. Cette situation a entretenu une forte volatilité des comportements des agents économiques. Les principales forces qui ont tiré la croissance ont été les politiques monétaires accommodantes. Les réformes nécessaires et urgentes comme la réforme du travail, le renforcement de la compétitivité dans le domaine des biens échangeables et l'investissement dans l'innovation n'ont pas fait l'objet d'avancées sérieuses au cours de l'année écoulée particulièrement en Europe du Sud et en France.

La reprise a été constatée dès l'été dernier aux États-Unis. Les pays développés voient cependant leur croissance freinée par le poids des rééquilibrages des budgets. Les pays de la zone euro, notamment les pays d'Europe du Sud, restent au centre des préoccupations. Dans les principaux pays en développement, la croissance bien que moins vigoureuse se poursuit.

Le FMI prévoit une reprise mondiale progressive et situe ses prévisions pour 2013 à 3,5 %.

En décembre dernier, ZenithOptimedia a corrigé ses estimations de croissance du marché publicitaire pour 2013 à la baisse, les portant de 4,6 % en octobre à 4,1 % en décembre dernier, l'essentiel de cette croissance provenant des pays en développement et du digital.

Malgré ce climat d'incertitude et les chiffres maussades du marché, Publicis Groupe affiche des résultats record. Le revenu consolidé tel que publié de 6 610 millions d'euros est en croissance de 13,7 %. La croissance organique croît de 2,9 % essentiellement soutenue par les États-Unis, le numérique et les pays en développement et ceci malgré un contexte de ralentissement général, les effets défavorables de la perte des contrats media et Search de GM et la réduction des dépenses du secteur de la santé.

Les activités numériques représentent en 2012 32,9 % du revenu total comparé à 30,6 % pour l'année 2011. La réussite de VivaKi a permis d'initier le plan VivaKi 2.0 concentrant l'activité de VivaKi sur ses activités d'innovation tant dans les services avec le développement de AOD (*Audience on Demand*) qu'avec la création de « produits » tels que eCRM365 ou FLUENT qui permettront aux clients externes et internes de bénéficier des solutions et des services les plus innovants de l'univers numérique, en fort développement.

Toujours dans le numérique, Publicis Groupe et IBM, fortes de leur position unique pour déterminer l'avenir du e-commerce, ont conclu un partenariat mondial. Cette collaboration capitalise sur les forces respectives des partenaires : à la solide expérience de Publicis Groupe en matière de « consumer insight », de technologie et de construction d'un écosystème d'e-commerce autour des transactions, s'ajoutent la technologie, l'expertise et la capacité d'innovation d'IBM. Au cours des trois prochaines années, Publicis Groupe mettra en place quatre plateformes de commerce mondiales. L'équipe de Publicis Groupe-Rosetta travaillera de concert avec les équipes d'IBM et les collaborateurs des agences locales afin d'offrir aux clients des solutions logicielles, des services et l'approche « smarter commerce » d'IBM lancée en mars 2011, satisfaisant ainsi les attentes de plus en plus exigeantes des consommateurs numériques. L'acquisition de l'agence Rosetta a été un élément moteur de cet accord grâce à la collaboration développée avec IBM et l'expertise acquise dans le e-commerce.

Publicis Groupe continue d'accroître sa présence dans les pays à forte croissance et l'année 2012 a été fertile en acquisitions ciblées, en Russie, en Chine, au Moyen-Orient ou en Israël et au Brésil. Dans le numérique, l'un des deux piliers de croissance du Groupe, le Groupe a mené avec succès une offre amicale en vue d'acquérir la totalité des actions de LBI ; cette acquisition récente devrait porter la part du numérique dans le revenu total à plus de 35 % et dynamiser la croissance européenne. Les pays à forte croissance représentent 25,5 % du revenu total comparé à 24,3 % pour la période équivalente en 2011. La Chine est devenue le quatrième marché du Groupe. Il convient de signaler également la prise de participation dans l'agence ZOOM en Palestine.

L'évolution du marché publicitaire telle qu'observée depuis quelques années, c'est-à-dire la poursuite de la croissance du digital dans le monde et le ralentissement de plus en plus marqué des activités analogiques dans les économies matures, est un encouragement à accélérer le développement de ces deux piliers stratégiques pour la croissance, choisis pour le développement stratégique du Groupe. Dans cette optique le Groupe confirme son projet d'avoir à terme 50 % de ses revenus dans le digital et 35 % dans les pays en développement, ce qui veut dire que net du recouvrement digital/pays en développement, 75 % du revenu total sera issu de ces deux marchés porteurs d'avenir et à fort potentiel de croissance.

Une économie en ralentissement depuis quelques années et certainement durablement à croissance lente dans les économies matures ainsi que des investissements destinés d'une part à assurer la croissance dans l'avenir et d'autre part à optimiser ses opérations contraignent le Groupe à une attention encore plus marquée que par le passé à la pérennisation de sa rentabilité, essentielle à son indépendance et à sa croissance future.

Aux projets comme la régionalisation des centres de services partagés dont le développement est bien avancé (finalisation de la plateforme « Americas » et construction de la plateforme Asie-Pacifique), divers programmes ont été ajoutés comme par exemple l'automatisation des opérations d'achats d'espace (projet « Olympic ») ou bien le regroupement de certaines activités en « plateformes d'excellence ». Le projet d'implantation d'un ERP est en bonne voie et son avancement permet d'envisager le début de son déploiement dès cette année.



COMMENTAIRES SUR L'EXERCICE

Introduction

Depuis 2009, des investissements et des coûts de développement ont été engagés, la courbe des dépenses devant s'infléchir à partir de 2014 et les réductions de coûts attendues se concrétiser au cours des années suivantes. Le Groupe estime pouvoir améliorer à terme la marge opérationnelle de 200 à 400 pb grâce à l'ensemble de ces projets couplés à l'amélioration de la croissance.

Le taux de marge opérationnelle pour l'année 2012 est de 16,1 %, en amélioration de 10 pb par rapport à 2011 et ceci malgré un taux de croissance inférieur à celui attendu. La gestion rigoureuse des coûts de personnel demeure un sujet central d'autant que l'évolution des métiers de la publicité amène le Groupe à changer le profil de ses nouveaux talents, soit par de nouveaux recrutements ou le développement d'actions de formation, en particulier dans le digital. En 2012 les coûts de personnel totaux représentent 61,7 % du revenu comparé à 62,2 % en 2011.

Le résultat net, part du Groupe s'élève à 737 millions d'euros, soit une progression de 22,8 % par rapport au résultat de 600 millions d'euros de 2011 qui était déjà le record du Groupe.

Le bénéfice net courant par action (tel que défini dans la note 9 des comptes consolidés) s'élève à 3,51 euros et à 3,23 euros pour ce qui est du bénéfice net courant dilué par action, ce qui représente une augmentation par rapport à l'année précédente respectivement de 18,2 % et de 21,9 %. Le bénéfice net par action s'élève à 3,67 euros et le bénéfice par action dilué à 3,36 euros, faisant ressortir une variation de respectivement 24,0 % et 27,3 %.

Le dividende qui sera proposé à l'Assemblée générale des actionnaires du 29 mai prochain sera de 0,90 euro par action. Il représente un taux de distribution de 24,5 %. Sous réserve de l'approbation de l'Assemblée générale, la mise en paiement du dividende en actions ou en numéraire se fera le 5 juillet.

Au 31 décembre 2012, le bilan présente une situation de trésorerie nette positive de 218 millions d'euros comparée à une dette nette de 110 millions d'euros au 31 décembre 2011. Ce montant au 31 décembre 2012 s'entend après rachat des actions détenues par Dentsu pour un montant de 644 millions d'euros et conversion de l'Océane 2014 (qui figurait au bilan du 31 décembre 2011 pour une valeur de 674 millions d'euros).

Après une année 2011 exceptionnelle en termes de gains de budgets, l'année 2012 a été une bonne année avec un montant de 3,5 milliards de dollars.

On citera parmi les nombreux budgets gagnés : Pfizer (États-Unis), GM-Chevy Silverado (Monde), Carrefour (Italie), Coca Cola/Minute Maid Pulpy (Chine), Taco Bell (États-Unis), Travelodge (Royaume-Uni), Honda TriState (États-Unis), Nestlé (Inde), Reckitt Benckiser (Inde), Abbott (Chine), OBI (Russie), Mojo (Australie), Weight Watchers (Royaume-Uni), Masco (États-Unis).

Rien de tout ceci n'aurait été possible sans le talent, le dévouement et l'engagement de tous nos collaborateurs et la confiance de nos clients. Qu'ils soient tous remerciés très chaleureusement.

Après la mise en place du plan « 50 actions gratuites » en France en 2009, aux États-Unis en 2010 et son extension à 16 pays en 2011, Publicis Groupe a de nouveau étendu, début 2013, ce plan à 53 nouveaux pays (chapitre 4.6, note 28) et a par ailleurs mis en place un nouveau plan «LTIP 2012» (*Long Term Incentive Plan*).



3.2 Croissance organique

Lorsque le Groupe compare ses résultats d'une année sur l'autre, il mesure l'impact sur le revenu de l'évolution des taux de change, des acquisitions et cessions, et de la croissance organique. La croissance organique, qui représente la croissance du revenu à périmètre et taux de change constants, se calcule comme suit :

- le revenu de l'année précédente est d'abord recalculé au taux de change moyen de la période en cours ;
- le revenu des acquisitions (nets de celui des sociétés cédées lorsqu'il y en a) est retranché du revenu de l'année en cours afin de neutraliser l'impact des changements de périmètre sur la croissance.

La différence entre le revenu de l'année en cours, après déduction du revenu des acquisitions (net de celui des sociétés cédées) et le revenu de l'année précédente (reconverti au taux de change de la période en cours), est rapportée au revenu de la période précédente pour déterminer le pourcentage de croissance organique.

Le Groupe estime que l'analyse de la croissance organique du revenu fournit une meilleure vision de sa performance et de son évolution que celle du revenu publié car elle permet des comparaisons plus pertinentes entre le revenu de l'exercice en cours et celui des périodes précédentes. De plus, le revenu déterminé à périmètre et taux de change constants constitue également une mesure de performance communément utilisée dans son secteur d'activité.

Le revenu déterminé à périmètre et taux de change constants n'est pas audité et ne constitue pas un instrument de mesure de la performance selon les normes IFRS. Il peut ne pas être comparable à des données désignées de façon similaire par d'autres entreprises.

(en millions d'euros)	Total
REVENU 2011	5 816
Impact des taux de change	313
Revenu 2011 au taux de change 2012 (a)	6 129
Revenu 2012 avant impact des acquisitions ⁽¹⁾ (b)	6 308
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	302
REVENU 2012	6 610
CROISSANCE ORGANIQUE (b – a)/a	2,9 %

(1) Nettes de cessions.

Alors que la croissance du marché publicitaire mondial était attendue à 4,7 % pour l'année 2012 (estimations de ZenithOptimedia en décembre 2011) celle-ci sera plus vraisemblablement au-dessous de 3 % après une année incertaine et difficile globalement et plus spécifiquement en Europe. Dans ce contexte de faible croissance, la croissance organique du Groupe à 2,9 % est une bonne performance.

La croissance organique pour chacun des trimestres de 2012 a été de :

- 1^{er} trimestre : 4,1 %
- 2^e trimestre : 1,6 %
- 3^e trimestre : 2,0 %
- 4^e trimestre : 3,9 %

3.3 Analyse des résultats consolidés

3.3.1 REVENUS

Le revenu consolidé de 2012 a été de 6 610 millions d'euros, en croissance de 13,7 % (les effets de change ont un impact de 313 millions d'euros). La croissance organique est de 2,9 %. Au-delà du ralentissement constaté aux deuxième et troisième trimestres à l'échelle globale, cette croissance tient compte de l'impact de la cessation du contrat Media et Search GM et du cycle défavorable du secteur de la santé.

Les activités numériques représentent 32,9 % du revenu total comparé à 30,6 % l'année précédente. La croissance organique des activités numériques est de 6,6 %, la baisse observée par rapport à 2011 étant essentiellement imputable à la perte du contrat GM (Search) chez Digitas et à l'érosion des investissements du secteur de la santé dans le digital.

L'acquisition de LBI devrait porter la part du digital à plus de 35 % du revenu total.

Les économies à croissance rapide représentent 25,5 % du revenu total comparé à 24,3 % en 2011.

En 2012, l'ensemble BRIC+MISSAT a réalisé une croissance organique de 10,1 %.

Revenu par type d'activité

Le tableau suivant présente le poids des principales catégories d'activité dans le revenu global du Groupe en 2012 et 2011 :

	2012	2011
Digital	33 %	31 %
Publicité	30 %	31 %
Agences spécialisées et services marketing – SAMS	19 %	19 %
Media	18 %	19 %
TOTAL	100 %	100 %

Revenu 2012 par zone géographique

(en millions d'euros)	Revenu		Croissance organique
	2012	2011	
Europe	1 976	1 872	- 0,2 %
Amérique du Nord	3 146	2 721	+ 3,0 %
Asie-Pacifique	842	690	+ 6,3 %
Amérique latine	463	374	+ 12,1 %
Afrique et Moyen-Orient	183	159	+ 0,9 %
TOTAL	6 610	5 816	+ 2,9 %

Le deuxième tableau de répartition du revenu ci-dessous permet d'observer d'une part les évolutions des grands marchés que sont l'Europe et l'Amérique du Nord pour Publicis Groupe et reflètent d'autre part les croissances des ensembles sur lesquels le Groupe concentre une large part de ses investissements ces dernières années, à savoir les pays dits « BRIC » et l'ensemble « MISSAT ».

(en millions d'euros)	Revenu		Croissance organique
	2012	2011	
Europe*	1 881	1 782	-0,3%
Amérique du Nord	3 146	2 721	+ 3,0%
BRIC+MISSAT**	892	706	+ 10,1%
Reste du Monde	691	607	+ 3,5 %
TOTAL	6 610	5 816	2,9%

* Europe hors Russie et Turquie

** MISSAT : Mexique, Indonésie, Singapour, Afrique du Sud, Turquie



Il faut noter que si l'Europe est négative à - 0,3 %, la situation est inégale par pays :

- la France résiste avec + 0,7 % de croissance, le Royaume-Uni affiche + 2,8 %, la Suisse + 5,4 %. Les pays d'Europe du Sud restent dans des territoires négatifs de manière assez marquée ainsi que les pays d'Europe de l'Est et un certain nombre de pays du Nord à l'exception de la Norvège.
- avec + 3,1 % de croissance, les Etats-Unis continuent de démontrer une bonne résistance essentiellement grâce aux activités media et digitales même si la perte du contrat Media et Search (GM) a eu un effet négatif sur la croissance ne mettant pas en cause l'évolution du digital, garant de la croissance future.
- la plupart des pays de l'ensemble BRIC et MISSAT affichent en 2012 des croissances à deux chiffres, avec la Chine Grande Région à + 14,7 %, le Brésil à + 10,3 %, le Mexique à + 11,6 %, l'Afrique du Sud à + 10,8 %. L'Inde croît de + 8,0 % et la Russie de + 4,2 %.
- le reste du monde croît de + 3,5 %.

3.3.2 MARGE OPÉRATIONNELLE ET RÉSULTAT OPÉRATIONNEL

Marge opérationnelle globale

La marge opérationnelle avant amortissements de 1 190 millions d'euros pour l'année 2012 comparée à 1 034 millions d'euros réalisés en 2011, est en hausse de 15,1 %.

La marge opérationnelle s'élève à 1 064 millions d'euros, en amélioration de 14,3 % par rapport à 2011.

Les charges de personnel de 4 076 millions d'euros pour l'année 2012 comparées à 3 615 millions d'euros pour la même période en 2011 augmentent de 12,8 % et représentent 61,7 % du revenu consolidé.

Les coûts fixes de personnel représentent 54,5 % du revenu total contre 54,1 % en 2011. La gestion rigoureuse des coûts de personnel demeure une préoccupation centrale et conduit à opérer de façon sélective : investir dans les segments de croissance par des recrutements ciblés et réduire les coûts dans les secteurs et pays à faible croissance. De nombreux investissements en cours (ERP, développements technologiques) devraient permettre une plus grande efficacité opérationnelle à moyen terme.

Les coûts de restructuration s'élèvent à 68 millions d'euros comparés à 39 millions d'euros en 2011.

Les autres charges opérationnelles (hors dépréciation) s'élèvent à 1 344 millions d'euros, en augmentation de 15,2 %, et représentent 20,3 % du revenu total contre 20,1 % en 2011. Cette rubrique comprend l'effet de la baisse des frais de fonctionnement résultant des différents plans d'optimisation des coûts. Elle comprend aussi la partie non capitalisée (hors frais de personnel) des projets d'investissements dans le digital, des frais d'infrastructure informatique et d'études et recherches ainsi que les coûts liés aux acquisitions (ces derniers se sont élevés à environ 14 millions d'euros en 2012 contre 10 millions d'euros en 2011).

La dotation aux amortissements pour l'année 2012 est de 126 millions d'euros contre 103 millions en 2011.

Le taux de marge opérationnelle pour l'année 2012 s'établit à 16,1 %, en amélioration de 10 pb par rapport à 2011.

Résultat opérationnel

Les amortissements des immobilisations incorporelles liées aux acquisitions sont de 45 millions d'euros contre 38 millions d'euros en 2011.

Une perte de valeur a également été enregistrée à hauteur de 11 millions d'euros (contre 0 l'année précédente), cette perte de valeur portant principalement sur des éléments incorporels tels que marques ou actifs technologiques (7 millions d'euros) et dans une moindre mesure sur des actifs corporels (3 millions d'euros).

Les autres charges et produits non courants ressortent à 39 millions d'euros, et comprennent la revalorisation de la quote-part détenue dans BBH (produit de 62 millions d'euros), à l'occasion de la prise de contrôle de cette entité antérieurement mise en équivalence, et une perte de 22 millions d'euros résultant d'autres variations de périmètre. En 2011, le Groupe avait enregistré des produits nets de 21 millions d'euros, montant qui comprenait des plus-values résultant de cessions de participation (Mediavest Manchester et Freud, principalement) ou encore de prise de contrôle (Spillman Felser).

Le résultat opérationnel s'est élevé à 1 047 millions d'euros, contre 914 millions en 2011, en progression de 14,6 %.



3.3.3 AUTRES POSTES DU COMPTE DE RÉSULTAT

Le résultat financier pour l'exercice 2012 composé du coût de l'endettement financier net et d'autres charges et produits financiers, est une charge de 26 millions d'euros contre une charge de 54 millions d'euros l'année précédente. Cette amélioration est due à deux facteurs principaux : la réduction des intérêts sur les dettes obligataires, qui résulte du remboursement début 2012 de l'Eurobond 2012 et de la conversion, en juillet 2012, de la totalité de l'Océane 2014 d'une part, et à un gain comptable, lié au remboursement de l'Eurobond 2012 et au débouclage des *swaps* de couverture de taux, pour 17 millions d'euros, d'autre part.

La charge d'impôt de la période est de 282 millions d'euros contre 248 millions d'euros en 2011, faisant ressortir un taux effectif d'impôt de 28,8 %, identique à celui de l'année précédente. Les impôts payés aux États-Unis et en France ont augmenté de 31 millions d'euros à la suite de nouvelles lois fiscales.

La quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence est de 25 millions d'euros contre une quote-part de 17 millions d'euros en 2011. Les intérêts minoritaires sont de 27 millions d'euros au titre de l'exercice 2012, contre 29 millions d'euros l'année précédente.

Le résultat net part du Groupe est de 737 millions d'euros, contre 600 millions d'euros l'année précédente, en progression de 22,8 %.



3.4 Situation financière et trésorerie

3.4.1 FLUX DE TRÉSORERIE

Les flux nets de trésorerie liés à l'activité se sont traduits par un excédent de 1 032 millions d'euros pour l'exercice 2012 contre 889 millions d'euros l'exercice précédent. Le besoin en fonds de roulement a connu une amélioration sensiblement supérieure à celui de l'année précédente (153 millions d'euros pour l'année 2012 contre 73 millions d'euros pour 2011). L'impôt payé a été de 306 millions d'euros en 2012 contre 212 millions d'euros l'année précédente, l'augmentation étant liée pour une grande partie à celle des résultats aux US ainsi qu'à l'impact en France et aux US des changements induits par les modifications de la loi fiscale. Les intérêts payés se sont élevés à 61 millions d'euros pour l'exercice 2012, contre 80 millions d'euros en 2011, la baisse étant essentiellement due à la conversion de l'Océane 2014 fin juillet, ce qui a permis de ne pas payer le coupon semestriel dû à cette date. Les intérêts reçus se sont élevés à 24 millions d'euros contre 29 millions d'euros en 2011.

Les flux nets liés aux opérations d'investissement comprennent les acquisitions et cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles, les acquisitions nettes d'immobilisations financières et les acquisitions et cessions de filiales. Le montant net des flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement correspond à une utilisation de trésorerie de 609 millions d'euros au cours de l'exercice 2012, en réduction de 190 millions d'euros par rapport aux 799 millions d'euros de l'année précédente. Les investissements en immobilisations (nets) ont été de 120 millions d'euros, montant sensiblement équivalent à celui de l'année précédente, et les acquisitions de filiales et autres immobilisations financières (nettes de cessions) ont représenté 489 millions d'euros contre 687 millions d'euros en 2011 (dont plus de la moitié provenant de l'acquisition de Rosetta).

Les flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement comprennent les dividendes versés, la variation des emprunts et les opérations sur les actions propres et bons de souscription d'actions émis par la Société. Les opérations de financement se sont traduites par un besoin de 1 276 millions d'euros pour l'année 2012, besoin qui provient essentiellement de deux opérations : le rachat de 18 millions d'actions propres pour un montant net, après déduction du produit de cession d'actions dans le cadre des levées de stock-options, de 566 millions d'euros et le remboursement de l'Eurobond 2012 pour un montant en principal de 506 millions d'euros.

Au total, la position de trésorerie du Groupe nette des soldes créditeurs de banques a diminué de 860 millions d'euros en 2012, contre une augmentation de 18 millions d'euros l'année précédente.

Free cash flow

Le *free cash flow* du Groupe, hors variation du besoin en fonds de roulement, est en augmentation de 7,8 % par rapport à l'année précédente, pour s'établir à 759 millions d'euros.

Cet indicateur est utilisé par le Groupe pour mesurer les liquidités provenant de l'activité après prise en compte des investissements en immobilisations, mais avant les opérations d'acquisition ou de cession de participations et avant les opérations de financement (y compris le financement du besoin en fonds de roulement).

Le tableau ci-dessous présente le calcul du *free cash flow* du Groupe (hors variation du besoin en fonds de roulement) :

(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011
Marge opérationnelle avant amortissements	1 190	1 034
Intérêts nets payés	(37)	(51)
Impôt payé	(306)	(212)
Autres	32	45
FLUX DE TRÉSORERIE GÉNÉRÉS PAR L'ACTIVITÉ AVANT VARIATION DU BFR	879	816
Investissements en immobilisations (nets)	(120)	(112)
FREE CASH FLOW AVANT VARIATION DU BFR	759	704

3.4.2 CAPITAUX ET ENDETTEMENT DU GROUPE (À COURT ET À LONG TERME)

Les capitaux propres consolidés part du Groupe sont passés de 3 898 millions d'euros au 31 décembre 2011 à 4 613 millions d'euros au 31 décembre 2012. L'augmentation des capitaux propres est essentiellement due à la conversion de l'Océane 2014 (694 millions d'euros) et au résultat de la période, diminués de la distribution de dividendes (119 millions d'euros) et de l'impact du rachat de 18 millions d'actions Publicis Groupe détenues par Dentsu pour 644 millions d'euros. Il convient de signaler que seules 7,2 millions d'actions ont été conservées en autocontrôle, le reste des actions, soit 10,8 millions, ayant été immédiatement annulé. Les intérêts minoritaires s'élèvent à 44 millions d'euros, contre 33 millions d'euros au 31 décembre 2011.

ENDETTEMENT FINANCIER NET

(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011
Dettes financières (long et court terme)	1 109	2 298
Juste valeur du dérivé de couverture sur Eurobond 2012 et 2015 ⁽¹⁾	(13)	(12)
Juste valeur des dérivés sur prêts/ emprunts intragroupe ⁽¹⁾	-	(2)
TOTAL DETTE FINANCIÈRE Y COMPRIS VALEUR DE MARCHÉ DES DÉRIVÉS ASSOCIÉS	1 096	2 284
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(1 314)	(2 174)
ENDETTEMENT FINANCIER NET	(218)	110

(1) Présentés en « Autres créances et actifs courants » et/ou « Autres dettes et passifs courants » au bilan consolidé.

L'exercice 2012 se solde par une situation de trésorerie nette positive de 218 millions d'euros, contre un endettement financier net de 110 millions d'euros au 31 décembre 2011. L'amélioration de l'endettement net est due au résultat net, en très nette augmentation par rapport à celui de l'année précédente tandis que les dépenses pour les acquisitions de filiales ont été plus modérées qu'en 2011 (année d'acquisition de Rosetta). Parallèlement à cela, il convient de signaler que l'effet favorable sur la dette nette de la conversion de l'Océane 2014 intervenue en juillet 2012 a pratiquement intégralement été effacé par le rachat de 18 millions d'actions propres auprès de Dentsu pour un montant de 644 millions d'euros intervenu en février 2012.

Le ratio d'endettement net (dette nette/fonds propres) qui était de 0,03 pour l'exercice 2011 n'a plus lieu d'être calculé pour 2012 compte tenu de la situation de trésorerie nette positive.

La dette nette moyenne du Groupe en 2012 a été de 628 millions d'euros, contre une moyenne de 465 millions d'euros en 2011.

La dette brute du Groupe s'élève à 1 109 millions d'euros au 31 décembre 2012 contre 2 298 millions d'euros au 31 décembre 2011, composée de 66 % d'échéances à plus d'un an (voir note 22 des comptes consolidés au 31 décembre 2012 pour un échéancier détaillé des dettes du Groupe). La diminution de la dette brute s'explique par le remboursement à son échéance, le 31 janvier 2012, de l'Eurobond 2012 et par la conversion de l'Océane 2014 suite notamment à l'exercice par Publicis Groupe, en juin 2012, de son droit à remboursement anticipé (call émetteur).

La dette financière, après prise en compte de swaps de taux d'intérêt, est constituée d'emprunts à taux fixe (37 % de la dette brute hors dettes sur acquisitions de titres de participation et sur engagements de rachats de minoritaires au 31 décembre 2012) dont le taux moyen comptabilisé pour l'année 2012 est de 6,0 % (ce taux tient compte du complément d'intérêts lié à la séparation des emprunts obligataires à option de conversion Océane et Orane entre une partie dette et une partie capitaux propres). La partie de la dette à taux variable représente 63 % de la dette au 31 décembre 2012.

La décomposition de la dette au 31 décembre 2012 par devises est la suivante : 482 millions d'euros libellés en euros, 141 millions d'euros libellés en dollars américains, et 486 millions d'euros libellés en autres devises.



Le Groupe a fixé, en décembre 2005, des ratios financiers optimaux appelés à guider la politique financière du Groupe (croissance externe, dividendes...). Ces ratios sont respectés à la clôture de l'exercice, comme l'atteste le tableau ci-après :

	Ratio optimal	31 décembre 2012	31 décembre 2011
Dette nette moyenne/marge opérationnelle avant amortissement	< 1,50	0,53	0,45
Dette nette/capitaux propres ⁽¹⁾	< 0,5	n/a	0,03
Couverture des intérêts marge opérationnelle avant amortissement/coût de l'endettement financier net	> 7	40	18

(1) Non applicable en 2012 car position de trésorerie positive de 218 millions d'euros au 31 décembre 2012

3.4.3 CONDITIONS D'EMPRUNT ET STRUCTURE DU FINANCEMENT DU GROUPE

Pour faire face au risque de liquidité, Publicis dispose d'une part de disponibilités conséquentes (trésorerie et équivalents de trésorerie) de 1 314 millions d'euros et d'autre part de lignes de crédit confirmées non utilisées qui s'élèvent à 1 912 millions d'euros au 31 décembre 2012. La composante principale de ces lignes est un crédit syndiqué multidevise de 1 200 millions d'euros, à échéance 2016.

Ces sommes disponibles ou mobilisables quasiment immédiatement permettent très largement de faire face à la partie à moins d'un an de la dette financière du Groupe (qui comprend les engagements de rachat de minoritaires).

La gestion de la trésorerie du Groupe a continué de bénéficier de la mise en place, dans les principaux pays, de centres de gestion de trésorerie centralisés (*cash-poolings* domestiques). Depuis 2006, une structure de *cash-pooling* international est en place et a pour objet de centraliser l'ensemble des liquidités au niveau du Groupe.

Il convient de préciser en outre que l'essentiel des disponibilités est détenue par des filiales situées dans des pays où les fonds sont transférables ou centralisables librement.

Depuis décembre 2005, le Groupe est noté par les deux premières agences internationales Standard & Poor's et Moodys. À la date du présent document, les notes sont : BBB+ pour Standard & Poor's et Baa2 pour Moodys.

Voir aussi notes 22 et 26 des comptes consolidés (chapitre 4.6).

3.4.4 RESTRICTION À L'UTILISATION DES CAPITAUX

Au 31 décembre 2012, ainsi qu'à la date d'arrêté des comptes, il n'y a ni *rating trigger* ni *financial covenants* sur les lignes bancaires court terme, le crédit syndiqué, les lignes bancaires bilatérales confirmées à moyen terme, ou les dettes obligataires, susceptibles de restreindre la liquidité du Groupe.

Il convient par ailleurs de noter qu'il n'existe pas de restrictions légales ou économiques susceptibles de limiter ou restreindre de façon significative dans un avenir prévisible les flux financiers vers la société mère.

3.4.5 SOURCES DE FINANCEMENT

Compte tenu des disponibilités et des lignes bancaires confirmées mobilisables, qui représentent 3 226 millions d'euros au 31 décembre 2012, le Groupe dispose des liquidités nécessaires tant pour faire face à son cycle d'exploitation qu'à son plan d'investissement des 12 mois à venir.



3.5 Publicis Groupe SA (société mère du Groupe)

Le chiffre d'affaires de Publicis Groupe est composé exclusivement de loyers immobiliers et d'honoraires pour services d'assistance aux filiales du Groupe. Le total des produits d'exploitation s'est élevé à 27 millions d'euros sur l'exercice 2012 contre 52 millions d'euros l'année précédente. La réduction des produits provient essentiellement des facturations de services et notamment de l'ajustement du coût d'un plan d'actions gratuites Groupe refacturé aux filiales, avec pour contrepartie une diminution des charges de personnel.

Les produits financiers se sont élevés à 176 millions d'euros sur l'exercice 2012 contre 408 millions d'euros en 2011, la diminution résultant de l'absence de dividendes distribués par Publicis Groupe Investment en 2012, alors que les dividendes reçus de cette entité s'étaient élevés à 242 millions d'euros en 2011.

Les charges d'exploitation se sont élevées à 41 millions d'euros contre 52 millions d'euros l'année précédente, la diminution des charges de personnel d'une année sur l'autre trouvant son origine dans l'ajustement du coût du plan d'actions gratuites évoqué ci-dessus.

Les charges financières s'élèvent à 163 millions d'euros en 2012, contre 181 millions d'euros en 2011. L'amélioration est liée en grande partie à l'économie d'intérêts réalisée consécutivement à la conversion de l'Océane 2014.

Le résultat courant avant impôt est un bénéfice de près de 1 million d'euros contre 228 millions d'euros en 2011.

Le résultat exceptionnel est quasiment nul en 2012 alors qu'il s'élevait à 122 millions d'euros en 2011, représentant la plus-value réalisée à l'occasion de la cession d'une partie des titres Publicis Groupe Investments BV détenus.

Après prise en compte d'un crédit d'impôt de 37 millions d'euros provenant de l'intégration fiscale française, le résultat net de Publicis Groupe, société mère du Groupe, est un bénéfice de 37 millions d'euros au 31 décembre 2012 contre un bénéfice de 379 millions d'euros au 31 décembre 2011.

La décomposition à la clôture des deux derniers exercices du solde des dettes à l'égard des fournisseurs par date d'échéance est la suivante : Informations sur les délais de paiement des fournisseurs (article 441-6-1 du Code de commerce).

Dettes fournisseurs (en milliers d'euros)	Total au 31/12/2012	Total au 31/12/2011
Factures non échues	657	882
Factures dont l'échéance est dépassée depuis moins de 60 jours	242	348
Factures dont l'échéance est dépassée depuis plus de 60 jours	73	35
TOTAL	972	1 265

Il sera proposé à l'Assemblée générale des actionnaires statuant sur les comptes 2012 d'affecter le bénéfice de l'exercice 2012 de 37 482 689 euros, diminué de la dotation à la réserve légale pour un montant de 304 856 euros, majoré du report à nouveau précédent de 978 117 074 euros, qui représente un bénéfice distribuable de 1 015 294 907 euros :

- à la distribution aux actions pour un montant de 189 007 861 euros (sur la base d'un nombre d'actions de 210 008 734, chiffre incluant les actions propres existantes au 31 décembre 2012) ;
- au compte report à nouveau pour un montant de 826 287 046 euros.

Dans le cadre de l'affectation proposée, le dividende net serait de 0,90 euro par action de 0,40 euro de nominal.



3.6 Politique de distribution de dividendes

Dividendes versés au titre de l'exercice	Nombre de titres effectivement rémunérés *	Dividende unitaire (en euros)	Distribution totale (en millions d'euros)	Cours au 31 décembre (en euros)	Rendement net
2008	178 944 210	0,60	107,4	18,40	3,26 %
2009	178 930 977	0,60	107,4	28,50	2,11 %
2010	184 024 870	0,70	128,8	39,00	1,79 %
2011	170 644 648	0,70	119,5	35,545	1,97 %
2012	210 008 734 *	0,90 **	189,0	45,25	1,99 %

* Nombre de titres rémunérés, déduction faite des actions propres, sauf pour la distribution 2012, qui comprend les actions propres existant au 31 décembre 2012.

** Dividende proposé à l'AGO du 29 mai 2013.

Les dividendes se prescrivent par cinq ans. Ils sont alors versés aux Domaines.

La politique de distribution de la Société a été, au cours des dernières années, d'assurer le service d'un dividende régulier à ses actionnaires, en ligne avec les pratiques du secteur, tout en préservant une capacité d'autofinancement suffisante pour assurer le développement du Groupe.

Après trois ans de stabilité du dividende (2007, 2008 et 2009) due au contexte de crise financière mondiale, qui a contraint la Société à une gestion prudente de ses ressources, le dividende proposé au titre des résultats 2010 et 2011 a été porté à 0,70 euro par action.

Au titre de l'année 2012, il est proposé d'augmenter celui-ci à 0,90 euro par action compte tenu des engagements pris par le Groupe de progressivement augmenter le taux de distribution pour le porter à 35 % sur le long-terme. Cette augmentation est rendue possible grâce à la bonne situation financière du Groupe.



3.7 Tendances

Les tendances développées ci-dessous ne constituent pas des prévisions ou des estimations du bénéfice au sens du règlement européen n° 809/2004 du 29 avril 2004 modifié, pris en application de la directive 2003/71/00 du Parlement européen et du Conseil du 4 novembre 2003.

En 2012, malgré un environnement économique volatil marqué par un ralentissement de l'économie globale observé dès le deuxième trimestre, Publicis Groupe a réalisé une bonne année. La croissance de 2,9 % a été rendue possible grâce à l'exposition grandissante du Groupe au digital et aux pays à forte croissance qui représentent 55 % du revenu à fin 2012.

L'année 2013 s'annonce difficile, incertaine et semée d'obstacles : bien que la crise de l'euro semble être derrière nous, l'Europe est encore très contrastée avec des prévisions d'investissements publicitaires en baisse par rapport à 2012. La croissance du marché publicitaire mondial estimée par ZenithOptimedia à cette date est assez élevée (4,1 % en décembre 2012 venant de 4,6 % en octobre) mais reste cependant fragile. Elle provient essentiellement des États-Unis, des pays à forte croissance et du digital.

Les positions acquises par le Groupe dans ces segments nous permettent de prévoir une année 2013 encourageante avec un bon niveau de confiance, une croissance en amélioration par rapport à 2012 et une marge encore en amélioration (légère en 2013).

Conformément à sa stratégie, Publicis Groupe poursuivra son développement par des investissements ciblés et prioritaires dans le digital et les économies à forte croissance, segments garants de sa croissance future, tout en renforçant à terme sa rentabilité.

Une situation financière robuste assure la mise en œuvre de cette stratégie. Le Groupe demeure confiant sur son avenir et sa capacité à apporter à ses clients les services les plus innovants et les plus adaptés à l'ère nouvelle dominée par le numérique, la mobilité et les réseaux sociaux.



COMPTES CONSOLIDÉS – EXERCICE 2012

4.1	Compte de résultat consolidé	110	4.5	Tableau de variation des capitaux propres consolidés	114
4.2	État de résultat global consolidé	111	4.6	Notes annexes aux états financiers consolidés	116
4.3	Bilan consolidé	112	4.7	Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés	193
4.4	Tableau des flux de trésorerie consolidés	113			

4.1 Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Notes	2012	2011	2010
REVENU		6 610	5 816	5 418
Charges de personnel	3	(4 076)	(3 615)	(3 346)
Autres charges opérationnelles	4	(1 344)	(1 167)	(1 105)
MARGE OPÉRATIONNELLE AVANT AMORTISSEMENTS		1 190	1 034	967
Dotations aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	5	(126)	(103)	(111)
MARGE OPÉRATIONNELLE		1 064	931	856
Dotations aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	5	(45)	(38)	(34)
Pertes de valeur	5	(11)	-	(1)
Autres produits et charges non courants	6	39	21	14
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL		1 047	914	835
Charges financières	7	(71)	(89)	(81)
Produits financiers	7	41	33	16
COÛT DE L'ENDETTEMENT FINANCIER NET	7	(30)	(56)	(65)
Autres charges et produits financiers	7	4	2	(11)
RÉSULTAT AVANT IMPÔT DES ENTREPRISES CONSOLIDÉES		1 021	860	759
Impôt sur le résultat	8	(282)	(248)	(216)
RÉSULTAT NET DES ENTREPRISES CONSOLIDÉES		739	612	543
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	13	25	17	8
RÉSULTAT NET		764	629	551
Dont :				
• Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)		27	29	25
• Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe (part du Groupe)		737	600	526
Données par action (en euros) - Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	9			
Nombre d'actions		201 032 235	202 547 757	202 149 754
Bénéfice net par action		3,67	2,96	2,60
Nombre d'actions - dilué		224 143 700	237 066 159	235 470 461
Bénéfice net par action - dilué		3,36	2,64	2,35



4.2 État de résultat global consolidé

(en millions d'euros)	2012	2011	2010
RÉSULTAT NET DE LA PÉRIODE (A)	764	629	551
Autres éléments du résultat global			
• Réévaluation des titres disponibles à la vente	4	(3)	12
• Gains et pertes actuariels sur régime à prestations définies	(36)	(51)	(10)
• Écarts de conversion de consolidation	(61)	49	297
• Impôts différés relatifs aux autres éléments du résultat global	8	16	4
TOTAL DES AUTRES ÉLÉMENTS DU RÉSULTAT GLOBAL (B)	(85)	11	303
RÉSULTAT GLOBAL DE LA PÉRIODE (A) + (B)	679	640	854
Dont :			
• Résultat global de la période attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	24	29	33
• Résultat global de la période attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe (part du Groupe)	655	611	821

4.3 Bilan consolidé

(en millions d'euros)	Notes	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Actif				
Écarts d'acquisition nets	10	5 667	5 207	4 278
Immobilisations incorporelles nettes	11	982	985	856
Immobilisations corporelles nettes	12	506	496	464
Impôts différés actifs	8	97	82	75
Titres mis en équivalence	13	23	43	140
Autres actifs financiers	14	242	113	113
ACTIFS NON COURANTS		7 517	6 926	5 926
Stocks et en-cours de production	15	342	343	326
Clients et comptes rattachés	16	6 841	6 446	5 953
Autres créances et actifs courants	17	591	561	572
Trésorerie et équivalents de trésorerie	18	1 314	2 174	2 164
ACTIFS COURANTS		9 088	9 524	9 015
TOTAL DE L'ACTIF		16 605	16 450	14 941
Passif				
Capital		84	77	77
Réserves consolidées, part du Groupe		4 529	3 821	3 284
Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe (part du Groupe)	19	4 613	3 898	3 361
Participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)		44	33	21
TOTAL CAPITAUX PROPRES		4 657	3 931	3 382
Dettes financières à plus d'un an	22	730	1 460	1 783
Impôts différés passifs	8	238	240	219
Provisions à long terme	20	465	486	458
PASSIFS NON COURANTS		1 433	2 186	2 460
Fournisseurs et comptes rattachés		8 249	7 745	7 216
Dettes financières à moins d'un an	22	379	838	290
Dettes d'impôts sur les sociétés		65	66	39
Provisions à court terme	20	166	137	118
Autres dettes et passifs courants	23	1 656	1 547	1 436
PASSIFS COURANTS		10 515	10 333	9 099
TOTAL DU PASSIF		16 605	16 450	14 941



4.4 Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	2012	2011	2010
Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net	764	629	551
Neutralisation des produits et charges calculés :			
Impôt sur le résultat	282	248	216
Coût de l'endettement financier net	30	56	65
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(38)	(19)	(14)
Dotation aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	182	141	146
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	26	26	26
Autres produits et charges calculés	(7)	1	6
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	(25)	(17)	(8)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	8	14	14
Impôt payé	(306)	(212)	(219)
Intérêts financiers payés	(61)	(80)	(76)
Intérêts financiers encaissés	24	29	17
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	153	73	287
FLUX NET DE TRÉSORERIE GÉNÉRÉS PAR L'ACTIVITÉ (I)	1 032	889	1 011
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(123)	(116)	(103)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	3	4	25
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(120)	13	5
Acquisitions de filiales	(369)	(728)	(166)
Cessions de filiales	-	28	1
FLUX NET DE TRÉSORERIE LIÉS AUX OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT (II)	(609)	(799)	(238)
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(119)	(129)	(107)
Dividendes versés aux participations ne donnant pas le contrôle	(31)	(14)	(21)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	16	77	7
Remboursement des emprunts	(546)	(29)	(52)
Rachats de participations ne donnant pas le contrôle	(30)	(11)	(9)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et de BSA	(566)	51	(198)
FLUX NET DE TRÉSORERIE LIÉS AUX OPÉRATIONS DE FINANCEMENT (III)	(1 276)	(55)	(380)
Incidence des variations de taux de change (IV)	(7)	(17)	188
VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE (I + II + III + IV)	(860)	18	581
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	2 174	2 164	1 580
Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	(28)	(36)	(33)
Trésorerie à l'ouverture (V)	2 146	2 128	1 547
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 31 décembre (note 18)	1 314	2 174	2 164
Soldes créditeurs de banques au 31 décembre (note 22)	(28)	(28)	(36)
Trésorerie à la clôture (VI)	1 286	2 146	2 128
VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE (VI – V)	(860)	18	581
<i>(1) Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</i>			
<i>Variation des stocks et en-cours de production</i>	41	(6)	(14)
<i>Variation des créances clients et autres créances</i>	(426)	(267)	(855)
<i>Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions</i>	538	346	1 156
<i>Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</i>	153	73	287

4.5 Tableau de variation des capitaux propres consolidés

Nombre d'actions en circulation	(en millions d'euros)	Capital social	Réserves liées au capital
187 168 768	31 DÉCEMBRE 2009	79	2 600
	Résultat net		
	Autres éléments du résultat global :		
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente		
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies ⁽¹⁾		
	Écarts de conversion de consolidation		
	TOTAL DES AUTRES ÉLÉMENTS DU RÉSULTAT GLOBAL	-	-
	TOTAL DES PRODUITS ET CHARGES DE LA PÉRIODE	-	-
(5 937 871)	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA	(2)	(168)
	Dividendes		
	Rémunérations fondées sur des actions ⁽¹⁾		
	Intérêts complémentaires sur Oranes		
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)		
1 140 173	Achats/Ventes d'actions propres		
182 371 070	31 DÉCEMBRE 2010	77	2 432
	Résultat net		
	Autres éléments du résultat global :		
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente		
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies ⁽¹⁾		
	Écarts de conversion de consolidation		
	TOTAL DES AUTRES ÉLÉMENTS DU RÉSULTAT GLOBAL	-	-
	TOTAL DES PRODUITS ET CHARGES DE LA PÉRIODE	-	-
1 712 704	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA et annulation d'actions propres	-	47
	Dividendes		
	Rémunérations fondées sur des actions ⁽¹⁾		
	Intérêts complémentaires sur Oranes		
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)		
1 912 289	Achats/Ventes d'actions propres		
185 996 063	31 DÉCEMBRE 2011	77	2 479
	Résultat net		
	Autres éléments du résultat global :		
	Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente		
	Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies ⁽¹⁾		
	Écarts de conversion de consolidation		
	TOTAL DES AUTRES ÉLÉMENTS DU RÉSULTAT GLOBAL	-	-
	TOTAL DES PRODUITS ET CHARGES DE LA PÉRIODE	-	-
(9 197 684)	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA et annulation d'actions propres	(4)	(334)
	Dividendes		
	Rémunérations fondées sur des actions ⁽¹⁾		
	Intérêts complémentaires sur Oranes		
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)		
25 900 629	Conversion de l'Océane 2014	11	706
(3 495 358)	Achats/Ventes d'actions propres		
199 203 650	31 DÉCEMBRE 2012	84	2 851

(1) Les gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies ainsi que les rémunérations fondées sur des actions sont présentés compte tenu de l'incidence des impôts différés associés.



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 (intérêts minoritaires)	Total capitaux propres
390	(377)	121	2 813	25	2 838
526			526	25	551
		12	12		12
(6)			(6)		(6)
	289		289	8	297
(6)	289	12	295	8	303
520	289	12	821	33	854
(48)			(218)		(218)
(107)			(107)	(21)	(128)
39			39		39
(7)			(7)		(7)
			-	(16)	(16)
20			20		20
807	(88)	133	3 361	21	3 382
600			600	29	629
		(3)	(3)		(3)
(35)			(35)	-	(35)
	49		49	-	49
(35)	49	(3)	11	-	11
565	49	(3)	611	29	640
(47)			-		-
(129)			(129)	(14)	(143)
25			25		25
(8)			(8)		(8)
(13)			(13)	(3)	(16)
51			51		51
1 251	(39)	130	3 898	33	3 931
737			737	27	764
		4	4		4
(28)			(28)		(28)
	(58)		(58)	(3)	(61)
(28)	(58)	4	(82)	(3)	(85)
709	(58)	4	655	24	679
(47)			(385)		(385)
(119)			(119)	(31)	(150)
39			39		39
(8)			(8)		(8)
20			20	18	38
(23)			694		694
(181)			(181)		(181)
1 641	(97)	134	4 613	44	4 657

4.6 Notes annexes aux états financiers consolidés

SOMMAIRE DÉTAILLÉ DES NOTES ANNEXES

Note 1	Règles et méthodes comptables	118	Note 9	Bénéfice net par action	138
1.1	Effet des normes IFRS et interprétations IFRIC applicables à compter du 1 ^{er} janvier 2012 et impact des normes IFRS et interprétations IFRIC publiées et non encore en vigueur	118		Bénéfice net par action (de base et dilué)	138
1.2	Principes et méthodes de consolidation	119		Bénéfice net courant par action (de base et dilué)	139
1.3	Principes et méthodes comptables	120	Note 10	Écarts d'acquisition	140
1.4	Principales sources d'incertitude relatives aux estimations	127	Note 11	Immobilisations incorporelles nettes	141
Note 2	Variations du périmètre de consolidation	128		Variation des immobilisations incorporelles à durée de vie définie	141
2.1	Acquisitions de l'exercice 2012	128		Variation des immobilisations incorporelles à durée de vie indéfinie et du total des immobilisations incorporelles	142
2.2	Acquisitions de l'exercice 2011	129		Évaluation des immobilisations incorporelles	142
2.3	Acquisitions de l'exercice 2010	131	Note 12	Immobilisations corporelles nettes	143
2.4	Cessions des exercices 2012, 2011 et 2010	131		Terrains et constructions	143
Note 3	Charges de personnel et effectifs	132		Autres immobilisations corporelles	143
Note 4	Autres charges opérationnelles	133		Immobilisations en location-financement	143
Note 5	Dotations aux amortissements et perte de valeur	133	Note 13	Participations dans des entreprises associées	144
	Perte de valeur sur actifs incorporels liés aux acquisitions	133	Note 14	Autres actifs financiers	145
	Perte de valeur sur écarts d'acquisition	133	Note 15	Stocks et en-cours de production	146
	Perte de valeur sur immobilisations corporelles	134	Note 16	Clients et comptes rattachés	146
Note 6	Autres produits et charges non courants	135	Note 17	Autres créances et actifs courants	147
Note 7	Charges et produits financiers	135	Note 18	Trésorerie et équivalents de trésorerie	147
Note 8	Impôt sur le résultat	136	Note 19	Capitaux propres	148
	Analyse de la charge d'impôt sur les bénéfices	136		Rachat des actions propres détenues par Dentsu le 17 février 2012	148
	Taux d'impôt effectif	136		Capital social de la société mère	148
	Effet impôt sur les autres éléments du résultat global	137		Neutralisation des actions propres existantes au 31 décembre 2012	149
	Échéancier des impôts différés constatés au bilan	137		Dividendes votés et proposés	149
	Origine des impôts différés	137		Gestion du capital	149
	Déficits reportables	137			



Note 20 Provisions pour risques et charges	150	Note 25 Instruments financiers	165
Provisions pour restructuration	150	Bilan par catégorie d'instruments financiers	165
Provisions sur engagements immobiliers	150	Compte de résultat par catégorie d'instruments financiers	167
Provisions pour risques et litiges	151	Juste valeur	168
Obligations au titre des avantages du personnel	151	Hiérarchie de la juste valeur	169
Note 21 Engagements de retraite et autres avantages à long terme	151	Note 26 Gestion des risques de marché	170
Plans de retraite à prestations définies	151	Exposition au risque de taux	170
Écarts actuariels	151	Exposition au risque de change	170
Autres avantages à long terme	151	Exposition au risque de contrepartie client	172
Variation de la dette actuarielle	152	Information sur les principaux clients	173
Variation de la juste valeur des placements	152	Exposition au risque de contrepartie bancaire	173
Charge de pension	153	Exposition au risque actions	173
Information historique et analyse des ajustements d'expérience	153	Note 27 Information sectorielle	174
Allocation des actifs de couverture	154	Information par secteur d'activité	174
Estimation de la contribution employeur et des prestations futures à payer	154	Information par zone géographique	174
Répartition par zone géographique des plans	154	Note 28 Plans d'options de souscription ou d'acquisition d'actions et plans d'actions gratuites de Publicis Groupe SA	176
Hypothèses actuarielles (Taux moyens pondérés)	156	Plans d'options Publicis Groupe à l'origine	178
Analyse de sensibilité et évolution des frais médicaux	156	Détermination de la juste valeur des options attribuées au cours des trois derniers exercices	180
Note 22 Emprunts et dettes financières	157	Plans d'actions gratuites Publicis Groupe	180
Analyse par échéance de remboursement	158	Note 29 Informations relatives aux parties liées	187
Analyse par devise	159	Note 30 Événements postérieurs à la clôture	188
Analyse par catégorie de taux	159	Note 31 Honoraires des commissaires aux comptes et des membres de leur réseau	188
Exposition au risque de liquidité	159	Note 32 Liste des principales sociétés consolidées au 31 décembre 2012	189
Contrats de location-financement	160	A) Sociétés consolidées par intégration globale	189
Note 23 Autres dettes et passifs courants	161	B) Sociétés consolidées par mise en équivalence	192
Note 24 Engagements hors bilan	162		
Contrats de location simple	162		
Autres engagements	163		
Obligations liées aux emprunts et aux Oranes	164		
Obligations liées aux bons de souscription d'actions	165		
Autres engagements	165		

Note 1 Règles et méthodes comptables

En application du règlement européen n° 1606/2002 du 19 juillet 2002 sur les normes internationales, les comptes consolidés au titre de l'exercice 2012 ont été établis selon les normes comptables internationales IAS/IFRS et les interprétations IFRIC applicables au 31 décembre 2012 telles qu'approuvées par l'Union européenne.

Les comptes de l'exercice 2012 sont présentés avec deux exercices comparatifs au titre des exercices 2011 et 2010 également établis selon le même référentiel IAS/IFRS.

Les comptes ont été arrêtés par le Directoire en date du 7 février 2013 et examinés par le Conseil de surveillance en date du 13 février 2013. Ils seront soumis à l'approbation des actionnaires lors de l'Assemblée générale du 29 mai 2013.

I.1 Effet des normes IFRS et interprétations IFRIC applicables à compter du 1^{er} janvier 2012 et impact des normes IFRS et interprétations IFRIC publiées et non encore en vigueur

Les principes comptables retenus pour la préparation des comptes consolidés sont conformes aux normes IFRS et interprétations IFRIC telles qu'adoptées par l'Union européenne au 31 décembre 2012 et disponibles sur le site :

http://ec.europa.eu/internal_market/accounting/legal_framework/regulations_adopting_ias_fr.htm

Ces principes comptables retenus sont cohérents avec ceux utilisés dans la préparation des comptes consolidés annuels pour l'exercice clos le 31 décembre 2011.

Par ailleurs, l'adoption par l'Union européenne de l'amendement IFRS 7 - Informations à fournir dans le cadre de transferts d'actifs financiers, applicable aux exercices ouverts après le 1^{er} juillet 2011, est sans impact sur les états financiers du Groupe.

Ces principes ne diffèrent pas des normes IFRS telles que publiées par l'IASB dans la mesure où l'application des normes et interprétations suivantes, n'est pas obligatoire pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2012 :

- IFRS 9 - Instruments financiers ;
- Amendement IAS 12 - Impôts différés : recouvrement des actifs sous-jacents ;
- IFRS 10 - États financiers consolidés ;
- IFRS 11 - Partenariat sous contrôle conjoint ;
- IFRS 12 - Informations à fournir sur les participations dans les autres entités ;
- IFRS 13 - Évaluation de la juste valeur ;
- IAS 28 révisée - Participations dans des entreprises associées et dans des joint-ventures ;
- Amendement IAS 1 - Présentation des postes des autres éléments du résultat global ;
- Amendement IAS 32 et amendements IFRS 7 - Compensation des actifs financiers et des passifs financiers et informations à fournir.

Le processus de détermination par Publicis des impacts potentiels de l'application de ces nouvelles normes et interprétations sur les comptes consolidés du Groupe est en cours.

- Amendement IAS 19 - Régimes à prestations définies.

L'application rétrospective de cet amendement à partir du 1^{er} janvier 2013 entraînera principalement la suppression de l'option dite du « corridor » et la constatation dans les autres éléments du résultat global de tous les écarts actuariels non amortis. Cependant, cette suppression sera sans effet sur les états financiers du groupe Publicis qui avait déjà opté pour l'application de la méthode dite du SORIE.

Par ailleurs, l'amendement d'IAS 19 aura notamment les conséquences suivantes :

- le Groupe continuera de comptabiliser de façon distincte les coûts des services rendus dans le résultat opérationnel, et les coûts financiers dans les « Autres charges et produits financiers » ;
- les engagements du Groupe envers ses salariés seront intégralement comptabilisés à la clôture de chaque exercice ; l'amortissement des coûts des services passés résultant de changements de régimes de retraite non acquis sur la durée résiduelle d'acquisition des nouveaux droits sera supprimé. Les coûts des services passés non provisionnés au 1^{er} janvier 2011 (premier exercice comparatif) seront comptabilisés par contrepartie des réserves consolidées pour leur montant net d'impôt ;
- les effets des changements de régimes de retraite postérieurs au 1^{er} janvier 2011 seront intégralement comptabilisés dans le compte de résultat de la période au cours de laquelle ils sont intervenus, en « Charges de personnel » ;
- le rendement attendu des actifs de couverture des régimes de retraite sera évalué en utilisant le même taux que le taux d'actualisation des passifs sociaux ;
- certains frais administratifs des plans de couverture, lorsqu'ils sont directement facturés au Groupe, seront désormais comptabilisés dans le résultat opérationnel, et non plus en diminution du rendement attendu des actifs de couverture inclus dans les « Autres charges et produits financiers ».



L'impact sur le compte de résultat du changement de taux utilisé pour le rendement des actifs de couverture est estimé à 6 millions d'euros environ pour l'exercice 2012 (minoration des produits financiers). Les autres impacts liés à l'amendement d'IAS 19 sur la charge de l'exercice sont en cours d'analyse mais ne devraient pas être significatifs.

1.2 Principes et méthodes de consolidation

Monnaie de présentation des comptes consolidés

Publicis arrête et publie ses comptes consolidés en euros.

Participations dans les filiales

Les états financiers consolidés comprennent les états financiers de Publicis Groupe SA et de ses filiales préparés au 31 décembre de chaque année. Les filiales sont consolidées à compter de la prise de contrôle par le Groupe et jusqu'à la date à laquelle ce contrôle est transféré à l'extérieur du Groupe.

Le contrôle est le pouvoir de diriger les politiques financières et opérationnelles d'une entreprise afin d'obtenir des bénéfices de ses activités. Ce contrôle est présumé exister lorsque le Groupe détient directement ou indirectement par l'intermédiaire de filiales plus de la moitié des droits de vote. Dans le cas où le Groupe détient directement ou indirectement moins de la moitié des droits de vote, le contrôle peut néanmoins provenir des statuts, d'un accord contractuel, du pouvoir de nommer ou de révoquer la majorité des membres de l'organe de direction ou du pouvoir de réunir la majorité des droits de vote.

Participations dans les entreprises associées

La participation du Groupe dans les entreprises associées est comptabilisée selon la méthode de la mise en équivalence. Une entreprise associée est une entreprise dans laquelle le Groupe a une influence notable, présumée dès lors que le pourcentage de détention est au moins égal à 20 %, et qui n'est ni une filiale ni une coentreprise (entreprise sous contrôle conjoint) du Groupe.

Une participation dans une entreprise associée est comptabilisée au bilan au coût d'acquisition augmenté ou diminué des variations de la quote-part du Groupe dans l'actif net de l'entreprise détenue depuis l'acquisition, conformément à la méthode de la mise en équivalence. La participation du Groupe inclut l'écart d'acquisition, traité conformément à la méthode comptable présentée au paragraphe 1.3 ci-dessous. Le compte de résultat reflète la quote-part du Groupe dans le résultat après impôt de l'entreprise associée.

Opérations en devises étrangères

Les opérations en monnaies étrangères sont enregistrées au taux de change en vigueur à la date de l'opération. Les actifs et passifs monétaires libellés en monnaies étrangères sont convertis au taux de change en vigueur à la date de clôture. Tous les écarts sont enregistrés dans le compte de résultat à l'exception des écarts sur les prêts ou emprunts qui en substance font partie de l'investissement net dans une entité étrangère. Ceux-ci sont directement inscrits dans les capitaux propres jusqu'à la sortie de l'investissement net, date à laquelle ils sont reconnus en résultat.

Conversion des états financiers exprimés en devises étrangères

La monnaie de fonctionnement de chacune des entités du Groupe est la monnaie de l'environnement économique dans lequel l'entité opère. Les comptes des filiales situées à l'extérieur de la zone euro exprimés en devises locales sont convertis en euros, monnaie de présentation des comptes consolidés, de la façon suivante :

- les actifs et les passifs sont convertis au cours de clôture ;
- le compte de résultat est converti au cours moyen de l'année ;
- les écarts de conversion résultant de l'application de ces différents taux sont inscrits, pour la part revenant au Groupe, dans le poste « Autres éléments du résultat global - Réserve de conversion » et pour la part des tiers, dans le poste « Participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires) ».

L'écart d'acquisition et les ajustements à la juste valeur d'actifs et de passifs résultant de la comptabilisation d'une acquisition d'une entité étrangère sont exprimés dans la monnaie de fonctionnement de l'entreprise acquise et convertis au cours de clôture.

Éliminations des opérations internes au Groupe

Les opérations réalisées entre des filiales consolidées sont éliminées en totalité, ainsi que les créances et dettes qui en résultent. De même, les résultats internes au Groupe (résultats de cessions et dividendes internes, provisions sur filiales) sont éliminés du résultat consolidé, sauf en cas de perte de valeur.



I.3 Principes et méthodes comptables

Regroupements d'entreprises réalisés avant le 1^{er} janvier 2010

Les traitements comptables suivants s'appliquaient aux regroupements d'entreprises antérieurs au 1^{er} janvier 2010 :

- les coûts de transaction directement attribuables à l'acquisition étaient inclus dans le coût d'acquisition ;
- les participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires) étaient mesurées à hauteur de la quote-part de juste valeur des actifs nets de l'entité acquise ;
- les regroupements d'entreprises réalisés en plusieurs étapes étaient comptabilisés comme tels. Toute part additionnelle acquise n'affectait pas les écarts d'acquisition précédemment reconnus ;
- les ajustements de prix étaient reconnus, à la date d'acquisition, si et seulement si, le Groupe avait une obligation actuelle, dont le règlement était probable et pouvait être estimé de manière fiable. Les changements d'estimation relatifs au montant de l'ajustement de prix affectaient le goodwill. Ces dispositions continuent à être appliquées aux variations postérieures au 1^{er} janvier 2010 des ajustements de prix relatifs à des regroupements d'entreprises antérieurs à cette date ;
- les engagements de rachat des participations ne donnant pas le contrôle étaient initialement comptabilisés en dettes pour la valeur actualisée du montant de rachat, avec pour contrepartie les participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires) et pour le solde, l'écart d'acquisition ; la variation ultérieure de la valeur de l'engagement était comptabilisée par ajustement du montant de l'écart d'acquisition. Ces dispositions continuent à être appliquées aux variations ultérieures sur les engagements antérieurs au 1^{er} janvier 2010.

Regroupements d'entreprises réalisés à compter du 1^{er} janvier 2010

Les regroupements d'entreprises sont comptabilisés de la manière suivante :

- les actifs identifiables acquis et passifs repris sont évalués à la juste valeur à la date d'acquisition ;
- la participation ne donnant pas le contrôle dans l'entreprise acquise (intérêts minoritaires) est évaluée soit à la juste valeur, soit en retenant la quote-part dans la juste valeur des actifs nets identifiables de l'entité acquise. Cette option est disponible au cas par cas pour chaque opération de regroupement d'entreprises.

Les coûts liés à l'acquisition sont constatés en charges de la période et sont présentés sur la ligne « Autres charges opérationnelles » du compte de résultat consolidé.

Les compléments de prix éventuels du regroupement d'entreprises sont valorisés à la juste valeur à la date d'acquisition. Après la date d'acquisition, le complément de prix est évalué à sa juste valeur à chaque arrêté des comptes. À compter de la fin du délai d'affectation du prix d'acquisition qui intervient au plus tard un an à compter de la date d'acquisition, tout changement de cette juste valeur sera constaté en résultat. À l'intérieur du délai d'affectation, les changements de cette juste valeur explicitement liés à des événements postérieurs à la date d'acquisition seront également comptabilisés en résultat. Les autres changements seront comptabilisés en contrepartie de l'écart d'acquisition.

Toutefois, ces dispositions ne s'appliquent pas aux compléments de prix liés à des acquisitions antérieures au 1^{er} janvier 2010. Ces compléments de prix restent en effet comptabilisés selon les dispositions d'IFRS 3 (avant sa révision) qui prévoit la comptabilisation des compléments de prix en contrepartie de l'écart d'acquisition, sans limitation de durée.

À la date d'acquisition, l'écart d'acquisition correspond à la différence entre :

- la juste valeur de la contrepartie transférée, complément de prix inclus, augmentée du montant des participations ne donnant pas le contrôle dans l'entreprise acquise et, dans un regroupement d'entreprises réalisé par étapes, de la juste valeur à la date d'acquisition de la participation précédemment détenue par l'acquéreur dans l'entreprise acquise, ainsi réévaluée par le compte de résultat ; et
- le solde net des montants des actifs identifiables acquis et passifs repris à la date d'acquisition et évalués à la juste valeur.

Si des impôts différés actifs n'ont pas été reconnus à la date d'acquisition, au motif que leur recouvrabilité était incertaine, toute comptabilisation ultérieure ou utilisation de ces impôts différés, au-delà du délai d'affectation, se fera en contrepartie du résultat (*i.e.* sans impact sur le montant reconnu en écart d'acquisition).

ENGAGEMENTS DE RACHAT D'INTÉRÊTS NE DONNANT PAS LE CONTRÔLE CONTRACTÉS CONCOMITAMMENT À DES REGROUPEMENTS D'ENTREPRISES

Dans l'attente d'une interprétation IFRIC ou d'une norme IFRS spécifique, le traitement comptable suivant a été retenu en application des normes IFRS en vigueur et en conformité avec la recommandation de l'AMF :

- lors de la comptabilisation initiale, ces engagements sont comptabilisés en dettes financières pour la valeur actualisée du montant de rachat en contrepartie d'une diminution des capitaux propres ;
- la variation ultérieure de la valeur de l'engagement (y compris l'effet d'actualisation) est comptabilisée par ajustement des capitaux propres, considérant qu'il s'agit d'une transaction entre actionnaires.



ACQUISITION COMPLÉMENTAIRE DE TITRES AVEC PRISE DE CONTRÔLE EXCLUSIF D'UNE ENTITÉ PRÉALABLEMENT SOUS INFLUENCE NOTABLE

La prise de contrôle exclusif donne lieu à la constatation d'un résultat de cession calculé sur la totalité de la participation déjà détenue à la date de l'opération. La quote-part antérieurement détenue est ainsi réévaluée à sa juste valeur par le compte de résultat au moment de la prise de contrôle exclusif.

ACQUISITION COMPLÉMENTAIRE DE TITRES APRÈS LA PRISE DE CONTRÔLE EXCLUSIF

Lors d'une acquisition complémentaire de titres d'une entité déjà contrôlée exclusivement, l'écart entre le prix d'acquisition des titres et la quote-part complémentaire de capitaux propres consolidés acquise est constaté en capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe en maintenant inchangée la valeur consolidée des actifs et passifs identifiables de la filiale y compris l'écart d'acquisition.

Dans le tableau des flux de trésorerie, les acquisitions complémentaires de titres d'une entité déjà contrôlée sont présentées dans les flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement.

CESSION DE TITRES SANS PERTE DE CONTRÔLE EXCLUSIF

Lors d'une opération de cession partielle de titres d'une entité contrôlée exclusivement, cette opération ne modifiant pas le contrôle exercé sur cette entité, l'écart entre la juste valeur du prix de cession des titres et la quote-part de capitaux propres consolidés que ces titres représentent à la date de leur cession est constaté en capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe en maintenant inchangée la valeur consolidée des actifs et passifs identifiables de la filiale y compris l'écart d'acquisition.

CESSION DE TITRES AVEC PERTE DE CONTRÔLE EXCLUSIF ET CONSERVATION D'UNE PARTICIPATION RÉSIDUELLE

La perte de contrôle exclusif donne lieu à la constatation d'un résultat de cession calculé sur la totalité de la participation détenue à la date de l'opération.

Toute participation résiduelle conservée est ainsi réévaluée à sa juste valeur par le compte de résultat au moment de la perte de contrôle exclusif.

Études, recherche et développement

Publicis comptabilise les dépenses d'études et de recherche en charges de l'exercice au cours duquel elles sont engagées. Ces dépenses se rapportent principalement aux éléments suivants : études et tests relatifs aux campagnes publicitaires, programmes de recherche sur le comportement des consommateurs et les besoins des annonceurs dans différents domaines, études et modélisations visant à optimiser l'achat d'espace des clients du Groupe.

Les dépenses de développement encourues sur un projet individuel sont activées quand sa recouvrabilité future peut raisonnablement être considérée comme assurée. Toute dépense activée est amortie sur la durée attendue des revenus futurs relatifs au projet.

Écarts d'acquisition

L'écart d'acquisition, dans le cas d'une prise de contrôle réalisée lors d'une transaction unique, est égal à la juste valeur de la contrepartie transférée pour acquérir les titres (y compris les éventuels compléments de prix qui sont évalués à la juste valeur à la date de prise de contrôle), plus la valeur des participations ne donnant pas le contrôle (celles-ci étant évaluées, au choix pour chaque regroupement, à la juste valeur ou à leur quote-part dans la juste valeur des actifs nets de l'entité acquise, moins la juste valeur des actifs, passifs et passifs éventuels identifiés à la date d'acquisition).

Les écarts d'acquisition inscrits au bilan ne sont pas amortis mais font l'objet de tests de dépréciation au minimum sur une base annuelle. Le test de dépréciation est réalisé pour la ou les unités génératrices de trésorerie auxquelles l'écart d'acquisition a été affecté en comparant la valeur recouvrable et la valeur comptable de la ou des unités génératrices de trésorerie. Le Groupe considère que l'unité génératrice de trésorerie est l'agence ou un regroupement d'agences.

La valeur recouvrable d'une unité génératrice de trésorerie est la valeur la plus élevée entre la juste valeur (généralement le prix de marché), nette des coûts de cession, et la valeur d'utilité. La valeur d'utilité est déterminée à partir des flux de trésorerie futurs actualisés. Les calculs s'appuient sur des prévisions de flux de trésorerie à cinq ans, un taux de croissance des flux à l'infini et une actualisation de l'ensemble des flux. Le taux d'actualisation retenu reflète les appréciations actuelles du marché de la valeur temps de l'argent et les risques spécifiques à l'unité génératrice de trésorerie.

Si les valeurs comptables de l'unité génératrice de trésorerie excèdent la valeur recouvrable, les actifs de l'unité génératrice de trésorerie sont dépréciés pour être ramenés à leur valeur recouvrable. Les pertes de valeur sont enregistrées au compte de résultat et imputées en priorité à l'écart d'acquisition sans pouvoir jamais être reprises, puis sur les autres actifs.

Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles acquises séparément sont comptabilisées à leur coût d'acquisition. Les immobilisations incorporelles acquises dans le cadre d'un regroupement d'entreprises sont enregistrées pour leur juste valeur à la date d'acquisition, séparément de l'écart d'acquisition si elles sont identifiables. Le caractère identifiable est démontré dès lors que l'une des deux conditions suivantes est remplie :

- l'immobilisation incorporelle résulte de droits légaux ou contractuels ;
- l'immobilisation incorporelle est séparable de l'entité acquise.



Les immobilisations incorporelles sont constituées essentiellement de marques, de relations contractuelles avec les clients, de technologie, de bases de données d'adresses e-mails et de logiciels.

Les marques, considérées comme à durée d'utilité indéfinie, ne sont pas amorties. Elles font l'objet d'un test de dépréciation, au minimum, sur une base annuelle qui consiste à comparer leur valeur recouvrable et leur valeur comptable. Toute perte de valeur est comptabilisée au compte de résultat.

Les relations contractuelles avec les clients, dont la durée d'utilité est déterminable, sont amorties sur leur durée d'utilisation, qui se situe généralement entre 10 et 40 ans. Elles font également l'objet d'un test de dépréciation en cas d'indice de perte de valeur.

La technologie résulte de l'engagement du Groupe dans les activités interactives. Elle est amortie sur une période de trois à quatre ans.

Les bases de données d'adresses e-mails sont utilisées dans le cadre de campagne d'e-mailing direct. Ces bases sont amorties sur deux ans.

La méthode utilisée pour la dépréciation des actifs incorporels est fondée sur les flux de trésorerie futurs actualisés. Plus précisément pour les marques, le Groupe recourt à la méthode des *royalty savings* qui prend en compte les flux de trésorerie futurs que générerait la marque en terme de royalties en supposant qu'un tiers serait prêt à payer pour l'utilisation de cette marque. En ce qui concerne les relations contractuelles avec les clients, la méthode prend en compte les flux de trésorerie futurs actualisés générés par les clients. Les évaluations sont effectuées par des experts indépendants. Les paramètres utilisés sont cohérents avec ceux utilisés pour l'évaluation des écarts d'acquisition.

Les logiciels immobilisés comprennent des logiciels à usage interne ainsi que des logiciels à usage commercial, évalués soit à leur coût d'acquisition (achat externe) soit à leur coût de production (développement interne). Ils sont amortis sur leur durée d'utilité ; sauf exception, la durée d'amortissement n'excède pas trois ans.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont évaluées au coût diminué du cumul des amortissements et des pertes de valeur.

Le cas échéant, le coût total d'un actif est réparti entre ses différents éléments constitutifs qui ont des durées d'utilité différentes, chaque élément étant comptabilisé séparément et amorti sur une durée distincte.

L'amortissement est calculé selon la méthode linéaire sur la durée d'utilité estimée de chaque immobilisation. Les durées d'amortissement des immobilisations corporelles les plus couramment pratiquées sont les suivantes (amortissements linéaires) :

- Constructions : 20 à 70 ans ;
- Agencements des constructions, installations générales : 10 ans ;
- Matériel de bureau, mobilier de bureau : 5 à 10 ans ;
- Matériel de transport : 4 ans ;
- Matériel informatique : 2 à 4 ans.

S'il existe un indice de perte de valeur, la valeur recouvrable des actifs corporels ou unités génératrices de trésorerie auxquelles appartiennent les actifs est comparée à la valeur comptable. Toute perte de valeur est comptabilisée au compte de résultat.

Contrats de location

Les contrats de location-financement, qui transfèrent au Groupe la quasi-totalité des risques et avantages inhérents à la propriété de l'actif loué, sont comptabilisés au bilan dès l'origine du contrat de location pour le montant le plus faible entre la juste valeur du bien loué et de la valeur actualisée des paiements minimaux. Ces biens sont enregistrés en immobilisations corporelles, avec inscription en contrepartie d'une dette financière. Ils sont amortis sur la durée la plus courte entre la durée du contrat et la durée d'utilité retenue pour un actif similaire détenu en pleine propriété. Au compte de résultat, les redevances de location-financement sont remplacées par les intérêts d'emprunt et l'amortissement du bien. L'impact fiscal de ce retraitement de consolidation est pris en compte via la comptabilisation de l'impôt différé.

Les contrats de location dans lesquels le bailleur ne transfère pas la quasi-totalité des risques et avantages inhérents à la propriété de l'actif sont classés en tant que contrats de location simple. Les paiements au titre des contrats de location simple sont comptabilisés en charge dans le compte de résultat sur une base linéaire jusqu'à l'échéance du contrat.

Autres actifs financiers

Tous les investissements sont initialement comptabilisés à la juste valeur qui correspond au prix payé ou à la valeur des biens remis en paiement, augmentée le cas échéant des frais de transactions.

Après la comptabilisation initiale, les investissements classés dans les catégories « actifs détenus à des fins de transaction » ou « actifs disponibles à la vente » sont évalués à la juste valeur à la date de clôture. Les profits et pertes sur investissements détenus à des fins de transaction sont enregistrés en résultat. Les profits et pertes sur investissements disponibles à la vente sont comptabilisés en capitaux propres, sur une ligne spécifique, jusqu'à ce que l'investissement soit vendu ou jusqu'à ce qu'il soit démontré que l'investissement a perdu de la valeur.



Les autres investissements à long terme destinés à être détenus jusqu'à leur échéance, tels que les obligations, sont par la suite évalués au coût amorti en utilisant la méthode du taux d'intérêt effectif. Pour les investissements comptabilisés au coût amorti, les profits et pertes sont reconnus en résultat lorsque les investissements sont sortis de l'actif ou qu'ils ont perdu de la valeur, ainsi qu'au travers du processus d'amortissement.

Pour les investissements qui sont négociés activement sur des marchés financiers organisés, la juste valeur est déterminée par référence au prix de marché publié à la date de clôture. Pour les investissements pour lesquels il n'y a pas de prix de marché publié sur un marché actif, la juste valeur est déterminée par référence à la valeur de marché actuelle d'un autre instrument quasiment identique ou calculée sur la base des flux de trésorerie attendus de l'investissement.

Créances rattachées à des participations

Ce poste comprend les créances à caractère financier détenues par le Groupe sur des entreprises associées ou non consolidées.

Une dépréciation est comptabilisée, le cas échéant, lorsqu'il existe, en raison de la situation financière des entités concernées, un risque de non-recouvrement.

Stocks et en-cours de production

Dans ce poste figurent principalement les travaux en cours liés à l'activité publicitaire. Ceux-ci correspondent aux travaux techniques de création et de production (graphique, TV, radio, édition...) facturables au client mais non encore facturés. Ils sont enregistrés sur la base des coûts engagés et dépréciés lorsque leur valeur nette de réalisation devient inférieure à leur coût. Les travaux non facturables ou les coûts engagés pour le gain de nouveaux clients ne sont pas activés, sauf si la refacturation de ces coûts de réponse aux appels d'offres est prévue contractuellement. Pour apprécier la valeur nette de réalisation, les en-cours sont examinés au cas par cas et dépréciés en fonction de critères comme l'existence de litiges avec le client.

Créances clients

Les créances sont enregistrées pour le montant initial de la facture. Celles qui présentent un risque de non-recouvrement font l'objet d'une dépréciation. Les créances clients sont dépréciées au cas par cas en fonction de divers critères comme l'existence de difficultés de recouvrement, de litiges ou de la situation du débiteur.

Compte tenu des activités du Groupe, les créances clients sont à court terme. Néanmoins, toute créance dont l'échéance serait lointaine serait évaluée en calculant sa valeur actualisée.

Instruments financiers dérivés

Le Groupe utilise des instruments financiers dérivés tels que des contrats de couverture sur des devises étrangères et sur les taux d'intérêts pour couvrir ses positions actuelles ou futures contre le risque de change et de taux. Ces instruments financiers dérivés sont évalués à leur juste valeur qui est déterminée soit par référence aux prix de marché disponibles à la clôture, soit par application de modèles de valorisation intégrant des paramètres de marché à la date de clôture.

Dès lors que ces instruments financiers participent à une relation qualifiée comptablement de couverture, il convient de distinguer :

- les couvertures de juste valeur, qui couvrent l'exposition aux variations de la juste valeur d'un actif ou d'un passif comptabilisé ;
- les couvertures de flux de trésorerie, qui couvrent l'exposition aux variations de flux de trésorerie futurs.

Concernant les couvertures de juste valeur relatives à un actif ou un passif comptabilisé, tout profit ou perte résultant de la réévaluation de l'instrument de couverture à sa juste valeur est comptabilisé immédiatement au compte de résultat. Parallèlement tout profit ou perte sur l'élément couvert pour la partie efficace de la couverture vient modifier la valeur comptable de cet élément en contrepartie d'un impact au compte de résultat.

Concernant les couvertures utilisées pour couvrir des engagements fermes et qui remplissent les conditions pour l'application de la comptabilité de couverture (couverture de flux de trésorerie futurs), la partie du profit ou de la perte réalisée sur l'instrument de couverture qui est déterminée comme étant une couverture efficace est comptabilisée directement en capitaux propres. La partie inefficace est comptabilisée immédiatement en résultat. Les profits et les pertes qui ont été comptabilisés en autres éléments du résultat global sont rapportés au compte de résultat de la période au cours de laquelle l'engagement ferme couvert affecte le résultat, par exemple lorsque la vente prévue survient effectivement.

Pour les dérivés qui ne satisfont pas aux critères de qualification pour la comptabilité de couverture, tout profit ou perte résultant des variations de juste valeur est comptabilisé directement dans le résultat de l'exercice.

Les variations de juste valeur des instruments dérivés qui sont qualifiés de couverture de juste valeur sont comptabilisées en autres charges et produits financiers, comme les variations de valeur des éléments sous-jacents. La juste valeur des instruments dérivés est comptabilisée en autres créances et actifs courants et autres dettes et passifs courants.



Trésorerie et équivalents de trésorerie

La trésorerie et les équivalents de trésorerie comprennent la trésorerie en banque, la caisse, les dépôts à court terme ayant une échéance initiale de moins de trois mois et les Sicav et fonds communs de placement monétaires soumis à un risque négligeable de changement de valeur, c'est-à-dire qui respectent les critères suivants : sensibilité au risque de taux inférieur ou égal à 0,25 et volatilité historique à 12 mois proche de zéro.

Pour les besoins du tableau des flux de trésorerie consolidés, la trésorerie comprend la trésorerie et les équivalents de trésorerie tels que définis ci-dessus, nets des soldes créditeurs de banques.

Actions propres

Les actions propres quelle que soit leur destination sont comptabilisées en déduction des capitaux propres.

Emprunts obligataires

EMPRUNTS OBLIGATAIRES SIMPLES

Les emprunts obligataires sont initialement enregistrés à la juste valeur, qui correspond au montant reçu, net des coûts d'émission.

Postérieurement à la comptabilisation initiale, les emprunts obligataires sont évalués au coût amorti, en utilisant la méthode du taux d'intérêt effectif, qui prend en compte tous les coûts d'émission et toute décote ou prime de remboursement.

EMPRUNTS OBLIGATAIRES AVEC OPTION DE CONVERSION ET EMPRUNTS REMBOURSABLES EN ACTIONS

Pour les emprunts obligataires convertibles en actions (Océanes) ou les emprunts remboursables en actions (Oranes) ou les emprunts avec bons de souscription d'actions (OBSA), la composante dette et la composante capitaux propres sont séparées dès leur comptabilisation initiale. La juste valeur de la composante dette à l'émission est déterminée en actualisant les flux de trésorerie futurs contractuels en utilisant le taux de marché applicable pour un emprunt obligataire qui aurait été souscrit par la Société aux mêmes conditions mais sans option de conversion.

La valeur de la composante capitaux propres est déterminée à l'émission par différence entre la juste valeur de la composante dette et la juste valeur de l'emprunt obligataire. La valeur de l'option de conversion n'est pas revue au cours des exercices ultérieurs.

Les frais d'émission sont répartis entre la part dette et la part capitaux propres sur la base de leurs valeurs comptables respectives au moment de l'émission.

La composante dette est ensuite évaluée sur la base du coût amorti.

Provisions

Les provisions sont comptabilisées lorsque :

- le Groupe a une obligation actuelle (juridique ou implicite) résultant d'un événement passé ;
- il est probable qu'une sortie de ressources représentative d'avantages économiques sera nécessaire pour éteindre l'obligation ;
- le montant de la sortie de ressources peut être estimé de manière fiable. Si l'effet de la valeur temps est significatif, les provisions sont actualisées, l'augmentation de la provision liée à l'écoulement du temps étant comptabilisée en charge financière.

Les passifs éventuels ne sont pas comptabilisés et sont décrits en annexe lorsqu'ils sont significatifs, sauf dans le cas de regroupement d'entreprises où ils constituent des éléments identifiables.

PROVISIONS POUR LITIGES

Le Groupe constitue une provision chaque fois qu'un risque lié à un procès ou litige de toute nature (commerciale, réglementaire, fiscale ou sociale) est identifié, qu'il est probable qu'une sortie de ressources sera nécessaire pour éteindre ce risque et qu'une estimation fiable du coût lié à ce risque est possible. Dans de tels cas, le montant de la provision (y compris les pénalités liées) est déterminé par les agences et leurs experts, sous la supervision des services centraux du Groupe, sur la base de la meilleure estimation des coûts probables liés au procès ou litige.

PROVISIONS POUR RESTRUCTURATION

Le coût des actions de restructuration est intégralement provisionné dans l'exercice lorsque ces mesures ont été décidées et annoncées.

Dans le cadre d'une acquisition, les plans de restructuration qui ne sont pas des passifs pour l'entreprise acquise lors de l'acquisition sont comptabilisés en charges.

Ce coût correspond essentiellement aux indemnités de licenciement, aux préretraites, au coût des préavis non réalisés comptabilisés en charges de personnel, ainsi qu'aux éventuelles mises au rebut d'immobilisations et d'autres actifs.

PROVISIONS SUR ENGAGEMENTS IMMOBILIERS

Une provision est constituée pour le montant des loyers et frais annexes à payer, net des recettes estimées de sous-locations, sur tout bien immobilier si le bien est sous-loué ou vacant, et n'est pas destiné à être utilisé dans le cadre des activités principales.



Une provision est également constituée dans le cadre d'un regroupement d'entreprises en cas d'existence de contrats de location immobilière conclus à des conditions moins favorables que les conditions de marché constatées à la date d'acquisition.

Engagements de retraite et autres avantages postérieurs à l'emploi

Le Groupe comptabilise les engagements liés aux pensions et autres avantages postérieurs à l'emploi en fonction de la qualification de ces régimes :

- à cotisations définies : les montants des contributions du Groupe à ces cotisations versées sont comptabilisés en charges de la période ;
- à prestations définies : le coût des prestations définies est déterminé séparément pour chaque régime en utilisant la méthode actuarielle des unités de crédit projetées. Les gains et pertes actuariels générés durant l'exercice sont comptabilisés directement en autres éléments du résultat global. L'effet de la désactualisation des engagements de retraite, net des rendements attendus des actifs en couverture, est constaté en « Autres charges et produits financiers ».

Autres dettes et passifs courants

Les autres dettes et passifs courants sont à échéance à moins d'un an.

Fournisseurs et comptes rattachés

Ce poste comprend toutes les dettes d'exploitation (y compris les effets à payer et factures à recevoir) liées à l'acquisition de biens et services ainsi que celles relatives aux opérations d'achat d'espace en qualité de mandataire. Ces dettes ont une échéance de moins d'un an.

Revenu

Un accord écrit du client (bon de commande, courrier, contrat client...) indiquant la nature et le montant des travaux est nécessaire en préalable à la reconnaissance du revenu. Les principes de reconnaissance du revenu sont les suivants :

- Contrats à la commission (hors production) : le revenu des prestations de création publicitaire et des services d'achat d'espace est reconnu à la date de diffusion ou de publication ;
- Honoraires (contrat ponctuel, contrat à honoraires fixes, contrat sur base de temps passé...) : le revenu des contrats ponctuels est comptabilisé lorsque la prestation a été réalisée. Le revenu des contrats à honoraires fixes est comptabilisé sur une base linéaire qui reflète la nature et l'étendue des services rendus. Le revenu des contrats sur base de temps passé est reconnu en fonction des travaux effectués ;
- Honoraires basés sur des critères de performance : le revenu est comptabilisé lorsque les critères de performance sont atteints et font l'objet d'une confirmation par le client.

Plans d'options de souscription ou d'achat d'actions Publicis Groupe

La juste valeur des options attribuées est comptabilisée en charges de personnel sur la période d'acquisition des droits. Elle est déterminée par un expert indépendant, selon le modèle Black-Scholes.

Pour les plans où la levée est liée à la réalisation d'objectifs (hors marché), le Groupe estime la probabilité de réalisation de ces objectifs et en tient compte dans la détermination du nombre d'actions à émettre.

Plans d'attribution d'actions gratuites Publicis Groupe

La juste valeur des actions gratuites attribuées est comptabilisée en charges de personnel sur la période d'acquisition des droits. Elle est déterminée par un expert indépendant, et correspond au prix de marché de l'action à la date d'attribution, ajusté pour la perte de dividende attendue pendant la période d'acquisition des droits.

Autres produits et charges non courants

Publicis présente en « Autres produits et charges non courants » les produits et charges inhabituels afin de faciliter la compréhension de la performance opérationnelle du Groupe. Sont notamment incluses sous cette rubrique les plus ou moins-values de cession d'actif.

Marge opérationnelle avant amortissements

La marge opérationnelle est égale au revenu après déduction des charges de personnel et des autres charges opérationnelles (hors autres produits et charges non courants tels que définis ci-dessus).

Marge opérationnelle

La marge opérationnelle est égale au revenu après déduction des charges de personnel, autres charges opérationnelles (hors autres produits et charges non courants tels que définis ci-dessus) et dotations aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions). Le taux de marge opérationnelle, qui est égal à la marge opérationnelle exprimée en pourcentage du revenu, est un indicateur suivi par le Groupe dans le but de mesurer la performance des unités génératrices de trésorerie et du Groupe dans son ensemble.



Coût de l'endettement financier net et autres produits et charges financières

Le coût de l'endettement financier net inclut les charges d'intérêts sur les dettes financières et les produits d'intérêts sur la trésorerie et les équivalents de trésorerie.

Les autres produits et charges financiers comprennent principalement les effets de la désactualisation des provisions immobilières à long terme et des provisions pour retraites (nets du rendement des actifs), l'effet de la revalorisation des compléments de prix sur acquisitions, les variations de juste valeur des dérivés ainsi que les gains et pertes de change.

Impôt sur les bénéfiques

Les bénéfiques sont taxés selon les réglementations propres aux pays dans lesquels ils sont réalisés. Les impôts différés sont comptabilisés, en utilisant la méthode bilancielle du report variable, pour les différences temporelles existant à la date de clôture entre la base fiscale des actifs et passifs et leur valeur comptable au bilan.

Des actifs d'impôt différé sont comptabilisés pour les différences temporelles déductibles, reports en avant de pertes fiscales et crédits d'impôt non utilisés, dans la mesure où il est probable qu'un bénéfice imposable (résultant du renversement de différences temporelles imposables ou de l'existence d'un bénéfice imposable généré par l'entité) sera disponible, sur lequel ces différences temporelles déductibles, reports en avant de pertes fiscales et crédits d'impôt non utilisés pourront être imputés.

La valeur comptable des actifs d'impôt différé est revue à chaque date de clôture et réduite dans la mesure où il n'est plus probable qu'un bénéfice imposable suffisant sera disponible pour permettre l'utilisation de l'avantage de tout ou partie de cette base d'actif d'impôt différé. Les actifs d'impôts différés non reconnus sont appréciés à chaque date de clôture et sont reconnus dans la mesure où il devient probable qu'un bénéfice futur permettra de les recouvrer.

Les actifs et passifs d'impôt différé sont évalués au taux d'impôt dont l'application est attendue sur l'exercice au cours duquel l'actif sera réalisé ou le passif réglé, sur la base des taux d'impôt qui ont été adoptés ou quasi adoptés à la date de clôture.

Bénéfice par action et bénéfice dilué par action (BNPA et BNPA dilué)

Le bénéfice de base par action est calculé en divisant le résultat net de l'exercice attribuable aux actions ordinaires par le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation au cours de l'exercice y compris l'effet du remboursement des Oranes en actions, les Oranes étant contractuellement remboursables en actions ordinaires.

Le bénéfice dilué par action est calculé en divisant le résultat net de l'exercice attribuable aux actions ordinaires après neutralisation des intérêts sur les emprunts remboursables ou convertibles en actions par le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation au cours de l'exercice ajusté des effets des options et actions gratuites attribuées, des bons de souscription d'actions en circulation et de la conversion des obligations convertibles en actions (Océanes). Pour le calcul du bénéfice dilué par action, seuls sont pris en considération les instruments ayant un effet dilutif sur ce dernier, c'est-à-dire qui ont pour effet de réduire le bénéfice par action.

Pour les options de souscription ou d'achat d'actions Publicis Groupe, les actions gratuites et les bons de souscription d'actions, la méthode utilisée est précisée ci-après.

Pour calculer le bénéfice dilué par action, les options dilutives et les bons de souscription d'actions dilutifs sont supposés avoir été exercés et les actions gratuites effectivement livrées.

Le produit résultant de l'exercice de ces instruments est considéré comme ayant été perçu lors de l'émission d'actions ordinaires au cours moyen de marché des actions ordinaires pendant la période (réputée valorisée à la juste valeur, cette émission sans effet dilutif ni relatif n'est pas prise en compte dans le calcul du BNPA dilué). La différence entre le nombre d'actions ordinaires émises et le nombre d'actions ordinaires qui auraient été émises au cours moyen de marché doit être traitée comme une émission d'actions ordinaires sans contrepartie financière, donc ayant un effet dilutif ; ce nombre est pris en compte dans le dénominateur du bénéfice dilué par action.

De ce fait, les options et les bons de souscription d'actions n'ont un effet dilutif que lorsque le cours moyen de marché des actions ordinaires pendant la période excède le prix d'exercice des options ou des bons de souscription d'actions (c'est-à-dire qu'elles sont « dans la monnaie »).

Outre ce bénéfice par action (de base et dilué), le Groupe calcule et communique habituellement un BNPA « courant » de base et dilué, qui est similaire à celui décrit ci-dessus, sauf pour ce qui est du résultat retenu, qui exclut :

- la ligne « Perte de valeur » et « Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions » ;
- l'effet de la revalorisation des compléments de prix sur acquisitions qui se trouve dans les « Autres charges et produits financiers » ;
- certains produits et charges à caractère inhabituel (enregistrés sur la ligne « Autres produits et charges non courants »), spécifiquement désignés.



I.4 Principales sources d'incertitude relatives aux estimations

La situation financière et les résultats du Groupe dépendent des méthodes comptables, hypothèses, estimations et jugements retenus lors de l'élaboration des comptes consolidés. Le Groupe fonde ses estimations sur son expérience passée ainsi que sur un ensemble d'autres hypothèses jugées raisonnables au regard des circonstances afin d'évaluer les valeurs à retenir pour les actifs et passifs du Groupe. Les réalisations pourraient néanmoins différer de façon significative des estimations retenues.

Les caractéristiques des principales méthodes comptables, les jugements et autres incertitudes affectant l'application de ces méthodes comptables, ainsi que la sensibilité des résultats aux changements des conditions et hypothèses, sont des facteurs à prendre en compte. En effet, le Groupe élabore des estimations et des hypothèses concernant le futur. Les estimations comptables ainsi obtenues seront, par définition, rarement égales aux réalisations.

Les principales hypothèses concernant des événements futurs et les autres sources d'incertitude liées au recours à des estimations à la date de clôture pour lesquelles il existe un risque significatif de modifications des valeurs nettes comptables d'actifs et de passifs au cours d'un exercice ultérieur concernent :

- la juste valeur attribuée aux actifs et passifs intégrés lors d'un regroupement d'entreprises ;
- la détermination de la valeur recouvrable des écarts d'acquisition et des immobilisations incorporelles utilisées dans les tests de dépréciation ;
- les provisions pour risques et charges, notamment les engagements de retraites à prestations définies et couvertures médicales post-emploi ;
- les dépréciations pour créances douteuses ;
- l'évaluation de la juste valeur des options attribuées dans le cadre des plans d'options de souscription d'actions de Publicis Groupe SA.

Des éléments détaillés figurent dans les notes 5, 20, 21, 26 et 28 de la présente annexe.

Note 2 Variations du périmètre de consolidation

2.1 Acquisitions de l'exercice 2012

Bartle Bogle Hegarty et Neogama

En juillet 2012, le Groupe a acquis lors de deux transactions séparées :

- 51 % des actions du réseau BBH. Publicis Groupe, qui détenait 49 % des actions porte ainsi sa participation dans BBH à 100 %. Fondée en 1982, l'agence emploie environ 1 000 personnes en 2012 et est reconnue par le marché britannique et international pour sa créativité ;
- 100 % des actions de NEOGAMA/BBH au Brésil (acquisition des 34 % détenus par BBH et des 66 % du fondateur et de ses associés). NEOGAMA/BBH est l'une des premières agences du marché brésilien, parmi les plus créatives et les plus innovantes.

Précédemment mis en équivalence, le groupe BBH est intégré globalement depuis sa prise de contrôle exclusif. En application de la norme IFRS 3 révisée, ce changement a eu pour conséquence la comptabilisation d'un résultat non courant de 62 millions d'euros au titre de la réévaluation à la juste valeur de la quote-part antérieurement détenue.

Le coût d'acquisition de BBH de 214 millions d'euros comprend la juste valeur des participations antérieurement détenues, et le prix payé pour la transaction mentionnée ci-dessus.

Le coût d'acquisition de NEOGAMA de 111 millions d'euros comprend le prix payé pour la transaction mentionnée ci-dessus, ainsi que le complément de prix éventuel payable au fondateur et à ses associés, valorisé à la juste valeur à la date d'acquisition.

L'allocation provisoire du coût d'acquisition se présente comme suit au 31 décembre 2012 (en millions d'euros) :

	BBH	NEOGAMA
COÛT D'ACQUISITION (A)	214	111
Actifs non courants	7	6
Actifs courants hors trésorerie	119	17
Trésorerie	84	8
TOTAL DE L'ACTIF (B)	210	31
Passifs non courants	3	7
Passifs courants	135	18
TOTAL DU PASSIF (C)	138	25
SITUATION NETTE ACQUISE AVANT AJUSTEMENT DE JUSTE VALEUR (D = B - C)	72	6
Relations contractuelles avec les clients	11	29
Marque	30	-
Impôt différé sur les éléments ci-dessus	(10)	(10)
TOTAL DES AJUSTEMENTS DE JUSTE VALEUR (E)	31	19
SITUATION NETTE ACQUISE APRÈS AJUSTEMENTS DE JUSTE VALEUR (F = D + E)	103	25
ÉCART D'ACQUISITION (G = A - F)	111	86

Les autres principales acquisitions de la période sont les suivantes :

- en février 2012, le Groupe a lancé une Offre Publique d'Achat sur la totalité des actions émises et en circulation du groupe Pixelpark, le plus grand fournisseur allemand indépendant de services interactifs. Le prix de l'offre a été fixé à 1,70 euro par action. Au 31 décembre 2012, Publicis Groupe détient 79,14 % des actions du groupe Pixelpark ;
- en juin 2012, le Groupe a réalisé l'acquisition de 100 % du groupe BBR. Partenaires depuis 1995 de Publicis au travers de sociétés communes, BBR emploie environ 220 personnes en Israël ;
- en juillet 2012, le Groupe a réalisé l'acquisition de 100 % du groupe CNC. Créé en 2002, le réseau emploie environ une centaine de collaborateurs en Europe, en Amérique du Nord, en Amérique latine et en Asie, et se spécialise en communication stratégique et gestion de crise ;
- en novembre 2012, le Groupe a pris une participation complémentaire dans l'agence Taterka au Brésil. Créée en 1993 cette agence propose des services complets et couvre 18 pays de la région Amérique latine. Cette transaction s'inscrit dans la politique de Publicis Groupe de renforcer sa présence sur les marchés émergents.



Le coût d'acquisition (hors trésorerie acquise) des entités intégrées prises dans leur ensemble (incluant notamment celles décrites ci-dessus, ainsi que les acquisitions de moindre ampleur), avec prise de contrôle exclusif, augmenté de la juste valeur des participations antérieurement détenues, durant la période s'élève à 646 millions d'euros. Ce montant comprend notamment :

- 435 millions d'euros décaissés au cours de la période ;
- 72 millions d'euros d'engagements de compléments de prix, soit 67 millions d'euros après actualisation au 31 décembre 2012 ;
- 47 millions d'euros d'engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle, soit 42 millions d'euros après actualisation au 31 décembre 2012 ; et
- 92 millions d'euros de juste valeur des participations mises en équivalence à la date de leur prise de contrôle.

Le montant payé en 2012 au titre des acquisitions (après déduction de la trésorerie acquise) s'élève à 369 millions d'euros et comprend :

- 435 millions d'euros décaissés au cours de la période ;
- (111) millions d'euros de trésorerie acquise ;
- 45 millions d'euros de compléments de prix.

Les acquisitions de la période prises dans leur ensemble représentent moins de 2,5 % du revenu consolidé et du résultat net consolidé attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe.

2.2 Acquisitions de l'exercice 2011

Rosetta

En juillet 2011, le Groupe a acquis à 100 % Rosetta pour un montant de 400 millions d'euros (577 millions de dollars US). Rosetta est l'une des plus grandes agences numériques indépendantes d'Amérique du Nord et l'une des plus dynamiques. Elle se distingue par l'importance de ses services de consulting stratégique et permet ainsi à Publicis Groupe de renforcer son positionnement dans le « digital ».

L'allocation du coût d'acquisition se présente comme suit au 31 décembre 2011 (en million d'euros) :

COÛT D'ACQUISITION (A)	400
Actifs non courants	8
Actifs courants	48
TOTAL DE L'ACTIF (B)	56
Passifs non courants	-
Passifs courants	30
TOTAL DU PASSIF (C)	30
SITUATION NETTE ACQUISE AVANT AJUSTEMENT DE JUSTE VALEUR (D = B - C)	26
Relations contractuelles avec les clients	38
Marque	41
Technologies	16
Autres ajustements	(1)
TOTAL DES AJUSTEMENTS DE JUSTE VALEUR (E)	94
SITUATION NETTE ACQUISE APRÈS AJUSTEMENTS DE JUSTE VALEUR (F = D + E)	120
ÉCART D'ACQUISITION (G = A - F)	280

Talent Group

En avril 2011, le Groupe a acquis 11 % supplémentaires de Talent Group, portant sa participation totale à 60 %, après une première acquisition de 49 % en octobre 2010. Talent Group comprend deux agences brésiliennes : Talent, fondée en 1980 et QG, fondée en 1991. Talent est l'un des groupes publicitaires les plus importants au Brésil. Il offre toute la palette des prestations de communication telles que stratégie, création, planning média, communication numérique, hors médias, promotion, événementiel, formation de personnel, programmes d'incitation et d'activation promotionnelle et relations publiques.



Précédemment mis en équivalence, Talent Group est intégré globalement depuis sa prise de contrôle exclusif. Ce changement de méthode de consolidation n'a pas eu d'impact sur le compte de résultat. En effet, d'une part, les hypothèses de valorisation qui avaient sous-tendu l'acquisition des 49 % sont restées inchangées pour l'acquisition des 11 % supplémentaires et d'autre part, les résultats accumulés depuis l'entrée de Talent Group dans le périmètre de consolidation en octobre 2010 ont été distribués. De ce fait, à la date d'acquisition des 11 % supplémentaires, la juste valeur de la participation antérieurement détenue - soit 49 % - correspond à son coût historique.

Le coût d'acquisition de 145 millions d'euros comprend la juste valeur de la participation de 49 % antérieurement détenue (85 millions d'euros), le prix payé pour l'acquisition des 11 % (19 millions d'euros) ainsi que la juste valeur de la dette sur engagements de rachats des 40 % d'intérêts minoritaires (41 millions d'euros).

L'allocation du coût d'acquisition se présente comme suit au 31 décembre 2011 (en millions d'euros) :

COÛT D'ACQUISITION (A)	145
Actifs non courants	2
Actifs courants hors trésorerie	46
Trésorerie	9
TOTAL DE L'ACTIF (B)	57
Passifs non courants	-
Passifs courants	55
TOTAL DU PASSIF (C)	55
SITUATION NETTE ACQUISE AVANT AJUSTEMENT DE JUSTE VALEUR (D = B - C)	2
Relations contractuelles avec les clients	30
Impôt différé sur l'ajustement ci-dessus	(10)
TOTAL DES AJUSTEMENTS DE JUSTE VALEUR (E)	20
SITUATION NETTE ACQUISE APRÈS AJUSTEMENTS DE JUSTE VALEUR (F = D + E)	22
ÉCART D'ACQUISITION (G = A - F)	123

Les principales acquisitions de la période (autres que les deux visées ci-dessus) sont les suivantes :

- en mars 2011, à l'issue d'une OPA amicale, le Groupe a pris le contrôle exclusif de la société Chemistry, l'une des agences de communication intégrée du Royaume-Uni, spécialisée dans les services de marketing intégré et dans le numérique ;
- en mars 2011, le Groupe a réalisé l'acquisition de 100 % de l'agence britannique Kitcatt Nohr. Fondée en janvier 2002, Kitcatt Nohr est spécialisée dans la communication interactive ;
- en juin 2011, le Groupe a réalisé l'acquisition de 100 % de Genedigi Group en Chine. Créé en 1997, Genedigi Group se spécialise dans la communication couvrant les relations publiques, l'événementiel, le marketing numérique et un centre d'études de marché interne ;
- en juillet 2011, le Groupe a réalisé l'acquisition d'une participation majoritaire dans DPZ, l'une des principales agences de publicité du Brésil. Selon les termes de l'accord, Publicis Groupe prend immédiatement une participation de 70 % dans la nouvelle agence et pourra accroître celle-ci à 100 % ;
- en juillet 2011, le Groupe a pris une participation dans l'agence new yorkaise de médias sociaux, Big Fuel. Selon les termes de l'accord, Publicis Groupe prend immédiatement une participation de 51 % dans la nouvelle agence et pourra porter celle-ci à 100 % à compter de 2014 ;
- en juillet 2011, le Groupe a pris une participation majoritaire dans l'agence affiliée Spillmann/Felser/Leo Burnett, l'une des agences de publicité les plus importantes de Suisse. Publicis Groupe ne détenait jusqu'alors qu'une participation minoritaire (40 %), et en prend désormais le contrôle à 100 % avec cette transaction ;
- en septembre 2011, le Groupe a réalisé l'acquisition de 100 % de Schwartz Communications, l'une des grandes agences de relations publiques indépendantes des États-Unis.



Le coût d'acquisition (hors trésorerie acquise) des entités intégrées prises dans leur ensemble (incluant notamment celles décrites ci-dessus, ainsi que les acquisitions de moindre ampleur), avec prise de contrôle exclusif, augmenté de la juste valeur des participations antérieurement détenues, durant la période s'élève à 1 085 millions d'euros. Ce montant comprend notamment :

- 671 millions d'euros décaissés au cours de la période ;
- 248 millions d'euros d'engagements de compléments de prix, soit 228 millions d'euros après actualisation au 31 décembre 2011 ;
- 63 millions d'euros d'engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle ; et
- 103 millions d'euros de juste valeur des participations mises en équivalence à la date de leur prise de contrôle.

Le montant payé en 2011 au titre des acquisitions (après déduction de la trésorerie acquise) s'élève à 728 millions d'euros et comprend :

- 671 millions d'euros décaissés au cours de la période ;
- (30) millions d'euros de trésorerie acquise ;
- 87 millions d'euros de compléments de prix.

Les acquisitions de la période prises dans leur ensemble représentent moins de 4 % du revenu consolidé et du résultat net consolidé attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe.

2.3 Acquisitions de l'exercice 2010

Les principales acquisitions de l'exercice sont les suivantes :

- en avril 2010, In-Sync, agence de communication santé au Canada. Fondée en 1989, In-Sync est une agence spécialisée dans la communication de la santé et du bien-être basée à Toronto ;
- en mai 2010, Resolute Communications Ltd, agence de conseil en communication santé stratégique basée à Londres ;
- en novembre 2010, Eastwei Relations, agence conseil indépendante en Chine, spécialisée en relations publiques et communication stratégique.

Le coût d'acquisition (hors trésorerie acquise) des entités intégrées prises dans leur ensemble, avec prise de contrôle exclusif, s'élève à 107 millions d'euros durant l'exercice. Ce montant comprend notamment :

- 40 millions d'euros décaissés au cours de la période ;
- 41 millions d'euros d'engagements de compléments de prix ;
- 26 millions d'euros d'engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle.

Le montant payé en 2010 au titre des acquisitions (après déduction de la trésorerie acquise) s'élève à 166 millions d'euros et comprend 90 millions d'euros décaissés au titre des acquisitions d'entités sous influence notable et 76 millions d'euros décaissés au titre des acquisitions avec prise de contrôle exclusif, dont :

- 40 millions d'euros décaissés au cours de la période ;
- (3) millions d'euros de trésorerie acquise ;
- 39 millions d'euros de compléments de prix.

Les acquisitions de l'exercice prises dans leur ensemble représentent un revenu consolidé et une contribution positive au résultat net consolidé attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe de moins de 1 %.

2.4 Cessions des exercices 2012, 2011 et 2010

Aucune cession significative n'est intervenue au cours de l'exercice 2012.

En 2011, le Groupe a cédé sa participation majoritaire dans Freud Communications, agence britannique de relations publiques, détenue depuis 2005, pour un prix de 28 millions de livres sterling, soit environ 32 millions d'euros.

Aucune cession significative n'est intervenue au cours de l'exercice 2010.

La contribution des sociétés cédées n'excède pas 0,5 % du revenu et du résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe consolidés de l'exercice 2012. Il en est de même pour les exercices 2011 et 2010.

Note 3 Charges de personnel et effectifs

Les charges de personnel incluent les salaires, appointements, commissions, primes, intéressements, congés payés ainsi que l'estimation des bonus et les charges liées aux plans d'options de souscription ou d'achat d'actions, aux plans d'actions gratuites et les charges liées aux retraites (hors effet net de désactualisation présenté en autres produits et charges financiers).

(en millions d'euros)	2012	2011	2010
Rémunérations	(3 159)	(2 820)	(2 599)
Charges sociales	(528)	(473)	(421)
Avantages postérieurs à l'emploi	(93)	(68)	(76)
Charge relative aux stock-options	(26)	(26)	(26)
Intérimaires et « free-lance »	(270)	(228)	(224)
TOTAL	(4 076)	(3 615)	(3 346)

Évolution et répartition des effectifs

PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Europe	17 677	16 864	15 741
Amérique du Nord	19 548	18 790	17 306
Asie Pacifique	13 327	11 681	10 202
Amérique latine	4 840	4 462	3 494
Moyen-Orient et Afrique	2 108	2 010	1 788
TOTAL	57 500	53 807	48 531

PAR FONCTION (EN%)

	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Commercial	20 %	20 %	20 %
Création	16 %	17 %	17 %
Production et activités spécialisées	19 %	21 %	23 %
Média et Recherche	21 %	22 %	22 %
Administration/Gestion	16 %	16 %	15 %
Autres	8 %	4 %	3 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %



Note 4 Autres charges opérationnelles

Ce poste regroupe toutes les charges externes autres que les achats de production et de médias. Il comprend notamment les loyers, charges locatives et autres charges liées à l'occupation des locaux pour 368 millions d'euros en 2012 contre 330 millions d'euros en 2011 et 315 millions d'euros en 2010 ; il inclut également les impôts (à l'exception de l'impôt sur les bénéfices), les taxes et versements assimilés ainsi que les dotations et reprises sur provisions.

Note 5 Dotations aux amortissements et perte de valeur

(en millions d'euros)	2012	2011	2010
Amortissement des autres immobilisations incorporelles (hors incorporels liés aux acquisitions)	(27)	(17)	(19)
Amortissement des immobilisations corporelles	(99)	(86)	(92)
DOTATION AUX AMORTISSEMENTS (HORS INCORPORELS LIÉS AUX ACQUISITIONS)	(126)	(103)	(111)
DOTATION AUX AMORTISSEMENTS DES INCORPORELS LIÉS AUX ACQUISITIONS	(45)	(38)	(34)
Perte de valeur sur incorporels liés aux acquisitions	(7)	-	-
Perte de valeur sur écarts d'acquisition	(1)	-	-
Perte de valeur sur immobilisations corporelles	(3)	-	(1)
PERTE DE VALEUR	(11)	-	(1)
TOTAL DES DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS ET PERTE DE VALEUR	(182)	(141)	(146)

Perte de valeur sur actifs incorporels liés aux acquisitions

Les tests de dépréciation ont été réalisés sur toutes les marques du Groupe, principalement les marques reconnues lors de l'acquisition de Bcom3 (Leo Burnett, Starcom, MS&L et Medicus) et les marques Fallon, Digitas et ZenithOptimedia. Les relations contractuelles avec les clients de Fallon, Publicis Healthcare Communications Group, Leo Burnett, Digitas et MS&L ont également fait l'objet d'un test de dépréciation. L'intégralité des évaluations nécessaires aux tests de dépréciation a été réalisée par un expert indépendant.

Au 31 décembre 2012, les taux d'actualisation après impôt retenus lors de l'évaluation se situent entre 8,5 % et 12,5 % (entre 10,0 % et 38,0 % avant impôt). Ils sont déterminés en prenant en compte les caractéristiques spécifiques à chaque actif concerné par les tests de dépréciation.

Ces tests ont conduit le Groupe à constater une perte de valeur de 7 millions d'euros.

Aux 31 décembre 2011 et 2010, les taux d'actualisation après impôt retenus lors de l'évaluation se situent respectivement entre 8,5 % et 11,5 % (entre 9,8 % et 21,5 % avant impôt) et 8,5 % et 11 % (entre 9,8 % et 23,5 % avant impôt).

Ces tests ont conduit le Groupe à ne constater aucune perte de valeur en 2011 et à enregistrer des pertes de valeur sur les relations clients de Fallon pour un montant de 0,2 million d'euros en 2010.

Perte de valeur sur écarts d'acquisition

Les tests de dépréciation ont été réalisés sur les unités génératrices de trésorerie, constituées d'agences ou de regroupements d'agences.

L'évaluation nécessaire au test sur l'écart d'acquisition de Leo Burnett (résultant de l'allocation de l'écart d'acquisition de Bcom3) a été réalisée par un expert indépendant. Il en est de même pour le test de dépréciation sur VivaKi, regroupant les unités génératrices de trésorerie Digitas, Starcom et Zenith et comprenant notamment les écarts d'acquisition sur les entités Digitas US, Digitas France-Business Interactif.

Au 31 décembre 2012, les taux d'actualisation après impôt retenus se situent entre 9,0 % (12,5 % avant impôt) et 11,0 % (14,5 % avant impôt). Le taux de croissance à l'infini utilisé dans les projections se situe entre 2,0 % et 3,0 %.

Ces tests ont conduit le Groupe à constater une perte de valeur de 1 million d'euros.

Aux 31 décembre 2011 et 2010, les taux d'actualisation après impôt retenus se situent respectivement entre 8,5 % (12,2 % avant impôt) et 10,5 % (14,4 % avant impôt) et entre 8,5 % et 10,5 % (10,8 % et 14,5 % avant impôt). Le taux de croissance à l'infini utilisé dans les projections se situe entre 0 % et 3,0 % pour 2011 et entre 1,9 % et 3,0 % pour 2010.

Ces tests ont conduit le Groupe à ne constater aucune perte de valeur en 2011, comme en 2010.



Leo Burnett

La valeur nette de l'écart d'acquisition de Leo Burnett s'élève à 1 161 millions d'euros (soit 20 % du montant total des écarts d'acquisition nets) au 31 décembre 2012.

Le test de dépréciation sur cet écart d'acquisition a été effectué sur la base de la valeur d'utilité de cette unité génératrice de trésorerie déterminée à partir de son business plan à 5 ans (2012-2016) et des hypothèses suivantes :

- un taux d'actualisation des flux de trésorerie futurs de 9,0 % après impôt (12,5 % avant impôt) ;
- un taux de croissance des revenus sur la période 2012-2016 en ligne avec la croissance moyenne attendue des réseaux d'agences créatives ;
- un taux de croissance à l'infini de 2,0 % ;
- une marge constante sur les cinq années du business plan et au-delà.

La valeur d'utilité ainsi déterminée est supérieure à la valeur comptable de l'unité génératrice de trésorerie Leo Burnett. Aucune perte de valeur n'est donc à constater. L'utilisation d'un taux d'actualisation de 0,5 % supérieur conduit à la même conclusion. Il en est de même pour une variation de 0,5 % inférieur :

- du taux de croissance à l'infini ;
- des revenus de la période 2012-2016 ;
- de la marge opérationnelle avant dépréciations et amortissements.

VivaKi

La valeur nette de l'écart d'acquisition de VivaKi s'élève à 1 804 millions d'euros (soit 32 % du montant total des écarts d'acquisition) au 31 décembre 2012.

Le test de dépréciation sur cet écart d'acquisition (qui comprend notamment les écarts d'acquisition sur les entités Digitas US, Digitas France-Business Interactif et Razorfish) a été effectué sur la base de la valeur d'utilité de ce regroupement d'unités génératrices de trésorerie déterminée à partir des business plan à 5 ans (2012-2016) et des hypothèses suivantes :

- un taux d'actualisation des flux de trésorerie futurs de 9,5 % après impôt (13,0 % avant impôt) ;
- un taux de croissance des revenus sur la période 2012-2016 en ligne avec la croissance moyenne attendue dans l'activité des médias analogiques et numériques ;
- un taux de croissance à l'infini de 2,8 % ;
- une marge en faible augmentation sur les cinq années de période du business plan et au-delà.

La valeur d'utilité ainsi déterminée est supérieure à la valeur comptable de l'ensemble des unités génératrices de trésorerie regroupé dans VivaKi. Aucune perte de valeur n'est donc à constater. L'utilisation d'un taux d'actualisation de 0,5 % supérieur conduit à la même conclusion. Il en est de même pour une variation de 0,5 % inférieur :

- du taux de croissance à l'infini ;
- des revenus de la période 2012-2016 ;
- de la marge opérationnelle avant dépréciations et amortissements.

Perte de valeur sur immobilisations corporelles

En 2012, une perte de valeur d'un montant de 3 millions d'euros a été comptabilisée sur des actifs corporels utilisés dans le cadre de l'exploitation d'espaces publicitaires.



Note 6 Autres produits et charges non courants

Ce poste regroupe les produits et charges inhabituels. Sont notamment incluses sous cette rubrique les plus ou moins-values de cessions d'actifs.

(en millions d'euros)	2012	2011	2010
Plus-values (moins-values) sur cessions d'actifs ⁽¹⁾	38	19	14
Autres produits et charges non courants	1	2	-
TOTAL AUTRES PRODUITS ET CHARGES NON COURANTS	39	21	14

(1) En 2012, ce poste inclut principalement la revalorisation pour un montant de 62 millions d'euros de la quote-part antérieurement détenue dans BBH (antérieurement mise en équivalence) lors de la prise de contrôle, la revalorisation pour un montant de (8) millions d'euros de la quote-part antérieurement détenue dans Bromley (antérieurement mise en équivalence) lors de la prise de contrôle, diminué des pertes sur les sorties du périmètre de consolidation d'entités au Moyen-Orient pour (11) millions d'euros.

Note 7 Charges et produits financiers

(en millions d'euros)	2012	2011	2010
Charges d'intérêts sur emprunts et découverts bancaires	(61)	(80)	(72)
Charges d'intérêts sur contrats de location-financement	(10)	(9)	(9)
Charges financières	(71)	(89)	(81)
Produits financiers ⁽¹⁾	41	33	16
COÛT DE L'ENDETTEMENT FINANCIER NET	(30)	(56)	(65)
Pertes et gains de change et variation de la juste valeur des dérivés de change	(3)	2	(6)
Coût financier lié à l'actualisation des provisions immobilières à long terme (au taux de 5 %)	(1)	(1)	-
Coût financier net, lié à l'actualisation des provisions pour retraites	(2)	(4)	(7)
Réévaluation des compléments de prix sur acquisitions	9	4	-
Dividendes reçus hors Groupe	1	1	2
Dépréciation de prêts	-	-	-
AUTRES CHARGES ET PRODUITS FINANCIERS	4	2	(11)
TOTAL (CHARGES) ET PRODUITS FINANCIERS NETS	(26)	(54)	(76)

(1) Y compris un ajustement de juste valeur de 17 millions d'euros sur l'Eurobond 2012 constaté lors de l'extinction de la dette

Note 8 Impôt sur le résultat

Analyse de la charge d'impôt sur les bénéfiques

(en millions d'euros)	2012	2011	2010
Charge d'impôt courant de la période	(273)	(245)	(187)
Charge d'impôt courant relatif aux exercices antérieurs ⁽¹⁾	(10)	(2)	(18)
TOTAL CHARGE D'IMPÔT EXIGIBLE	(283)	(247)	(205)
Produit/(Charge) d'impôt différé	(14)	(10)	(18)
Variation des dépréciations sur impôts différés actifs	15	9	9
TOTAL PRODUIT (CHARGE) NET D'IMPÔT DIFFÉRÉ	1	(1)	(11)
IMPÔT SUR LE RÉSULTAT	(282)	(248)	(216)

(1) Au cours de l'exercice 2010, un paiement d'impôt de 18 millions d'euros a été effectué en raison d'un litige avec l'administration fiscale sur une transaction antérieure à l'exercice 2010. Le Groupe a fait appel de cette décision.

Taux d'impôt effectif

Le taux d'impôt effectif ressort à :

(en millions d'euros)	2012	2011	2010	
RÉSULTAT AVANT IMPÔT DES ENTREPRISES CONSOLIDÉES	A	1 021	860	759
Ajustement de juste valeur BBH (voir notes 2 et 6)	(62)	-	-	
Ajustement de juste valeur Bromley (voir note 6)	8	-	-	
Perte sur sortie de périmètre au Moyen-Orient	11	-	-	
RÉSULTAT AVANT IMPÔT DES ENTREPRISES CONSOLIDÉES RETRAITÉ	B	978	860	759
Taux d'imposition français	34,43 %	34,43 %	34,43 %	
Impôt attendu appliqué au Résultat avant impôt des entreprises consolidées :	(352)	(296)	(261)	
Incidence des :				
• différences entre le taux d'imposition français et les taux d'imposition étrangers	43	29	22	
• variations des impôts différés actifs non reconnus	15	9	15	
• autres impacts ⁽¹⁾	12	10	8	
IMPÔT CONSTATÉ AU COMPTE DE RÉSULTAT	C	(282)	(248)	(216)
TAUX D'IMPÔT EFFECTIF SUR RÉSULTAT AVANT IMPÔT DES ENTREPRISES CONSOLIDÉES	C/A	27,6 %	28,8 %	28,5 %
TAUX D'IMPÔT EFFECTIF	C/B	28,8 %	28,8 %	28,5 %

(1) Les autres impacts intègrent essentiellement les effets liés aux différences permanentes, aux résultats taxés à taux réduit, aux ajustements sur exercices antérieurs. Par ailleurs, les autres impacts intègrent également la contribution additionnelle temporaire de 5 % applicable au résultat fiscal des entités françaises qui représente en 2012 une charge de 1 million d'euros.



Effet impôt sur les autres éléments du résultat global

(en millions d'euros)	31 décembre 2012			31 décembre 2011			31 décembre 2010		
	Brut	Impôt	Net	Brut	Impôt	Net	Brut	Impôt	Net
Réévaluation à la juste valeur des titres disponibles à la vente	4		4	(3)	-	(3)	12	-	12
Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies	(36)	8	(28)	(51)	16	(35)	(10)	4	(6)
Écart de change	(61)		(61)	50	-	50	297	-	297
TOTAL	(93)	8	(85)	(4)	16	12	299	4	303

Échéancier des impôts différés constatés au bilan

(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Partie à court terme (inférieur à 1 an)	97	66	55
Partie à long terme (supérieur à 1 an)	(238)	(224)	(199)
IMPÔTS DIFFÉRÉS ACTIFS (PASSIFS), NETS	(141)	(158)	(144)

Origine des impôts différés

(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Impôts différés liés à la réévaluation des actifs et passifs effectuée à l'occasion d'une acquisition	(262)	(277)	(280)
Impôts différés liés à la réévaluation de l'immeuble des Champs-Élysées	(52)	(52)	(53)
Impôts différés liés aux emprunts obligataires composés	5	(7)	(11)
Impôts différés liés aux engagements de retraite et autres avantages postérieurs à l'emploi	58	60	54
Impôts différés liés à des reports déficitaires	104	97	92
Impôts différés liés aux autres différences temporaires	98	104	107
TOTAL IMPÔTS DIFFÉRÉS ACTIFS (PASSIFS), BRUTS	(49)	(75)	(91)
Impôts différés non reconnus	(92)	(83)	(53)
TOTAL IMPÔTS DIFFÉRÉS ACTIFS (PASSIFS), NETS	(141)	(158)	(144)

Au 31 décembre 2012, les impôts différés passifs comprennent l'impôt sur la réévaluation pratiquée sur les actifs incorporels à l'occasion des acquisitions de Zenith (22 millions d'euros), Bcom3 (160 millions d'euros) et Digita (63 millions d'euros), ainsi que les impôts différés liés à la séparation des emprunts obligataires composés (Océane, Orane) et l'impôt différé lié à la juste valeur comme coût présumé de l'immeuble et du terrain sur les Champs-Élysées à la date de transition aux IFRS.

Déficits reportables

Le Groupe dispose par ailleurs de déficits reportables n'ayant pas fait l'objet de la reconnaissance d'un impôt différé à l'actif du bilan consolidé du fait des incertitudes liées aux possibilités d'utilisation de ces derniers :

(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
MONTANT DES DÉFICITS REPORTABLES NON RECONNUS	274	282	286
<i>Dont part reportable indéfiniment</i>	217	243	233

Note 9 Bénéfice net par action

Bénéfice net par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)		2012	2011	2010
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA				
Résultat net part du Groupe	a	737	600	526
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
• Économies de frais financiers liées à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt ⁽¹⁾		17	27	27
Résultat net part du Groupe – dilué	b	754	627	553
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA				
Nombre d'actions moyen composant le capital social		195 194 484	191 738 061	192 754 345
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(11 345 668)	(7 935 852)	(10 912 268)
Actions à remettre en remboursement des Oranes		17 183 419	18 745 548	20 307 677
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	201 032 235	202 547 757	202 149 754
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
• Actions gratuites et stock-options dilutifs ⁽¹⁾		4 489 716	5 161 031	4 389 680
• Bons de souscription d'actions (BSA) ⁽¹⁾		1 390 663	893 900	480 327
• Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles ⁽²⁾		17 231 086	28 463 470	28 450 700
Nombre d'actions - dilué	d	224 143 700	237 066 159	235 470 461
(en euros)				
BÉNÉFICE NET PAR ACTION	a/c	3,67	2,96	2,60
BÉNÉFICE NET PAR ACTION – DILUÉ	b/d	3,36	2,64	2,35

(1) Seuls les stock-options et BSA ayant un effet dilutif, c'est-à-dire dont le prix d'exercice est inférieur au cours moyen de l'exercice, sont pris en considération. En 2012, tous les stock-options et BSA non encore exercés à la clôture de l'exercice ont un effet dilutif.

(2) Sur les trois années 2012, 2011 et 2010, les Océanes ont toutes un caractère dilutif et sont donc prises en compte dans le calcul du BNPA dilué.

En février 2012, Publicis Groupe a racheté 18 000 000 actions détenues par Dentsu, dont 10 759 813 ont fait l'objet d'une annulation immédiate. Ce rachat a eu un effet favorable sur le BNPA, en diminuant d'autant le nombre d'actions pris en compte au dénominateur.

Par ailleurs, suite à l'annonce en juin 2012 de la décision de procéder au remboursement anticipé au pair, le 30 juillet 2012, de la totalité des Océanes 2014, la plupart des Océanes encore en circulation ont fait l'objet d'une demande de conversion par les porteurs. Au total, 25 750 630 obligations auront été converties au cours de l'exercice 2012, donnant lieu à la création de 25 848 473 actions nouvelles. L'effet de la conversion de ces Océanes est désormais reflété dans le BNPA et non plus seulement dans le BNPA dilué (prorata temporis en 2012).



Bénéfice net courant par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)	2012	2011	2010
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾			
Résultat net part du Groupe	737	600	526
<i>Éléments exclus :</i>			
• Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt	28	23	21
• Perte de valeur, nette d'impôt	8	-	1
• Plus (moins)-values nettes de cession et d'ajustement de juste valeur (prise de contrôle)	(58)	(18)	(12)
• Réévaluation des <i>earn-out</i>	(9)	(4)	
Résultat net courant part du Groupe e	706	601	536
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
• Économies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt	17	27	27
Résultat net courant part du Groupe – dilué f	723	628	563
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA			
Nombre d'actions moyen composant le capital social	195 194 484	191 738 061	192 754 345
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)	(11 345 668)	(7 935 852)	(10 912 268)
Actions à remettre en remboursement des Oranes	17 183 419	18 745 548	20 307 677
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul c	201 032 235	202 547 757	202 149 754
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
• Actions gratuites et stock-options dilutifs	4 489 716	5 161 031	4 389 680
• Bons de souscription d'actions (BSA)	1 390 663	893 900	480 327
• Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles	17 231 086	28 463 470	28 450 700
Nombre d'actions – dilué d	224 143 700	237 066 159	235 470 461
(en euros)			
BÉNÉFICE NET COURANT PAR ACTION ⁽¹⁾ e/c	3,51	2,97	2,65
BÉNÉFICE NET COURANT PAR ACTION - DILUÉ ⁽¹⁾ f/d	3,23	2,65	2,39

(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 et de la réévaluation des *earn-out*.

Note 10 Écarts d'acquisition

L'analyse des principaux écarts d'acquisition sur les sociétés consolidées est la suivante :

(en millions d'euros)	Europe	Amérique du Nord	Amérique latine	Asie Pacifique	Moyen-Orient et Afrique	Total
VALEURS NETTES 31 DÉCEMBRE 2011	1 381	2 833	340	598	55	5 207
Année 2012 :						
• Écarts d'acquisition bruts existants au 1 ^{er} janvier 2012	1 461	2 847	363	625	64	5 360
• Variation de l'exercice (y compris change)	274	3	108	50	26	461
TOTAL VALEURS BRUTES	1 735	2 850	471	675	90	5 821
Perte de valeur	(81)	(16)	(22)	(26)	(9)	(154)
TOTAL VALEURS NETTES AU 31 DÉCEMBRE 2012	1 654	2 834	449	649	81	5 667

Variation des écarts d'acquisition

(en millions d'euros)	Valeur brute	Perte de valeur	Valeur nette
1^{ER} JANVIER 2010	4 074	(146)	3 928
Acquisitions	68	-	68
Perte de valeur	-	-	-
Variations liées à la comptabilisation des engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires) ⁽¹⁾	45	-	45
Cessions et sorties d'actifs	(1)	1	-
Change et divers	244	(7)	237
31 DÉCEMBRE 2010	4 430	(152)	4 278
Acquisitions	639	-	639
Perte de valeur	-	-	-
Variations liées à la comptabilisation des engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires) ⁽¹⁾	7	-	7
Cessions et sorties d'actifs	(27)	-	(27)
Change et divers	311	(1)	310
31 DÉCEMBRE 2011	5 360	(153)	5 207
Acquisitions	477	-	477
Perte de valeur	-	(1)	(1)
Variations liées à la comptabilisation des engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires) ⁽¹⁾	39	-	39
Cessions et sorties d'actifs	(9)	-	(9)
Change et divers	(46)	-	(46)
31 DÉCEMBRE 2012	5 821	(154)	5 667

(1) Dans l'attente d'une interprétation de l'IFRIC ou d'une norme IFRS spécifique, les engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle sont comptabilisés en dettes financières avec pour contrepartie l'écart d'acquisition. Tout mouvement ultérieur des participations ne donnant pas le contrôle ainsi que toute réévaluation de l'engagement modifie l'écart d'acquisition pour les regroupements d'entreprises antérieurs au 1^{er} janvier 2010.

Concernant les principales acquisitions de l'année 2012, les principaux travaux d'allocation du prix d'acquisition de BBH et NEOGAMA ont été réalisés en 2012 ; néanmoins certains travaux de revue et de valorisation à la date de prise de contrôle restent à finaliser.

Il n'y a pas eu d'autre acquisition majeure au cours de l'exercice 2012.



Note 11 Immobilisations incorporelles nettes

Variation des immobilisations incorporelles à durée de vie définie

(en millions d'euros)	Relations contractuelles avec les clients			Logiciel, technologies et divers		
	Valeur brute	Amortissement/ Perte de valeur	Valeur nette	Valeur brute	Amortissement/ Perte de valeur	Valeur nette
1^{ER} JANVIER 2010	654	(298)	356	167	(128)	39
Acquisitions	-	-	-	22	-	22
Amortissement	-	(32)	(32)	-	(21)	(21)
Perte de valeur	-	-	-	-	-	-
Cessions et sorties d'actifs	-	-	-	(8)	6	(2)
Change et divers	37	(13)	24	9	(12)	(3)
31 DÉCEMBRE 2010	691	(343)	348	190	(155)	35
Acquisitions	71	-	71	46	-	46
Amortissement	-	(36)	(36)	-	(17)	(17)
Perte de valeur	-	-	-	-	-	-
Cessions et sorties d'actifs	-	-	-	(36)	36	-
Change et divers	23	(16)	7	2	(1)	1
31 DÉCEMBRE 2011	785	(395)	390	202	(137)	65
Acquisitions	40	-	40	23	-	23
Amortissement	-	(41)	(41)	-	(30)	(30)
Perte de valeur	-	-	-	-	(1)	(1)
Cessions et sorties d'actifs	-	-	-	(7)	7	-
Change et divers	(14)	5	(9)	5	(3)	2
31 DÉCEMBRE 2012	811	(431)	380	223	(164)	59

Variation des immobilisations incorporelles à durée de vie indéfinie et du total des immobilisations incorporelles

(en millions d'euros)	Marques			Total des immobilisations incorporelles		
	Valeur brute	Perte de valeur	Valeur nette	Valeur brute	Amortissement/ Perte de valeur	Valeur nette
1^{ER} JANVIER 2010	475	(35)	440	1 296	(461)	835
Acquisitions	-	-	-	22	-	22
Amortissement	-	(1)	(1)	-	(54)	(54)
Perte de valeur	-	-	-	-	-	-
Cessions et sorties d'actifs	-	-	-	(8)	6	(2)
Change et divers	36	(2)	34	82	(27)	55
31 DÉCEMBRE 2010	511	(38)	473	1 392	(536)	856
Acquisitions	38	-	38	155	-	155
Amortissement	-	(1)	(1)	-	(54)	(54)
Perte de valeur	-	-	-	-	-	-
Cessions et sorties d'actifs	-	-	-	(36)	36	-
Change et divers	21	(1)	20	46	(18)	28
31 DÉCEMBRE 2011	570	(40)	530	1 557	(572)	985
Acquisitions	30	-	30	93	-	93
Amortissement	-	(1)	(1)	-	(72)	(72)
Perte de valeur	-	(6)	(6)	-	(7)	(7)
Cessions et sorties d'actifs	-	-	-	(7)	7	-
Change et divers	(12)	2	(10)	(21)	4	(17)
31 DÉCEMBRE 2012	588	(45)	543	1 622	(640)	982

Évaluation des immobilisations incorporelles

Les tests de valeur réalisés par un expert indépendant à la clôture de l'exercice 2012 ont conduit le Groupe à constater une perte de valeur de 7 millions d'euros.

Aucune perte de valeur n'a été constatée à la clôture de l'exercice 2011.

Une perte de valeur inférieure à 1 million d'euros sur des relations clients a été constatée à la clôture de l'exercice 2010 (voir note 5).



Note 12 Immobilisations corporelles nettes

(en millions d'euros)	Terrains et constructions	Autres	Total
VALEURS BRUTES AU 1^{ER} JANVIER 2010	274	865	1 139
Augmentations	-	91	91
Diminutions	(14)	(82)	(96)
Variations de périmètre	-	3	3
Change et divers	7	52	59
VALEURS BRUTES AU 31 DÉCEMBRE 2010	267	929	1 196
Augmentations	-	104	104
Diminutions	-	(110)	(110)
Variations de périmètre	1	16	17
Change et divers	3	13	16
VALEURS BRUTES AU 31 DÉCEMBRE 2011	271	952	1 223
Augmentations	-	107	107
Diminutions	(1)	(51)	(52)
Variations de périmètre	-	46	46
Change et divers	(1)	(10)	(11)
VALEURS BRUTES AU 31 DÉCEMBRE 2012	269	1 044	1 313
AMORTISSEMENTS CUMULÉS AU 31 DÉCEMBRE 2011	(43)	(684)	(727)
Augmentations	(4)	(95)	(99)
Diminutions	-	49	49
Variations de périmètre	-	(36)	(36)
Change et divers	1	5	6
AMORTISSEMENTS CUMULÉS AU 31 DÉCEMBRE 2012	(46)	(761)	(807)
VALEURS NETTES AU 31 DÉCEMBRE 2012	223	283	506

Terrains et constructions

Au 31 décembre 2012, Publicis dispose en pleine propriété d'un patrimoine immobilier, qui figure au bilan pour une valeur nette de 171 millions d'euros.

Le principal actif est l'immeuble du siège social situé au 133, avenue des Champs-Élysées, à Paris. Cet immeuble de sept étages comprend environ 12 000 m² de bureaux, occupés par les sociétés du Groupe, et 1 500 m² de surfaces commerciales, occupées par Publicisdrugstore ainsi que deux salles de cinéma ouvertes au public.

Autres immobilisations corporelles

Le Groupe dispose notamment d'importants équipements informatiques dédiés à la création et à la production publicitaire, à la gestion de l'achat d'espace et aux travaux administratifs.

Immobilisations en location-financement

Le montant net total de ces biens inscrit au bilan consolidé s'élève à 52 millions d'euros au 31 décembre 2012.

Il s'agit essentiellement de l'immeuble Leo Burnett au 35 West Wacker Drive à Chicago (États-Unis). Le contrat de location-financement de ce dernier représente une valeur d'immobilisation brute de 83 millions d'euros amortie sur 30 ans.

Les immobilisations corporelles incluent les montants suivants au titre des biens en location-financement :

(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Valeur brute des constructions	83	85	82
Amortissements	(31)	(29)	(25)
VALEUR NETTE	52	56	57

Note 13 Participations dans des entreprises associées

Les titres mis en équivalence s'élevaient à 23 millions d'euros au 31 décembre 2012 (contre 43 millions d'euros au 31 décembre 2011 et 140 millions d'euros au 31 décembre 2010).

(en millions d'euros)	Valeur au bilan
MONTANT AU 1^{ER} JANVIER 2010	49
Entrées de périmètre	84
Sorties de périmètre	(1)
Quote-part de résultat	8
Dividendes versés	(14)
Effet de change et autres	14
MONTANT AU 31 DÉCEMBRE 2010	140
Entrées de périmètre	-
Sorties de périmètre	(96)
Quote-part de résultat	17
Dividendes versés	(14)
Effet de change et autres	(5)
MONTANT AU 31 DÉCEMBRE 2011	43
Entrées de périmètre	5
Sorties de périmètre	(42)
Quote-part de résultat	25
Dividendes versés	(8)
Effet de change et autres	-
MONTANT AU 31 DÉCEMBRE 2012	23

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2012, Publicis Groupe a pris le contrôle d'entités auparavant mises en équivalence. Les deux principales prises de contrôle de l'exercice sont :

- Bartle Bogle Hegarty (BBH). Grâce au rachat de 51 % supplémentaires, le Groupe détient 100 % (voir aussi note 2). Par ailleurs, la quote-part de résultat BBH pour l'exercice 2012 comprend la plus-value de cession des titres de Neogama à Publicis Groupe pour un montant de 15 millions d'euros ;
- Bromley Communications. Grâce au rachat de 51 % supplémentaires, le Groupe détient 100 %.

De ce fait, ces entités sont sorties du périmètre des sociétés mises en équivalence et consolidées par intégration globale.

Les principaux éléments du bilan et du compte de résultat des entreprises associées sont les suivants :



(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Quote-part dans le bilan des entreprises associées			
Actifs non courants	34	16	124
Actifs courants	43	107	134
TOTAL ACTIF	77	123	258
Passifs non courants	3	3	6
Passifs courants	51	76	112
TOTAL PASSIF	54	79	118
ACTIFS NETS	23	43	140

(en millions d'euros)	2012	2011	2010
Quote-part dans le résultat des entreprises associées			
Revenu	109	111	116
Résultat	25	17	8
Valeur comptable de l'investissement	23	43	140

Les principales sociétés mises en équivalence sont Burrell Communications, M Publicité et Somupi. Au 31 décembre 2012, les valeurs au bilan de ces trois sociétés s'élèvent respectivement à 6 millions, 3 millions et 3 millions d'euros.

Note 14 Autres actifs financiers

Les autres actifs financiers comprennent notamment les investissements classés dans la catégorie « disponibles à la vente ».

La partie à moins d'un an des autres actifs financiers non courants a été classée en actifs courants.

(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Actifs financiers disponibles à la vente			
• Titres IPG	41	37	39
• Fonds Commun de Placement à Risques ⁽¹⁾	23	-	-
• Titres LBi	94	-	-
• Autres	9	8	7
Dépôts de garanties	24	28	28
Prêts à des sociétés non consolidées	27	10	11
Créances rattachées à des participations	15	6	9
Autres	49	49	37
Valeur brute	282	138	131
Dépréciation	(40)	(25)	(18)
VALEUR NETTE	242	113	113

(1) En mars 2012, France Télécom-Orange et Publicis Groupe ont officialisé leur partenariat avec Iris Capital Management. Dans le cadre de ce partenariat, Publicis Groupe s'est engagé à apporter un montant de 74 millions d'euros afin d'investir dans des entreprises créatrices de valeur dans l'économie numérique.

En novembre 2012, le Groupe a lancé une Offre Publique d'Achat sur la totalité des actions émises et en circulation de LBi, la plus grande agence indépendante européenne de marketing et technologie, qui combine expertises stratégique, créative, média et technique. LBi emploie plus de 2 200 personnes à travers 16 pays. Soutenue et approuvée à l'unanimité par le Directoire et le Conseil de surveillance de LBi, cette offre a un prix fixé à 2,85 euros par action coupon attaché, et sa période d'acceptation a expiré le 15 janvier 2013 (voir aussi notes 24 et 30).

Au 31 décembre 2012, Publicis détient 22,72 % de LBi, participation non consolidée.

Par ailleurs, Publicis détient 1,13 % de Interpublic Group (IPG) au 31 décembre 2012, participation non consolidée classée en titres « disponibles à la vente ». Le cours historique des actions IPG est de 3,87 dollars US. Le cours coté au 31 décembre 2012 est de 11,02 dollars US.

Informations résumées sur IPG (derniers chiffres consolidés publiés) :

(en millions de dollars)	2011
Revenu	7 015
Résultat net	521
CAPITAUX PROPRES AU 31 DÉCEMBRE	2 497

Note 15 Stocks et en-cours de production

(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Valeur brute	344	345	327
Dépréciation des en-cours	(2)	(2)	(1)
VALEUR NETTE	342	343	326

Note 16 Clients et comptes rattachés

(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Créances clients ⁽¹⁾	6 933	6 542	6 046
Effets à recevoir	9	10	10
VALEUR BRUTE	6 942	6 552	6 056
Dépréciation à l'ouverture	(106)	(103)	(98)
Dépréciation de l'exercice	(9)	(32)	(33)
Reprise de l'exercice	15	21	29
Variations de périmètre	-	7	-
Change et divers	(1)	1	(1)
Dépréciation à la clôture	(101)	(106)	(103)
VALEUR NETTE	6 841	6 446	5 953

(1) Y compris les créances clients facturées pour un montant de 5 321 millions d'euros au 31 décembre 2012, 5 004 millions d'euros au 31 décembre 2011 et 4 680 millions d'euros au 31 décembre 2010.



Note 17 Autres créances et actifs courants

(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
État, impôts et taxes	248	206	197
Avances et acomptes versés aux fournisseurs	169	150	221
Charges constatées d'avance	72	77	55
Dérivés sur couverture d'actifs et passifs courants	4	4	3
Dérivés sur prêts et emprunts intragroupe	2	3	5
Dérivé de couverture de juste valeur sur l'Eurobond 2012 et 2015	13	12	15
Autres créances et autres actifs courants	92	116	82
Valeur brute	600	568	578
Dépréciation	(9)	(7)	(6)
VALEUR NETTE	591	561	572

Note 18 Trésorerie et équivalents de trésorerie

(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Banques et caisses	349	291	169
Placements liquides à court terme	965	1 883	1 995
TOTAL	1 314	2 174	2 164

Au 31 décembre 2012, les placements liquides à court terme comprennent principalement des Sicav classées dans la catégorie AMF - monétaire court terme, soumis à un risque négligeable de changement de valeur.

Note 19 Capitaux propres

Le tableau de variation des capitaux propres est présenté avec les autres états financiers consolidés.

Rachat des actions propres détenues par Dentsu le 17 février 2012

À la suite de la proposition faite par Dentsu le 13 février, Publicis Groupe a racheté le 17 février 2012 un bloc de 18 millions de ses propres actions pour un montant total de 644,4 millions d'euros, soit 35,80 euros par action. L'opération a été réalisée avec une décote de 13,35 % par rapport au cours de clôture de Bourse du 16 février 2012.

Sur les 18 millions d'actions acquises, Publicis a annulé 10,8 millions d'actions, nombre qui correspond au maximum de ce qui pouvait être annulé compte tenu de l'opération d'annulation déjà réalisée le 10 mai 2010. Les 7,2 millions d'actions restantes sont conservées en autocontrôle en vue d'être utilisées en couverture des plans d'attributions d'actions de présence et de performance ou de stock-options et des programmes d'acquisition.

Capital social de la société mère

Les mouvements sur actions composant le capital social sur les 3 derniers exercices sont les suivants :

(en actions)	2012	2011	2010
Capital social au 1 ^{er} janvier	193 357 945	191 645 241	197 583 112
Augmentation de capital	27 410 602	1 712 704	1 562 129
Annulation d'actions	(10 759 813)	-	(7 500 000)
ACTIONS COMPOSANT LE CAPITAL SOCIAL AU 31 DÉCEMBRE	210 008 734	193 357 945	191 645 241
Autodétention au 31 décembre	(10 805 084)	(7 361 882)	(9 274 171)
ACTIONS EN CIRCULATION AU 31 DÉCEMBRE	199 203 650	185 996 063	182 371 070

Le capital de Publicis Groupe SA a augmenté de 10 964 241 euros au cours de l'exercice 2012, correspondant à 27 410 602 actions de 0,40 euro nominal :

- 25 848 473 actions émises dans le cadre de l'Océane 2014, suite aux demandes de conversion de 25 698 630 obligations ;
- 1 562 129 actions émises en remboursement de la huitième tranche de l'Orane (voir note 24 « Engagements hors bilan - Obligations liées aux emprunts et aux Oranes »).

Le capital social de Publicis Groupe SA s'élève au 31 décembre 2012 à 84 003 493 euros, divisé en 210 008 734 actions de 0,40 euro.



Neutralisation des actions propres existantes au 31 décembre 2012

Les actions propres détenues en portefeuille à la clôture, y compris celles détenues dans le cadre du contrat de liquidité, sont portées en déduction des capitaux propres.

Le portefeuille d'actions autodétenues a évolué comme suit au cours des années 2010, 2011 et 2012 :

	Nombre d'actions	Valeur brute (en millions d'euros)
ACTIONS PROPRES DÉTENUES AU 31 DÉCEMBRE 2009 ⁽¹⁾	10 414 344	272
Rachat de titres détenus par la SEP Dentsu-Badinter	7 500 000	218
Annulation des titres rachetés à la SEP Dentsu-Badinter	(7 500 000)	(218)
Autres acquisitions (hors contrat de liquidité)	2 487 959	73
Cessions (levées de stock-options)	(3 624 632)	(97)
Mouvements réalisés dans le cadre du contrat de liquidité	(3 500)	-
ACTIONS PROPRES DÉTENUES AU 31 DÉCEMBRE 2010 ⁽¹⁾	9 274 171	248
Cessions (levées de stock-options)	(1 922 288)	(51)
Livraison d'actions suite demande de conversion Océane 2014	(1)	
Mouvements réalisés dans le cadre du contrat de liquidité	10 000	
ACTIONS PROPRES DÉTENUES AU 31 DÉCEMBRE 2011 ⁽¹⁾	7 361 882	197
Rachats de titres détenus par la société Dentsu	18 000 000	644
Annulation partielle des titres rachetés à la société Dentsu	(10 759 813)	(385)
Cessions (levées de stock-options) et livraisons d'actions gratuites (plan de co-investissement)	(3 754 829)	(95)
Livraison d'actions suite demande de conversion Océane 2014	(52 156)	(1)
Mouvements réalisés dans le cadre du contrat de liquidité	10 000	1
ACTIONS PROPRES DÉTENUES AU 31 DÉCEMBRE 2012 ⁽¹⁾	10 805 084	361

(1) Y compris actions détenues au titre du contrat de liquidité (20 000 au 31 décembre 2012, 10 000 au 31 décembre 2011 et 0 actions au 31 décembre 2010).

Dividendes votés et proposés

	Par action (en euros)	Total (en millions d'euros)
Dividendes payés dans l'année 2012 (exercice 2011)	0,70	119
Dividendes proposés à l'Assemblée générale (exercice 2012)	0,90	189 ⁽¹⁾

(1) Montant pour l'ensemble des actions existantes au 31 décembre 2012, y compris actions propres.

La distribution proposée au titre de l'exercice 2012 sera soumise à la taxe de 3 % sur les dividendes pour la partie payée en numéraire.

Gestion du capital

La politique du Groupe consiste à maintenir une base de capital solide, afin de préserver la confiance des investisseurs, des créanciers et du marché et de soutenir le développement futur de l'activité. La Direction du Groupe prête attention au ratio d'endettement défini comme étant la dette nette (dette financière diminuée de la trésorerie et des équivalents de trésorerie) divisée par les capitaux propres (incluant les participations ne donnant pas le contrôle) et a déterminé que le ratio optimal d'endettement est inférieur à 0,50. Au 31 décembre des trois dernières années (2012, 2011, 2010), le ratio d'endettement était négatif ou quasiment nul.

La Direction veille également au taux de distribution du dividende qui est défini comme le rapport entre le dividende unitaire et le bénéfice net par action. Ce taux sera de 24,5 % au titre de l'exercice 2012 compte tenu du niveau de dividende (0,90 euro par action) qui sera proposé à la prochaine Assemblée générale des actionnaires, contre 23,6 % et 26,9 % au titre des exercices 2011 et 2010.

Le Groupe achète ses propres actions sur le marché dans le cadre de la délégation du 3 juin 2008 donnée par l'Assemblée générale des actionnaires au Directoire, renouvelée par les Assemblées générales des actionnaires du 1^{er} juin 2010, du 7 juin 2011 puis du 29 mai 2012. Au cours des exercices 2010, 2011 et 2012 le Groupe a racheté directement ses propres actions afin d'honorer ses obligations dans le cadre des plans d'options d'acquisition d'actions ou d'annuler ses actions. Au cours de ces mêmes exercices, le Groupe a également procédé indirectement à l'achat et à la vente de ses propres actions par l'intermédiaire d'un prestataire de services d'investissement intervenant au nom et pour le

compte de Publicis Groupe SA en toute indépendance et sans être influencé par celle-ci, dans le cadre d'un contrat de liquidité conforme à la charte de la déontologie reconnue par l'Autorité des marchés financiers. Un montant de 15 millions d'euros ainsi que 547 500 actions pour une valeur de 13 millions d'euros avaient été alloués à l'origine au contrat de liquidité.

Les Assemblées générales des actionnaires du 1^{er} juin 2010 puis du 7 juin 2011 ont également renouvelé, pour une période de 26 mois, l'autorisation de procéder à la réduction du capital social par annulation d'actions détenues par Publicis Groupe SA dans la limite de 10 % du capital social ; cette autorisation a été déléguée au Directoire.

Note 20 Provisions pour risques et charges

(en millions d'euros)	Restructuration	Engagements immobiliers	Engagements de retraite et autres avantages postérieurs à l'emploi	Risques et litiges	Autres provisions	Total
1^{ER} JANVIER 2010	24	78	248	137	62	549
Dotations	11	12	22	67	11	123
Utilisations	(18)	(17)	(29)	(47)	15	(96)
Autres reprises	-	(14)	(2)	-	(8)	(24)
Variations de périmètre	-	-	3	-	-	3
Pertes (gains) actuariels	-	-	10	-	-	10
Change et divers	5	4	7	-	3	11
31 DÉCEMBRE 2010	22	63	259	149	83	576
Dotations	4	3	17	40	38	102
Utilisations	(14)	(12)	(33)	(9)	(22)	(90)
Autres reprises	-	(8)	(7)	(15)	(6)	(36)
Variations de périmètre	-	1	(3)	30	3	31
Pertes (gains) actuariels	-	-	51	-	-	51
Change et divers	2	(10)	5	1	(9)	(11)
31 DÉCEMBRE 2011	14	37	289	196	87	623
Dotations	20	2	15	63	41	141
Utilisations	(10)	(11)	(60)	(19)	(19)	(119)
Autres reprises	-	(1)	-	(45)	(13)	(59)
Variations de périmètre	3	-	1	4	1	9
Pertes (gains) actuariels	-	-	36	-	-	36
Change et divers	(5)	-	5	(2)	2	-
31 DÉCEMBRE 2012	22	27	286	197	99	631
Dont à court terme	17	5	46	80	18	166
Dont à long terme	5	22	240	117	81	465

Provisions pour restructuration

Elles comprennent une estimation des coûts de fermeture ou de restructuration de certaines activités résultant de plans annoncés et non encore exécutés à fin 2012 (principalement indemnités de licenciement). Les plans, détaillés par projet et par nature, ont fait l'objet d'un processus préalable d'approbation par la Direction générale. Ces plans sont suivis de manière centralisée de façon à consommer la provision en fonction des coûts effectivement encourus et à justifier le solde restant à la clôture en fonction des dépenses restant à effectuer.

Provisions sur engagements immobiliers

Le principal montant des provisions sur engagements immobiliers est relatif à l'acquisition de Bcom3 de 13 millions d'euros au 31 décembre 2012 qui concerne essentiellement la ville de New York en particulier le contrat de location du 375 Hudson Street. Les évaluations ont été effectuées sur la base de l'actualisation, au taux de 5 % annuel, des loyers à payer diminués des produits attendus des sous-locations.



Provisions pour risques et litiges

Les provisions pour risques et litiges comprennent les risques et litiges de toute nature notamment commerciaux, fiscaux et sociaux. Les deux zones principalement concernées par les litiges et risques fiscaux qui constituent l'essentiel de la provision sont l'Amérique du Nord et l'Amérique latine. Par ailleurs, la décomposition par nature des risques et litiges fiscaux est la suivante :

- les impôts sur les sociétés pour environ 70 % ;
- les autres impôts et taxes pour environ 30 %.

Obligations au titre des avantages du personnel

Les obligations au titre des avantages du personnel (Voir note 21) comprennent :

- les plans de retraite à prestations définies ;
- les plans de couverture médicale post-emploi ;
- les avantages à long terme comme les rémunérations différées et les médailles du travail.

Note 21 Engagements de retraite et autres avantages à long terme

Plans de retraite à prestations définies

Le Groupe a des obligations dans un certain nombre de plans de retraite à prestations définies, qui se répartissent principalement entre :

- des fonds de pensions : il s'agit de droits acquis par les employés, avec obligations de préfinancement externe principalement aux États-Unis et en Angleterre ;
- d'autres régimes de retraites type Indemnités de Fin de Carrière, notamment en France : les droits ne sont pas acquis, le paiement est donc incertain et lié notamment à la présence des employés au moment du départ à la retraite ;
- des régimes de couverture de frais médicaux pour les retraités constitués d'une dette effective pour les retraités actuels, et d'une provision pour les actifs futurs retraités, en particulier aux États-Unis et en Angleterre.

Les valorisations de plans de retraite à prestations définies ont été réalisées par des experts indépendants. Les principaux pays concernés sont les États-Unis, l'Angleterre, l'Allemagne, la France, les Émirats Arabes Unis, l'Arabie Saoudite, le Bahreïn, la Corée et le Japon.

Aucun évènement significatif de nature à modifier la valeur de l'engagement du Groupe au titre de ces régimes (modification significative de plan) n'est intervenu au cours de l'exercice.

Écarts actuariels

Les écarts actuariels constatent les augmentations ou les diminutions de la valeur actuelle d'une obligation au titre de prestations définies ou de la juste valeur des actifs du régime correspondant. Les écarts actuariels résultant de la variation de la valeur actuelle d'une obligation d'un régime à prestations définies proviennent d'une part des ajustements liés à l'expérience (différences entre les hypothèses actuarielles antérieures et la réalité observée) et d'autre part des effets de changements d'hypothèses actuarielles.

Comme indiqué en note 1, le groupe Publicis n'attend pas d'effets significatifs de l'application de l'amendement de la norme IAS 19 sur sa situation nette. En effet, l'amendement prévoit principalement l'obligation d'enregistrer les écarts actuariels, relatifs aux régimes à prestations définies, en gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres. Cette méthode est déjà appliquée par le Groupe.

Autres avantages à long terme

Le groupe Publicis comptabilise également divers avantages à long terme, principalement des primes d'ancienneté, des médailles du travail en France notamment, et certains plans pluriannuels pour lesquels la rémunération différée est liée à des conditions de présence.

Variation de la dette actuarielle

(en millions d'euros)	31 décembre 2012			31 décembre 2011			31 décembre 2010		
	Retraite	Médical	Total	Retraite	Médical	Total	Retraite	Médical	Total
Dette actuarielle en début d'exercice	(508)	(24)	(532)	(459)	(22)	(481)	(410)	(18)	(428)
Coût courant des services rendus	(14)	-	(14)	(11)	-	(11)	(9)	-	(9)
Réductions d'effectifs, modifications ou fermetures de plans	-	-	-	7	-	7	-	1	1
Cotisations des participants au régime	-	(1)	(1)	-	(1)	(1)	-	(1)	(1)
Prestations versées	27	2	29	24	2	26	21	2	23
Intérêts sur la dette actuarielle	(21)	(1)	(22)	(21)	(1)	(22)	(23)	(1)	(24)
Effet de réévaluation	(53)	-	(53)	(37)	(1)	(38)	(12)	(4)	(16)
<i>Gains (pertes) d'expérience</i>	(3)	-	(3)	-	-	-	9	(2)	7
<i>Gains (pertes) liés au changement du taux d'actualisation</i>	4	1	5	(39)	(1)	(40)	(19)	(1)	(20)
<i>Gains (pertes) liés aux autres changements d'hypothèses</i>	(54)	(1)	(55)	2	-	2	(2)	(1)	(3)
Acquisitions, cessions	-	-	-	3	-	3	(6)	-	(6)
Écarts de change	2	-	2	(14)	(1)	(15)	(20)	(1)	(21)
DETTE ACTUARIELLE EN FIN D'EXERCICE	(567)	(24)	(591)	(508)	(24)	(532)	(459)	(22)	(481)

Variation de la juste valeur des placements

(en millions d'euros)	31 décembre 2012			31 décembre 2011			31 décembre 2010		
	Retraite	Médical	Total	Retraite	Médical	Total	Retraite	Médical	Total
Juste valeur des placements début d'exercice	307	-	307	279	-	279	232	-	232
Rendement effectif des actifs du régime	40	-	40	12	-	12	27	-	27
Cotisations employeur	21	-	21	20	-	20	19	-	19
Acquisitions, cessions	-	-	-	-	-	-	3	-	3
Prestations versées	(16)	-	(16)	(14)	-	(14)	(14)	-	(14)
Écarts de change	1	-	1	10	-	10	12	-	12
JUSTE VALEUR DES PLACEMENTS FIN D'EXERCICE	353	-	353	307	-	307	279	-	279
COUVERTURE FINANCIÈRE	(214)	(24)	(238)	(201)	(24)	(225)	(180)	(22)	(202)
Étalement du coût des services passés non constaté	1	(2)	(1)	1	(4)	(3)	1	(6)	(5)
Incidence du plafonnement des actifs	(11)	-	(11)	(8)	-	(8)	(5)	-	(5)
Provision nette sur engagements de retraite à prestations définies et couverture médicale post-emploi	(224)	(26)	(250)	(208)	(28)	(236)	(184)	(28)	(212)
PROVISION SUR AUTRES AVANTAGES À LONG-TERME	(36)	-	(36)	(53)	-	(53)	(47)	-	(47)
TOTAL PROVISION SUR ENGAGEMENTS DE RETRAITE ET AUTRES AVANTAGES POSTÉRIEURS À L'EMPLOI	(260)	(26)	(286)	(261)	(28)	(289)	(231)	(28)	(259)



Charge de pension

(en millions d'euros)	31 décembre 2012			31 décembre 2011			31 décembre 2010		
	Retraite	Médical	Total	Retraite	Médical	Total	Retraite	Médical	Total
Coût courants des services rendus au cours de l'exercice	(14)	-	(14)	(11)	-	(11)	(9)	-	(9)
Réductions d'effectifs et fermeture de plans	-	-	-	7	-	7	-	1	1
Amortissement du coût des services passés non constaté	-	2	2	-	1	1	-	1	1
Coût des autres régimes (y compris régimes à cotisations définies)	(82)	-	(82)	(65)	-	(65)	(69)	-	(69)
Charge financière ⁽¹⁾	(1)	(1)	(2)	(2)	(1)	(3)	(6)	(1)	(7)
Intérêts sur la dette actuarielle	(21)	(1)	(22)	(21)	(1)	(22)	(23)	(1)	(24)
Rendement attendu des actifs en couverture	20	-	20	19	-	19	17	-	17
COÛT TOTAL DE RETRAITES COMPTABILISÉES EN COMPTE DE RÉSULTAT	(97)	1	(96)	(71)	-	(71)	(84)	1	(83)

(1) D'où une charge financière nette de 2 millions d'euros en 2011 classée en « Autres charges et produits financiers » (voir note 7).

Information historique et analyse des ajustements d'expérience

(en millions d'euros)	Retraite				
	2012	2011	2010	2009	2008
Dette actuarielle	(567)	(508)	(459)	(410)	(378)
Juste valeur des placements	353	307	279	232	193
SURPLUS (DÉFICIT) DES PLANS	(214)	(201)	(180)	(178)	(185)
Gains (pertes) actuariels liés aux changements d'hypothèse	(50)	(36)	(22)	(32)	25
Gains (pertes) actuariels liés aux ajustements d'expérience	(3)	-	10	7	(2)
GAINS (PERTES) ACTUARIELS GÉNÉRÉS SUR LA DETTE ACTUARIELLE	(53)	(36)	(12)	(25)	23
Gains (pertes) actuariels liés aux ajustements d'expérience	20	(6)	10	21	(69)
GAINS (PERTES) ACTUARIELS GÉNÉRÉS SUR LES ACTIFS FINANCIERS	20	(6)	10	21	(69)
TOTAL GAINS (PERTES) ACTUARIELS DE LA PÉRIODE	(33)	(42)	(2)	(4)	(46)

(en millions d'euros)	Médical				
	2012	2011	2010	2009	2008
Dette actuarielle	(24)	(24)	(22)	(18)	(20)
Juste valeur des placements	-	-	-	-	-
SURPLUS (DÉFICIT) DES PLANS	(24)	(24)	(22)	(18)	(20)
Gains (pertes) actuariels liés aux changements d'hypothèse	-	(2)	(2)	-	-
Gains (pertes) actuariels liés aux ajustements d'expérience	-	-	(2)	(2)	1
GAINS (PERTES) ACTUARIELS GÉNÉRÉS SUR LA DETTE ACTUARIELLE	-	(2)	(4)	-	1
Gains (pertes) actuariels liés aux ajustements d'expérience	-	-	-	-	-
GAINS (PERTES) ACTUARIELS GÉNÉRÉS SUR LES ACTIFS FINANCIERS	-	-	-	-	-
TOTAL GAINS (PERTES) ACTUARIELS DE LA PÉRIODE	-	(2)	(4)	-	1

Allocation des actifs de couverture

	2012	2011	2010
Actions	53,6 %	52,0 %	55,6 %
Obligations	40,4 %	41,8 %	41,3 %
Immobilier	2,2 %	2,0 %	1,8 %
Autres	3,8 %	4,2 %	1,3 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %

Estimation de la contribution employeur et des prestations futures à payer

(en millions d'euros)	Retraite	Médical	Total
Estimation de la contribution employeur pour 2013	28	2	30

(en millions d'euros)	31 décembre 2012		
	Retraite	Médical	Total
Estimation des prestations futures à payer			
2013	38	2	40
2014	34	1	35
2015	31	2	33
2016	29	2	31
2017	30	2	32
Exercices 2018 à 2022	144	8	152
TOTAL SUR LES 10 PROCHAINS EXERCICES	306	17	323

Répartition par zone géographique des plans

(en millions d'euros)	31 décembre 2012				31 décembre 2011				31 décembre 2010			
	Amérique du Nord	Europe	Autres pays	Total	Amérique du Nord	Europe	Autres pays	Total	Amérique du Nord	Europe	Autres pays	Total
Dettes actuarielles en fin d'exercice	(245)	(291)	(55)	(591)	(229)	(258)	(45)	(532)	(200)	(241)	(40)	(481)
Juste valeur des placements en fin d'exercice	143	206	4	353	125	178	4	307	117	158	4	279
Couverture financière	(102)	(85)	(51)	(238)	(104)	(80)	(41)	(225)	(83)	(83)	(36)	(202)
Étalement du coût des services passés non constaté	(2)	1	-	(1)	(4)	1	-	(3)	(6)	1	-	(5)
Incidence du plafonnement des actifs	-	(11)	-	(11)	-	(8)	-	(8)	-	(5)	-	(5)
PROVISIONS NETTES SUR ENGAGEMENTS DE RETRAITE À PRESTATIONS DÉFINIES	(104)	(95)	(51)	(250)	(108)	(87)	(41)	(236)	(89)	(87)	(36)	(212)



(en millions d'euros)	31 décembre 2012				31 décembre 2011				31 décembre 2010			
	Amérique du Nord	Europe	Autres pays	Total	Amérique du Nord	Europe	Autres pays	Total	Amérique du Nord	Europe	Autres pays	Total
Coût des services rendus au cours de l'exercice ⁽¹⁾	-	(4)	(9)	(13)	-	(3)	(8)	(11)	-	(3)	(6)	(9)
Intérêts sur la dette actuarielle	(9)	(12)	(1)	(22)	(9)	(12)	(1)	(22)	(10)	(13)	(1)	(24)
Rendement attendu des actifs en couverture	9	10	-	19	9	10	-	19	8	9	-	17
Amortissement du coût des services passés non constaté	2	-	-	2	1	-	-	1	1	-	-	1
Réductions d'effectifs et fermeture de plans	-	-	-	-	-	7	-	7	-	1	-	1
COÛT DES RÉGIMES À PRESTATIONS DÉFINIES	2	(6)	(10)	(14)	1	2	(9)	(6)	(1)	(6)	(7)	(14)
Coût des autres régimes (y compris régimes à cotisations définies)	(47)	(21)	(14)	(82)	(36)	(16)	(13)	(65)	(38)	(17)	(14)	(69)
COÛT TOTAL DES RETRAITES	(45)	(27)	(24)	(96)	(35)	(14)	(22)	(71)	(39)	(23)	(21)	(83)

(1) Depuis le 1^{er} avril 2009, le principal plan de retraite à prestations définies aux États-Unis a été gelé.

Hypothèses actuarielles (Taux moyens pondérés)

Les taux d'actualisation sont déterminés par référence aux taux de rendement des obligations privées à long terme de première catégorie (notées au moins AA) et de maturité équivalente à la durée des régimes évalués. Ils ont été arrêtés sur la base d'indices externes communément retenus comme référence, notamment l'iBoxx en Europe et le City Group Index aux USA.

	Régimes de retraite				Couverture médicale postérieure à l'emploi			Total Groupe
	Amérique du Nord	Europe	Autres Pays	Total	Amérique du Nord	Europe	Total	
31 décembre 2012								
Taux d'actualisation	3,20 %	3,85 % ⁽¹⁾	2,92 %	3,52 %	3,20 %	5,50 %	3,54 %	3,52 %
Rendement attendu des actifs	3,20 %	4,19 %	3,13 %	3,78 %	n/a	n/a	n/a	3,78 %
Augmentations futures des salaires	n/a	2,29 %	4,28 %	2,52 %	5,00 %	n/a	5,00 %	2,62 %
Augmentations futures des retraites	n/a	2,79 %	n/a	2,79 %	n/a	n/a	n/a	2,79 %

(1) Le taux d'actualisation retenu pour la zone Euro au 31 décembre 2012 est de 3,00 %.

	Régimes de retraite				Couverture médicale postérieure à l'emploi			Total Groupe
	Amérique du Nord	Europe	Autres Pays	Total	Amérique du Nord	Europe	Total	
31 décembre 2011								
Taux d'actualisation	4,09 %	4,64 %	3,68 %	4,35 %	4,09 %	5,50 %	4,29 %	4,35 %
Rendement attendu des actifs	7,70 %	5,65 %	3,91 %	6,49 %	n/a	n/a	n/a	6,49 %
Augmentations futures des salaires	n/a	2,27 %	4,02 %	2,47 %	5,00 %	n/a	5,00 %	2,66 %
Augmentations futures des retraites	n/a	3,20 %	n/a	3,20 %	n/a	n/a	n/a	3,20 %

	Régimes de retraite				Couverture médicale postérieure à l'emploi			Total Groupe
	Amérique du Nord	Europe	Reste du monde	Total	Amérique du Nord	Europe	Total	
31 décembre 2010								
Taux d'actualisation	4,83 %	5,29 %	3,67 %	5,02 %	4,83 %	5,50 %	4,93 %	4,81 %
Rendement attendu des actifs	7,70 %	6,55 %	4,10 %	6,94 %	n/a	n/a	n/a	6,94 %
Augmentations futures des salaires	n/a	4,26 %	3,85 %	4,23 %	5,00 %	n/a	5,00 %	4,28 %
Augmentations futures des retraites	n/a	3,22 %	n/a	3,22 %	n/a	n/a	n/a	3,22 %

Analyse de sensibilité et évolution des frais médicaux

(en millions d'euros)	Retraite		Médical	
	Augmentation de 1 %	Diminution de 1 %	Augmentation de 1 %	Diminution de 1 %
Variation du taux d'actualisation				
Effet sur la dette actuarielle en fin d'exercice	(66)	82	(2)	2
Variation du taux d'inflation				
Effet sur la dette actuarielle en fin d'exercice	27	(24)	-	-
Variation des frais médicaux				
Effet sur la dette actuarielle en fin d'exercice	-	-	1	(1)

Le taux d'augmentation des frais médicaux retenu pour l'exercice 2012 est de 8,75 % avec une baisse progressive vers un taux de 4,87 % à compter de 2013 et retenu pour les exercices suivants.



Note 22 Emprunts et dettes financières

Nombre de titres au 31 décembre 2012 (en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Emprunts obligataires (hors intérêts courus) émis par Publicis Groupe :			
		523	533
	-		
253 242	269	268	263
2 624 538	126	123	121
	-	674	658
1 562 129	15	18	21
Autres emprunts et dettes :			
Intérêts courus	6	18	18
Autres emprunts et lignes de crédit	81	93	41
Soldes créditeurs de banques	28	28	36
Dettes liées à l'immobilisation des contrats de location-financement	81	84	81
Dettes sur acquisitions de titres de participation	317	279	124
Dettes sur engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle	186	190	177
TOTAL DES EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	1 109	2 298	2 073
DONT À COURT TERME	379	838	290
DONT À LONG TERME	730	1 460	1 783

Les emprunts obligataires émis par Publicis Groupe sont à taux fixe et en euros.

Au regard de la norme IAS 39, les swaps taux fixe/taux variable ont été qualifiés de couverture de la juste valeur des dettes Eurobond 2012 et 2015. Les dettes Eurobond 2012 et 2015 swapées en taux variable ont ainsi été réévaluées en juste valeur à la clôture de l'exercice.

La juste valeur du swap sur l'Eurobond 2012 inscrite en autres créances et actifs courants pour 1 million d'euros au 31 décembre 2011 est arrivée à échéance le 31 janvier 2012. Cet emprunt a été remboursé à cette date pour un montant en principal de 506 millions d'euros.

La juste valeur du swap sur l'Eurobond 2015 est inscrite en autres créances et actifs courants pour 13 millions d'euros au 31 décembre 2012, 11 millions d'euros au 31 décembre 2011, et 5 millions d'euros au 31 décembre 2010.

Le 29 juin 2012, Publicis Groupe a exercé son droit de remboursement anticipé contractuel (call émetteur) sur l'Océane 2014 émise le 24 juin 2009. Le 19 juillet 2012, la quasi-totalité des obligations encore en circulation, soit 24 257 895 obligations ont été converties, et sont venues s'ajouter aux 1 492 735 obligations préalablement converties au cours du même exercice. Au total ces 25 750 630 obligations ont été converties en 25 900 629 actions, après application des différents ratios de conversion.

En 2011, la principale opération sur les dettes financières a consisté à remplacer la ligne de crédit syndiqué multidevises confirmée de 1,5 milliard d'euros existante par une nouvelle ligne de crédit syndiqué multidevises confirmée de 1,2 milliard d'euros à échéance juillet 2016.

Le 19 janvier 2010, le Groupe a remboursé 617 985 Océanes 2018 pour un montant de 28 millions d'euros (correspondant à un montant nominal de 24 millions d'euros), dans le cadre de la clause de remboursement anticipé prévu à l'origine de cet emprunt obligataire.

Les dettes sur engagements de rachat de participations ne donnant pas le contrôle ainsi que les clauses de complément de prix sont recensées de manière centralisée et estimées à la clôture d'après les clauses contractuelles et les dernières données disponibles ainsi que les projections des données concernées sur la période.

L'évolution des dettes sur engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle est présentée ci-après :

(en millions d'euros)	Dettes sur engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle
AU 31 DÉCEMBRE 2010	177
Dettes contractées durant l'exercice	63
Rachats exercés	(9)
Réévaluation de la dette et change	(41)
AU 31 DÉCEMBRE 2011	190
Dettes contractées durant l'exercice	37
Rachats exercés	(25)
Réévaluation de la dette et change	(16)
AU 31 DÉCEMBRE 2012	186

Les rachats de l'exercice ont été réalisés en numéraire.

Analyse par échéance de remboursement

(en millions d'euros)	31 décembre 2012						
	Total	Échéance					
		2013	2014	2015	2016	2017	+ 5 ans
Emprunts obligataires et autres dettes bancaires	525	105	141	271	2	2	4
Dettes liées à l'immobilisation des contrats de location-financement	81	-	-	-	-	-	81
Dettes sur acquisitions de titres de participation	317	144	84	50	39	-	-
Dettes sur engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	186	130	17	24	8	6	1
TOTAL	1 109	379	242	345	49	8	86

(en millions d'euros)	31 décembre 2011						
	Total	Échéance					
		2012	2013	2014	2015	2016	+ 5 ans
Emprunts obligataires et autres dettes bancaires	1 745	663	5	799	270	2	6
Dettes liées à l'immobilisation des contrats de location-financement	84	-	-	-	-	-	84
Dettes sur acquisitions de titres de participation	279	81	71	70	36	21	-
Dettes sur engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	190	94	44	29	1	20	2
TOTAL	2 298	838	120	898	307	43	92



(en millions d'euros)	31 décembre 2010						
	Total	Échéance					
		2011	2012	2013	2014	2015	+ 5 ans
Emprunts obligataires et autres dettes bancaires	1 691	96	538	3	781	265	8
Dettes liées à l'immobilisation des contrats de location-financement	81	-	-	-	-	-	81
Dettes sur acquisitions de titres de participation	124	79	12	29	4	-	-
Dettes sur engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	177	115	23	16	14	2	7
TOTAL	2 073	290	573	48	799	267	96

Analyse par devise

(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Euros	482	1 689	1 752
Dollars américains	141	154	122
Autres devises	486	455	199
TOTAL	1 109	2 298	2 073

Analyse par catégorie de taux

Voir note 26 « Gestion des risques de marché - Exposition au risque de taux ».

Exposition au risque de liquidité

Les paiements futurs relatifs à la dette financière hors effets de l'actualisation (à l'exclusion des dettes liées à l'immobilisation des contrats de location-financement) se présentent comme suit :

(en millions d'euros)	31 décembre 2012						
	Total	Échéance					
		2013	2014	2015	2016	2017	+ 5 ans
Emprunts obligataires et autres dettes bancaires	610	113	24	154	294	7	18
Dettes sur acquisitions de titres de participation	335	-	148	89	54	44	-
Dettes sur engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	199	-	136	19	27	9	9
TOTAL	1 144	113	308	262	375	60	27

(en millions d'euros)	31 décembre 2011						
	Total	Échéance					
		2012	2013	2014	2015	2016	+ 5 ans
Emprunts obligataires et autres dettes bancaires	1 981	676	13	953	306	8	25
Dettes sur acquisitions de titres de participation	301	84	75	77	40	25	-
Dettes sur engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	211	99	49	33	2	25	3
TOTAL	2 493	859	137	1 063	348	58	28

(en millions d'euros)	31 décembre 2010						
	Total	Échéance					
		2011	2012	2013	2014	2015	+ 5 ans
Emprunts obligataires et autres dettes bancaires	1 995	106	561	11	967	317	33
Dettes sur acquisitions de titres de participation	129	81	13	30	5	-	-
Dettes sur engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires)	183	118	23	17	15	2	8
TOTAL	2 307	305	597	58	987	319	41

Pour faire face au risque de liquidité, Publicis dispose d'une part de disponibilités conséquentes (trésorerie et équivalents de trésorerie) pour un total au 31 décembre 2012 de 1 314 millions d'euros et d'autre part de lignes de crédit confirmées non utilisées qui s'élèvent à 1 912 millions d'euros au 31 décembre 2012. La composante principale de ces lignes est un crédit syndiqué multidevises de 1 200 millions d'euros, à échéance 2016. Ces sommes disponibles ou mobilisables quasiment immédiatement permettent largement de faire face au paiement de la partie à moins d'un an de la dette financière du Groupe.

Les emprunts obligataires émis par le Groupe, qui composent l'essentiel de la dette si l'on exclut les découverts bancaires, ne comportent pas de *covenants* financiers. Les clauses d'exigibilité anticipée (*credit default events*) sont de type standard (liquidation, cessation des paiements, défaut de paiement de la dette elle-même ou de remboursement d'une autre dette d'un montant supérieur à un seuil défini) et sont applicables généralement au-delà d'un seuil de 25 millions d'euros. La seule option de remboursement anticipé par les porteurs est relative à l'Océane 2018 et exerçable en janvier 2014.

Le Groupe n'a pas mis en place de dérivés de crédit à ce jour.

Contrats de location-financement

Le rapprochement entre les paiements futurs minimaux au titre des contrats de location-financement et la valeur actualisée des paiements minimaux nets au titre des locations se présente de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31 décembre 2012						
	Total	Échéance					
		2013	2014	2015	2016	2017	+ 5 ans
Paiements minimaux	234	9	9	9	10	10	187
Effets de l'actualisation	(153)	(9)	(9)	(9)	(9)	(9)	(108)
VALEUR ACTUALISÉE DES PAIEMENTS MINIMAUX	81	-	-	-	1	1	79



(en millions d'euros)	31 décembre 2011						
	Total	Échéance					
		2012	2013	2014	2015	2016	+ 5 ans
Paiements minimaux	238	9	9	10	10	10	190
Effets de l'actualisation	(156)	(9)	(9)	(10)	(10)	(10)	(108)
VALEUR ACTUALISÉE DES PAIEMENTS MINIMAUX	82	-	-	-	-	-	82

(en millions d'euros)	31 décembre 2010						
	Total	Total					
		2011	2012	2013	2014	2015	+ 5 ans
Paiements minimaux	241	9	9	9	9	10	195
Effets de l'actualisation	(160)	(9)	(9)	(9)	(9)	(10)	(114)
VALEUR ACTUALISÉE DES PAIEMENTS MINIMAUX	81	-	-	-	-	-	81

Note 23 Autres dettes et passifs courants

(en millions d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Avances et acomptes reçus	451	360	382
Dettes envers le personnel	445	452	413
Dettes fiscales (hors impôt société)	199	212	206
Produits constatés d'avance	319	306	242
Juste valeur des dérivés adossés aux actifs et passifs courants	4	4	3
Dérivés sur prêts et emprunts intragroupe	3	1	5
Autres passifs courants	235	212	185
TOTAL	1 656	1 547	1 436

Note 24 Engagements hors bilan

Contrats de location simple

(en millions d'euros)	31 décembre 2012						
	Total	Échéance					
		2013	2014	2015	2016	2017	+ 5 ans
Engagements donnés							
Contrats de location simple	1 508	242	229	195	175	160	507
Engagements reçus							
Contrats de sous-locations immobilières	19	5	3	2	1	1	6

(en millions d'euros)	31 décembre 2011						
	Total	Échéance					
		2012	2013	2014	2015	2016	+ 5 ans
Engagements donnés							
Contrats de location simple	1 499	245	209	191	172	151	531
Engagements reçus							
Contrats de sous-locations immobilières	18	10	4	2	1	-	1

(en millions d'euros)	31 décembre 2010						
	Total	Échéance					
		2011	2012	2013	2014	2015	+ 5 ans
Engagements donnés							
Contrats de location simple	1 461	225	206	169	156	140	565
Engagements reçus							
Contrats de sous-locations immobilières	19	8	7	2	1	1	-

Les charges de location (nettes des revenus des sous-locations) se sont élevées à 258 millions d'euros en 2012, 224 millions d'euros en 2011 et 217 millions d'euros en 2010.



Autres engagements

(en millions d'euros)	31 décembre 2012			
	Total	Échéance		
		- 1 an	1 à 5 ans	+ 5 ans
Engagements donnés				
Cautions et garanties ⁽¹⁾	106	41	24	41
Autres engagements ⁽²⁾	577	127	381	69
Engagements d'acquisition de titres de participation ⁽³⁾	331	331	-	-
TOTAL	1 014	499	405	110
Engagements reçus				
Lignes de crédit non utilisées ⁽⁴⁾	2 126	419	1 707	-
Autres engagements ⁽⁵⁾	58	22	35	1
TOTAL	2 184	441	1 743	1

(1) Au 31 décembre 2012, les cautions et garanties comprennent une garantie de paiement des taxes immobilières et des charges relatives à l'immeuble de Leo Burnett à Chicago, pour un montant total de 73 millions d'euros étalés jusqu'en 2019. Elles comprennent également environ 7 millions d'euros de garanties sur opérations d'achat d'espaces.

(2) Il s'agit, à hauteur de 524 millions d'euros, de redevances minimum garanties dans le cadre de contrats d'exploitation d'espaces publicitaires. Par ailleurs, le Groupe reste engagé sur quatre années à des niveaux d'achats minimums qui en cas de non-réalisation, pourraient donner lieu à des paiements en numéraire et en services pouvant atteindre un maximum de 47 millions d'euros pour l'ensemble de la durée du contrat expirant au 30 juin 2015 (19 millions d'euros maximum par an).

(3) Il s'agit d'engagements de rachat de titres concernant l'Offre Publique d'Achat de LBi pour 328 millions d'euros.

(4) Les lignes de crédit non utilisées comprennent 1 912 millions d'euros de lignes de crédit confirmées.

(5) Il s'agit d'engagements commerciaux reçus, pour une durée initiale de 5 ans à compter de l'année 2010 expirant le 30 juin 2015, pour un montant de 19 millions d'euros par an.

(en millions d'euros)	31 décembre 2011			
	Total	Échéance		
		- 1 an	1 à 5 ans	+ 5 ans
Engagements donnés				
Engagements de cession de titres de participation détenus	6	-	-	6
Cautions et garanties ⁽¹⁾	161	56	68	37
Autres engagements ⁽²⁾	685	129	423	133
TOTAL	852	185	491	176
Engagements reçus				
Lignes de crédit non utilisées ⁽³⁾	2 079	429	1 650	-
Autres engagements ⁽⁴⁾	87	38	48	1
TOTAL	2 166	467	1 698	1

(1) Au 31 décembre 2011, les cautions et garanties comprennent une garantie de paiement des taxes immobilières et des charges relatives à l'immeuble de Leo Burnett à Chicago, pour un montant total de 84 millions d'euros étalés jusqu'en 2019. Elles comprennent également environ 6 millions d'euros de garanties sur opérations d'achat d'espaces.

(2) Il s'agit, à hauteur de 603 millions d'euros, de redevances minimum garanties dans le cadre de contrats d'exploitation d'espaces publicitaires. Par ailleurs, le Groupe reste engagé sur quatre années à des niveaux d'achats minimums qui en cas de non-réalisation, pourraient donner lieu à des paiements en numéraire et en services pouvant atteindre un maximum de 76 millions d'euros pour l'ensemble de la durée du contrat expirant au 30 juin 2015 (19 millions d'euros maximum par an).

(3) Les lignes de crédit non utilisées comprennent 1 855 millions d'euros de lignes de crédit confirmées.

(4) Il s'agit d'engagements commerciaux reçus, pour une durée initiale de 5 ans à compter de l'année 2010 expirant le 30 juin 2015, pour un montant de 19 millions d'euros par an.

(en millions d'euros)	31 décembre 2010			
	Total	Total		
		- 1 an	1 à 5 ans	+ 5 ans
Engagements donnés				
Engagements de cession de titres de participation détenus	8	-	-	8
Cautions et garanties ⁽¹⁾	132	38	51	43
Autres engagements ⁽²⁾	886	142	473	271
TOTAL	1 026	180	524	322
Engagements reçus				
Lignes de crédit non utilisées ⁽³⁾	2 367	417	1 950	-
Autres engagements ⁽⁴⁾	104	38	65	1
TOTAL	2 471	455	2 015	1

(1) Au 31 décembre 2010, les cautions et garanties comprennent une garantie de paiement des taxes immobilières et des charges relatives à l'immeuble de Leo Burnett à Chicago, pour un montant total de 92 millions d'euros étalés jusqu'en 2019. Elles comprennent également environ 12 millions d'euros de garanties sur opérations d'achat d'espaces.

(2) Il s'agit, à hauteur de 771 millions d'euros, de redevances minimum garanties dans le cadre de contrats d'exploitation d'espaces publicitaires. Par ailleurs, le Groupe s'est engagé sur cinq années à des niveaux d'achats minimums qui en cas de non réalisation, pourraient donner lieu à des paiements en numéraire et en services pouvant atteindre un maximum de 93 millions d'euros pour l'ensemble de la durée du contrat expirant au 30 juin 2015 (19 millions d'euros maximum par an).

(3) Les lignes de crédit non utilisées comprennent 2 155 millions d'euros de lignes de crédit confirmées.

(4) Il s'agit d'engagements commerciaux reçus, pour une durée de 5 ans à compter de l'année 2010 expirant le 30 juin 2015, pour un montant de 19 millions d'euros par an.

Obligations liées aux emprunts et aux Oranes

Océane 2018 - 2,75 % actuariel - janvier 2018

Dans le cadre de l'Océane 2018, les porteurs d'obligations peuvent demander la conversion des obligations, à raison d'une action par obligation (d'une valeur de 39,15 euros à l'émission), à tout moment depuis le 18 janvier 2002 jusqu'au 7^e jour ouvré précédant la date de maturité (18 janvier 2018). Compte tenu des remboursements anticipés intervenus en février 2005, en janvier 2006, janvier 2009 et janvier 2010, Publicis Groupe a un engagement de livrer, en cas de demande de conversion, 2 624 538 actions qui peuvent être au choix de Publicis Groupe, soit des actions nouvelles à émettre, soit des actions existantes qu'elle détiendrait en portefeuille.

De plus, les porteurs ont la possibilité de demander le remboursement anticipé en numéraire de tout ou partie des obligations dont ils sont propriétaires le 18 janvier 2014. Le prix de remboursement anticipé est calculé de telle sorte que le rendement brut actuariel annuel de l'obligation à la date de remboursement soit égal à 2,75 %.

De son côté, Publicis dispose d'un droit de procéder au remboursement anticipé de tout ou partie des obligations à tout moment dans le cas où le cours de Bourse de l'action Publicis Groupe SA représente 125 % du prix de remboursement anticipé.

Orane - Obligations remboursables en actions nouvelles ou existantes - septembre 2022

Après le remboursement des huit premières tranches de l'emprunt à la date anniversaire de l'emprunt depuis septembre 2005, chaque Orane donne droit à recevoir 10 actions Publicis Groupe nouvelles ou existantes, à raison d'une par an jusqu'au 20^e anniversaire de l'emprunt. Publicis Groupe a donc un engagement de livrer 1 562 129 actions chaque année, de l'année 2013 à 2022, soit 15 621 290 actions au total, qui peuvent être au choix de Publicis Groupe, soit des actions nouvelles à émettre, soit des actions existantes qu'elle détiendrait en portefeuille.

Océane 2014 - 3,125 % - juillet 2014

Dans le cadre de l'Océane 2014, les porteurs d'obligations pouvaient demander la conversion des obligations, à raison de 1,006 action par obligation (d'une valeur de 27,90 euros à l'émission) compte tenu de la clause d'ajustement de parité de conversion du fait de l'augmentation du dividende, à tout moment depuis le 3 août 2009 jusqu'au 7^e jour ouvré précédant la date de maturité (juillet 2014). Pour mémoire, le ratio de conversion avant les décisions des Assemblées générales du 7 juin 2011 et du 29 mai 2012 de l'augmentation du dividende était d'une action par obligation. Publicis Groupe avait donc un engagement de livrer, en cas de demande de conversion, 24 449 734 actions (contre 25 761 647 actions à l'origine) qui pourront être au choix de Publicis Groupe, soit des actions nouvelles à émettre, soit des actions existantes qu'elle détiendrait en portefeuille.



Ces obligations étaient normalement amortissables en totalité le 30 juillet 2014, par remboursement au pair. Cependant, Publicis Groupe conservait la possibilité de rembourser par anticipation tout ou partie des obligations à tout moment à compter du 30 juillet 2012 dans le cas où le cours de Bourse de l'action Publicis Groupe SA représente 130 % de la valeur nominale de l'obligation. Publicis Groupe a utilisé le 29 juin 2012 cette possibilité de rembourser par anticipation tout ou partie des obligations au 30 juillet 2012.

En 2012, 25 715 630 obligations ont été converties, les autres obligations ont été remboursées au 30 juillet dans le cadre du remboursement anticipé (cf. note 22 « Emprunts et dettes financières »).

Obligations liées aux bons de souscription d'actions

L'exercice des bons de souscription, qui peut intervenir à tout moment entre le 24 septembre 2013 et le 24 septembre 2022, entraînera une augmentation de capital de Publicis Groupe. Après annulation de bons de souscription rachetés au cours des exercices 2005 et 2006, Publicis Groupe est engagé à créer (dans l'hypothèse où la totalité des BSA seraient exercés) 5 602 699 actions de 0,40 euro de nominal et 30,10 euros de prime.

Autres engagements

Au 31 décembre 2012, il n'existe aucun engagement significatif de type nantissement, garantie ou sûreté réelle, ni aucun autre engagement hors bilan significatif selon les normes comptables en vigueur.

Note 25 Instruments financiers

Bilan par catégorie d'instruments financiers

(en millions d'euros)	31 décembre 2012						
	Valeur au bilan	Juste valeur par résultat	Actifs disponibles à la vente	Prêts et créances, Emprunts et dettes	Actifs détenus jusqu'à l'échéance	Dettes au coût amorti	Instruments dérivés
Autres actifs financiers	242	-	162	78	2	-	-
Clients et comptes rattachés	6 841	-	-	6 841	-	-	-
Autres créances et actifs courants ⁽¹⁾	102	-	-	83	-	-	19
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 314	1 314	-	-	-	-	-
ACTIFS	8 499	1 314	162	7 002	2	-	19
Dettes financières à plus d'un an	730	-	-	-	-	730	-
Dettes financières à moins d'un an	379	-	-	-	-	379	-
TOTAL DETTES FINANCIÈRES							
Fournisseurs et comptes rattachés	8 249	-	-	8 249	-	-	-
Autres dettes et passifs courants ⁽²⁾	242	-	-	235	-	-	7
PASSIFS	9 600	-	-	8 484	-	1 109	7

31 décembre 2011

(en millions d'euros)	Valeur au bilan	Juste valeur par résultat	Actifs disponibles à la vente	Prêts et créances, Emprunts et dettes	Actifs détenus jusqu'à l'échéance	Dettes au coût amorti	Instruments dérivés
Autres actifs financiers	113	-	41	68	4	-	-
Clients et comptes rattachés	6 446	-	-	6 446	-	-	-
Autres créances et actifs courants ⁽¹⁾	128	-	-	109	-	-	19
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 174	2 174	-	-	-	-	-
ACTIFS	8 861	2 174	41	6 623	4	-	19
Dettes financières à plus d'un an	1 460	-	-	-	-	1 460	-
Dettes financières à moins d'un an	838	-	-	-	-	838	-
TOTAL DETTES FINANCIÈRES	2 298	-	-	-	-	2 298	-
Fournisseurs et comptes rattachés	7 745	-	-	7 745	-	-	-
Autres dettes et passifs courants ⁽²⁾	217	-	-	212	-	-	5
PASSIFS	10 260	-	-	7 957	-	2 298	5

31 décembre 2010

(en millions d'euros)	Valeur au bilan	Juste valeur par résultat	Actifs disponibles à la vente	Prêts et créances, Emprunts et dettes	Actifs détenus jusqu'à l'échéance	Dettes au coût amorti	Instruments dérivés
Autres actifs financiers	113	-	42	69	2	-	-
Clients et comptes rattachés	5 953	-	-	5 953	-	-	-
Autres créances et actifs courants ⁽¹⁾	99	-	-	76	-	-	23
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 164	2 164	-	-	-	-	-
ACTIFS	8 329	2 164	42	6 098	2	-	23
Dettes financières à plus d'un an	1 783	-	-	-	-	1 783	-
Dettes financières à moins d'un an	290	-	-	-	-	290	-
TOTAL DETTES FINANCIÈRES	2 073	-	-	-	-	2 073	-
Fournisseurs et comptes rattachés	7 216	-	-	7 216	-	-	-
Autres dettes et passifs courants ⁽²⁾	193	-	-	185	-	-	8
PASSIFS	9 482	-	-	7 401	-	2 073	8

(1) À l'exception des créances fiscales, des avances et acomptes versés aux fournisseurs et des charges constatées d'avance (Voir note 17).

(2) À l'exception des avances et acomptes reçus, des dettes envers le personnel, des dettes fiscales et des produits constatés d'avance (Voir note 23).



Compte de résultat par catégorie d'instruments financiers

(en millions d'euros)	31 décembre 2012								
	Valorisation à la juste valeur	Intérêts sur actifs réévalués à la juste valeur	Dividendes sur actifs disponibles à la vente	Dépréciation sur actifs détenus jusqu'à l'échéance	Dettes au coût amorti		Prêts et créances		Variation de valeur des dérivés
					Effets de change	Intérêts	Effets de change	Dépréciations et autres reprises	
Résultat opérationnel	-	-	-	-	-	-	-	(23)	-
Coût de l'endettement financier net	-	41	-	-	-	(71)	-	-	-
Autres charges et produits financiers ⁽¹⁾	-	-	1	-	-	-	-	-	(3)

(en millions d'euros)	31 décembre 2011								
	Valorisation à la juste valeur	Intérêts sur actifs réévalués à la juste valeur	Dividendes sur actifs disponibles à la vente	Dépréciation sur actifs détenus jusqu'à l'échéance	Dettes au coût amorti		Prêts et créances		Variation de valeur des dérivés
					Effets de change	Intérêts	Effets de change	Dépréciations et autres reprises	
Résultat opérationnel	-	-	-	-	-	-	-	(41)	-
Coût de l'endettement financier net	-	33	-	-	-	(89)	-	-	-
Autres charges et produits financiers ⁽¹⁾	-	-	1	-	-	-	-	-	2

(en millions d'euros)	31 décembre 2010								
	Valorisation à la juste valeur	Intérêts sur actifs réévalués à la juste valeur	Dividendes sur actifs disponibles à la vente	Dépréciation sur actifs détenus jusqu'à l'échéance	Dettes au coût amorti		Prêts et créances		Variation de valeur des dérivés
					Effets de change	Intérêts	Effets de change	Dépréciations et autres reprises	
Résultat opérationnel	-	-	-	-	-	-	-	(34)	-
Coût de l'endettement financier net	-	16	-	-	-	(81)	-	-	-
Autres charges et produits financiers ⁽¹⁾	-	-	2	-	-	-	22	-	(28)

(1) À l'exclusion du coût financier lié à l'actualisation des provisions immobilières à long terme et aux provisions pour retraites (Voir note 7).

Juste valeur

Le tableau ci-dessous présente une comparaison par catégorie des valeurs comptables et de la juste valeur de tous les instruments financiers du Groupe.

Les actifs financiers classés dans les catégories « détenus à des fins de transaction » ou « disponibles à la vente » sont déjà évalués à la juste valeur dans les comptes.

Les dettes financières sont évaluées dans les comptes au coût amorti selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

(en millions d'euros)	31 décembre 2012		31 décembre 2011		31 décembre 2010	
	Juste valeur	Valeur nette comptable	Juste valeur	Valeur nette comptable	Juste valeur	Valeur nette comptable
Actifs financiers hors créances liées à l'exploitation						
Actifs financiers disponibles à la vente (IPG et autres)	164	164	45	45	42	42
Autres actifs financiers	78	78	68	68	71	71
TOTAL AUTRES ACTIFS FINANCIERS	242	242	113	113	113	113
CLIENTS ET COMPTES RATTACHÉS	6 841	6 841	6 446	6 446	5 953	5 953
Dérivés actifs	19	19	19	19	23	23
Autres créances et actifs courants (hors dérivés)	83	83	109	109	76	76
TOTAL AUTRES CRÉANCES ET ACTIFS COURANTS	102	102	128	128	99	99
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	1 314	1 314	2 174	2 174	2 164	2 164

(en millions d'euros)	31 décembre 2012		31 décembre 2011		31 décembre 2010	
	Juste valeur	Valeur nette comptable	Juste valeur	Valeur nette comptable	Juste valeur	Valeur nette comptable
Passifs financiers hors dettes liées à l'exploitation						
Emprunts obligataires avec option de conversion - (Océanes, partie dette)	137	126	888	797	873	779
Oranes (partie dette)	61	15	70	18	78	21
Eurobond	282	269	810	791	821	796
Dettes liées à des contrats de location- financement	182	81	183	84	167	81
Engagements de rachat de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires) et compléments de prix sur acquisition de titres de participations	503	503	469	469	301	301
Autres emprunts	115	115	139	139	95	95
TOTAL DETTES FINANCIÈRES	1 280	1 109	2 559	2 298	2 335	2 073
FOURNISSEURS ET COMPTES RATTACHÉS	8 249	8 249	7 745	7 745	7 216	7 216
Dérivés passifs	7	7	5	5	8	8
Autres dettes et passifs courants (hors dérivés)	235	235	212	212	185	185
TOTAL AUTRES DETTES ET PASSIFS COURANTS	242	242	217	217	193	193

La juste valeur de l'Eurobond et des emprunts obligataires avec option de conversion et des Oranes pour la partie dette a été calculée par actualisation des flux de trésorerie futurs attendus aux taux d'intérêt du marché.



Hiérarchie de la juste valeur

Le tableau ci-dessous présente une analyse des instruments financiers comptabilisés à la juste valeur en fonction de la méthode d'évaluation. Les différents niveaux de juste valeur ont été définis de la manière suivante :

- Niveau 1 : prix cotés sur un marché actif ;
- Niveau 2 : données observables autres qu'un prix coté sur un marché actif ;
- Niveau 3 : données non observables.

31 DÉCEMBRE 2012

(en millions d'euros)	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3	Total
Actifs financiers disponibles à la vente	67	-	97	164
Instruments dérivés Actifs	-	19	-	19
	67	19	97	183
Instruments dérivés Passifs	-	(7)	-	(7)
TOTAL	67	12	97	176

31 DÉCEMBRE 2011

(en millions d'euros)	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3	Total
Actifs financiers disponibles à la vente	37	-	8	45
Instruments dérivés Actifs	-	19	-	19
	37	19	8	64
Instruments dérivés Passifs	-	(5)	-	(5)
TOTAL	37	14	8	59

31 DÉCEMBRE 2010

(en millions d'euros)	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3	Total
Actifs financiers disponibles à la vente	39	3	-	42
Instruments dérivés Actifs	-	23	-	23
	39	26	-	65
Instruments dérivés Passifs	-	(8)	-	(8)
TOTAL	39	18	-	57

Note 26 Gestion des risques de marché

Exposition au risque de taux

La répartition des dettes entre taux fixe et taux variable est décidée par la Direction du Groupe et revue périodiquement en fonction de l'évolution prévisible des taux d'intérêts.

À fin 2012, la dette financière brute du Groupe après prise en compte des effets du swap sur Eurobond hors dettes sur acquisitions de titres de participation et sur engagements de rachats de participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires) se trouve composée :

- à hauteur de 37 % par des emprunts à taux fixe dont le taux moyen 2012 a été de 6,0 % ;
- à hauteur de 63 % par des emprunts à taux variable.

Le tableau suivant présente la valeur comptable au 31 décembre 2012 par échéance des instruments financiers du Groupe qui sont exposés au risque de taux d'intérêt :

(en millions d'euros)	Total au 31 décembre 2012	Échéances		
		- 1 an	1 à 5 ans	+ 5 ans
Taux fixe				
Eurobond 2012 & 2015	256	-	256	-
Océanes (partie dette)	126	-	126	-
Oranes (partie dette)	15	3	8	4
Dettes liées à des contrats de location-financement	81	-	-	81
PASSIF (ACTIF) NET À TAUX FIXE AVANT GESTION	478	3	390	85
Effet du swap sur Eurobond	(256)	-	(256)	-
PASSIF (ACTIF) NET À TAUX FIXE APRÈS GESTION	222	3	134	85
TAUX VARIABLE				
Emprunts bancaires	87	81	6	-
Soldes créditeurs de banques	28	28	-	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(1 314)	(1 314)	-	-
Autres actifs financiers	(201)	-	-	(201)
PASSIF (ACTIF) NET À TAUX VARIABLE AVANT GESTION	(1 400)	(1 205)	6	(201)
Effet du swap sur Eurobond	256	0	256	0
PASSIF (ACTIF) NET À TAUX VARIABLE APRÈS GESTION	(1 144)	(1 205)	262	(201)

Exposition au risque de change

Actif net

Le tableau ci-après présente l'actif net du Groupe au 31 décembre 2012 ventilé sur les principales devises :

(en millions d'euros)	Total au 31 décembre 2012	Euro ⁽¹⁾	Dollar US	Livre Sterling	Real Brésilien	Yuan	Autres
Actifs	16 605	4 199	6 754	1 019	644	955	3 034
Passifs	11 947	2 659	5 458	582	265	659	2 324
ACTIF NET	4 658	1 540	1 296	437	379	296	710
Effet des couvertures de change ⁽²⁾	-	890	(493)	(151)	-	-	(246)
ACTIF NET APRÈS COUVERTURE	4 658	2 430	803	286	379	296	464

(1) Monnaie de présentation des états financiers consolidés.

(2) Les instruments financiers utilisés dans le cadre de la couverture des risques de change sont principalement des swaps de devises.



Par ailleurs, l'évolution des cours des devises par rapport à l'euro, monnaie dans laquelle les comptes du Groupe sont présentés, est susceptible d'avoir une incidence sur le bilan et le compte de résultat consolidés du Groupe.

Revenus et Marge opérationnelle

La répartition des revenus du Groupe par devise dans laquelle ces revenus sont réalisés est présentée ci-après :

	2012	2011	2010
Euro	18 %	20 %	20 %
Dollar US	46 %	45 %	47 %
Livre sterling	7 %	7 %	7 %
Autres	29 %	28 %	26 %
TOTAL DES REVENUS	100 %	100 %	100 %

L'impact d'une baisse de 1 % du cours de l'euro par rapport au dollar US et à la livre sterling serait (impact favorable) :

- de 35 millions d'euros sur le revenu consolidé 2012 ;
- de 7 millions d'euros sur la marge opérationnelle 2012.

Les transactions commerciales sont majoritairement effectuées dans les devises locales des pays au sein desquels elles sont réalisées. De ce fait, les risques de change en découlant sont peu significatifs et font l'objet ponctuellement d'opérations de couverture.

En ce qui concerne les opérations de prêt/emprunt intragroupe, celles-ci font l'objet de couvertures appropriées, dès lors qu'elles présentent une exposition significative nette au risque de change.

Les instruments financiers dérivés utilisés sont en général des contrats de change à terme.

Le tableau suivant résume les contrats de couverture de change en cours à la clôture de l'exercice 2012, tant en ce qui concerne les couvertures d'actifs et de passifs que celles de flux futurs. Il convient de signaler que Publicis, compte tenu de leurs impacts non significatifs, enregistre les variations de juste valeur des dérivés relatifs à des couvertures de flux futurs en résultat.

Devise vendue	Devise achetée	Montant nominal de la devise vendue (monnaie locale en millions)	Montant nominal de la devise achetée (monnaie locale en millions)	Juste valeur (en millions d'euros)
CHF	EUR	(1,4)	1,2	0,0
CHF	USD	(0,1)	0,1	0,0
CZK	EUR	(53,4)	2,1	0,0
EUR	AUD	(55,3)	70,3	0,0
EUR	CAD	(210,7)	275,3	(1,4)
EUR	CHF	(6,6)	8,0	0,0
EUR	GBP	(166,0)	135,4	(0,1)
EUR	HKD	(9,8)	100,0	0,0
EUR	JPY	(18,8)	2 149,0	0,1
EUR	NZD	(0,4)	0,7	0,0
EUR	PLN	(14,7)	60,0	0,0
EUR	USD	(514,3)	679,3	0,5
GBP	CHF	0,0	0,0	0,0
GBP	EUR	0,0	0,0	0,0
GBP	USD	(8,1)	13,1	0,0
HUF	EUR	(162,9)	0,6	0,0
JPY	USD	(185,3)	2,2	0,0
MXN	EUR	(101,2)	6,0	0,2
NOK	EUR	(43,8)	5,9	0,0
NZD	EUR	(28,5)	17,6	0,0
SEK	EUR	(310,2)	36,0	0,1
USD	CAD	(7,2)	7,1	0,0
USD	EUR	(77,4)	58,3	(0,3)
USD	GBP	(17,3)	10,7	0,0
USD	HKD	(0,9)	7,0	0,0
TOTAL				(0,9)

Exposition au risque de contrepartie client

Le Groupe analyse ses créances clients en se focalisant notamment sur l'amélioration de ses délais de recouvrement, dans le cadre de la gestion de son besoin en fonds de roulement. La Trésorerie Groupe effectue un suivi des créances échues pour l'ensemble du Groupe. Par ailleurs, le Groupe revoit périodiquement la liste des principaux clients afin de déterminer l'exposition au risque de contrepartie client à l'échelle du Groupe et met en place si nécessaire un suivi spécifique sous forme d'un état hebdomadaire synthétisant l'exposition vis-à-vis de certains clients.

Les dépréciations éventuelles sont évaluées sur une base individuelle et prennent en compte différents critères comme la situation du client et les retards de paiement. Aucune dépréciation n'est passée sur une base globale.



Le tableau ci-dessous détaille l'antériorité des créances clients facturées, sur les trois derniers exercices :

(en millions d'euros)	2012	2011	2010
Créances non échues	4 564	4 333	4 098
Créances échues :			
Jusqu'à 30 jours	452	382	320
31 à 60 jours	131	111	90
61 à 90 jours	44	34	42
91 à 120 jours	28	34	30
Plus de 120 jours	102	110	100
TOTAL CRÉANCES ÉCHUES	757	671	582
CRÉANCES CLIENTS FACTURÉES	5 321	5 004	4 680
Dépréciation	(101)	(106)	(103)
CRÉANCES CLIENTS FACTURÉES NETTES	5 220	4 898	4 577

Information sur les principaux clients

(en % du revenu)	2012	2011	2010
Cinq premiers clients	19 %	20 %	21 %
Dix premiers clients	27 %	28 %	30 %
Vingt premiers clients	37 %	38 %	41 %
Trente premiers clients	44 %	46 %	47 %
Cinquante premiers clients	53 %	53 %	55 %
Cent premiers clients	63 %	63 %	65 %

Exposition au risque de contrepartie bancaire

Le Groupe a défini une politique de sélection des banques autorisées comme contrepartie pour l'ensemble de ses filiales. Cette politique rend obligatoire les dépôts de liquidités auprès des banques autorisées et plus généralement le recours à ces seules banques pour l'ensemble des services bancaires. La liste des banques autorisées est revue périodiquement par la trésorerie. Les exceptions à cette politique sont gérées de façon centralisée pour l'ensemble du Groupe par la Trésorerie.

En complément, des analyses sont effectuées, afin de s'assurer que la majeure partie de la trésorerie et des équivalents de trésorerie est déposée auprès des banques autorisées.

Exposition au risque actions

Les principales actions détenues qui sont exposées à un risque de marché significatif sont les actions Interpublic Group (IPG). Elles sont classées en titres disponibles à la vente et une diminution de 10 % de la valeur de marché de ces titres n'aurait pas d'impact sur le résultat net mais aurait un impact sur les capitaux propres au 31 décembre 2012.

Impact d'une baisse de 10 % de la valeur de marché des actions IPG détenues par le Groupe :

(en millions d'euros)	
Effet sur l'actif du bilan	(4)
Effet sur les capitaux propres	(4)
Effet sur le résultat	-

Par ailleurs, le Groupe détient des actions propres, une baisse de leur valeur n'aurait pas d'impact sur le résultat dans la mesure où les actions propres sont portées en diminution des capitaux propres pour leur prix d'acquisition.

Note 27 Information sectorielle

Information par secteur d'activité

L'organisation que Publicis Groupe développe depuis plusieurs années est conçue pour assurer aux clients du Groupe une prestation de communication globale et holistique imbriquant toutes les disciplines.

Le Groupe a identifié neuf secteurs opérationnels qui correspondent aux réseaux d'agences et qui peuvent être regroupés dans la mesure où leurs caractéristiques économiques sont similaires (convergence des niveaux de marge des différents secteurs opérationnels) ainsi que la nature des services fournis aux clients (panel complet de services publicitaires et de communication) et le type de clients auxquels sont destinés ces services (les 20 premiers clients du Groupe sont clients de plusieurs secteurs opérationnels). Les neuf secteurs opérationnels sont ainsi regroupés en un seul secteur à présenter, conformément à la norme IFRS 8.

Information par zone géographique

Compte tenu de l'importance de la localisation géographique dans l'analyse de l'activité, le Groupe a fait le choix de maintenir un niveau d'information détaillé par zone géographique.

Les informations sont déterminées sur la base de la localisation des agences.

EXERCICE 2012

(en millions d'euros)	Europe	Amérique du Nord	Asie Pacifique	Amérique latine	Moyen-Orient et Afrique	Total
Informations concernant le compte de résultat						
Revenu ⁽¹⁾	1 976	3 146	842	463	183	6 610
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(46)	(56)	(15)	(6)	(3)	(126)
Marge opérationnelle	255	583	114	82	30	1 064
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(8)	(31)	(2)	(4)	-	(45)
Perte de valeur	(3)	(7)	-	-	(1)	(11)
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	25	2	(2)	-	-	25
Informations concernant le bilan						
Écarts d'acquisitions et immobilisations incorporelles nets	1 815	3 602	652	498	82	6 649
Immobilisations corporelles nettes	279	174	35	12	6	506
Impôts différés actifs	33	15	31	16	2	97
Titres mis en équivalence	14	7	2	-	-	23
Autres actifs financiers	143	65	28	5	1	242
Actifs (passifs) courants ⁽²⁾	329	(2 381)	(150)	(6)	55	(2 153)
Impôts différés passifs	(40)	(183)	-	(15)	-	(238)
Provisions à long terme	(198)	(146)	(51)	(34)	(36)	(465)
Informations concernant le tableau des flux de trésorerie						
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(60)	(39)	(18)	(4)	(2)	(123)
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(118)	1	(3)	-	-	(120)
Acquisitions de filiales	(135)	(33)	(51)	(143)	(7)	(369)
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	8	12	3	2	1	26

(1) Compte tenu du mode de détermination de cet indicateur (différence entre les ventes et les achats externes liés aux ventes) il n'y a pas d'éliminations entre les différentes zones.

(2) Les actifs (passifs) courants sont composés des postes de bilan suivants : stocks et en-cours de production, clients et comptes rattachés, autres créances et actifs courants, trésorerie et équivalents de trésorerie, fournisseurs et comptes rattachés, dettes financières et dettes d'impôts sur les sociétés, provisions à court terme et autres dettes et passifs courants.



EXERCICE 2011

(en millions d'euros)	Europe	Amérique du Nord	Asie Pacifique	Amérique latine	Moyen-Orient et Afrique	Total
Informations concernant le compte de résultat						
Revenu ⁽¹⁾	1 872	2 721	690	374	159	5 816
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(43)	(43)	(11)	(4)	(2)	(103)
Marge opérationnelle	239	523	84	60	25	931
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(7)	(26)	(2)	(3)	-	(38)
Perte de valeur	-	-	-	-	-	-
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	13	3	-	1	-	17
Informations concernant le bilan						
Écarts d'acquisitions et immobilisations incorporelles nets	1 517	3 652	600	368	55	6 192
Immobilisations corporelles nettes	270	176	31	12	7	496
Impôts différés actifs	30	10	25	16	1	82
Titres mis en équivalence	24	15	4	-	-	43
Autres actifs financiers	20	64	25	3	1	113
Actifs (passifs) courants ⁽²⁾	(269)	(2 016)	(60)	29	47	(2 269)
Impôts différés passifs	(56)	(175)	-	(9)	-	(240)
Provisions à long terme	(217)	(165)	(51)	(21)	(32)	(486)
Informations concernant le tableau des flux de trésorerie						
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(60)	(37)	(4)	(12)	(3)	(116)
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	15	(1)	-	(1)	-	13
Acquisitions de filiales	(128)	(439)	(150)	(11)	-	(728)
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	11	12	2	1	-	26

(1) Compte tenu du mode de détermination de cet indicateur (différence entre les ventes et les achats externes liés aux ventes) il n'y a pas d'éliminations entre les différentes zones.

(2) Les actifs (passifs) courants sont composés des postes de bilan suivants : stocks et en-cours de production, clients et comptes rattachés, autres créances et actifs courants, trésorerie et équivalents de trésorerie, fournisseurs et comptes rattachés, dettes financières et dettes d'impôts sur les sociétés, provisions à court terme et autres dettes et passifs courants.

EXERCICE 2010

(en millions d'euros)	Europe	Amérique du Nord	Asie Pacifique	Amérique latine	Moyen-Orient et Afrique	Total
Informations concernant le compte de résultat						
Revenu ⁽¹⁾	1 761	2 606	617	284	150	5 418
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(46)	(48)	(11)	(4)	(2)	(111)
Marge opérationnelle	193	511	74	59	19	856
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(8)	(23)	(2)	(1)	-	(34)
Perte de valeur	(1)	-	-	-	-	(1)
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	7	-	-	1	-	8
Informations concernant le bilan						
Écarts d'acquisitions et immobilisations incorporelles nets	1 494	2 935	419	221	65	5 134
Immobilisations corporelles nettes	261	160	28	10	5	464
Impôts différés actifs	40	5	23	8	(1)	75
Titres mis en équivalence	30	15	4	89	2	140
Autres actifs financiers	25	63	22	2	1	113
Actifs (passifs) courants ⁽²⁾	(192)	(1 691)	(80)	5	-	(1 958)
Impôts différés passifs	(60)	(158)	(1)	(2)	2	(219)
Provisions à long terme	(202)	(163)	(37)	(19)	(37)	(458)
Informations concernant le tableau des flux de trésorerie						
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(52)	(36)	(9)	(4)	(2)	(103)
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	1	7	(3)	-	-	5
Acquisitions de filiales	(39)	(27)	(10)	(89)	(1)	(166)
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	11	12	1	2	-	26

(1) Compte tenu du mode de détermination de cet indicateur (différence entre les ventes et les achats externes liés aux ventes) il n'y a pas d'éliminations entre les différentes zones.

(2) Les actifs (passifs) courants sont composés des postes de bilan suivants : stocks et en-cours de production, clients et comptes rattachés, autres créances et actifs courants, trésorerie et équivalents de trésorerie, fournisseurs et comptes rattachés, dettes financières et dettes d'impôts sur les sociétés, provisions à court terme et autres dettes et passifs courants.

Note 28 Plans d'options de souscription ou d'acquisition d'actions et plans d'actions gratuites de Publicis Groupe SA

Les plans d'actions gratuites en cours au 31 décembre 2012 ont les caractéristiques suivantes :

- Plan d'incentive à long terme dit « LTIP 2012 » (avril 2012)

Dans le cadre de ce plan, un certain nombre de dirigeants du Groupe se sont vus attribuer des actions gratuites, sous une double condition. Tout d'abord, les actions sont soumises à une condition de présence, pendant la période d'acquisition des droits de quatre ans, sauf pour les résidents fiscaux français qui bénéficient d'une période d'acquisition plus courte de trois ans mais ont une obligation supplémentaire de conservation des titres pendant deux ans. Ensuite, les actions gratuites sont soumises à des critères de performance supplémentaires, de telle sorte que le nombre total d'actions livrées dépendra du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité de l'année 2012. L'attribution, effectuée en avril 2012, deviendra effective en avril 2016, à l'exception des salariés français pour lesquels elle deviendra effective en avril 2015.



- Plan d'attribution d'actions gratuites aux salariés des 16 pays suivants (décembre 2011) : Allemagne, Belgique, Brésil, Canada, Danemark, Espagne, Finlande, Inde, Italie, Mexique, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Suède.

Dans le cadre de ce plan, comme cela a été fait en France en 2009 et aux États-Unis en 2010, 50 actions gratuites ont été attribuées le 1^{er} décembre 2011 à tous les salariés ayant au moins six mois d'ancienneté et travaillant plus de 21 heures hebdomadaires dans une filiale détenue à plus de 50 % implantée dans l'un des pays concernés. La livraison des actions est soumise à une condition de présence de deux ans pour l'Espagne et l'Italie, assortie d'une condition de conservation des titres de trois ans, et de quatre ans pour les autres pays : les actions gratuites seront livrées aux bénéficiaires en décembre 2013 (Espagne, Italie) et décembre 2015 (autres pays), date à laquelle ils en deviendront propriétaires et pourront exercer leurs droits d'actionnaires.

- Plan d'incentive à long terme dit « LTIP 2011 » (avril 2011)

Dans le cadre de ce plan, un certain nombre de dirigeants du Groupe se sont vus attribuer des actions gratuites, sous une double condition. Tout d'abord, les actions sont soumises à une condition de présence, pendant la période d'acquisition des droits de quatre ans, sauf pour les résidents fiscaux français qui bénéficient d'une période d'acquisition plus courte de trois ans mais ont une obligation supplémentaire de conservation des titres pendant deux ans. Ensuite, les actions gratuites sont soumises à des critères de performance supplémentaires, de telle sorte que le nombre total d'actions livrées dépendait du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité de l'année 2011. La mesure de la performance, effectuée en mars 2012, a fixé à 95,7 % le taux d'atteinte des objectifs pour ce plan. L'attribution, effectuée en avril 2011, deviendra effective en avril 2015, à l'exception des salariés français pour lesquels elle deviendra effective en avril 2014.

- Plan d'attribution d'actions gratuites aux salariés des entités américaines (décembre 2010)

Dans le cadre de ce plan aux États-Unis, 50 actions gratuites ont été attribuées le 1^{er} décembre 2010 à tous les salariés travaillant plus de 21 heures hebdomadaires dans une filiale aux États-Unis, détenue à plus de 50 %. La livraison des actions est soumise à une condition de présence de quatre ans : les actions gratuites seront livrées aux bénéficiaires en décembre 2014, date à laquelle ils en deviendront propriétaires et pourront exercer leurs droits d'actionnaires.

- Plan d'incentive à long terme dit « LTIP 2010 » (août 2010) et « LTIP 2010-2012 » pour les seuls membres du Directoire (septembre 2010)

Dans le cadre de ce plan, un certain nombre de dirigeants du Groupe se sont vus attribuer des actions gratuites, sous une double condition. Tout d'abord, les actions sont soumises à une condition de présence, pendant la période d'acquisition des droits de quatre ans, sauf pour les résidents fiscaux français qui bénéficient d'une période d'acquisition plus courte de trois ans mais ont une obligation supplémentaire de conservation des titres pendant deux ans. Ensuite, les actions sont soumises à des critères de performance supplémentaires, de telle sorte que le nombre total d'actions livrées dépendait du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité de l'année 2010 (ou sur la période 2010-2012 pour les seuls membres du Directoire). La mesure de la performance, effectuée en mars 2011, a fixé à 100 % le taux d'atteinte des objectifs pour ce plan. L'attribution, effectuée en août (et septembre pour les seuls membres du Directoire) 2010, deviendra effective en août et septembre 2014, à l'exception des salariés français pour lesquels elle deviendra effective en août et septembre 2013.

- Plan d'attribution d'actions gratuites accordé à certains salariés de Razorfish (décembre 2009)

Lors de l'acquisition de Razorfish, certains salariés bénéficiaient de plans d'attribution de *restricted shares units* Microsoft accordés entre 2007 et 2009. Le 1^{er} décembre 2009, un nouveau plan d'attribution d'actions gratuites Publicis Groupe a été consenti, sous condition de présence effective et reprenant les mêmes bénéficiaires, le même nombre de titres attribués après conversion en actions Publicis Groupe et les mêmes dates d'acquisition des droits que plans antérieurs existants (de janvier 2010 à septembre 2015, pour la plupart des bénéficiaires). Le nombre d'actions gratuites Microsoft en cours d'acquisition a été converti en actions Publicis Groupe, en appliquant le rapport existant entre la moyenne des 20 derniers cours de l'action Microsoft et celle de l'action Publicis Groupe à la date de l'acquisition, soit le 13 octobre 2009.

- Plan d'attribution d'actions gratuites dans le cadre du plan de « co-investissement » (mars 2009)

Dans le cadre de ce plan, proposé à 160 dirigeants du Groupe, il est attribué à chaque bénéficiaire deux actions gratuites pour chaque action Publicis achetée pour leur compte par l'intermédiaire de LionLead, structure dédiée à l'opération d'investissement. Ces actions sont soumises à des conditions de maintien de la totalité de l'investissement et de présence pendant toute la période d'acquisition des droits, qui est de quatre ans, sauf pour les résidents fiscaux français qui bénéficient d'une période d'acquisition plus courte de trois ans mais ont une obligation supplémentaire de conservation des titres pendant deux ans. En outre, la seconde action gratuite est soumise à des critères de performance supplémentaires, de telle sorte que le nombre total d'actions livrées dépendait du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité sur la période 2009-2011. Les actions gratuites attribuées aux mandataires sociaux sont intégralement soumises à des conditions de performance. La mesure de la performance, effectuée en mars 2012, a fixé à 100 % le taux d'atteinte des objectifs pour ce plan. L'attribution de ces actions a été effectuée en mars 2009 et la livraison sera effective en mars 2013, à l'exception des salariés français pour lesquels la livraison a été effective en mars 2012.

Les plans d'options de souscription ou d'acquisition d'actions en cours au 31 décembre 2012 ont les caractéristiques suivantes :

- Plan d'incentive à long terme dit « LTIP 2006-2008 » (vingt-deuxième tranche en 2006 et vingt-troisième tranche en 2007)
Dans le cadre de ce plan, chaque option accordée donne droit d'acquérir une action avec un prix d'exercice égal à la moyenne des cours de Bourse de l'action Publicis pendant les 20 jours précédant la date d'attribution. Sur le nombre total attribué, le nombre d'options exerçables a été déterminé en avril 2009 en fonction du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité sur l'ensemble de la période 2006-2008, correspondant à 62,59 % de l'attribution initiale. Pour la première moitié des options, la période d'exercice a commencé en 2009 et pour la seconde moitié en avril 2010. La période d'exercice se termine dix ans après la date d'attribution.
- Plan attribué en 2006 (vingt-et-unième tranche)
Dans le cadre de ce plan, chaque option accordée donne le droit d'acquérir une action, avec un prix d'exercice égal à la moyenne des cours de Bourse de l'action Publicis pendant les 20 jours précédant la date d'attribution. Les options sont exerçables après une période de quatre ans et expirent dix ans après la date d'attribution.
- Plan d'incentive à long terme dit « LTIP 2003-2005 » (dix-septième tranche en 2003, dix-neuvième tranche en 2004, vingtième tranche en 2005)
Dans le cadre de ce plan, chaque option accordée donne droit d'acquérir une action avec un prix d'exercice égal au prix de revient moyen des actions propres en portefeuille à la date d'attribution. Sur le nombre total attribué, le nombre d'options exerçables a été déterminé en avril 2006 en fonction du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité sur l'ensemble de la période 2003-2005, correspondant à 98,92 % de l'attribution initiale. Pour la première moitié des options, la période d'exercice a commencé en 2006, pour la seconde moitié en 2007. La période d'exercice se termine dix ans après la date d'attribution.
- Plan attribué en 2003 (seizième tranche)
Dans le cadre de ce plan, chaque option accordée donne le droit d'acquérir une action, avec un prix d'exercice égal à la moyenne des cours de Bourse de l'action Publicis pendant les 20 jours précédant la date d'attribution. Les options sont exerçables après une période de quatre ans et expirent dix ans après la date d'attribution.

Plans d'options Publicis Groupe à l'origine

Caractéristiques des plans de stock-options Publicis Groupe en cours au 31 décembre 2012

Actions de 0,40 euro nominal	Type d'option	Date d'attribution	Prix d'exercice des options (en euros)	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2012	Dont exerçables au 31 décembre 2012	Date limite de levée	Durée de vie contractuelle résiduelle (en années)
16 ^e tranche	Acquisition	28/08/2003	24,82	26 000	26 000	2013	0,65
17 ^e tranche	Acquisition	28/08/2003	24,82	341 395	341 395	2013	0,65
19 ^e tranche	Acquisition	28/09/2004	24,82	282 671	282 671	2014	1,74
20 ^e tranche	Acquisition	24/05/2005	24,76	94 624	94 624	2015	2,39
21 ^e tranche	Acquisition	21/08/2006	29,27	100 000	100 000	2016	3,63
22 ^e tranche	Acquisition	21/08/2006	29,27	1 484 647	1 484 647	2016	3,63
23 ^e tranche	Acquisition	24/08/2007	31,31	329 343	329 343	2017	4,64
TOTAL DES TRANCHES				2 658 680	2 658 680		
Prix moyen d'exercice (en euros)				28,27	28,27		



Mouvements sur plans de stock-options Publicis Groupe au cours de l'exercice 2012

Actions de 0,40 euro nominal	Prix d'exercice des options (euros)	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2011	Options attribuées en 2012	Options levées en 2012	Options annulées ou prescrites en 2012	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2012
13 ^e tranche	29,79	26 000	-	(11 000)	(15 000)	-
14 ^e tranche	32,43	5 000	-	(5 000)	-	-
15 ^e tranche	29,79	220 000	-	(220 000)	-	-
16 ^e tranche	24,82	443 400	-	(417 400)	-	26 000
17 ^e tranche	24,82	1 106 357	-	(677 496)	(87 466)	341 395
19 ^e tranche	24,82	474 563	-	(64 285)	(127 607)	282 671
20 ^e tranche	24,76	175 726	-	(72 594)	(8 508)	94 624
21 ^e tranche	29,27	100 000	-	-	-	100 000
22 ^e tranche	29,27	2 793 739	-	(1 212 108)	(96 984)	1 484 647
23 ^e tranche	31,31	547 419	-	(157 361)	(60 715)	329 343
TOTAL DES TRANCHES		5 892 204	-	(2 837 244)	(396 280)	2 658 680
Prix moyen d'exercice (en euros)		27,82	-	27,50	27,09	28,27
Cours moyen de levée (en euros)				40,57		

Mouvements sur plans de stock-options Publicis Groupe au cours de l'exercice 2011

Actions de 0,40 euro nominal	Prix d'exercice des options (euros)	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2010	Options attribuées en 2011	Options levées en 2011	Options annulées ou prescrites en 2011	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2011
11 ^e tranche	33,18	307 500	-	(307 500)	-	-
13 ^e tranche	29,79	71 700	-	(45 700)	-	26 000
14 ^e tranche	32,43	5 000	-	-	-	5 000
15 ^e tranche	29,79	220 000	-	-	-	220 000
16 ^e tranche	24,82	443 400	-	-	-	443 400
17 ^e tranche	24,82	1 502 602	-	(357 370)	(38 875)	1 106 357
19 ^e tranche	24,82	649 330	-	(185 895)	11 128	474 563
20 ^e tranche	24,76	228 695	-	(52 969)	-	175 726
21 ^e tranche	29,27	100 000	-	-	-	100 000
22 ^e tranche	29,27	3 585 951	-	(729 841)	(62 371)	2 793 739
23 ^e tranche	31,31	692 808	-	(113 361)	(32 028)	547 419
TOTAL DES TRANCHES		7 806 986	-	(1 792 636)	(122 146)	5 892 204
Prix moyen d'exercice (en euros)		28,02	-	28,60	29,79	27,82
Cours moyen de levée (en euros)				36,29		

Mouvements sur plans de stock-options Publicis Groupe au cours de l'exercice 2010

Actions de 0,40 euro nominal	Prix d'exercice des options (euros)	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2009	Options attribuées en 2010	Options levées en 2010	Options annulées ou prescrites en 2010	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2010
10 ^e tranche	43,55	100 000	-	-	(100 000)	-
11 ^e tranche	33,18	343 000	-	(35 500)	-	307 500
13 ^e tranche	29,79	77 200	-	(5 500)	-	71 700
14 ^e tranche	32,43	5 000	-	-	-	5 000
15 ^e tranche	29,79	220 000	-	-	-	220 000
16 ^e tranche	24,82	478 400	-	(35 000)	-	443 400
17 ^e tranche	24,82	3 315 046	-	(1 691 713)	(120 731)	1 502 602
19 ^e tranche	24,82	1 160 208	-	(467 571)	(43 307)	649 330
20 ^e tranche	24,76	395 190	-	(101 086)	(65 409)	228 695
21 ^e tranche	29,27	100 000	-	-	-	100 000
22 ^e tranche	29,27	4 820 571	-	(1 034 739)	(199 881)	3 585 951
23 ^e tranche	31,31	802 316	-	(63 547)	(45 961)	692 808
TOTAL DES TRANCHES		11 816 931	-	(3 434 656)	(575 289)	7 806 986
Prix moyen d'exercice (en euros)		27,64	-	26,37	30,13	28,02
Cours moyen de levée (en euros)				33,36		

Détermination de la juste valeur des options attribuées au cours des trois derniers exercices

Aucune attribution d'options n'a eu lieu durant les trois derniers exercices.

Plans d'actions gratuites Publicis Groupe

Caractéristiques des plans d'actions gratuites Publicis Groupe en cours au 31 décembre 2012

Actions de 0,40 euro nominal	Bénéficiaires	Date d'attribution initiale	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2012	Date d'attribution définitive ⁽¹⁾	Durée de vie contractuelle résiduelle (en années)
Plan de Co-investissement	Hors France	19/03/2009	2 166 651	19/03/2013	0,21
Plan LTIP 2010	France	19/08/2010	83 550	19/08/2013	0,63
Plan LTIP 2010	Hors France	19/08/2010	463 600	19/08/2014	1,63
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	France	22/09/2010	149 821	22/09/2013	0,73
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	Hors France	22/09/2010	98 566	22/09/2014	1,73
Plan États-Unis 2010 – tous salariés US	États-Unis	1/12/2010	373 150	1/12/2014	1,92
Plan LTIP 2011	France	19/04/2011	82 744	19/04/2014	1,30
Plan LTIP 2011	Hors France	19/04/2011	493 048	19/04/2015	2,30
Plan monde 2011 – tous salariés des pays concernés	Espagne, Italie	1/12/2011	72 500	1/12/2013	0,92
Plan monde 2011 – tous salariés des pays concernés	14 pays ⁽²⁾	1/12/2011	342 200	1/12/2015	2,92
Plan LTIP 2012	France	17/04/2012	99 800	17/04/2015	2,29
Plan LTIP 2012	Hors France	17/04/2012	567 175	17/04/2016	3,30
TOTAL DES PLANS D' ACTIONS GRATUITES			4 992 805		

(1) Après cette date, les bénéficiaires français doivent respecter une période d'indisponibilité supplémentaire de deux ans.

(2) Les pays concernés sont : Allemagne, Belgique, Brésil, Canada, Danemark, Finlande, Inde, Mexique, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Suède.



L'attribution de toutes les actions gratuites ci-dessus est liée à une condition de présence pendant toute la période d'acquisition. L'attribution est également soumise à des conditions de performance hors marché pour les plans suivants : co-investissement (seulement pour la moitié des actions attribuées en ce qui concerne les bénéficiaires non membres du Directoire), et LTIP 2010 à LTIP 2012.

Mouvements sur plans d'actions gratuites Publicis Groupe au cours de l'exercice 2012

Actions de 0,40 euro nominal	Bénéficiaires	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2011	Actions attribuées en 2012	Actions annulées ou prescrites ou transférées ⁽¹⁾ en 2012	Actions ayant fait l'objet d'une attribution définitive en 2012	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2012
Plan de co-investissement	France	804 194	-	1 276	(805 470)	0
Plan de co-investissement	Hors France	2 320 678	-	(154 027)	-	2 166 651
Plan LTIP 2010	France	86 550	-	(3 000)	-	83 550
Plan LTIP 2010	Hors France	510 200	-	(46 600)	-	463 600
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	France	152 000	-	(2 179)	-	149 821
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	Hors France	100 000	-	(1 434)	-	98 566
Plan États-Unis 2010 – tous salariés US	États-Unis	479 800	-	(106 650)	-	373 150
Plan LTIP 2011	France	89 950	-	(7 206)	-	82 744
Plan LTIP 2011	Hors France	552 750	-	(59 702)	-	493 048
Plan monde 2011 – tous salariés des pays concernés	Espagne, Italie	79 050	-	(6 550)	-	72 500
Plan monde 2011 – tous salariés des pays concernés	14 pays ⁽²⁾	454 650	-	(112 450)	-	342 200
Plan LTIP 2012	France	-	100 200	(400)	-	99 800
Plan LTIP 2012	Hors France	-	581 350	(14 175)	-	567 175
TOTAL DES PLANS D' ACTIONS GRATUITES		5 629 822	681 550	(513 097)	(805 470)	4 992 805

(1) Il s'agit de transferts entre les plans France et étranger liés à la mobilité géographique des bénéficiaires.

(2) Les pays concernés sont : Allemagne, Belgique, Brésil, Canada, Danemark, Finlande, Inde, Mexique, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Suède.

Mouvements sur plans d'actions gratuites Publicis Groupe au cours de l'exercice 2011

Actions de 0,40 euro nominal	Bénéficiaires	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2010	Actions attribuées en 2011	Actions annulées ou prescrites ou transférées ⁽¹⁾ en 2011	Actions ayant fait l'objet d'une attribution définitive en 2011	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2011
Plan de co-investissement	France	810 864	-	(6 670)	-	804 194
Plan de co-investissement	Hors France	2 497 844	-	(177 166)	-	2 320 678
Plan France 2009 - tous salariés France	France	159 975	-	(9 400)	(150 575)	-
Plan LTIP 2010	France	99 050	-	(12 500)	-	86 550
Plan LTIP 2010	Hors France	554 500	-	(44 300)	-	510 200
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	France	152 000	-	-	-	152 000
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	Hors France	100 000	-	-	-	100 000
Plan États-Unis 2010 - tous salariés US	États-Unis	638 950	-	(159 150)	-	479 800
Plan LTIP 2011	France	-	96 950	(7 000)	-	89 950
Plan LTIP 2011	Hors France	-	577 700	(24 950)	-	552 750
Plan monde 2011 - tous salariés des pays concernés	Espagne, Italie	-	79 050	-	-	79 050
Plan monde 2011 - tous salariés des pays concernés	14 pays ⁽²⁾	-	454 650	-	-	454 650
TOTAL DES PLANS D' ACTIONS GRATUITES		5 013 183	1 208 350	(441 136)	(150 575)	5 629 822

(1) Il s'agit de transferts entre les plans France et étranger liés à la mobilité géographique des bénéficiaires.

(2) Les pays concernés sont : Allemagne, Belgique, Brésil, Canada, Danemark, Finlande, Inde, Mexique, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Suède.

Mouvements sur plans d'actions gratuites Publicis Groupe au cours de l'exercice 2010

Actions de 0,40 euro nominal	Bénéficiaires	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2009	Actions attribuées en 2010	Actions annulées ou prescrites en 2010	Actions ayant fait l'objet d'une attribution définitive en 2010	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2010
Plan de co-investissement	France	831 000	-	(20 136)	-	810 864
Plan de co-investissement	Hors France	2 713 176	-	(215 332)	-	2 497 844
Plan France 2009 - tous salariés France	France	185 575	-	(25 600)	-	159 975
Plan LTIP 2010	France	-	100 150	(1 100)	-	99 050
Plan LTIP 2010	Hors France	-	567 450	(12 950)	-	554 500
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	France	-	152 000	-	-	152 000
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	Hors France	-	100 000	-	-	100 000
Plan États-Unis 2010 - tous salariés US	États-Unis	-	658 400	(19 450)	-	638 950
TOTAL DES PLANS D' ACTIONS GRATUITES		3 729 751	1 578 000	(294 568)	-	5 013 183



Plans d'actions gratuites Publicis Groupe attribués à certains salariés de Razorfish

Le nouveau plan d'actions gratuites Publicis Groupe, mis en place le 1^{er} décembre 2009 et destiné à remplacer les plans en cours à la date d'acquisition, octroyés à certains salariés de Razorfish, a conduit à une attribution de 493 832 actions gratuites Publicis Groupe. La période d'acquisition des droits s'étale sur quatre ans (de 2010 à 2013) pour la majeure partie des actions, une petite partie courant jusqu'à 2018. Au 31 décembre 2012, le nombre d'actions gratuites restant à attribuer définitivement s'élève à 78 384.

Détermination de la juste valeur des actions gratuites Publicis Groupe attribuées au cours des trois derniers exercices

ACTIONS GRATUITES ATTRIBUÉES AU COURS DE L'EXERCICE 2012

Date du Directoire	LTIP 2012	
	17 avril 2012	
	France ⁽¹⁾	Hors France ⁽¹⁾
Nombre d'actions attribuées à l'origine	100 200	581 350
Valorisation initiale de l'action attribuée (en euros)	38,40	37,53
Hypothèses :		
Prix de l'action à la date d'attribution (en euros)	40,69	40,69
Période d'acquisition (en années)	3	4
Période d'inaccessibilité (en années)	2	-

(1) Actions conditionnelles dont l'attribution définitive est liée à une condition de présence pendant toute la période d'acquisition et à la réalisation d'objectifs fixés pour l'année 2012.

ACTIONS GRATUITES ATTRIBUÉES AU COURS DE L'EXERCICE 2011

Date du Directoire	LTIP 2011		Plan 2011 - salariés monde	
	19 avril 2011		1 ^{er} décembre 2011	
	France ⁽¹⁾	Hors France ⁽¹⁾	Italie/Espagne	Reste du monde ⁽²⁾
Nombre d'actions attribuées à l'origine	96 950	577 700	79 050	454 650
Valorisation initiale de l'action attribuée (en euros)	35,45	34,60	33,87	32,04
Hypothèses :				
Prix de l'action à la date d'attribution (en euros)	37,71	37,71	35,47	35,47
Période d'acquisition (en années)	3	4	2	4
Période d'inaccessibilité (en années)	2	-	3	-

(1) Actions conditionnelles dont l'attribution définitive est liée à une condition de présence pendant toute la période d'acquisition et à la réalisation d'objectifs fixés pour l'année 2011.

(2) Les pays concernés sont : Allemagne, Belgique, Brésil, Canada, Danemark, Finlande, Inde, Mexique, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Suède.

ACTIONS GRATUITES ATTRIBUÉES AU COURS DE L'EXERCICE 2010

Date du Directoire	Plan 2010 salariés US		LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)		LTIP 2010	
	1 ^{er} décembre 2010		22 septembre 2010		19 août 2010	
	États-Unis		France	Hors France	France	Hors France
Nombre d'actions attribuées à l'origine	658 400	152 000	100 000	100 150	567 450	
Valorisation initiale de l'action attribuée (en euros)	31,60	32,80	31,98	32,36	31,55	
Hypothèses :						
Prix de l'action à la date d'attribution (en euros)	34,57	34,95	34,95	34,51	34,51	
Période d'acquisition (en années)	4	3	4	3	4	
Période d'incessibilité (en années)	-	2	-	2	-	

Il convient de noter en ce qui concerne les plans ci-dessus que seul l'ajustement pour perte des dividendes pendant la période d'acquisition est pris en compte dans la juste valeur de l'action attribuée, à l'exclusion de toute décote d'incessibilité, l'impact ayant été jugé non significatif.

Plan d'options et d'actions gratuites Digitas à l'origine

Lors de l'acquisition de Digitas, ces plans ont été transformés en plans d'achat d'actions Publicis Groupe en appliquant le rapport existant entre le prix d'achat fixé dans l'offre publique pour l'action Digitas (converti en euros) et le cours de l'action Publicis Groupe à la date de réalisation de la fusion. Le prix de souscription a été ajusté en conséquence.

Caractéristiques des plans de stock-options Digitas en cours au 31 décembre 2012

Actions de 0,40 euro nominal	Date d'attribution		Prix d'exercice des options (en euros)		Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2012	Dont exerçables au 31 décembre 2012	Date limite de levée		Durée de vie contractuelle résiduelle (en années)
	min	max	min	max			min	max	
Plans Digitas									
2001	01/03/2001	24/01/2007	5,08	35,42	183 070	183 070	01/03/2011	24/01/2017	2,86
2005 UK	01/06/2005	01/12/2006	21,70	35,42	5 338	5 338	01/06/2015	01/12/2016	4,00
Plans Modem Media									
1997	26/03/1997	29/09/2004	18,30	19,18	0	0	01/01/2008	29/09/2014	2,25
1999	12/04/2000	22/06/2004	2,62	54,05	0	0	12/04/2010	22/06/2014	1,18
TOTAL TRANCHES					188 408	188 408			
Prix moyen d'exercice (en euros)					27,20	27,20			



Mouvements sur plans de stock-options Digitas au cours de l'exercice 2012

Actions de 0,40 euro nominal	Prix d'exercice des options (en euros)		Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2011	Options levées en 2012	Options annulées ou prescrites en 2012	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2012
	min	max				
Plans Digitas						
2001	5,08	35,42	318 418	(40 651)	(94 697)	183 070
2005 UK	21,70	35,42	5 338	-	-	5 338
Plans Modem Media						
1997	18,30	19,18	370	-	(370)	0
1999	2,62	54,05	2 559	(1 455)	(1 104)	0
TOTAL TRANCHES			326 685	(42 106)	(96 171)	188 408
Prix moyen d'exercice (en euros)			25,27	18,53	24,45	27,20
Prix moyen de levée (en euros)				40,57		

Mouvements sur plans de stock-options Digitas au cours de l'exercice 2011

Actions de 0,40 euro nominal	Prix d'exercice des options (en euros)		Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2010	Options levées en 2011	Options annulées ou prescrites en 2011	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2011
	min	max				
Plans Digitas						
2000	13,73	50,65	9 416	-	(9 416)	-
2001	5,08	35,42	434 799	(83 651)	(32 730)	318 418
2005 UK	21,70	35,42	6 189	-	(851)	5 338
Plans Modem Media						
1997	18,30	19,18	370	-	-	370
1999	2,62	54,05	2 853	-	(294)	2 559
TOTAL TRANCHES			453 627	(83 651)	(43 291)	326 685
Prix moyen d'exercice (en euros)			22,99	16,22	18,93	25,27
Prix moyen de levée (en euros)				36,29		

Mouvements sur plans de stock-options Digitas au cours de l'exercice 2010

Actions de 0,40 euro nominal	Prix d'exercice des options (en euros)		Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2009	Options levées en 2010	Options annulées ou prescrites en 2010	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2010
	min	max				
Plans Digitas						
1999	21,36	21,36	10 061	(109)	(9 952)	-
2000	13,73	50,65	44 284	(63)	(34 805)	9 416
2001	5,08	35,42	549 835	(87 765)	(27 271)	434 799
2005 UK	21,70	35,42	7 040	(851)	-	6 189
Plans Modem Media						
1997	18,30	19,18	370	-	-	370
1999	2,62	54,05	5 232	(187)	(2 192)	2 853
2000	16,35	16,35	1 191	-	(1 191)	-
TOTAL TRANCHES			618 013	(88 975)	(75 411)	453 627
Prix moyen d'exercice (en euros)			23,87	17,74	33,01	22,99
Prix moyen de levée (en euros)				33,36		

Impact des plans de souscription ou d'achat d'actions et plans d'actions gratuites sur le résultat.

Au total, l'impact sur le compte de résultat de l'exercice 2012 de ces plans s'élève à 26 millions d'euros hors impôt et charges sociales, montant identique aux charges des deux années précédentes (cf. note 3 « Charges de personnel »).

Pour ce qui est des plans d'actions gratuites attribuées sous condition de performance hors marché, dont les droits sont encore en cours d'acquisition au 31 décembre 2012, la probabilité d'atteinte des objectifs retenue pour l'exercice 2012 a été la suivante :

- plans LTIP 2012 : 100 % ;
- plan LTIP 2010-2012 (Directoire) : 100 %.



Note 29 Informations relatives aux parties liées

Les opérations suivantes ont été réalisées avec des parties liées :

(en millions d'euros)	Créance/prêts		
	2012	2011	2010
Somupi	6	4	7

Termes et conditions des transactions avec les parties liées

- en date du 17 février 2012, Publicis a acquis 18 millions de ses propres actions proposées à la vente par Dentsu. Cette opération, ainsi que celle d'annulation simultanée de 10,8 millions d'actions a été autorisée par le Conseil de surveillance (les parties intéressées n'ayant pas pris part au vote), conformément aux dispositions des articles L. 225-86 et suivants du Code de commerce. Pour permettre la réalisation de ce projet, Mme Badinter a renoncé à ses droits au titre du pacte d'actionnaires conclu avec Dentsu à la suite de son entrée dans le capital de Publicis Groupe SA en 2002. L'opération met fin à ce pacte ainsi qu'à l'action de concert en résultant et à la SEP Dentsu-Badinter, qui a été dissoute. Elle entraîne également la résiliation de l'accord d'actionariat conclu en 2003 entre Dentsu et Publicis Groupe ;
- certains membres du Conseil de surveillance du Groupe exercent des fonctions de direction au sein d'établissements financiers qui ont des relations d'affaires avec le Groupe, notamment :
 - le 13 juillet 2011 Publicis Groupe SA a signé un crédit syndiqué (Club deal) d'un montant de 1 200 millions d'euros avec un syndicat de 15 banques. BNP Paribas est agent du syndicat et a également participé à hauteur de 106 millions d'euros à cette facilité. Société Générale et Deutsche Bank ont également participé respectivement à hauteur de 106 et 50 millions d'euros,
 - la Société a conclu en 2009, avec BNP Paribas et Société Générale, des lignes de crédit confirmées d'un montant en principal de 100 millions d'euros chacune et d'une durée de 5 ans.

Rémunération des dirigeants

Les dirigeants comprennent les personnes qui sont à la clôture, ou qui ont été, au cours de l'exercice clos, membres du Conseil de surveillance et du Directoire.

(en millions d'euros)	2012	2011	2010
Rémunération brute totale ⁽¹⁾	(27)	(11)	(7)
Avantages postérieurs à l'emploi ⁽²⁾	-	5	(1)
Autres avantages à long terme ⁽³⁾	19	(2)	(5)
Païement en actions ⁽⁴⁾	(3)	(4)	(2)

(1) Rémunérations, primes, indemnités, jetons de présence et avantages en nature payés au cours de l'exercice.

(2) Variation des provisions pour retraites (impact net sur le compte de résultat).

(3) Dotation/reprise aux provisions pour rémunérations et bonus conditionnels différés. La reprise de provision 2012 est liée au paiement du bonus différé du Président du Directoire et des charges sociales correspondantes.

(4) Charge enregistrée au compte de résultat au titre des plans d'options de souscription ou d'achat d'actions ainsi que des plans d'actions gratuites de Publicis Groupe.

Par ailleurs, le montant global provisionné au 31 décembre 2012 au titre des avantages postérieurs à l'emploi et autres avantages à long terme concernant les dirigeants s'élève à 11 millions d'euros (ce montant était de 30 millions d'euros au 31 décembre 2011 et de 33 millions d'euros au 31 décembre 2010).

Note 30 Événements postérieurs à la clôture

Le 15 janvier 2013, au terme de l'offre publique d'achat visant la totalité des actions émises et en circulation de LBi, Publicis Groupe a déclaré l'offre inconditionnelle. Au terme de cette offre, Publicis Groupe détenait 73,50 % du capital sur une base totalement diluée, représentant avec les actions détenues préalablement par Publicis Groupe 97,37 % du capital de LBi sur une base totalement diluée. Publicis Groupe a offert aux actionnaires n'ayant pas encore apporté leurs actions à l'offre, l'opportunité d'apporter leurs actions au cours d'une « période de réouverture » commençant le 16 janvier 2013 et se terminant le 29 janvier 2013.

Le 29 janvier 2013 Publicis Groupe et LBi ont annoncé conjointement le résultat final de l'Offre Publique d'Achat. Les actions détenues par le Groupe après le 29 janvier 2013 représentent environ 98 % du capital de LBi sur une base totalement diluée soit 95,41 % des actions émises et en circulation de LBi.

Publicis Groupe prévoit d'initier dès que possible une procédure de retrait obligatoire, afin de racheter les actions restantes non détenues par le Groupe.

Note 31 Honoraires des commissaires aux comptes et des membres de leur réseau

Les honoraires pris en charge par le Groupe au titre des exercices 2012 et 2011 pour chacun des commissaires aux comptes de Publicis Groupe SA s'élevaient à :

(en millions d'euros)	Ernst & Young				Mazars				Total			
	Montant (HT)		%		Montant (HT)		%		Montant (HT)		%	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011
Audit												
Commissariat aux comptes, certification, examen des comptes individuels et consolidés												
Publicis Groupe SA (société mère)	0,7	0,7	10 %	11 %	0,4	0,4	9 %	10 %	1,1	1,1	10 %	10 %
Filiales	4,6	4,1	66 %	63 %	3,7	3,3	84 %	78 %	8,3	7,4	73 %	69 %
SOUS-TOTAL	5,3	4,8	76 %	74 %	4,1	3,7	93 %	88 %	9,4	8,5	83 %	79 %
Autres diligences et prestations directement liées à la mission du commissaire aux comptes												
Publicis Groupe SA (société mère)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Filiales	1,4	1,6	20 %	25 %	0,3	0,4	7 %	10 %	1,7	2,0	15 %	19 %
SOUS-TOTAL	1,3	1,6	20 %	25 %	0,3	0,4	7 %	10 %	1,7	2,0	15 %	19 %
Autres prestations												
Fiscal	0,3	0,1	4 %	1 %	-	0,1	-	2 %	0,3	0,2	2 %	2 %
SOUS-TOTAL	0,3	0,1	4 %	1 %	-	0,1	-	2 %	0,3	0,2	2 %	2 %
TOTAL	7,0	6,5	100 %	100 %	4,4	4,2	100 %	100 %	11,4	10,7	100 %	100 %



Note 32 Liste des principales sociétés consolidées au 31 décembre 2012

A) Sociétés consolidées par intégration globale

Les sociétés ci-dessous sont les sociétés opérationnelles ayant un revenu d'au moins 10 millions d'euros.

Dénomination	% contrôle	% intérêt	Pays
Publicis Conseil SA	99,61 %	99,61 %	France
Publicis Activ France SA	99,96 %	99,57 %	France
Publicis Dialog SAS	100,00 %	99,61 %	France
Publicis Consultants France SARL	99,97 %	99,97 %	France
Leo Burnett SAS	100,00 %	100,00 %	France
SCAP SARL	100,00 %	99,61 %	France
VivaKi Performance SA	100,00 %	100,00 %	France
Metrobus publicité SA	67,00 %	67,00 %	France
VivaKi Communication SA	100,00 %	100,00 %	France
Marcel SAS	100,00 %	99,61 %	France
World Advertising Movies SA	99,96 %	99,96 %	France
Drugstore Champs-Élysées SNC	100,00 %	100,00 %	France
Global Event Management SAS	100,00 %	99,61 %	France
Mediavision et Jean Mineur SA	66,67 %	66,67 %	France
PLBSA	100,00 %	100,00 %	France
Mediagare SNC ⁽²⁾	100,00 %	67,00 %	France
Saatchi & Saatchi GmbH	100,00 %	100,00 %	Allemagne
Leo Burnett GmbH	100,00 %	100,00 %	Allemagne
ZenithmediaDusseldorf GmbH	100,00 %	100,00 %	Allemagne
Optimedia Gesellschaft für Media-Services GmbH	100,00 %	100,00 %	Allemagne
VivaKi GmbH	100,00 %	100,00 %	Allemagne
Razorfish ⁽¹⁾	100,00 %	100,00 %	Allemagne
Publicis Hamburg PWW GmbH	100,00 %	100,00 %	Allemagne
Pixelpark AG ⁽²⁾	79,14 %	79,14 %	Allemagne
ZenithOptimedia Australia Pty Ltd	100,00 %	100,00 %	Australie
Saatchi & Saatchi Communications Australia Pty Ltd	100,00 %	100,00 %	Australie
StarcomMediaVest Group Pty Ltd	100,00 %	100,00 %	Australie
Publicis Mojo	100,00 %	100,00 %	Australie
Publicis Loyalty Pty Ltd	100,00 %	100,00 %	Australie
Leo Burnett Pty Ltd	100,00 %	100,00 %	Australie
Publicis Brasil Comunicação Ltda	100,00 %	100,00 %	Brésil
Finance Nazca Saatchi & Saatchi Publicidade Ltda	53,00 %	53,00 %	Brésil
Leo Burnett Publicidade Ltda	99,99 %	99,99 %	Brésil
TalentComunicacao e Planejamento SA	60 00 %	60 00 %	Brésil
AG2 Agencia de Inteligencia Digital SA	62,44 %	62,44 %	Brésil
DPZ Duailibi Petit Zaragoza Propaganda	70,00 %	70,00 %	Brésil
Neogama BBH Publicidade Ltda ⁽²⁾	100,00 %	100,00 %	Brésil
Publicis CanadaInc	70,00 %	70,00 %	Canada
Leo Burnett Company Ltd	100,00 %	100,00 %	Canada
ZenithOptimediaCanada Inc	100,00 %	100,00 %	Canada
TMG MacManus Canada Inc	100,00 %	100,00 %	Canada
G/B2 Inc ⁽²⁾	100,00 %	70,00 %	Canada
Saatchi & Saatchi Great Wall Advertising Co. Ltd	100,00 %	100,00 %	Chine
Leo Burnett Ltd	100,00 %	100,00 %	Chine
Leo Burnett Shanghai Advertising Co. Ltd	70,00 %	70,00 %	Chine



COMPTES CONSOLIDÉS – EXERCICE 2012

Notes annexes aux états financiers consolidés

4

Dénomination	% contrôle	% intérêt	Pays
Publicis Advertising Co. Ltd	85,00 %	84,15 %	Chine
Shanghai Genedigi Brand Management Co. Ltd	100,00 %	100,00 %	Chine
Saatchi & Saatchi Services HK Ltd	100,00 %	100,00 %	Chine
Leo Burnett Colombiana SA	100,00 %	100,00 %	Colombie
Publicis Groupe Media SA ⁽²⁾	100,00 %	100,00 %	Colombie
Leo Burnett Korea Inc ⁽²⁾	100,00 %	100,00 %	Corée
Publicis Comunicacion Espana LC	100,00 %	100,00 %	Espagne
Optimedia SL	100,00 %	100,00 %	Espagne
Zenith Media SL	100,00 %	100,00 %	Espagne
StarcomMediaVest Group Iberia SL	100,00 %	100,00 %	Espagne
Publicis Inc (DE)	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Publicis Inc (NY)	96,69 %	96,69 %	États-Unis
Saatchi & Saatchi North America Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Conill Advertising Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Saatchi & Saatchi X Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Leo Burnett Company Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Leo Burnett Detroit Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Martin Retail Group LLC	70,00 %	70,00 %	États-Unis
Arc Worldwide Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Fallon Group Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
The Kaplan Thaler Group Ltd	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Manning Selvage & Lee Group Americas Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
SCAP USA LLC	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Medicus Group International Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Saatchi & Saatchi Healthcare Communications Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Publicis Touchpoint Solutions Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Starcom MediaVest Group Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Optimedia International U.S. Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Zenith Media Services Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Digitas Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Kekst and Company Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Rosetta Marketing Group LLC	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Level Studios LLC	100,00 %	100,00 %	États-Unis
VNC Communications Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
VivaKi Inc	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Razorfish LLC	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Razorfish Philadelphia LLC	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Schwartz MSL LLC ⁽²⁾	100,00 %	100,00 %	États-Unis
SC USA Division ⁽²⁾	100,00 %	100,00 %	États-Unis
Denuo Ltd ⁽²⁾	100,00 %	100,00 %	Hong-Kong
TLG India Pvt Ltd	100,00 %	100,00 %	Inde
Publicis Communications Private Limited ⁽²⁾	100,00 %	100,00 %	Inde
Solutions Integrated Marketing Services Pvt Ltd	90,52 %	90,52 %	Inde
Red Lion Communications Srl	100,00 %	100,00 %	Italie
Saatchi & Saatchi Srl	100,00 %	100,00 %	Italie
Leo Burnett Company Srl	100,00 %	100,00 %	Italie
ZenithOptimedia Group Srl	100,00 %	100,00 %	Italie
Starcom MediaVest Group Italia Srl ⁽²⁾	100,00 %	100,00 %	Italie
Beacon Communications KK	66,00 %	66,00 %	Japon
MMS Communications KK	100,00 %	100,00 %	Japon
Star Reacher Advertising Sdn Bhd	100,00 %	100,00 %	Malaisie



Dénomination	% contrôle	% intérêt	Pays
Starcom Worldwide SA de CV	100,00 %	100,00 %	Mexique
Leo Burnett Mexico SA de CV	100,00 %	100,00 %	Mexique
Lion Communications Mexico SA de CV	100,00 %	100,00 %	Mexique
Olabuena Chemistri SA de CV ⁽²⁾	75,00 %	75,00 %	Mexique
SSW Holdings Ltd	100,00 %	100,00 %	Nouvelle-Zélande
NME Media BV	100,00 %	100,00 %	Pays-Bas
Starcom Sp. Z.o.o	100,00 %	100,00 %	Pologne
Publicis Ltd	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
Saatchi & Saatchi Group Ltd	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
Leo Burnett Ltd	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
Fallon London Ltd	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
Publicis Healthcare Communications Group Ltd	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
PGM Media Services Ltd	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
ZenithOptimedia Services Ltd	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
Razorfish UK Ltd	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
Publicis Blueprint Ltd	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
Stocks Austin Sice Ltd	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
ZenithOptimedia International Ltd	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
Chemistry Communications Group Ltd	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
Arc Integrated Marketing Ltd ⁽²⁾	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
BBH Partners LLP ⁽²⁾	100,00 %	100,00 %	Royaume-Uni
Leo Burnett LLC	100,00 %	100,00 %	Russie
Publicis Groupe Media Eurasia LLC	100,00 %	100,00 %	Russie
MMS Communications Singapore Pte Ltd	100,00 %	100,00 %	Singapour
JKL AB	100,00 %	100,00 %	Suède
VivaKi Sweden AB	97,27 %	97,27 %	Suède
Publicis Communications Schweiz AG	100,00 %	100,00 %	Suisse
Leo Burnett SA Switzerland ⁽²⁾	100,00 %	100,00 %	Suisse
ZenithOptimedia AG ⁽²⁾	100,00 %	100,00 %	Suisse
Spillman, Felser LBAG ⁽²⁾	100,00 %	100,00 %	Suisse
Star Reachers Group Company Ltd	100,00 %	100,00 %	Thaïlande
MMS Comunicaciones de Venezuela SA ⁽²⁾	60,00 %	60,00 %	Venezuela
Leo Burnett	100,00 %	100,00 %	EAU
Starcom MediaVest Group	100,00 %	100,00 %	EAU

(1) Changement de dénomination sociale :

Dénomination 2012	Dénomination 2011	Pays
Publicis Life Brands SA	C4L	France
Razorfish GmbH	Neue Digitale/Razorfish GmbH	Allemagne
VivaKi Sweden AB	Starcom Sweden	Suisse

(2) Sociétés figurant dans la liste 2012 qui ne figuraient pas dans la liste 2011 (entités dont le revenu de l'exercice est devenu supérieur au seuil de publication) :

Dénomination 2012	Pays
Pixelpark AG	Allemagne
Neogama BBH Publicidade Ltda	Brésil
G/B2 Inc	Canada
Publicis Groupe Media SA	Colombie
Leo Burnett Korea Inc	Corée
Schwartz MSL LLC	États-Unis
SC USA Division	États-Unis
Denuo Ltd	Hong-Kong
Publicis Communications Private Limited	Inde
Starcom Mediavest Group Italia Srl	Italie
Olabuenaga Chemistri SA de CV	Mexique
Leo Burnett SA Switzerland	Suisse
ZenithOptimedia AG	Suisse
Spillman, Felser LBAG	Suisse
MMS Comunicaciones de Venezuela SA	Venezuela

B) Sociétés consolidées par mise en équivalence

Dénomination	% contrôle	% intérêt	Pays
Burrell Communications Group	49,00 %	49,00 %	États-Unis
Dentsu Razorfish	19,35 %	19,35 %	Japon
M Publicité	34,38 %	34,38 %	France
Somupi	34,00 %	34,00 %	France



4.7 Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés

Exercice clos le 31 décembre 2012

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées générales, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2012, sur :

- le contrôle des comptes consolidés de la société Publicis Groupe, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la justification de nos appréciations ;
- la vérification spécifique prévue par la loi.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Directoire. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. Opinion sur les comptes consolidés

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à vérifier, par sondages ou au moyen d'autres méthodes de sélection, les éléments justifiant des montants et informations figurant dans les comptes consolidés. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis, les estimations significatives retenues et la présentation d'ensemble des comptes. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Nous certifions que les comptes consolidés de l'exercice sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

II. Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

- la note 1.3 « Principes et méthodes comptables » des notes annexes aux états financiers consolidés expose notamment les règles et méthodes comptables relatives à la reconnaissance du revenu. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre Groupe, nous avons notamment vérifié le caractère approprié des méthodes comptables relatives à la reconnaissance du revenu et nous nous sommes assurés de la correcte application de ces méthodes ;
- votre Groupe a constitué des provisions tel que cela est décrit en note 20 « Provisions pour risques et charges » et en note 21 « Engagements de retraite et autres avantages à long terme » des notes annexes aux états financiers consolidés. Ces notes exposent notamment les modalités de détermination et d'évaluation des provisions pour restructuration, provisions sur engagements immobiliers, provisions pour litiges et provisions pour obligations au titre des avantages au personnel. Notre appréciation de l'évaluation des provisions s'est fondée sur des tests liés à la procédure suivie par la Direction pour procéder à l'évaluation de ces éléments et sur la revue d'évaluations indépendantes effectuées à dire d'experts ;
- votre Société procède à des tests de dépréciation sur la valeur des immobilisations incorporelles, des écarts d'acquisition et des immobilisations corporelles selon les modalités décrites en note 1.3 « Principes et méthodes comptables » et en note 5 « Dotations aux amortissements et perte de valeur » des notes annexes aux états financiers consolidés. Nous avons examiné les modalités de mise en œuvre de ces tests de dépréciation ainsi que les prévisions de flux de trésorerie et les hypothèses utilisées par la Société et les experts indépendants ;
- votre Société a déterminé la juste valeur des options attribuées dans le cadre des plans d'options de souscription d'actions Publicis Groupe tel que cela est exposé en note 28 « Plans d'options de souscription ou d'acquisition d'actions et plans d'actions gratuites de Publicis Groupe » des notes annexes aux états financiers consolidés. Nos travaux ont consisté à examiner les données utilisées et à apprécier les hypothèses retenues par la Société et l'expert indépendant.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes consolidés, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.



III. Vérification spécifique

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, à la vérification spécifique prévue par la loi des informations relatives au Groupe, données dans le rapport de gestion.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Paris-La Défense, le 14 février 2013

Les commissaires aux comptes

MAZARS

ERNST & YOUNG et Autres

Loïc Wallaert

Anne-Laure Rousselou

Jean Bouquot

Christine Staub

COMPTES SOCIAUX – EXERCICE 2012

5.1	Compte de résultat	196	5.5	Résultats de la société Publicis Groupe SA au cours des cinq derniers exercices	223
5.2	Bilan au 31 décembre	197			
5.3	Tableau des flux de trésorerie	199	5.6	Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes sociaux	224
5.4	Notes annexes aux comptes de Publicis Groupe SA	200			

5.1 Compte de résultat

(en milliers d'euros)	Note	2012	2011	2010
Production vendue (biens et services)	3	14 599	20 484	15 146
Reprises sur provisions et transferts de charges	4	12 479	31 340	41 405
Autres produits		7	0	0
TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION		27 085	51 824	56 551
Autres achats et charges externes		(11 912)	(12 928)	(10 906)
Impôts, taxes et versements assimilés		(1 196)	(4 892)	(2 260)
Charges de personnel	5	(17 351)	(28 918)	(44 347)
Dotations aux amortissements et aux provisions		(9 544)	(4 752)	(5 693)
Autres charges		(1 087)	(1 009)	(1 192)
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION		(41 090)	(52 499)	(64 398)
RÉSULTAT D'EXPLOITATION		(14 005)	(675)	(7 847)
Produits financiers de participations		108 212	333 912	300 354
Intérêts et autres produits financiers		10 304	7 135	7 070
Reprises de provisions financières		57 673	66 922	79 234
TOTAL DES PRODUITS FINANCIERS		176 189	407 969	386 658
Dotations aux amortissements et aux provisions		(62 554)	(64 584)	(79 427)
Intérêts et autres charges financières		(100 017)	(116 553)	(118 173)
TOTAL DES CHARGES FINANCIÈRES		(162 571)	(181 137)	(197 600)
Quote-part de résultats de sociétés de personnes		1 262	1 893	1 775
RÉSULTAT FINANCIER	6	14 880	228 725	190 833
Résultat courant avant impôt		875	228 050	182 986
Produits exceptionnels sur opérations en capital		0	599 841	22 192
TOTAL DES PRODUITS EXCEPTIONNELS		0	599 841	22 192
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion		(14)	(71)	0
Charges exceptionnelles sur opérations en capital		0	(477 201)	(6 967)
TOTAL DES CHARGES EXCEPTIONNELLES		(14)	(477 272)	(6 967)
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	7	(14)	122 569	15 225
Impôts sur le résultat	8	36 622	28 196	37 717
RÉSULTAT NET DE L'EXERCICE		37 483	378 815	235 928



5.2 Bilan au 31 décembre

(en milliers d'euros)	Note	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
ACTIF				
Immobilisations incorporelles :				
Concessions et fonds de commerce		2 991	2 991	2 991
Amortissements		(600)	(559)	(519)
Immobilisations corporelles :				
	9.1			
Terrains		2 291	2 291	2 291
Constructions		3 044	3 044	3 044
Installations techniques, matériel et outillage industriels		1 133	1 133	6 969
Autres		23 021	21 120	20 762
Amortissements sur immobilisations corporelles		(12 128)	(9 973)	(17 611)
Immobilisations financières :				
Participations	9.2	5 190 603	5 190 603	5 668 748
Provision pour dépréciation des participations	9.2	(6 856)	(6 856)	(6 856)
Créances rattachées à des participations	9.3	1 141 456	1 601 954	1 091 287
Autres titres immobilisés	9.4	182 196	0	0
Prêts et autres immobilisations financières		486	509	538
Provisions sur immobilisations financières		(32)	(32)	(32)
ACTIF IMMOBILISÉ		6 527 605	6 806 225	6 771 612
Clients et comptes rattachés		4 233	28 466	46 380
Autres créances		25 907	8 093	21 441
Valeurs mobilières de placement	10	192 661	225 863	276 996
Disponibilités		15	17	14
ACTIF CIRCULANT		222 816	262 439	344 831
Charges constatées d'avance		262	431	323
Charges à répartir sur plusieurs exercices	11	5 180	10 990	10 394
Primes de remboursement des obligations	12	12 292	14 790	17 972
Écarts de conversion actif	13	47 519	53 375	61 161
TOTAL DE L'ACTIF		6 815 674	7 148 250	7 206 293

COMPTES SOCIAUX – EXERCICE 2012

Bilan au 31 décembre

5

(en milliers d'euros)	Note	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
PASSIF				
Capital social		84 003	77 343	76 658
Prime d'émission et de fusion		2 897 642	2 528 730	2 481 710
Réserve légale		8 095	8 095	8 095
Report à nouveau		978 117	718 754	611 704
CAPITAUX PROPRES AVANT RÉSULTAT		3 967 857	3 332 922	3 178 167
Résultat de l'exercice		37 483	378 815	235 928
CAPITAUX PROPRES	15	4 005 340	3 711 737	3 414 095
Produits des émissions de titres participatifs (Orane)		476 449	524 094	571 739
Autres fonds propres	16	476 449	524 094	571 739
Provisions pour risques et charges	17	133 391	176 780	162 331
Emprunts obligataires	18	393 298	1 630 054	1 629 434
Banques et dettes auprès des établissements de crédit	19	10	4	286
Emprunts et dettes financières divers	20	1 770 371	1 083 696	1 414 160
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		10 201	5 712	6 113
Dettes fiscales et sociales		26 279	15 538	5 945
Autres dettes		268	268	1 284
DETTES		2 200 427	2 735 272	3 057 222
Écart de conversion passif		67	367	906
TOTAL DU PASSIF		6 815 674	7 148 250	7 206 293



5.3 Tableau des flux de trésorerie

(en milliers d'euros)	2012	2011	2010
Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net de l'exercice	37 483	378 815	235 928
Plus ou moins-values de cession d'actif	15 799	(127 618)	(15 413)
Dotation aux provisions (nettes de reprises)	(41 254)	15 351	40 760
Transfert au compte de charges à répartir, net d'amortissements	2 565	3 755	3 165
Amortissement prime de remboursement Océane et Eurobond	2 497	3 181	3 207
Capacité d'autofinancement	17 090	273 484	267 647
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(25 874)	72 866	(1 035)
FLUX NETS DE TRÉSORERIE LIÉS À L'ACTIVITÉ (I)	(8 784)	346 350	266 612
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(1 936)	(3 921)	(2 566)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	0	0	19 250
Cessions de filiales	0	599 841	2 893
FLUX NETS DE TRÉSORERIE LIÉS AUX OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT (II)	(1 936)	595 920	19 577
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(119 452)	(128 818)	(107 312)
Remboursements des emprunts obligataires et intérêts afférents	(528 122)	(55 468)	(67 659)
Augmentation des autres emprunts	677 698	0	58 268
Diminution des autres prêts / (autres emprunts)	510 013	(864 920)	0
Rachat d'actions propres	(644 400)	0	(290 396)
Cession d'actions propres	81 773	56 088	97 177
FLUX NETS DE TRÉSORERIE LIÉS AUX OPÉRATIONS DE FINANCEMENT (III)	(22 490)	(993 118)	(309 922)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE (I + II + III)	(33 210)	(50 848)	(23 733)
Trésorerie à l'ouverture	225 876	276 724	300 457
Trésorerie à la clôture	192 666	225 876	276 724
VARIATION DE LA TRÉSORERIE	(33 210)	(50 848)	(23 733)



5.4 Notes annexes aux comptes de Publicis Groupe SA

SOMMAIRE DÉTAILLÉ DES NOTES ANNEXES

Note 1	Faits caractéristiques de l'exercice	201	Note 14	Effectif moyen	206
Note 2	Principes, règles et méthodes comptables	201	Note 15	Capitaux propres	207
	Comparabilité des comptes annuels	201	Note 16	Autres fonds propres	208
	Immobilisations incorporelles	201	Note 17	Provisions pour risques et charges	208
	Immobilisations corporelles	201	Note 18	Emprunts obligataires	208
	Immobilisations financières	201		Océane - 2,75 % actuariel janvier 2018	209
	Valeurs mobilières de placement	202		Océane - 3,125 % juillet 2014	209
	Emprunts obligataires	202		Eurobond - 4,125 % janvier 2012	209
	Provisions pour risques et charges	202		Eurobond - 4,25 % mars 2015	209
	Résultat financier	202	Note 19	Banques et dettes auprès des établissements de crédit	209
	Résultat exceptionnel	202	Note 20	Emprunts et dettes financières divers	210
Note 3	Chiffre d'affaires	203	Note 21	État des échéances des créances et des dettes	210
Note 4	Reprises sur provisions et transferts de charges	203	Note 22	Éléments concernant les entreprises liées et les participations	211
Note 5	Charges de personnel	203	Note 23	Engagements hors bilan	211
Note 6	Résultat financier	203		Engagements hors bilan donnés	211
Note 7	Résultat exceptionnel	204		Plans d'options de souscription ou d'acquisition d'actions et plans d'actions gratuites de Publicis Groupe SA	212
Note 8	Impôt sur le résultat	204		Garanties contractuelles données	219
Note 9	Actif immobilisé	204		Engagements hors bilan reçus	220
9.1	Immobilisations corporelles	204	Note 24	Événements postérieurs à la clôture	221
9.2	Participations	204	Note 25	Tableau des filiales et des participations au 31 décembre 2012	221
9.3	Créances rattachées à des participations	205	A)	Filiales et participations dont la valeur d'inventaire excède 1 % du capital de Publicis Groupe	221
9.4	Autres titres immobilisés	205	B)	Renseignements globaux sur toutes les filiales et participations	221
Note 10	Valeurs mobilières de placement	205			
Note 11	Charges à répartir sur plusieurs exercices	206			
Note 12	Primes d'émission et de remboursement des obligations	206			
Note 13	Écart de conversion actif	206			



La Société a pour activité principale la gestion de ses participations et a également pour objet de rendre des prestations de service à l'ensemble des sociétés du Groupe.

À titre accessoire, la Société perçoit des loyers provenant de la location des biens immobiliers qu'elle possède.

Note 1 Faits caractéristiques de l'exercice

Au cours de l'exercice 2012, les événements significatifs suivants sont intervenus :

- le 31 janvier 2012 Publicis Groupe SA a remboursé la totalité de l'emprunt obligataire « Eurobond 2012 », à sa date d'échéance prévue, pour un montant en principal de 506 millions d'euros ;
- le 17 février 2012, Publicis Groupe SA a racheté auprès de la société Dentsu 18 millions de ses propres actions au cours de 35,80 euros, ce qui représente une valeur totale de 644 millions d'euros. Sur les 18 000 000 actions acquises :
 - 10 759 813 ont été annulées, ce nombre correspondant au maximum de ce qui pouvait être annulé compte tenu de l'opération d'annulation déjà réalisée le 10 mai 2010,
 - 2 150 922 ont été allouées à la couverture de plans d'attribution d'actions de présence et de performance ou de stock-options en cours (classées en valeurs mobilières de placement),
 - 5 089 265 actions ont été allouées à la couverture de programmes d'acquisition (classées en autres titres immobilisés) ;
- le 29 juin 2012, Publicis Groupe SA a exercé son droit de remboursement anticipé contractuel (call émetteur) sur l'Océane 2014 émise le 24 juin 2009. Le 19 juillet 2012, la quasi-totalité des obligations encore en circulation, soit 24 257 895 obligations ont été converties en 24 403 416 actions nouvelles, après application du ratio de conversion. Les 11 016 obligations restantes ont été remboursées au pair en numéraire, entraînant l'extinction de la dette.

Note 2 Principes, règles et méthodes comptables

Les comptes annuels de l'exercice 2012 sont établis conformément au plan comptable général et dans le respect des textes légaux et réglementaires en vigueur en France.

Comparabilité des comptes annuels

Les méthodes d'évaluation retenues pour l'établissement des comptes de l'exercice 2012 sont restées inchangées par rapport à celles utilisées pour établir les comptes de l'exercice précédent.

Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles amortissables sont constituées par la concession de places de parkings, qui font l'objet d'un amortissement sur 75 ans (durée de la concession) et par le fonds de commerce du cinéma Publicis, complètement amorti.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations sont évaluées à leur coût net d'acquisition et font l'objet d'un amortissement annuel calculé de manière linéaire selon les durées suivantes :

- 50 ans Bâtiment avenue des Champs-Élysées à Paris ;
- 10 à 20 ans Agencements des constructions, installations générales ;
- 10 ans Matériels et outillage ;
- 4 ans Matériel de transport ;
- 3 ans Matériel informatique.

Immobilisations financières

La valeur brute des participations est constituée par le coût d'achat des titres hors frais accessoires. Les titres acquis en devises sont enregistrés au prix d'acquisition converti en euros au cours du jour de l'opération.

Les titres de participation font, le cas échéant, l'objet de provisions pour dépréciation lorsque leur valeur d'usage est inférieure à leur valeur comptable. La valeur d'usage est déterminée selon des critères objectifs, tels que l'actif net réévalué, la capitalisation des résultats ou encore la capitalisation boursière, étayés le cas échéant par des critères plus subjectifs, comme les indicateurs ou ratios sectoriels déterminés, dans le cadre d'hypothèses économiques et de l'évolution prévisionnelle de l'activité de la Société, à partir des flux de trésorerie futurs actualisés, ainsi que du caractère stratégique de la participation pour le Groupe.



Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement incluent notamment les actions propres qui font l'objet d'une affectation selon la destination qui leur est donnée.

Les actions propres affectées aux plans d'achat d'actions ou aux plans d'actions gratuites font l'objet d'une provision pour risque afin de refléter la perte résultant de l'écart entre le prix de souscription (nul pour les actions gratuites) et le prix de revient des titres.

Les actions propres non affectées à ces plans ainsi que les autres valeurs mobilières de placement font, le cas échéant, l'objet de provisions à la clôture si leur valeur actuelle est inférieure à leur valeur comptable. La valeur actuelle correspond, pour les titres cotés, au cours moyen du dernier mois de l'exercice et pour les titres non cotés à la valeur probable de négociation.

Emprunts obligataires

Les emprunts obligataires sont enregistrés à leur valeur nominale.

Dans le cas où il existe une prime de remboursement, la dette est augmentée du montant de la totalité de la prime. La contrepartie de cette prime est inscrite à l'actif et est amortie selon la méthode actuarielle sur la durée de l'emprunt.

En cas de prime d'émission, la dette est inscrite à la valeur nominale et la prime est inscrite à l'actif ; celle-ci fait l'objet d'un amortissement sur la durée de l'emprunt.

Les Oranes (Obligations remboursables en actions nouvelles ou existantes) sont de par leur nature inscrites en autres fonds propres.

Provisions pour risques et charges

Les provisions sont comptabilisées lorsque :

- le Groupe a une obligation actuelle (juridique ou implicite) résultant d'un événement passé ;
- il est probable qu'une sortie de ressources représentative d'avantages économiques sera nécessaire pour éteindre l'obligation ;
- le montant de la sortie de ressources peut être estimé de manière fiable.

Si l'effet de la valeur temps est significatif, les provisions sont actualisées, l'augmentation de la provision liée à l'écoulement du temps étant comptabilisée en charges financières.

Les passifs éventuels ne sont pas comptabilisés et sont décrits en annexe lorsqu'ils sont significatifs.

Résultat financier

Les revenus financiers sont appréhendés en application des règles usuelles en la matière, à savoir :

- dividendes : lors de la décision de mise en distribution votée par l'Assemblée générale ;
- produits financiers sur comptes courants, dépôts à terme et obligations : au fur et à mesure de l'acquisition des fruits ;
- coupons et dividendes sur valeurs mobilières de placement : à la date d'encaissement.

Les charges financières liées à l'emprunt Eurobond 2012 ainsi que celles relatives à l'emprunt Eurobond 2015 sont présentées nettes de produits d'intérêts provenant des swaps de taux d'intérêts.

La quote-part de résultats des sociétés de personnes inscrite au compte de résultat représente la part revenant à notre Société dans les résultats 2012 de Régie 1 (49 %), conformément aux stipulations expresses de ses statuts.

Résultat exceptionnel

Il comprend les plus et moins-values de cession d'immobilisations corporelles, incorporelles et financières et notamment les moins-values correspondant au prix de rachat des bons de souscription d'actions et les plus et moins-values résultant du remboursement anticipé des dettes financières.

De plus, afin de ne pas affecter la lisibilité du résultat courant, la Société comptabilise en résultat exceptionnel les dotations (reprises) de provisions sur titres de participations qui présenteraient, de par leur nature et leur montant, un caractère exceptionnel.



Note 3 Chiffre d'affaires

La production vendue se compose essentiellement :

- des loyers perçus sur l'immeuble situé 133, avenue des Champs-Élysées à Paris ;
- de facturations de services à des sociétés du Groupe.

Note 4 Reprises sur provisions et transferts de charges

Les transferts de charges comprennent essentiellement les refacturations faites à des sociétés du Groupe au titre de l'attribution d'actions gratuites Publicis Groupe à certains dirigeants-clé du Groupe dans le cadre d'un programme de co-investissement. En 2009, ces refacturations étaient enregistrées en chiffre d'affaires.

Note 5 Charges de personnel

Les charges de personnel incluent les coûts supportés par Publicis Groupe SA au titre du plan de co-investissement, correspondant à la perte future sur les attributions d'actions gratuites consenties dans le cadre de ce plan et étalés sur la période d'acquisition des droits. La mise à jour de ces coûts en 2012 a généré un produit de 8 518 milliers d'euros (contre une charge de 25 591 milliers d'euros pour l'exercice 2011 et de 43 009 milliers d'euros en 2010).

Note 6 Résultat financier

(en milliers d'euros)	2012	2011	2010
Dividendes	52 563	284 858	250 254
Autres produits de participations	55 649	49 054	50 100
Produits financiers de participations	108 212	333 912	300 354
Autres produits financiers	8 607	5 708	2 459
Gains de change	1 697	1 427	4 611
Intérêts et autres produits financiers	10 304	7 135	7 070
Reprise de provision sur portefeuille titres	0	0	3 634
Reprise de provision pour dépréciation sur actions propres	0	0	0
Reprise de provision pour risque sur actions propres	4 301	5 521	7 164
Reprise sur autres provisions financières	53 372	61 401	68 436
Reprises de provisions financières	57 673	66 922	79 234
TOTAL DES PRODUITS FINANCIERS	176 189	407 969	386 658
Provision pour risque sur actions propres	(9 958)	(4 301)	(5 521)
Dotation aux amortissements des emprunts obligataires	(4 123)	(5 242)	(5 274)
Dotation aux provisions pour perte de change	(47 410)	(53 372)	(60 863)
Dotation aux provisions pour dépréciation des titres de participation	0	0	(6 856)
Dotation aux autres provisions financières	(1 063)	(1 669)	(913)
Dotations aux amortissements et aux provisions	(62 554)	(64 584)	(79 427)
Charges sur emprunts obligataires	(21 753)	(55 808)	(50 228)
Autres charges financières	(76 552)	(59 411)	(64 236)
Pertes de change	(1 712)	(1 334)	(3 649)
Intérêts et autres charges financières	(100 017)	(116 553)	(118 173)
TOTAL DES CHARGES FINANCIÈRES	(162 571)	(181 137)	(197 600)
Quote-part de résultats de sociétés de personnes	1 262	1 893	1 775
RÉSULTAT FINANCIER	14 880	228 725	190 833



Note 7 Résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel de l'exercice 2012 est non significatif.

Le résultat exceptionnel de l'exercice 2011 comprend essentiellement la plus-value sur titres dégagée lors du rachat par Publicis Groupe Investments BV d'une partie de ses propres actions (1,1 %), plus-value qui s'est élevée à 122 717 milliers d'euros.

Le résultat exceptionnel de l'exercice 2010 comprend la plus-value dégagée lors de la cession de l'immeuble de la rue du Dôme à Boulogne-Billancourt à hauteur de 14 243 milliers d'euros, ainsi que celle réalisée sur la vente des titres Europe 1 Immobilier (représentant une participation de 10 % du capital) pour 934 milliers d'euros.

Note 8 Impôt sur le résultat

L'exercice 2012 fait ressortir pour la Société seule, mère du groupe fiscal France (qui comprend 37 filiales), une perte fiscale de 64 439 milliers d'euros.

Suite au changement introduit par la loi de finance rectificative pour 2011 sur le plafonnement des déficits reportables, Publicis a comptabilisé une charge d'impôt de 8 988 milliers d'euros qui est venu réduire le gain d'intégration fiscale reconnu au titre de l'exercice 2012. Le gain d'intégration fiscale net de cette charge d'impôt supportée par Publicis s'élève à 36 622 milliers d'euros. Ce boni est, conformément aux conventions d'intégration fiscale signées avec les sociétés membres, enregistré en résultat dans les comptes de la société mère du groupe fiscal.

Le montant des déficits reportables, sans limitation dans le temps, du groupe fiscal France s'élève à 133 838 milliers d'euros au 31 décembre 2012.

Note 9 Actif immobilisé

9.1 Immobilisations corporelles

Publicis Groupe SA a poursuivi les travaux d'amélioration de son siège social au cours de l'exercice 2012 et des investissements ont été réalisés à hauteur de 1 900 milliers d'euros en agencements.

Au cours de l'exercice 2011, des immobilisations ont été mises hors service pour une valeur brute de 9 318 milliers d'euros. Elles étaient amorties à hauteur de 9 246 milliers d'euros, leur valeur nette comptable figure en résultat exceptionnel pour 72 milliers d'euros.

En décembre 2010, Publicis Groupe SA a cédé l'immeuble dont elle était propriétaire au 7-15 rue du Dôme à Boulogne-Billancourt et dont la valeur nette était de 5 007 milliers d'euros.

9.2 Participations

Il n'y a pas eu de dotation ou de reprise de provision pour dépréciation de titres au cours de l'exercice 2012.

En décembre 2011, Publicis Groupe Investments BV a racheté à Publicis Groupe SA 1 680 actions sur les 153 023 que Publicis Groupe SA détenait dans son capital. Ces titres, dont la valeur nette comptable était de 477,1 millions d'euros ont été cédés au prix de 599,8 millions d'euros. La plus-value sur cette cession, qui représente 122,7 millions d'euros est enregistrée en résultat exceptionnel.

Il n'y a pas eu de dotation ou de reprise de provision pour dépréciation de titres au cours de l'exercice 2011.

En mars 2010, Publicis Groupe SA avait cédé les 7 000 actions qu'elle détenait dans la société Europe 1 Immobilier, soit 10 % du capital de la Société, et dont la valeur nette comptable était de 1 959 milliers d'euros.

À la clôture de l'exercice 2010, les provisions pour dépréciation des titres avaient varié comme indiqué ci-dessous :

- dotation sur titres Metrobus : 5 347 milliers d'euros ;
- dotation sur titres Médias et Régies Europe : 1 509 milliers d'euros ;
- reprise sur titres MMS France Holdings : 3 634 milliers d'euros.

Rappelons par ailleurs qu'il avait été consenti, dans le cadre de l'acquisition de VivaKi Communications (ex-Business Interactif), des engagements de rachat au profit des bénéficiaires d'actions gratuites non exerçables à la clôture de l'offre obligatoire de retrait. Ces engagements, intégralement honorés au cours de l'exercice et des exercices précédents, figurent pour zéro au bilan au 31 décembre 2012 ainsi qu'au 31 décembre 2011, contre 1 017 milliers d'euros au 31 décembre 2010.



9.3 Créances rattachées à des participations

(en milliers d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Prêt à MMS UK	259 344	253 383	245 892
Prêts à MMS USA Holdings	806 902	821 755	797 425
Compte courant MMS France Holdings	56 760	134 839	31 021
Compte courant Publicis Finance Services	0	373 316	83
Autres créances	6 107	6 900	5 389
Intérêts à recevoir	12 343	11 761	11 477
TOTAL	1 141 456	1 601 954	1 091 287

Les comptes courants de Publicis Finance Services et MMS France Holdings sont inhabituellement élevés au 31 décembre 2011 suite à l'encaissement du produit de cession des titres Publicis Groupe Investments BV de 599 841 milliers d'euros en date du 30 décembre 2011.

9.4 Autres titres immobilisés

Les 18 millions d'actions propres rachetées à la société Dentsu ont été, à hauteur de 5 089 265 actions, allouées à la couverture des programmes d'acquisition et en conséquence enregistrées en Autres titres immobilisés.

Il n'y avait pas de titres immobilisés sur les exercices 2011 et 2010.

(en milliers d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Actions propres	182 196	-	-

Note 10 Valeurs mobilières de placement

Au cours de l'année 2012, le contrat de liquidité précédemment conclu avec la Société Générale s'est poursuivi avec la société CA Cheuvreux.

Les valeurs mobilières de placement se décomposent comme suit au 31 décembre 2012 :

(en milliers d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Hors contrat de liquidité :			
• Actions propres	177 543	196 836	248 302
Dans le cadre du contrat de liquidité :			
• Sicav monétaires	14 212	28 672	28 694
• Actions propres	906	355	0
TOTAL DES VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT (VALEUR NETTE)	192 661	225 863	276 996

Les mouvements de l'exercice et la situation à la clôture des valeurs mobilières de placement (hors contrat de liquidité) sont résumés dans le tableau suivant :

(en milliers d'euros sauf les actions)	Nombre d'actions	Valeur brute au bilan	Provision pour dépréciation	Valeur nette au bilan
ACTIONS PROPRES DÉTENUES AU 31 DÉCEMBRE 2011	7 351 882	196 836	0	196 836
Rachat d'actions auprès de la société Dentsu ⁽¹⁾	12 910 735	462 204	0	462 204
Annulation partielle des actions rachetées à Dentsu	(10 759 813)	(385 201)	0	(385 201)
Livraisons d'actions suite demande de conversion Océane 2014	(52 156)	(1 364)	0	(1 364)
Cessions (levées d'options)	(3 754 829)	(94 932)	0	(94 932)
ACTIONS PROPRES DÉTENUES HORS CONTRAT DE LIQUIDITÉ AU 31 DÉCEMBRE 2012	5 695 819	177 543	0	177 543

(1) Au total, Publicis Groupe SA a racheté à la société Dentsu 18 millions d'actions dont 5 089 265 ont été enregistrées en autres titres immobilisés.

Note 11 Charges à répartir sur plusieurs exercices

Ce poste inclut les frais liés à l'émission des emprunts obligataires et le coût de mise en place du crédit syndiqué, pour le montant restant à amortir sur la durée de vie résiduelle des dettes et lignes de crédit.

Au 31 décembre 2012, les charges à répartir se répartissent comme suit :

(en milliers d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011
Frais d'émission de l'Océane 2014	0	4 536
Frais d'émission de l'Océane 2018	860	1 032
Frais d'émission de l'Eurobond 2012	0	35
Frais d'émission de l'Eurobond 2015	504	730
TOTAL DES FRAIS D'ÉMISSION SUR EMPRUNTS OBLIGATAIRES	1 364	6 333
Moins-value d'échange de l'Eurobond 2012 nette de la soulte encaissée lors du débouclage du swap de taux d'intérêts correspondant	494	716
Frais liés à la mise en place de la ligne de crédit de 75 millions de dollars auprès de JP Morgan	253	0
Frais liés à la mise en place du crédit syndiqué	3 069	3 941
TOTAL	5 180	10 990

Note 12 Primes d'émission et de remboursement des obligations

Elles correspondent exclusivement à la prime de remboursement de l'Océane 2018 qui s'élève à 12 292 milliers d'euros en valeur nette au 31 décembre 2012, contre 14 729 milliers d'euros au 31 décembre 2011.

Ce poste comprenait également une prime d'émission de 61 milliers d'euros pour l'Eurobond 2012 au 31 décembre 2011.

Note 13 Écart de conversion actif

L'écart de conversion actif résulte essentiellement de la réévaluation du prêt de 211 652 milliers de livres consenti à MMS UK.

Note 14 Effectif moyen

L'effectif moyen de la Société a été de deux cadres.



Note 15 Capitaux propres

Le capital social de Publicis Groupe a évolué comme suit au cours des cinq derniers exercices :

Dates	Opérations sur le capital	Montant des variations de capital				Montants successifs du capital (en milliers d'euros)	Nombre cumulé d'actions de la Société
		Actions de 0,40 euro de nominal					
		Nombre d'actions	Nominal (en milliers d'euros)	Prime d'émission, de fusion, et de conversion (en milliers d'euros)			
SITUATION AU 1^{ER} JANVIER 2008						80 955	202 387 354
2008	Levées d'options plan Publicis	71 500	29	670	80 984	202 458 854	
	Annulation d'actions (février 2008)	(8 000 000)	(3 200)	(188 481)	77 784	194 458 854	
	Remboursement Orane (4 ^e tranche)	1 562 129	624	47 020	78 408	196 020 983	
2009	Remboursement Orane (5 ^e tranche)	1 562 129	625	47 020	79 033	197 583 112	
2010	Annulation d'actions suite au rachat à la SEP Dentsu- Badinter	(7 500 000)	(3 000)	(214 500)	76 033	190 083 112	
	Remboursement Orane (6 ^e tranche)	1 562 129	625	47 020	76 658	191 645 241	
2011	Création d'actions nouvelles dans le cadre d'attribution d'actions gratuites à l'ensemble des salariés France en 2009	150 575	60	0	76 718	191 795 816	
	Remboursement Orane (7 ^e tranche)	1 562 129	625	47 020	77 343	193 357 945	
2012	Annulation d'actions	(10 759 813)	(4 304)	(380 897)	73 039	182 598 132	
	Création d'actions suite à la conversion de 25 750 630 Océane 2014	25 848 473	10 339	702 790	83 378	208 446 605	
	Remboursement Orane (8 ^e tranche)	1 562 129	625	47 020	84 003	210 008 734	
SITUATION AU 31 DÉCEMBRE 2012						84 003	210 008 734

L'évolution des capitaux propres entre le 1^{er} janvier 2012 et le 31 décembre 2012 s'analyse comme suit :

(en milliers d'euros)	1 ^{er} janvier 2012	Affectation du résultat 2011	Augmentation de capital Orane	Annulation d'actions	Conversion de l'Océane 2014	Distribution de dividendes	Résultat 2012	31 décembre 2012
Capital social	77 343	-	625	(4 304)	10 339	-	-	84 003
Prime d'émission, de fusion et de conversion	2 528 730	-	47 019	(380 897)	702 790	-	-	2 897 642
Réserve légale	8 095	-	-	-	-	-	-	8 095
Report à nouveau	718 754	378 815	-	-	-	(119 452)	-	978 117
SOUS-TOTAL	3 332 922	378 815	47 644	(385 201)	713 129	(119 452)	-	3 967 857
Résultat de l'exercice	378 815	(378 815)	-	-	-	-	37 483	37 483
TOTAL	3 711 737	0	47 644	(385 201)	713 129	(119 452)	37 483	4 005 340

Note 16 Autres fonds propres

Les autres fonds propres sont constitués de l'emprunt obligataire, d'une durée de 20 ans, remboursable en actions nouvelles ou existantes (Orane) émis le 24 septembre 2002 dans le cadre de l'acquisition du groupe Bcom3.

D'un montant initial de 857 812 milliers d'euros, cet emprunt a été réduit à 476 449 milliers d'euros suite au remboursement des huit premières tranches en septembre des années 2005 à 2012. Au 31 décembre 2012, il reste 1 562 129 Oranes de 305 euros nominal, donnant droit à recevoir 10 actions Publicis Groupe nouvelles ou existantes, à raison d'une par an du 1^{er} septembre 2013 au 1^{er} septembre 2022, soit un total de 15 621 290 actions à émettre. Corrélativement, la valeur unitaire de chaque Orane sera réduite de 30,5 euros par an à ces mêmes échéances.

Les Oranes portent intérêt au taux minimum de 0,82 % du nominal. Le coupon a été fixé pour la période septembre 2011-septembre 2013 et représente un intérêt annuel de 2,28 %.

Note 17 Provisions pour risques et charges

(en milliers d'euros)	Montant au 1 ^{er} janvier 2012	Dotation 2012	Reprise 2012 (provision utilisée)	Reprise 2012 (provision non utilisée)	Montant au 31 décembre 2012
Provision pour impôts ⁽¹⁾	6 647	-	-	-	6 647
Provision pour engagements conditionnels à long terme envers le personnel	26 331	185	(19 740)	(187)	6 589
Provision pour perte de change ⁽²⁾	53 372	47 410	-	(53 372)	47 410
Provision pour risque sur actions propres et attributions d'actions gratuites en cours d'acquisition ⁽³⁾	88 228	64 301	(27 653)	(60 575)	64 301
Autres provisions pour risques	2 202	7 267	(213)	(812)	8 444
TOTAL	176 780	119 163	(47 606)	(114 946)	133 391

(1) Il s'agit de la provision pour impôt sur les plus-values d'apport dérogées sur les opérations de transfert de titres à Publicis USA Holdings, réalisées en mars 2000 en sursis d'imposition en vertu des dispositions de l'article 210-A du Code général des impôts. Une reprise partielle a été faite en 2008.

(2) La provision pour perte de change correspond essentiellement à la perte latente sur le prêt consenti à MMS UK.

(3) Cette provision est constituée d'une part pour couvrir la perte résultant de l'écart entre le prix de souscription et le prix de revient des actions propres lorsqu'elles ont été affectées à des plans d'achat ou à des plans d'actions gratuites, et d'autre part pour couvrir la perte future sur les attributions d'actions gratuites en cours d'acquisition, actions devant être servies par livraison d'actions existantes.

Il convient de préciser que les dotations et reprises relatives aux coûts supportés par Publicis Groupe au titre du plan de co-investissement sont présentées au compte de résultat en charges de personnel conformément à l'avis du Conseil National de la Comptabilité n° 2008-17.

Note 18 Emprunts obligataires

Nombre de titres (en milliers d'euros)	Catégorie d'emprunt	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
2 624 538	Océane 2,75 % - actuariel - janvier 2018	102 749	102 749	102 749
-	Océane 2,75 % - prime de remboursement	35 541	35 541	35 541
-	Océane 3,125 % - juillet 2014	-	718 750	718 750
-	Eurobond 4,125 % - janvier 2012	-	505 725	505 725
253 242	Eurobond 4,250 % - mars 2015	253 242	253 242	253 242
	TOTAL HORS INTÉRÊTS COURUS	391 532	1 616 007	1 616 007
	Intérêts courus	1 766	14 047	13 427
	TOTAL AU BILAN	393 298	1 630 054	1 629 434



Océane - 2,75 % actuariel janvier 2018

L'emprunt obligataire convertible en actions nouvelles ou existantes (Océane) émis le 18 janvier 2002 pour un montant total à l'origine de 690 millions d'euros (hors prime) et une durée de 16 ans était composé de 17 624 521 obligations de 39,15 euros (représentant une prime de 35 % par rapport au cours de référence de l'action Publicis Groupe au moment de l'émission), émises au pair, et portant intérêt au taux de 1 % l'an. Les obligations sont remboursables en totalité à leur date d'échéance, le 18 janvier 2018, pour un montant égal au pair majoré d'une prime de remboursement de 34,59 %. Ces obligations ont été remboursées à hauteur de 62,36 % en février 2005 et de 6,52 % en février 2006, ramenant la dette globale à 215 millions d'euros. Les obligations restantes seront remboursées en totalité à leur date d'échéance, le 18 janvier 2018, pour un montant correspondant à 134,59 % du pair. Toutefois, elles peuvent être amorties de façon anticipée, soit par rachat en Bourse, soit par offres publiques d'achat ou d'échange, et cela à tout moment depuis le 18 janvier 2007. Les porteurs d'obligations auront la faculté de demander le remboursement anticipé le 18 janvier 2014. De plus, Publicis Groupe dispose d'un droit de procéder à un amortissement anticipé depuis le 18 janvier 2007, dans l'hypothèse où le cours de l'action dépasserait 125 % du prix de remboursement anticipé. Les porteurs d'obligations peuvent demander la conversion ou l'échange des obligations à tout moment depuis le 18 janvier 2002 jusqu'au septième jour ouvré précédant la date de maturité, à raison d'une action par obligation. Les actions émises pourront être, au choix de la Société, des actions nouvelles ou existantes.

Océane - 3,125 % juillet 2014

L'emprunt obligataire convertible en actions nouvelles ou existantes (Océane) émis le 24 juin 2009 pour un montant total de 719 millions d'euros et une durée de 5 ans était composé de 25 761 646 obligations de 27,90 euros (représentant une prime de 35,5 % par rapport au cours de référence de l'action Publicis Groupe au moment de l'émission), émises au pair, et portant intérêt au taux de 3,125 % l'an, payable semi annuellement.

L'emprunt a été intégralement remboursé au cours de l'exercice, essentiellement par conversion en actions, suite aux différentes demandes de remboursement effectuées avant ou à l'occasion de l'exercice du call émetteur. Au total, 25 750 630 obligations ont été converties en 25 900 629 actions nouvelles ou existantes au cours de l'exercice et 11 016 ont été remboursées en numéraire en juillet 2012.

Eurobond - 4,125 % janvier 2012

L'emprunt obligataire classique émis le 28 janvier 2005, d'un montant initial de 750 millions d'euros au taux de 4,125 %, à échéance 2012, était composé de 750 000 obligations de 1 000 euros de valeur nominale. Émis à 99,3 % de la valeur nominale, il était assorti d'une prime d'émission d'un montant total de 5 millions d'euros, amortie sur la durée de l'emprunt.

Suite à une offre publique d'échange, lancée le 2 décembre 2009 en vue d'allonger la durée de cette dette, 244 275 obligations ont été remboursées (représentant près de 33 % du montant total des obligations émises), pour un montant en principal de 244 millions d'euros, ramenant la dette globale à 506 millions d'euros, composée de 505 725 obligations.

Ces 505 725 obligations ont été totalement remboursées au pair en totalité à leur date d'échéance, le 31 janvier 2012.

Eurobond - 4,25 % mars 2015

Suite à l'offre publique d'échange sur l'Eurobond 2012 lancée le 2 décembre 2009, consistant à proposer aux porteurs d'obligations de les échanger contre de nouvelles obligations à émettre en euros au taux de 4,25 %, échéance mars 2015, Publicis Groupe a émis un nouvel emprunt Eurobond 2015, pour un montant de 253 millions d'euros, composé de 253 242 obligations.

Ces obligations nouvelles seront remboursées au pair en totalité à leur date d'échéance, le 31 mars 2015.

Note 19 Banques et dettes auprès des établissements de crédit

Ce poste est exclusivement composé de soldes créditeurs de banques.

Note 20 Emprunts et dettes financières divers

(en milliers d'euros)	31 décembre 2012	31 décembre 2011	31 décembre 2010
Emprunt à long terme auprès de Publicis Finance Services ⁽¹⁾	740 678	755 275	731 365
Emprunt à long terme auprès de Publicis Groupe Holdings ⁽²⁾	300 000	300 000	300 000
Emprunt à long terme auprès de Publicis Groupe Investments ⁽³⁾	630 000	-	-
Comptes courants, emprunts à court terme auprès des filiales et intérêts courus	95 437	23 776	377 834
Autres dettes	4 256	4 645	4 961
TOTAL	1 770 371	1 083 696	1 414 160

(1) L'emprunt de 977 250 milliers de dollars contracté par Publicis Groupe auprès de Publicis Finance Services, filiale du Groupe qui gère le cash pool international et dont l'échéance était le 31 janvier 2012 a été reconduit pour une durée de 10 ans (nouvelle échéance au 31 janvier 2022).

(2) L'emprunt de 300 000 milliers d'euros est un emprunt subordonné participatif accordé par Publicis Groupe Holdings le 5 octobre 2007 et d'une durée de 55 années.

(3) L'emprunt de 630 000 milliers d'euros est un emprunt subordonné participatif accordé par Publicis Groupe Investments le 26 juin 2012 et d'une durée de 55 années.

Note 21 État des échéances des créances et des dettes

Les créances de l'actif circulant sont toutes exigibles à moins d'un an.

L'échéancier des dettes est présenté ci-dessous :

(en milliers d'euros)	Total	Moins d'1 an	de 1 à 5 ans	Plus de 5 ans
Emprunts obligataires	393 298	1 766	253 242	138 290
Banques et dettes auprès des établissements de crédit	10	10	-	-
Emprunts et dettes financières divers	1 770 371	99 076	-	1 671 295
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	10 201	10 201	-	-
Dettes fiscales et sociales	26 279	26 279	-	-
Autres dettes	268	-	268	-
TOTAL DES DETTES	2 200 427	137 332	253 510	1 809 585



Note 22 Éléments concernant les entreprises liées et les participations

(en milliers d'euros)	Montant concernant les entreprises	
	liées	avec lesquelles la Société a un lien de participation
Bilan		Néant
Participations	5 183 747	
Créances rattachées à des participations	1 141 456	
Créances clients et comptes rattachés	4 115	
Autres créances	7 054	
Emprunts et dettes financières divers	1 766 657	
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	4 642	
Dettes fiscales	3 619	
Compte de résultat		Néant
Production vendue (biens et services)	14 324	
Transfert de charges	(8 554)	
Autres achats et charges externes	(1 253)	
Produits financiers de participation	53 825	
Intérêts et autres produits financiers	55 649	
Quote-part de résultats de sociétés de personnes-produit	1 262	
Dotation aux provisions financières	0	
Intérêts et autres charges financières	(76 483)	
Charges exceptionnelles	0	
Produits exceptionnels	0	

Note 23 Engagements hors bilan

Engagements hors bilan donnés

Obligations liées aux emprunts obligataires et aux Oranes

OCÉANE 2018 - 2,75 % ACTUARIEL JANVIER 2018

Dans le cadre de l'Océane 2018, les porteurs d'obligations peuvent demander la conversion des obligations, à raison d'une action par obligation (d'une valeur de 39,15 euros à l'émission), à tout moment à compter du 18 janvier 2002 jusqu'au 7^e jour ouvré précédant la date de maturité (janvier 2018). Compte tenu des remboursements anticipés intervenus en février 2005, janvier 2006, janvier 2009 et janvier 2010, Publicis Groupe a un engagement de livrer, en cas de demande de conversion, 2 624 538 actions qui peuvent être, au choix de Publicis Groupe, soit des actions nouvelles à émettre, soit des actions existantes qu'elle détiendrait en portefeuille.

De plus, les porteurs ont la possibilité de demander le remboursement anticipé en numéraire de tout ou partie des obligations dont ils sont propriétaires le 18 janvier 2014. Le prix de remboursement anticipé est calculé de telle sorte que le rendement brut actuariel annuel de l'obligation à la date de remboursement soit égal à 2,75 %.

De son côté, Publicis dispose d'un droit de procéder au remboursement anticipé de tout ou partie des obligations à tout moment dans le cas où le cours de Bourse de l'action Publicis Groupe SA représente 125 % du prix de remboursement anticipé.

ORANE - OBLIGATIONS REMBOURSABLES EN ACTIONS NOUVELLES OU EXISTANTES - SEPTEMBRE 2022

Après le remboursement des huit premières tranches de l'emprunt à la date anniversaire de l'emprunt depuis septembre 2005, chaque Orane donne droit à recevoir dix actions Publicis Groupe nouvelles ou existantes, à raison d'une par an jusqu'au 20^e anniversaire de l'emprunt. Publicis Groupe a donc un engagement de livrer 1 562 129 actions chaque année, de l'année 2013 à 2022, soit 15 621 290 actions au total, qui peuvent être, au choix de Publicis Groupe, soit des actions nouvelles à émettre, soit des actions existantes qu'elle détiendrait en portefeuille.



EMPRUNT OBLIGATAIRE EUROBOND 2015

Lors de l'émission, en décembre 2009, de ce nouvel emprunt à taux fixe 4,25 %, un contrat de swap taux fixe/taux variable euro a été mis en place et était toujours en vigueur au 31 décembre 2012.

Obligations liées aux bons de souscription d'actions (BSA)

L'exercice des bons de souscription, qui peut intervenir à tout moment entre le 24 septembre 2013 et le 24 septembre 2022, entraînera une augmentation de capital de Publicis Groupe. Après annulation de bons de souscription rachetés au cours des exercices 2005 et 2006, Publicis Groupe est engagé à créer (dans l'hypothèse où la totalité des BSA seraient exercés) 5 602 699 actions de 0,40 euro de nominal et 30,10 euros de prime.

Plans d'options de souscription ou d'acquisition d'actions et plans d'actions gratuites de Publicis Groupe SA

Les plans d'actions gratuites en cours au 31 décembre 2012 ont les caractéristiques suivantes :

- Plan d'incentive à long terme dit « LTIP 2012 » (avril 2012)

Dans le cadre de ce plan, un certain nombre de dirigeants du Groupe se sont vus attribuer des actions gratuites, sous une double condition. Tout d'abord, les actions sont soumises à une condition de présence, pendant la période d'acquisition des droits de quatre ans, sauf pour les résidents fiscaux français qui bénéficient d'une période d'acquisition plus courte de trois ans mais ont une obligation supplémentaire de conservation des titres pendant deux ans. Ensuite, les actions gratuites sont soumises à des critères de performance supplémentaires, de telle sorte que le nombre total d'actions livrées dépendra du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité de l'année 2012. L'attribution, effectuée en avril 2012, deviendra effective en avril 2016, à l'exception des salariés français pour lesquels elle deviendra effective en avril 2015.

- Plan d'attribution d'actions gratuites aux salariés des 16 pays suivants (décembre 2011) : Allemagne, Belgique, Brésil, Canada, Danemark, Espagne, Finlande, Inde, Italie, Mexique, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Suède

Dans le cadre de ce plan, comme cela a été fait en France en 2009 et aux États-Unis en 2010, 50 actions gratuites ont été attribuées le 1^{er} décembre 2011 à tous les salariés ayant au moins six mois d'ancienneté et travaillant plus de 21 heures hebdomadaires dans une filiale détenue à plus de 50 % implantée dans l'un des pays concernés. La livraison des actions est soumise à une condition de présence de deux ans pour l'Espagne et l'Italie, assortie d'une condition de conservation des titres de trois ans, et de quatre ans pour les autres pays : les actions gratuites seront livrées aux bénéficiaires en décembre 2013 (Espagne, Italie) et décembre 2015 (autres pays), date à laquelle ils en deviendront propriétaires et pourront exercer leurs droits d'actionnaires.

- Plan d'incentive à long terme dit « LTIP 2011 » (avril 2011)

Dans le cadre de ce plan, un certain nombre de dirigeants du Groupe se sont vus attribuer des actions gratuites, sous une double condition. Tout d'abord, les actions sont soumises à une condition de présence, pendant la période d'acquisition des droits de quatre ans, sauf pour les résidents fiscaux français qui bénéficient d'une période d'acquisition plus courte de trois ans mais ont une obligation supplémentaire de conservation des titres pendant deux ans. Ensuite, les actions gratuites sont soumises à des critères de performance supplémentaires, de telle sorte que le nombre total d'actions livrées dépendait du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité de l'année 2011. La mesure de la performance, effectuée en mars 2012, a fixé à 95,7 % le taux d'atteinte des objectifs pour ce plan. L'attribution, effectuée en avril 2011, deviendra effective en avril 2015, à l'exception des salariés français pour lesquels elle deviendra effective en avril 2014.

- Plan d'attribution d'actions gratuites aux salariés des entités américaines (décembre 2010)

Dans le cadre de ce plan aux États-Unis, 50 actions gratuites ont été attribuées le 1^{er} décembre 2010 à tous les salariés travaillant plus de 21 heures hebdomadaires dans une filiale aux États-Unis, détenue à plus de 50 %. La livraison des actions est soumise à une condition de présence de quatre ans : les actions gratuites seront livrées aux bénéficiaires en décembre 2014, date à laquelle ils en deviendront propriétaires et pourront exercer leurs droits d'actionnaires.

- Plan d'incentive à long terme dit « LTIP 2010 » (août 2010) et « LTIP 2010-2012 » pour les seuls membres du Directoire (septembre 2010)

Dans le cadre de ce plan, un certain nombre de dirigeants du Groupe se sont vus attribuer des actions gratuites, sous une double condition. Tout d'abord, les actions sont soumises à une condition de présence, pendant la période d'acquisition des droits de quatre ans, sauf pour les résidents fiscaux français qui bénéficient d'une période d'acquisition plus courte de trois ans mais ont une obligation supplémentaire de conservation des titres pendant deux ans. Ensuite, les actions sont soumises à des critères de performance supplémentaires, de telle sorte que le nombre total d'actions livrées dépendait du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité de l'année 2010 (ou sur la période 2010-2012 pour les seuls membres du Directoire). La mesure de la performance, effectuée en mars 2011, a fixé à 100 % le taux d'atteinte des objectifs pour ce plan. L'attribution, effectuée en août (et septembre pour les seuls membres du Directoire) 2010, deviendra effective en août et septembre 2014, à l'exception des salariés français pour lesquels elle deviendra effective en août et septembre 2013.



- Plan d'attribution d'actions gratuites accordé à certains salariés de Razorfish (décembre 2009)

Lors de l'acquisition de Razorfish, certains salariés bénéficiaient de plans d'attribution de *restricted shares units* Microsoft accordés entre 2007 et 2009. Le 1^{er} décembre 2009, un nouveau plan d'attribution d'actions gratuites Publicis Groupe a été consenti, sous condition de présence effective et reprenant les mêmes bénéficiaires, le même nombre de titres attribués après conversion en actions Publicis Groupe et les mêmes dates d'acquisition des droits que plans antérieurs existants (de janvier 2010 à septembre 2015, pour la plupart des bénéficiaires). Le nombre d'actions gratuites Microsoft en cours d'acquisition a été converti en actions Publicis Groupe, en appliquant le rapport existant entre la moyenne des 20 derniers cours de l'action Microsoft et celle de l'action Publicis Groupe à la date de l'acquisition, soit le 13 octobre 2009.

- Plan d'attribution d'actions gratuites dans le cadre du plan de « co-investissement » (mars 2009)

Dans le cadre de ce plan, proposé à 160 dirigeants du Groupe, il est attribué à chaque bénéficiaire deux actions gratuites pour chaque action Publicis achetée pour leur compte par l'intermédiaire de LionLead, structure dédiée à l'opération d'investissement. Ces actions sont soumises à des conditions de maintien de la totalité de l'investissement et de présence pendant toute la période d'acquisition des droits, qui est de quatre ans, sauf pour les résidents fiscaux français qui bénéficient d'une période d'acquisition plus courte de trois ans mais ont une obligation supplémentaire de conservation des titres pendant deux ans. En outre, la seconde action gratuite est soumise à des critères de performance supplémentaires, de telle sorte que le nombre total d'actions livrées dépendait du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité sur la période 2009-2011. Les actions gratuites attribuées aux mandataires sociaux sont intégralement soumises à des conditions de performance. La mesure de la performance, effectuée en mars 2012, a fixé à 100 % le taux d'atteinte des objectifs pour ce plan. L'attribution de ces actions a été effectuée en mars 2009 et la livraison sera effective en mars 2013, à l'exception des salariés français pour lesquels la livraison a été effective en mars 2012.

Les plans d'options de souscription ou d'acquisition d'actions en cours au 31 décembre 2012 ont les caractéristiques suivantes :

- Plan d'incentive à long terme dit « LTIP 2006-2008 » (vingt-deuxième tranche en 2006 et vingt-troisième tranche en 2007)

Dans le cadre de ce plan, chaque option accordée donne droit d'acquérir une action avec un prix d'exercice égal à la moyenne des cours de Bourse de l'action Publicis pendant les 20 jours précédant la date d'attribution. Sur le nombre total attribué, le nombre d'options exerçables a été déterminé en avril 2009 en fonction du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité sur l'ensemble de la période 2006-2008, correspondant à 62,59 % de l'attribution initiale. Pour la première moitié des options, la période d'exercice a commencé en 2009 et pour la seconde moitié en avril 2010. La période d'exercice se termine dix ans après la date d'attribution.

- Plan attribué en 2006 (vingt et unième tranche)

Dans le cadre de ce plan, chaque option accordée donne le droit d'acquérir une action, avec un prix d'exercice égal à la moyenne des cours de Bourse de l'action Publicis pendant les 20 jours précédant la date d'attribution. Les options sont exerçables après une période de quatre ans et expirent dix ans après la date d'attribution.

- Plan d'incentive à long terme dit « LTIP 2003-2005 » (dix-septième tranche en 2003, dix-neuvième tranche en 2004, vingtième tranche en 2005)

Dans le cadre de ce plan, chaque option accordée donne droit d'acquérir une action avec un prix d'exercice égal au prix de revient moyen des actions propres en portefeuille à la date d'attribution. Sur le nombre total attribué, le nombre d'options exerçables a été déterminé en avril 2006 en fonction du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité sur l'ensemble de la période 2003-2005, correspondant à 98,92 % de l'attribution initiale. Pour la première moitié des options, la période d'exercice a commencé en 2006, pour la seconde moitié en 2007. La période d'exercice se termine dix ans après la date d'attribution.

- Plan attribué en 2003 (seizième tranche)

Dans le cadre de ce plan, chaque option accordée donne le droit d'acquérir une action, avec un prix d'exercice égal à la moyenne des cours de Bourse de l'action Publicis pendant les 20 jours précédant la date d'attribution. Les options sont exerçables après une période de quatre ans et expirent dix ans après la date d'attribution.

Plans d'options Publicis Groupe à l'origine

CARACTÉRISTIQUES DES PLANS DE STOCK-OPTIONS PUBLICIS GROUPE EN COURS AU 31 DÉCEMBRE 2012

Actions de 0,40 euro nominal	Type d'option	Date d'attribution	Prix d'exercice des options (en euros)	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2012	Dont exerçables au 31 décembre 2012	Date limite de levée	Durée de vie contractuelle résiduelle (en années)
16 ^e tranche	Acquisition	28/08/2003	24,82	26 000	26 000	2013	0,65
17 ^e tranche	Acquisition	28/08/2003	24,82	341 395	341 395	2013	0,65
19 ^e tranche	Acquisition	28/09/2004	24,82	282 671	282 671	2014	1,74
20 ^e tranche	Acquisition	24/05/2005	24,76	94 624	94 624	2015	2,39
21 ^e tranche	Acquisition	21/08/2006	29,27	100 000	100 000	2016	3,63
22 ^e tranche	Acquisition	21/08/2006	29,27	1 484 647	1 484 647	2016	3,63
23 ^e tranche	Acquisition	24/08/2007	31,31	329 343	329 343	2017	4,64
TOTAL DES TRANCHES				2 658 680	2 658 680		
Prix moyen d'exercice (en euros)				28,27	28,27		

MOUVEMENTS SUR PLANS DE STOCK-OPTIONS PUBLICIS GROUPE AU COURS DE L'EXERCICE 2012

Actions de 0,40 euro nominal	Prix d'exercice des options (euros)	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2011	Options attribuées en 2012	Options levées en 2012	Options annulées ou prescrites en 2012	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2012
13 ^e tranche	29,79	26 000	-	(11 000)	(15 000)	-
14 ^e tranche	32,43	5 000	-	(5 000)	-	-
15 ^e tranche	29,79	220 000	-	(220 000)	-	-
16 ^e tranche	24,82	443 400	-	(417 400)	-	26 000
17 ^e tranche	24,82	1 106 357	-	(677 496)	(87 466)	341 395
19 ^e tranche	24,82	474 563	-	(64 285)	(127 607)	282 671
20 ^e tranche	24,76	175 726	-	(72 594)	(8 508)	94 624
21 ^e tranche	29,27	100 000	-	-	-	100 000
22 ^e tranche	29,27	2 793 739	-	(1 212 108)	(96 984)	1 484 647
23 ^e tranche	31,31	547 419	-	(157 361)	(60 715)	329 343
TOTAL DES TRANCHES		5 892 204	-	(2 837 244)	(396 280)	2 658 680
Prix moyen d'exercice (en euros)		27,82	-	27,50	27,09	28,27
Cours moyen de levée (en euros)				40,57		



MOUVEMENTS SUR PLANS DE STOCK-OPTIONS PUBLICIS GROUPE AU COURS DE L'EXERCICE 2011

Actions de 0,40 euro nominal	Prix d'exercice des options (euros)	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2010	Options attribuées en 2011	Options levées en 2011	Options annulées ou prescrites en 2011	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2011
11 ^e tranche	33,18	307 500	-	(307 500)	-	-
13 ^e tranche	29,79	71 700	-	(45 700)	-	26 000
14 ^e tranche	32,43	5 000	-	-	-	5 000
15 ^e tranche	29,79	220 000	-	-	-	220 000
16 ^e tranche	24,82	443 400	-	-	-	443 400
17 ^e tranche	24,82	1 502 602	-	(357 370)	(38 875)	1 106 357
19 ^e tranche	24,82	649 330	-	(185 895)	11 128	474 563
20 ^e tranche	24,76	228 695	-	(52 969)	-	175 726
21 ^e tranche	29,27	100 000	-	-	-	100 000
22 ^e tranche	29,27	3 585 951	-	(729 841)	(62 371)	2 793 739
23 ^e tranche	31,31	692 808	-	(113 361)	(32 028)	547 419
TOTAL DES TRANCHES		7 806 986	-	(1 792 636)	(122 146)	5 892 204
Prix moyen d'exercice (en euros)		28,02	-	28,60	29,79	27,82
Cours moyen de levée (en euros)				36,29		

MOUVEMENTS SUR PLANS DE STOCK-OPTIONS PUBLICIS GROUPE AU COURS DE L'EXERCICE 2010

Actions de 0,40 euro nominal	Prix d'exercice des options (euros)	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2009	Options attribuées en 2010	Options levées en 2010	Options annulées ou prescrites en 2010	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2010
10 ^e tranche	43,55	100 000	-	-	(100 000)	-
11 ^e tranche	33,18	343 000	-	(35 500)	-	307 500
13 ^e tranche	29,79	77 200	-	(5 500)	-	71 700
14 ^e tranche	32,43	5 000	-	-	-	5 000
15 ^e tranche	29,79	220 000	-	-	-	220 000
16 ^e tranche	24,82	478 400	-	(35 000)	-	443 400
17 ^e tranche	24,82	3 315 046	-	(1 691 713)	(120 731)	1 502 602
19 ^e tranche	24,82	1 160 208	-	(467 571)	(43 307)	649 330
20 ^e tranche	24,76	395 190	-	(101 086)	(65 409)	228 695
21 ^e tranche	29,27	100 000	-	-	-	100 000
22 ^e tranche	29,27	4 820 571	-	(1 034 739)	(199 881)	3 585 951
23 ^e tranche	31,31	802 316	-	(63 547)	(45 961)	692 808
TOTAL DES TRANCHES		11 816 931	-	(3 434 656)	(575 289)	7 806 986
Prix moyen d'exercice (en euros)		27,64	-	26,37	30,13	28,02
Cours moyen de levée (en euros)				33,36		

Plans d'actions gratuites Publicis Groupe

CARACTÉRISTIQUES DES PLANS D' ACTIONS GRATUITES PUBLICIS GROUPE EN COURS AU 31 DÉCEMBRE 2012

Actions de 0,40 euro nominal	Bénéficiaires	Date d'attribution initiale	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2012	Date d'attribution définitive ⁽¹⁾	Durée de vie contractuelle résiduelle (en années)
Plan de co-investissement	Hors France	19/03/2009	2 166 651	19/03/2013	0,21
Plan LTIP 2010	France	19/08/2010	83 550	19/08/2013	0,63
Plan LTIP 2010	Hors France	19/08/2010	463 600	19/08/2014	1,63
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	France	22/09/2010	149 821	22/09/2013	0,73
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	Hors France	22/09/2010	98 566	22/09/2014	1,73
Plan États-Unis 2010 – tous salariés US	États-Unis	01/12/2010	373 150	01/12/2014	1,92
Plan LTIP 2011	France	19/04/2011	82 744	19/04/2014	1,30
Plan LTIP 2011	Hors France	19/04/2011	493 048	19/04/2015	2,30
Plan monde 2011 – tous salariés des pays concernés	Espagne, Italie	01/12/2011	72 500	01/12/2013	0,92
Plan monde 2011 – tous salariés des pays concernés	14 pays ⁽²⁾	01/12/2011	342 200	01/12/2015	2,92
Plan LTIP 2012	France	17/04/2012	99 800	17/04/2015	2,29
Plan LTIP 2012	Hors France	17/04/2012	567 175	17/04/2016	3,30
TOTAL DES PLANS D' ACTIONS GRATUITES			4 992 805		

(1) Après cette date, les bénéficiaires français doivent respecter une période d' indisponibilité supplémentaire de deux ans.

(2) Les pays concernés sont : Allemagne, Belgique, Brésil, Canada, Danemark, Finlande, Inde, Mexique, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Suède.

L'attribution de toutes les actions gratuites ci-dessus est liée à une condition de présence pendant toute la période d' acquisition. L'attribution est également soumise à des conditions de performance hors marché pour les plans suivants : co-investissement (seulement pour la moitié des actions attribuées en ce qui concerne les bénéficiaires non membres du Directoire), et LTIP 2010 à LTIP 2012.

MOUVEMENTS SUR PLANS D' ACTIONS GRATUITES PUBLICIS GROUPE AU COURS DE L' EXERCICE 2012

Actions de 0,40 euro nominal	Bénéficiaires	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2011	Actions attribuées en 2012	Actions annulées ou prescrites ou transférées ⁽¹⁾ en 2012	Actions ayant fait l' objet d' une attribution définitive en 2012	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2012
Plan de co-investissement	France	804 194	-	1 276	(805 470)	0
Plan de co-investissement	Hors France	2 320 678	-	(154 027)	-	2 166 651
Plan LTIP 2010	France	86 550	-	(3 000)	-	83 550
Plan LTIP 2010	Hors France	510 200	-	(46 600)	-	463 600
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	France	152 000	-	(2 179)	-	149 821
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	Hors France	100 000	-	(1 434)	-	98 566
Plan États-Unis 2010 – tous salariés US	États-Unis	479 800	-	(106 650)	-	373 150
Plan LTIP 2011	France	89 950	-	(7 206)	-	82 744
Plan LTIP 2011	Hors France	552 750	-	(59 702)	-	493 048
Plan monde 2011 – tous salariés des pays concernés	Espagne, Italie	79 050	-	(6 550)	-	72 500
Plan monde 2011 – tous salariés des pays concernés	14 pays ⁽²⁾	454 650	-	(112 450)	-	342 200
Plan LTIP 2012	France	-	100 200	(400)	-	99 800
Plan LTIP 2012	Hors France	-	581 350	(14 175)	-	567 175
TOTAL DES PLANS D' ACTIONS GRATUITES		5 629 822	681 550	(513 097)	(805 470)	4 992 805

(1) Il s' agit de transferts entre les plans France et étranger liés à la mobilité géographique des bénéficiaires.

(2) Les pays concernés sont : Allemagne, Belgique, Brésil, Canada, Danemark, Finlande, Inde, Mexique, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Suède.



MOUVEMENTS SUR PLANS D'ACTIONS GRATUITES PUBLICIS GROUPE AU COURS DE L'EXERCICE 2011

Actions de 0,40 euro nominal	Bénéficiaires	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2010	Actions attribuées en 2011	Actions annulées ou prescrites ou transférées ⁽¹⁾ en 2011	Actions ayant fait l'objet d'une attribution définitive en 2011	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2011
Plan de co-investissement	France	810 864	-	(6 670)	-	804 194
Plan de co-investissement	Hors France	2 497 844	-	(177 166)	-	2 320 678
Plan France 2009 - tous salariés France	France	159 975	-	(9 400)	(150 575)	-
Plan LTIP 2010	France	99 050	-	(12 500)	-	86 550
Plan LTIP 2010	Hors France	554 500	-	(44 300)	-	510 200
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	France	152 000	-	-	-	152 000
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	Hors France	100 000	-	-	-	100 000
Plan États-Unis 2010 – tous salariés US	États-Unis	638 950	-	(159 150)	-	479 800
Plan LTIP 2011	France	-	96 950	(7 000)	-	89 950
Plan LTIP 2011	Hors France	-	577 700	(24 950)	-	552 750
Plan monde 2011 – tous salariés des pays concernés	Espagne, Italie	-	79 050	-	-	79 050
Plan monde 2011 – tous salariés des pays concernés	14 pays ⁽²⁾	-	454 650	-	-	454 650
TOTAL DES PLANS D'ACTIONS GRATUITES		5 013 183	1 208 350	(441 136)	(150 575)	5 629 822

(1) Il s'agit de transferts entre les plans France et étranger liés à la mobilité géographique des bénéficiaires.

(2) Les pays concernés sont : Allemagne, Belgique, Brésil, Canada, Danemark, Finlande, Inde, Mexique, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Suède.

MOUVEMENTS SUR PLANS D'ACTIONS GRATUITES PUBLICIS GROUPE AU COURS DE L'EXERCICE 2010

Actions de 0,40 euro nominal	Bénéficiaires	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2009	Actions attribuées en 2010	Actions annulées ou prescrites en 2010	Actions ayant fait l'objet d'une attribution définitive en 2010	Nombre d'actions restant à attribuer définitivement au 31 décembre 2010
Plan de co-investissement	France	831 000	-	(20 136)	-	810 864
Plan de co-investissement	Hors France	2 713 176	-	(215 332)	-	2 497 844
Plan France 2009 - tous salariés France	France	185 575	-	(25 600)	-	159 975
Plan LTIP 2010	France	-	100 150	(1 100)	-	99 050
Plan LTIP 2010	Hors France	-	567 450	(12 950)	-	554 500
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	France	-	152 000	-	-	152 000
Plan LTIP 2010-2012 (membres du Directoire)	Hors France	-	100 000	-	-	100 000
Plan États-Unis 2010 – tous salariés US	États-Unis	-	658 400	(19 450)	-	638 950
TOTAL DES PLANS D'ACTIONS GRATUITES		3 729 751	1 578 000	(294 568)	-	5 013 183

PLANS D'ACTIONS GRATUITES PUBLICIS GROUPE ATTRIBUÉS À CERTAINS SALARIÉS DE RAZORFISH

Le nouveau plan d'actions gratuites Publicis Groupe, mis en place le 1^{er} décembre 2009 et destiné à remplacer les plans en cours à la date d'acquisition, octroyés à certains salariés de Razorfish, a conduit à une attribution de 493 832 actions gratuites Publicis Groupe. La période d'acquisition des droits s'étale sur quatre ans (de 2010 à 2013) pour la majeure partie des actions, une petite partie courant jusqu'à 2018. Au 31 décembre 2012, le nombre d'actions gratuites restant à attribuer définitivement s'élève à 78 384.

PLANS D'OPTIONS ET D'ACTIONS GRATUITES DIGITAS À L'ORIGINE

Lors de l'acquisition de Digitas, ces plans ont été transformés en plans d'achat d'actions Publicis Groupe en appliquant le rapport existant entre le prix d'achat fixé dans l'offre publique pour l'action Digitas (converti en euros) et le cours de l'action Publicis Groupe à la date de réalisation de la fusion. Le prix de souscription a été ajusté en conséquence.

CARACTÉRISTIQUES DES PLANS DE STOCK-OPTIONS DIGITAS EN COURS AU 31 DÉCEMBRE 2012

Actions de 0,40 euro nominal	Date d'attribution		Prix d'exercice des options (en euros)		Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2012	Dont exerçables au 31 décembre 2012	Date limite de levée		Durée de vie contractuelle résiduelle (en années)
	min	max	min	max			min	max	
Plans Digitas									
2001	01/03/2001	24/01/2007	5,08	35,42	183 070	183 070	01/03/2011	24/01/2017	2,86
2005 UK	01/06/2005	01/12/2006	21,70	35,42	5 338	5 338	01/06/2015	01/12/2016	4,00
Plans Modem Media									
1997	26/03/1997	29/09/2004	18,30	19,18	-	-	01/01/2008	29/09/2014	2,25
1999	12/04/2000	22/06/2004	2,62	54,05	-	-	12/04/2010	22/06/2014	1,18
TOTAL TRANCHES					188 408	188 408			
Prix moyen d'exercice (eu euros)					27,20	27,20			

MOUVEMENTS SUR PLANS DE STOCK-OPTIONS DIGITAS AU COURS DE L'EXERCICE 2012

Actions de 0,40 euro nominal	Prix d'exercice des options (en euros)		Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2011	Options levées en 2012	Options annulées ou prescrites en 2012	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2012
	min	max				
Plans Digitas						
2001	5,08	35,42	318 418	(40 651)	(94 697)	183 070
2005 UK	21,70	35,42	5 338	-	-	5 338
Plans Modem Media						
1997	18,30	19,18	370	-	(370)	-
1999	2,62	54,05	2 559	(1 455)	(1 104)	-
TOTAL TRANCHES			326 685	(42 106)	(96 171)	188 408
Prix moyen d'exercice (en euros)			25,27	18,53	24,45	27,20
Prix moyen de levée (en euros)				40,57		



MOUVEMENTS SUR PLANS DE STOCK-OPTIONS DIGITAS AU COURS DE L'EXERCICE 2011

Actions de 0,40 euro nominal	Prix d'exercice des options (en euros)		Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2010	Options levées en 2011	Options annulées ou prescrites en 2011	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2011
	min	max				
Plans Digitas						
2000	13,73	50,65	9 416	-	(9 416)	-
2001	5,08	35,42	434 799	(83 651)	(32 730)	318 418
2005 UK	21,70	35,42	6 189	-	(851)	5 338
Plans Modem Media						
1997	18,30	19,18	370	-	-	370
1999	2,62	54,05	2 853	-	(294)	2 559
TOTAL TRANCHES			453 627	(83 651)	(43 291)	326 685
Prix moyen d'exercice (en euros)			22,99	16,22	18,93	25,27
Prix moyen de levée (en euros)				36,29		

MOUVEMENTS SUR PLANS DE STOCK-OPTIONS DIGITAS AU COURS DE L'EXERCICE 2010

Actions de 0,40 euro nominal	Prix d'exercice des options (en euros)		Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2009	Options levées en 2010	Options annulées ou prescrites en 2010	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2010
	min	max				
Plans Digitas						
1999	21,36	21,36	10 061	(109)	(9 952)	-
2000	13,73	50,65	44 284	(63)	(34 805)	9 416
2001	5,08	35,42	549 835	(87 765)	(27 271)	434 799
2005 UK	21,70	35,42	7 040	(851)	-	6 189
Plans Modem Media						
1997	18,30	19,18	370	-	-	370
1999	2,62	54,05	5 232	(187)	(2 192)	2 853
2000	16,35	16,35	1 191	-	(1 191)	-
TOTAL TRANCHES			618 013	(88 975)	(75 411)	453 627
Prix moyen d'exercice (en euros)			23,87	17,74	33,01	22,99
Prix moyen de levée (en euros)				33,36		

Garanties contractuelles données

- Garantie jusqu'en 2019 pour le compte de Leo Burnett USA au profit du propriétaire des locaux du 35 West Wacker Drive à Chicago, à hauteur d'un montant maximum de 77 106 milliers de dollars pour le paiement des loyers et à hauteur d'un montant maximum de 94 741 milliers de dollars pour le paiement des taxes immobilières et des charges locatives relatives à l'immeuble ;
- Garantie jusqu'en 2016 pour le compte de ZenithOptimedia Ltd (UK) au profit du propriétaire des locaux du 24 Percy Street à Londres, à hauteur d'un montant maximum de 9 264 milliers de livres pour le paiement des loyers et à hauteur d'un montant maximum de 1 247 milliers de livres pour le paiement des charges locatives relatives à l'immeuble ;
- Garantie jusqu'en 2022 pour le compte de Fallon London Limited (UK) au profit du propriétaire des locaux du 20-30 Great Titchfield Street à Londres, à hauteur de 20 434 milliers de livres pour le paiement des loyers et à hauteur d'un montant maximum de 2 032 milliers de livres pour le paiement des charges locatives relatives à l'immeuble ;
- Garantie conjointe et solidaire des dettes des sociétés Publicis Groupe Holdings, Publicis Holdings, Publicis Groupe Investments ;
- Garantie donnée à Citi Indonesia pour le remboursement de prêts consentis à PT Dyan Prana Shakti, PT Publicis Metro et PT Indonesia Media Exchange à hauteur de 34 milliards de roupies indonésiennes.



Engagements donnés dans le cadre d'opérations de couverture de prêts en devises consentis à certaines filiales (autres que le swap de l'Eurobond décrit ci-dessus) :

Montant en devises (en milliers d'unités)	GBP 725	GBP 750	GBP 680
Type de contrat	Couverture vendeuse	Couverture vendeuse	Couverture vendeuse
Devises	GBP/EUR	GBP/EUR	GBP/EUR
Date d'échéance	02/01/2013	02/01/2013	02/01/2013
Cours à terme	0,786000	0,796810	0,799100
Contrepartie en milliers d'euros	922	941	851
Valeur de marché au 31 décembre 2012 (en milliers d'euros)	888	919	833

Montant en devises (en milliers d'unités)	GBP 800	GBP 722	USD 446
Type de contrat	Couverture vendeuse	Couverture vendeuse	Couverture vendeuse
Devises	GBP/EUR	GBP/EUR	USD/EUR
Date d'échéance	02/01/2013	02/01/2013	31/01/2013
Cours à terme	0,807170	0,811100	1,299380
Contrepartie en milliers d'euros	991	890	343
Valeur de marché au 31 décembre 2012 (en milliers d'euros)	980	885	338

Montant en devises (en milliers d'unités)	USD 450	USD 17 439
Type de contrat	Couverture vendeuse	Couverture vendeuse
Devises	USD/EUR	USD/EUR
Date d'échéance	31/01/2013	28/03/2013
Cours à terme	1,319750	1,318900
Contrepartie en milliers d'euros	341	13 222
Valeur de marché au 31 décembre 2012 (en milliers d'euros)	341	13 217

Engagements hors bilan reçus

- Lignes de crédit non utilisées : 1 200 millions d'euros dans le cadre du crédit syndiqué multidevises à échéance juillet 2016 ;
- Lignes de crédit bilatérales de 712 millions d'euros non utilisées au 31 décembre 2012.



Note 24 Événements postérieurs à la clôture

Il n'y a pas eu d'événement significatif intervenu postérieurement à la clôture.

Note 25 Tableau des filiales et des participations au 31 décembre 2012

(Chiffres en milliers d'euros, sauf pour les capitaux propres déclarés dans la monnaie locale)

A) Filiales et participations dont la valeur d'inventaire excède 1 % du capital de Publicis Groupe

Sociétés	Capital	Réserves et report à nouveau	% de participation	Valeur d'inventaire brute	Valeur d'inventaire nette	Prêts et avances	Chiffre d'affaires	Résultat net	Dividendes encaissés
Filiales									
Publicis Groupe Investments B.V. Prof. W.H. Keesomlaan 12 1183 DJ Amstelveen Pays-Bas	68 709	7 384 995	100,00	4 898 314	4 898 314	0	0	120 756	0
MMS France Holdings 133, avenue des Champs-Élysées 75008 Paris France SIREN 444 714 786	114 607	(38 074)	99,61	248 670	248 670	0	0	(6 300)	0
Médias et Régies Europe 133, avenue des Champs-Élysées 75008 Paris SIREN 353 938 905	24 150	3 533	99,99	25 508	23 999	0	6 252	4 435	0
Metrobus 1 rond-point Victor-Hugo 92 137 Issy-les-Moulineaux SIREN 327 096 426	1 840	(3 892)	32,30	17 508	12 161	4 868	143 171	5 057	0

B) Renseignements globaux sur toutes les filiales et participations

	Filiales		Participations	
	françaises	étrangères	françaises	étrangères
Valeur comptable des titres détenus				
• Brute	292 282	4 898 314	6	0
• Nette	285 426	4 898 314	6	0
Montant des dividendes encaissés	52 563	0	0	0

Inventaire des valeurs mobilières au 31 décembre 2012

	% de participation	Valeur nette comptable (en milliers d'euros)
I- Participations		
A. Participations françaises		
380 517 041 actions MMS France Holdings	99,61 %	248 670
1 609 991 actions Médias et Régies Europe	99,99 %	23 999
37 146 actions Metrobus	32,30 %	12 161
245 000 actions Régie 1	49,00 %	373
9 094 actions Publicis Finance Services	99,93 %	186
3 700 actions Publicis Groupe Services	100,00 %	37
Participations dont la valeur est inférieure à 15 000 euros, ensemble		6
Total des participations françaises		285 432
B. Participations étrangères		
151 343 parts Publicis Groupe Investments	100,00 %	4 898 314
Participations dont la valeur est inférieure à 15 000 euros, ensemble		-
Total des participations étrangères		4 898 314
TOTAL DES PARTICIPATIONS		5 183 746
II- Autres titres immobilisés		
C. Titres français		
TOTAL DES AUTRES TITRES IMMOBILISÉS		0
III- Autres titres		
D. Autres titres de sociétés françaises		
10 805 084 actions propres Publicis Groupe SA ⁽¹⁾	5,15 %	360 644
Sicav monétaires		14 213
Participations dont la valeur est inférieure à 15 000 euros, ensemble		5
E. Autres titres étrangers		14
TOTAL DES AUTRES TITRES		374 876
TOTAL DES VALEURS MOBILIÈRES		5 558 622

(1) Actions détenues dans le cadre des programmes de rachat d'actions, y compris contrat de liquidité.



5.5 Résultats de la société Publicis Groupe SA au cours des cinq derniers exercices

	2012	2011	2010	2009	2008
Capital en fin d'exercice					
Capital social (en milliers d'euros)	84 003	77 343	76 658	79 033	78 408
Nombre d'actions émises	210 008 734	193 357 945	191 645 241	197 583 112	196 020 983
Nombre maximal d'actions futures à créer :					
• dans le cadre des plans d'actions gratuites	2 826 154	2 504 950	1 704 475	185 575	-
• par l'exercice de bons de souscription d'actions ⁽¹⁾	5 602 699	5 602 699	5 602 699	-	-
• par conversion d'obligations ⁽²⁾	18 245 828	45 646 888	47 131 733	49 311 847	50 526 553
Opérations et résultats de l'exercice (en milliers d'euros)					
Chiffre d'affaires hors taxes	14 599	20 484	15 146	33 847	17 935
Résultat avant impôt, amortissements et provisions	(5 747)	347 285	202 334	152 354	161 267
Impôts sur les bénéfices (crédit)	(36 622)	(28 196)	(37 717)	(30 332)	(59 437)
Résultat après impôts, amortissements et provisions	37 483	378 815	235 928	319 692	29 669
Résultat distribué au titre de l'exercice	189 008 ⁽³⁾	119 452	128 817	107 312	107 350
Résultat par action (en euros)					
Résultat après impôts, mais avant amortissements et provisions	0,15	1,94	1,25	0,92	1,13
Résultat après impôts, amortissements et provisions	0,18	1,96	1,23	1,62	0,15
Dividende attribué à chaque action	0,90	0,70	0,70	0,60	0,60
Personnel (en milliers d'euros sauf effectif)					
Effectif moyen des salariés	2	2	2	2	2
Montant de la masse salariale ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	20 870	2 711	761	3 074	2 612
Montant des avantages sociaux (Sécurité sociale, œuvres sociales)	5 179	796	645	959	798

(1) Les BSA (bons de souscriptions d'actions) n'étaient pas été pris en considération en 2008 et 2009 car leur cours d'exercice de 30,5 euros était supérieur au cours de Bourse de l'action Publicis.

(2) Il a été retenu comme hypothèse que des actions nouvelles seront émises tant dans le cadre du remboursement des Océanes que des Oranes.

(3) Estimation sur la base des actions existant au 31 décembre 2012, y compris les actions propres.

(4) En 2010, la masse salariale inclut une reprise de provision de bonus pour un montant brut de 2 033 milliers d'euros.

(5) En 2012, la masse salariale comprend un montant de 16 036 milliers d'euros correspondant au bonus différé du Président du Directoire acquis au cours des exercices 2003 à 2011, provisionné au cours de chaque exercice successif et versé en 2012.



5.6 Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes sociaux

Exercice clos le 31 décembre 2012

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées générales, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2012 sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société Publicis Groupe SA, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la justification de nos appréciations ;
- les vérifications et informations spécifiques prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Directoire. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à vérifier par sondages ou au moyen d'autres méthodes de sélection, les éléments justifiant des montants et informations figurant dans les comptes annuels. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis, les estimations significatives retenues et la présentation d'ensemble des comptes. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la Société à la fin de cet exercice.

II. Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

Votre Société procède à la revue de la valeur d'usage des titres de participation tel qu'exposé dans la partie « Immobilisations financières » en note 2 « Principes, règles et méthode comptables » de l'annexe. Nous avons procédé à l'appréciation des approches retenues par la Société et nous nous sommes assurés du caractère raisonnable des estimations retenues.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Directoire et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

Concernant les informations fournies en application des dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce sur les rémunérations et avantages versés aux mandataires sociaux ainsi que sur les engagements consentis en leur faveur, nous avons vérifié leur concordance avec les comptes ou avec les données ayant servi à l'établissement de ces comptes et, le cas échéant, avec les éléments recueillis par votre Société auprès des sociétés contrôlant votre Société ou contrôlées par elle. Sur la base de ces travaux, nous attestons l'exactitude et la sincérité de ces informations.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle et à l'identité des détenteurs du capital ou des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Fait à Paris-La Défense et à Courbevoie, le 2 avril 2013

Les commissaires aux comptes

ERNST & YOUNG et Autres

Jean Bouquot

Christine Staub

MAZARS

Loïc Wallaert

Anne-Laure Rousselou

INFORMATIONS SUR LA SOCIÉTÉ ET LE CAPITAL

6.1 Renseignements sur la Société	226	6.3 Renseignements sur le capital	233
6.1.1 Raison sociale et nom commercial	226	6.3.1 Capital souscrit et catégories d'actions	233
6.1.2 Lieu et numéro d'enregistrement	226	6.3.2 Existence d'actions non représentatives du capital, nombre et principales caractéristiques	240
6.1.3 Date de constitution et durée	226	6.3.3 Nombre, valeur comptable et valeur nominale des actions détenues par l'émetteur lui-même ou en son nom, ou par ses filiales	240
6.1.4 Siège social, forme juridique, législation régissant ses activités, pays d'origine, adresse et numéro de téléphone du siège social	226	6.3.4 Montant des valeurs mobilières convertibles, échangeables ou assorties de bons de souscription, avec mention des conditions et modalités de conversion, d'échange ou de souscription	242
6.1.5 Actes constitutifs et statuts	226	6.3.5 Nantissements, garanties et sûretés	243
6.2 Actionnariat	229	6.3.6 Participation des salariés au capital	243
6.2.1 Actionnaires significatifs et droits de vote	229	6.3.7 Historique du capital social	244
6.2.2 Contrôle de la Société	232	6.4 Informations boursières	245
6.2.3 Accords concernant un éventuel changement de contrôle ou susceptibles d'avoir une influence en cas d'offre publique d'acquisition	232	6.4.1 Publicis Groupe en Bourse	245
		6.4.2 Relations avec les investisseurs	245
		6.4.3 Marché des titres	246



6.1 Renseignements sur la Société

6.1.1 RAISON SOCIALE ET NOM COMMERCIAL

Publicis Groupe SA (la « Société ») exploite le nom commercial de Publicis.

6.1.2 LIEU ET NUMÉRO D'ENREGISTREMENT

542 080 601 RCS Paris ; code APE - NAF 7010Z

6.1.3 DATE DE CONSTITUTION ET DURÉE

Constitution : le 4 octobre 1938.

Expiration : le 3 octobre 2037 sauf cas de prorogation.

6.1.4 SIÈGE SOCIAL, FORME JURIDIQUE, LÉGISLATION RÉGISSANT SES ACTIVITÉS, PAYS D'ORIGINE, ADRESSE ET NUMÉRO DE TÉLÉPHONE DU SIÈGE SOCIAL

Publicis Groupe SA est une société anonyme à Directoire et Conseil de surveillance régie par les articles L. 225-57 à L. 225-93 du Code de commerce.

Le siège social est situé au 133, avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris, France, et le numéro de téléphone du siège social est le +33 (0) 1 44 43 70 00.

6.1.5 ACTES CONSTITUTIFS ET STATUTS

Objet social (article 2 des statuts)

La Société a pour objet :

- l'exploitation et la mise en valeur, de quelque manière que ce soit, de la publicité sous toutes ses formes et quelle qu'en soit la nature ;
- l'organisation de tous spectacles et de toutes émissions radiophoniques ou télévisées, l'établissement de tous programmes radiophoniques, télévisés et autres, l'exploitation de tous théâtres cinématographiques, de studios d'enregistrement ou d'émission et de toutes salles de projection et vision, l'édition papier de toute nature et l'édition mécanique de toutes musiques, sketches, scénarii et pièces théâtrales ;
- et plus généralement, la mise en œuvre de toutes opérations commerciales, financières, industrielles, immobilières et mobilières se rattachant directement ou indirectement à ce qui précède ou susceptibles de favoriser le développement et l'extension des affaires sociales.

La Société pourra agir en tous pays pour son compte et pour le compte de tiers, soit seule, soit en participation, association ou société, avec toutes autres sociétés et personnes et réaliser sous quelque forme que ce soit, directement ou indirectement, les opérations rentrant dans son objet.

Elle peut également prendre sous toutes formes, tous intérêts et participations dans toutes affaires et entreprises françaises et étrangères quel que soit leur objet.



Directoire (articles 10 à 12 des statuts)

Le Directoire assure la direction collégiale de la Société. Il est composé de deux membres au moins et de sept membres au plus, personnes physiques, pris ou non parmi les actionnaires, nommés par le Conseil de surveillance pour une durée de quatre ans. Ses membres sont rééligibles. La fonction des membres du Directoire prend fin lors de l'Assemblée générale ordinaire annuelle qui suit son soixante-quinzième anniversaire. Le Conseil de surveillance confère à l'un des membres du Directoire le titre de Président du Directoire et peut conférer à un ou plusieurs ou à tous les autres membres du Directoire le titre de Directeur général. Les membres du Directoire peuvent être révoqués par le Conseil de surveillance ou par décision des actionnaires lors d'une Assemblée générale.

Conseil de surveillance (articles 13 à 17 des statuts)

Le Conseil de surveillance exerce le contrôle permanent de la gestion de la Société par le Directoire. Il est composé de trois membres au moins et de dix-huit membres au plus, nommés par l'Assemblée générale pour une durée de six ans. Ses membres sont rééligibles. Le nombre des membres du Conseil de surveillance ayant dépassé l'âge de soixante-quinze ans ne peut pas être supérieur au tiers, éventuellement arrondi au nombre supérieur des membres en fonction. Au cas où ce seuil viendrait à être dépassé, le membre du Conseil de surveillance le plus âgé serait démissionnaire d'office. L'éventuel dépassement de ce seuil devra être apprécié lors de la délibération du Conseil de surveillance statuant sur les comptes de l'exercice écoulé. Chaque membre du Conseil de surveillance doit être porteur de deux cents actions au moins pendant toute la durée de son mandat.

Les membres du Conseil de surveillance peuvent être révoqués sur décision de l'Assemblée générale des actionnaires uniquement.

Droits attachés à chaque catégorie d'actions (article 8 des statuts)

Chaque action donne droit, dans la propriété de l'actif social et dans le partage des bénéfices, à une part proportionnelle au nombre des actions émises. Les actionnaires ne sont tenus, même à l'égard des tiers, que jusqu'à concurrence du montant des actions qu'ils possèdent. Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, les actionnaires doivent faire leur affaire personnelle du groupement du nombre d'actions requis.

Assemblées générales (articles 19 à 24 des statuts)

L'Assemblée générale se compose de tous les actionnaires, quel que soit le nombre d'actions qu'ils possèdent. Les Assemblées générales sont convoquées dans les conditions, formes et délais fixés par la loi. Les réunions ont lieu au siège social ou dans tout autre lieu précisé, dans ladite convocation, et fixé par le convoquant (article 19 des statuts).

Représentation et admission aux assemblées (article 20 des statuts)

Tout actionnaire peut participer, personnellement ou par mandataire, aux assemblées sur justification de son identité et de la propriété de ses titres, sous la forme de l'enregistrement comptable de ses titres dans les conditions prescrites par la loi.

Droits de vote (article 21 alinéa 5 des statuts)

Chaque membre de l'Assemblée dispose d'autant de voix qu'il possède ou représente d'actions, sans limitation. Toutefois, par décision de l'Assemblée générale extraordinaire du 14 septembre 1968, un droit de vote double est attribué aux actions pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative depuis deux ans au moins au nom du même actionnaire ou n'ayant fait l'objet, pendant cette période, que de transfert du nominatif au nominatif, par suite de succession *ab intestat* ou testamentaire, de partage de communauté entre époux, de donation entre vifs au profit d'un conjoint ou d'un parent au degré successible. L'Assemblée générale extraordinaire dispose de la faculté de supprimer purement et simplement le droit de vote double, mais cette suppression ne deviendra définitive qu'après l'approbation de l'Assemblée spéciale de propriétaires d'actions jouissant alors du droit de vote double.

En cas de démembrement conventionnel de la propriété des actions de la Société, les usufruitiers et les nu-propriétaires d'actions peuvent se répartir librement le droit de vote en Assemblées générales extraordinaires et ordinaires sous réserve de notifier préalablement leur convention à la Société en lui communiquant une copie certifiée conforme au plus tard vingt jours calendaires avant la tenue de la première Assemblée générale suivant ledit démembrement par courrier recommandé avec accusé de réception. À défaut de notification dans ce délai, la répartition prévue par l'article L. 225-110 alinéa 1 du Code de commerce s'appliquera de plein droit.

Modifications statutaires (article 23 des statuts)

L'Assemblée générale extraordinaire peut apporter aux statuts, dans toutes leurs dispositions, les modifications, quelles qu'elles soient, autorisées par la loi. Elle peut notamment, et sans que l'énumération ci-après puisse être interprétée d'une façon limitative, décider de toute modification du capital social : augmentation ou réduction du capital social, regroupement des actions ou leur division en actions ayant une valeur nominale moindre.



INFORMATIONS SUR LA SOCIÉTÉ ET LE CAPITAL

Renseignements sur la Société

6

Seuils statutaires devant être déclarés (articles 7 III et 6 alinéa 6 des statuts)

Toute personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, qui détient ou vient à détenir, de quelque manière que ce soit au sens de l'article L. 233-7 du Code de commerce, une fraction égale à 1 % du capital social ou des droits de vote, ou tout multiple de ce pourcentage, doit informer la Société du nombre total d'actions et de droits de vote qu'elle possède au moyen d'une lettre recommandée avec demande d'avis de réception adressée au siège social dans le délai de cinq jours de Bourse à compter du franchissement de l'un de ces seuils. En outre, toute personne morale venant à détenir plus de 2,5 % du capital social ou des droits de vote de la Société doit transmettre à la Société l'identité de toute personne détenant, directement ou indirectement, plus du tiers du capital social ou des droits de vote de cette personne morale. Pour le cas où le nombre ou la répartition des droits de vote serait supérieur au nombre ou à la répartition des actions, les pourcentages mentionnés ci-dessus porteront sur la détention des droits de vote. Cette obligation s'applique également chaque fois que la fraction du capital ou des droits de vote détenus devient inférieure à l'un des seuils prévus à l'alinéa ci-dessus.

En cas de non-respect des dispositions ci-dessus, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote jusqu'à expiration du délai suivant la date de régularisation de la notification, délai prévu par la réglementation en vigueur. Sauf en cas de franchissement de l'un des seuils visés à l'article L. 233-7 précité, cette sanction ne sera appliquée que sur demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 1 % au moins du capital de la Société.

Répartition du boni de liquidation (article 32 des statuts)

À l'expiration de la Société, ou en cas de dissolution anticipée, l'actif de la Société dissoute sera affecté, d'abord, au paiement du passif et des charges sociales, ainsi qu'aux coûts liés à la liquidation, puis au remboursement de la somme non amortie sur le capital. Le surplus du produit de la liquidation sera réparti aux actions par égales parts entre elles.



6.2 Actionnariat

6.2.1 ACTIONNAIRES SIGNIFICATIFS ET DROITS DE VOTE

Au 31 décembre 2012, aucun actionnaire, à la connaissance de la Société, ne détenait, directement ou indirectement, individuellement ou de concert, une participation égale ou supérieure à 5 % de son capital (une telle personne étant désignée comme un « actionnaire significatif »), à l'exception des personnes décrites ci-dessous. Les statuts prévoient que chaque actionnaire bénéficie d'un nombre de droits de vote proportionnel au nombre d'actions qu'il détient, à l'exception des actions détenues par le même actionnaire en la forme nominative depuis au moins deux ans qui comportent un droit de vote double. Aucune action de préférence et aucun titre sans droit de vote n'a été émis par la Société.

Il est rappelé qu'en date du 17 février 2012, Publicis Groupe a acquis auprès de la société Dentsu 18 000 000 actions. Sur le total des actions acquises, 10 759 813 ont été annulées, le solde, soit 7 240 187 actions, ayant été conservé en portefeuille.

RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE DE LA SOCIÉTÉ

Au 31 décembre 2012	Actions détenues	% du capital ⁽²⁾	Droits de vote	% des droits de vote ⁽³⁾
A/ Actionnaires détenant plus de 5 % du capital				
Élisabeth Badinter ⁽¹⁾	19 172 340	9,13 %	38 344 680	16,57 %
Thornburg Investment Management Inc. ⁽⁴⁾	14 955 035	7,12 %	14 955 035	6,46 %
B/ Actions autodétenues				
	10 805 084	5,15 %	-	-
C/ Public (nominatif et porteur)				
	165 076 275	78,60 %	178 154 939	76,97 %
TOTAL	210 008 734	100,00 %	231 454 654	100,00 %

(1) Mme Élisabeth Badinter détient 2,81 % d'actions en pleine propriété (représentant 5,10 % des droits de vote) et 6,32 % d'actions en usufruit, la nue-propriété étant détenue par ses enfants (représentant 11,47 % des droits de vote).

(2) Les pourcentages sont calculés sur le nombre total d'actions émises par la Société, y compris les actions autodétenues.

(3) Les pourcentages sont calculés sur le nombre total d'actions émises par la Société, abstraction faite des actions autodétenues qui sont privées du droit de vote, et tiennent compte du droit de vote double attaché à certaines actions.

(4) Le fonds institutionnel détient des actions pour le compte de fonds ou de clients sous gestion.

INFORMATIONS SUR LA SOCIÉTÉ ET LE CAPITAL

Actionnariat

6

Suite à l'acquisition, en date du 15 février 2013, par Publicis Groupe SA des 3 875 139 actions restantes détenues par Dentsu Inc, qui ont été conservées en actions propres, la nouvelle répartition du capital est la suivante :

RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE DE LA SOCIÉTÉ

Au 15 février 2013	Actions détenues	% du capital ⁽²⁾	Droits de vote	% des droits de vote ⁽³⁾
A/ Actionnaires détenant plus de 5 % du capital				
Élisabeth Badinter ⁽¹⁾	19 172 340	9,13 %	38 344 680	17,06 %
Thornburg Investment Management Inc. ⁽⁴⁾	14 955 035	7,12 %	14 955 035	6,65 %
B/ Actions autodétenues				
	14 571 960	6,94 %	-	-
C/ Public (nominatif et porteur)				
	161 309 399	76,81 %	171 475 910	76,29 %
TOTAL	210 008 734	100,00 %	224 775 625	100,00 %

(1) Mme Élisabeth Badinter détient 2,81 % d'actions en pleine propriété (représentant 5,25 % des droits de vote) et 6,32 % d'actions en usufruit, la nue-propriété étant détenue par ses enfants (représentant 11,81 % des droits de vote).

(2) Les pourcentages sont calculés sur le nombre total d'actions émises par la Société, y compris les actions autodétenues.

(3) Les pourcentages sont calculés sur le nombre total d'actions émises par la Société, abstraction faite des actions autodétenues qui sont privées du droit de vote, et tiennent compte du droit de vote double attaché à certaines actions.

(4) Le fonds institutionnel détient des actions pour le compte de fonds ou de clients sous gestion.

RAPPEL DE LA RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE DE LA SOCIÉTÉ DES DEUX ANNÉES PRÉCÉDENTES

Au 31 décembre 2011	Actions détenues	% du capital ⁽⁴⁾	Droits de vote	% des droits de vote ⁽⁵⁾
A/ Actionnaires détenant plus de 5 % du capital				
Élisabeth Badinter ⁽¹⁾	20 072 339	10,38 %	40 144 678	16,95 %
Dentsu Inc. ⁽²⁾	18 102 255	9,36 %	35 520 446	15,00 %
SEP Dentsu-Badinter ⁽³⁾	3 772 485	1,95 %	7 544 970	3,19 %
Thornburg Investment Management Inc. ⁽⁶⁾	14 876 062	7,69 %	14 876 062	6,28 %
Harris Associates L.P. ⁽⁶⁾	11 691 900	6,05 %	11 691 900	4,94 %
B/ Actions autodétenues				
	7 361 882	3,81 %	-	-
C/ Public (nominatif et porteur)				
	117 481 022	60,76 %	127 032 350	53,64 %
TOTAL	193 357 945	100,00 %	236 810 406	100,00 %

(1) Mme Élisabeth Badinter détient 3,52 % d'actions en pleine propriété (représentant 5,74 % des droits de vote) et 6,86 % d'actions en usufruit, la nue-propriété étant détenue par ses enfants (représentant 11,21 % des droits de vote).

(2) Ces chiffres n'incluent pas les actions détenues par la SEP et dont Dentsu peut être considérée comme le propriétaire effectif au titre du pacte d'actionnaires conclu entre Élisabeth Badinter et Dentsu (voir le chapitre 2.9.5 « Pacte d'actionnaires conclu entre Élisabeth Badinter et Dentsu » pour plus de détails). À ce titre, Dentsu est propriétaire effectif de 21 874 739 actions, représentant 11,31 % du capital de la Société et 18,19 % des droits de vote. Les droits de vote de Dentsu sont limités par convention à 15 %.

(3) Cette société en participation a été créée en septembre 2004 par Dentsu et Mme Badinter afin de mettre en œuvre la limitation des droits de vote de Dentsu à 15 % (voir le chapitre 2.9.5 « Pacte d'actionnaires conclu entre Élisabeth Badinter et Dentsu » pour plus de détails).

(4) Les pourcentages sont calculés sur le nombre total d'actions émises par la Société, y compris les actions autodétenues.

(5) Les pourcentages sont calculés sur le nombre total d'actions émises par la Société, abstraction faite des actions autodétenues qui sont privées du droit de vote, et tiennent compte du droit de vote double attaché à certaines actions.

(6) Les fonds institutionnels détiennent des actions pour le compte de fonds ou de clients sous gestion.



Au 31 décembre 2010	Actions détenues	% du capital ⁽⁴⁾	Droits de vote	% des droits de vote ⁽⁵⁾
A/ Actionnaires détenant plus de 5 % du capital				
Élisabeth Badinter ⁽¹⁾	20 072 339	10,47 %	40 144 678	17,20 %
Dentsu Inc. ⁽²⁾	17 625 532	9,20 %	34 909 032	14,95 %
SEP Dentsu-Badinter ⁽³⁾	3 907 176	2,04 %	7 814 352	3,35 %
B/ Actions autodétenues	9 274 171	4,84 %	-	-
C/ Public (nominatif et porteur)	140 766 023	73,45 %	150 585 031	64,50 %
TOTAL	191 645 241	100,00 %	233 453 093	100,00 %

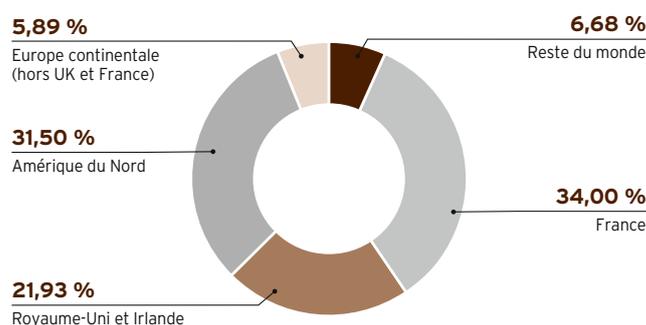
- (1) Mme Élisabeth Badinter détient 3,55 % d'actions en pleine propriété (représentant 5,82 % des droits de vote) et 6,93 % d'actions en usufruit, la nue-propriété étant détenue par ses enfants (représentant 11,37 % des droits de vote).
- (2) Ces chiffres n'incluent pas les actions détenues par la SEP et dont Dentsu peut être considérée comme le propriétaire effectif au titre du pacte d'actionnaires conclu entre Élisabeth Badinter et Dentsu (voir le chapitre 2.9.5 « Pacte d'actionnaires conclu entre Élisabeth Badinter et Dentsu » pour plus de détails). À ce titre, Dentsu est propriétaire effectif de 21 532 707 actions, représentant 11,24 % du capital de la Société et 18,30 % des droits de vote. Les droits de vote de Dentsu sont limités par convention à 15 %.
- (3) Cette société en participation a été créée en septembre 2004 par Dentsu et Mme Badinter afin de mettre en œuvre la limitation des droits de vote de Dentsu à 15 % (voir le chapitre 2.9.5 « Pacte d'actionnaires conclu entre Élisabeth Badinter et Dentsu » pour plus de détails).
- (4) Les pourcentages sont calculés sur le nombre total d'actions émises par la Société, y compris les actions autodétenues.
- (5) Les pourcentages sont calculés sur le nombre total d'actions émises par la Société, abstraction faite des actions autodétenues qui sont privées du droit de vote, et tiennent compte du droit de vote double attaché à certaines actions.

Par ailleurs, la Société a été informée, ainsi que l'Autorité des marchés financiers, conformément à l'article L. 233-7 du Code de commerce, des franchissements de seuils légaux suivants :

- Mme Élisabeth Badinter a déclaré avoir franchi à la baisse, le 3 août 2012, le seuil de 10 % du capital et détenir 9,20 % du capital et 15,93 % des droits de vote ;
- le concert composé de Mme Élisabeth Badinter et la société de droit japonais Dentsu Inc. a déclaré avoir franchi à la baisse, le 17 février 2012, les seuils du tiers et de 30 % des droits de vote, ainsi que les seuils de 25 %, 20 %, 15 %, 10 % et 5 % du capital et des droits de vote et ne plus détenir aucun titre de la Société ;
- la société Dentsu Inc a déclaré avoir franchi à la baisse, le 17 février 2012, les seuils de 10 % et 5 % du capital et des droits de vote et détenir 2,12 % du capital et 3,59 % des droits de vote ;
- la société Harris Associates L.P., agissant pour le compte de fonds et de clients sous gestion, a déclaré :
 - à titre de régularisation, avoir franchi à la baisse, le 16 avril 2012, le seuil de 5 % du capital et détenir, pour le compte desdits fonds et clients, 4,84 % du capital et 4,09 % des droits de vote,
 - avoir franchi à la hausse, le 23 mai 2012, le seuil de 5 % du capital et détenir, pour le compte desdits fonds et clients, 5,03 % du capital et 4,25 % des droits de vote,
 - avoir franchi à la baisse, le 7 juin 2012, le seuil de 5 % du capital et détenir, pour le compte desdits fonds et clients, 4,98 % du capital et 4,21 % des droits de vote.

Le nombre approximatif d'actionnaires selon le dernier recensement exhaustif disponible en date du 31 décembre 2012, qui correspond au TPI (titres au porteur identifiables) croisé avec les informations sur les actions nominatives gérées par CACEIS Corporate Trust, était d'environ 41 268 actionnaires.

RÉPARTITION DU CAPITAL PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE AU 31 DÉCEMBRE 2012 (EN % DU CAPITAL)





6.2.2 CONTRÔLE DE LA SOCIÉTÉ

Dans la mesure où, dans un souci de transparence et d'information du public, la Société prend en compte les recommandations du rapport AFEP-Medef sur le gouvernement d'entreprise des sociétés cotées, qui inspirent notamment le règlement intérieur du Conseil de surveillance dont la dernière version a été approuvée le 27 novembre 2012, la composition du Conseil de surveillance et du Directoire de la Société assure que le contrôle qui était exercé par Mme Élisabeth Badinter et Dentsu (voir chapitre 2.9.5) n'a eu aucun effet préjudiciable pour la Société.

À ce titre, il est précisé que, le 17 février 2012, les accords conclus entre Mme Badinter, Dentsu et Publicis Groupe ont pris fin dans les conditions indiquées au chapitre 2.9.5. En conséquence, au 31 décembre 2012, à sa connaissance, la Société ne fait l'objet d'aucun accord ou engagement liant un ou plusieurs actionnaires, société, gouvernement étranger ou autre personne morale ou personne physique agissant individuellement ou conjointement portant sur la détention directe ou indirecte de son capital ou sur son contrôle, et il n'existe aucun accord dont la mise en œuvre pourrait entraîner à une date ultérieure un changement de contrôle de la Société.

6.2.3 ACCORDS CONCERNANT UN ÉVENTUEL CHANGEMENT DE CONTRÔLE OU SUSCEPTIBLES D'AVOIR UNE INFLUENCE EN CAS D'OFFRE PUBLIQUE D'ACQUISITION

À la connaissance de la Société, il n'existe aucun accord pouvant entraîner un changement de contrôle.

Les informations requises par l'article L. 225-100-3 du Code de commerce figurent dans le présent document de référence comme suit : la mention de l'existence d'autorisations consenties par l'Assemblée générale de la Société au Directoire relatives à l'émission d'actions est indiquée au chapitre 6.3.1, la structure du capital est décrite au chapitre 6.2, les pactes d'actionnaires sont décrits au chapitre 2.9.5 et l'existence de droits de vote double prévus par les statuts de la Société est mentionnée au chapitre 6.1.5.

Il est en outre précisé qu'à la connaissance de la Société, il n'existe aucun accord prévoyant des indemnités, autres que celles décrites au chapitre 2.7, pour les membres du Directoire ou les salariés si leur emploi prend fin en raison d'une offre publique ni aucun accord conclu par la Société qui pourrait être modifié ou prendre fin en cas de changement de contrôle de la Société.



6.3 Renseignements sur le capital

6.3.1 CAPITAL SOUSCRIT ET CATÉGORIES D' ACTIONS

Composition du capital social

Le 17 février 2012, Publicis Groupe SA s'est porté acquéreur de 18 000 000 actions détenues par Dentsu dont elle a annulé immédiatement 10 759 813 actions. Le capital a été ainsi fixé à la somme de 73 039 252,80 euros et divisé en 182 598 132 actions de 0,40 euro de nominal, entièrement libérées, dont 33 473 961 actions à droits de vote double.

Fin juin 2012, Publicis a exercé son droit de remboursement anticipé contractuel (call émetteur) sur l'Océane 2014, émise le 24 juin 2009, entraînant la conversion de la quasi totalité des obligations encore en circulation. Ainsi, au total, au cours de l'exercice 2012, 25 848 473 actions nouvelles de 0,40 euro de nominal ont été créées au titre de la conversion des Océanes 2014, représentant une augmentation de capital globale de 10 339 389 d'euros.

Au second semestre 2012, le huitième remboursement des obligations remboursables en actions nouvelles ou existantes (Orane) a donné lieu à une augmentation de capital d'un montant de 624 851,60 euros par la création de 1 562 129 actions nouvelles de 0,40 euro de nominal.

Au 31 décembre 2012, le capital social s'élevait à 84 003 493,60 euros et était divisé en 210 008 734 actions de 0,40 euro de nominal, entièrement libérées, dont 32 251 004 actions à droits de vote double.

Capital autorisé non émis

L'Assemblée générale extraordinaire du 1^{er} juin 2010

- Dans sa vingt-quatrième résolution, a autorisé le Directoire, pour une durée de trente-huit mois, à consentir aux membres du personnel salarié ainsi qu'aux mandataires sociaux, ou à certains d'entre eux, de la Société ou des sociétés ou groupements d'intérêt économique qui lui sont liés dans les conditions visées à l'article L. 225-180 du Code de commerce, et dans la limite des textes en vigueur, des options donnant droit à la souscription d'actions nouvelles de la Société à émettre à titre d'augmentation de capital et/ou des options donnant droit à l'achat d'actions acquises par la Société dans les conditions légales. Le nombre total des options ainsi attribuées ouvertes et non levées ne peut donner droit à souscrire à un nombre d'actions supérieur à 6 % du capital social. Le prix de souscription ou d'achat des actions sera fixé par le Directoire à la date à laquelle les options seront consenties, sans possibilité de décote, dans les limites et selon les modalités prévues par la loi. Les options pourront être exercées par les bénéficiaires dans un délai de dix ans à compter de leur attribution.

Au 31 décembre 2012, le Directoire n'a pas procédé à l'attribution d'options de souscription ou d'achat d'actions.

L'Assemblée générale extraordinaire du 7 juin 2011

- Dans sa douzième résolution, a délégué au Directoire, pour une durée de vingt-six mois, sa compétence à l'effet de décider l'émission, avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires, d'actions (autres que les actions de préférence), ou valeurs mobilières donnant accès ou pouvant donner accès au capital ou donner droit à l'attribution de titres de créance. Cette délégation pourra permettre une ou plusieurs émissions de valeurs mobilières donnant accès au capital de filiales de la Société en application de l'article L. 228-93 du Code de commerce. Le montant nominal d'augmentation de capital immédiat ou à terme résultant de l'ensemble des émissions réalisées en vertu de cette délégation ne pourra être supérieur à quarante millions d'euros, et le montant nominal maximal des valeurs mobilières représentatives de créances sur la Société pouvant être émises dans le cadre de cette délégation ne pourra excéder neuf cents millions d'euros. La présente autorisation met fin, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, à la délégation donnée par l'Assemblée générale mixte du 9 juin 2009 par le vote de sa dixième résolution.

Cette délégation a pris fin, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, le 29 mai 2012, par décision de l'Assemblée générale mixte du 29 mai 2012 prise en sa treizième résolution. Le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- Dans sa seizième résolution, a délégué au Directoire sa compétence, pour une durée de vingt-six mois, à l'effet de décider d'augmenter le capital social, par incorporation au capital de réserves, bénéfiques, primes ou autres dont la capitalisation sera légalement et statutairement possible, suivie de la création et de l'attribution gratuite de titres de capital ou de l'élévation du nominal des titres de capital existants, ou de la combinaison de ces deux modalités. Le montant d'augmentation de capital résultant de l'ensemble des émissions réalisées au titre de cette délégation ne pourra excéder le montant nominal de quarante millions d'euros. Cette nouvelle autorisation met fin, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, à la délégation donnée par l'Assemblée générale mixte du 9 juin 2009 par le vote de sa treizième résolution.



INFORMATIONS SUR LA SOCIÉTÉ ET LE CAPITAL

Renseignements sur le capital

Cette délégation a pris fin, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, le 29 mai 2012, par décision de l'Assemblée générale mixte du 29 mai 2012 prise en sa dix-septième résolution. Le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- Dans sa dix-huitième résolution, a délégué, pour une durée de vingt-six mois, au Directoire, les pouvoirs nécessaires à l'effet de procéder à l'émission d'actions ou valeurs mobilières diverses donnant ou pouvant donner accès au capital de la Société dans la limite de 10 % du capital social, au moment de l'émission, en vue de rémunérer des apports en nature consentis à la Société et constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital, lorsque les dispositions de l'article L. 225-148 du Code de commerce ne sont pas applicables. Cette nouvelle autorisation met fin, avec effet immédiat, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, à la délégation donnée par l'Assemblée générale mixte du 9 juin 2009 par le vote de sa quinzième résolution.

Au 31 décembre 2012, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- Dans sa vingtième résolution, statuant dans le cadre des dispositions des articles L. 3332-1 et suivants du Code du travail et de l'article L. 225-138-1 du Code de commerce et conformément aux dispositions de l'article L. 225-129-6 de ce même Code, a autorisé le Directoire, pour une durée de vingt-six mois, à augmenter le capital social de la Société, par émission de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société, réservée aux adhérents à un plan d'épargne entreprise de la Société et des entreprises françaises ou étrangères qui lui sont liées dans les conditions de l'article L. 225-180 du Code de commerce et de l'article L. 3344-1 du Code du travail, et avec suppression du droit préférentiel de souscription. Le montant nominal maximum de l'augmentation de capital susceptible d'être réalisée en vertu de la présente résolution, cumulé avec le montant de l'augmentation de capital susceptible d'être réalisée en application de la vingt et unième résolution ci-dessous, ne pourra excéder deux millions huit cent mille euros, étant entendu que ce montant s'imputera sur le plafond global fixé à la vingt-troisième résolution, ci-dessous. Le prix de souscription sera fixé dans les conditions fixées par l'article L. 3332-19 du Code du travail, application d'une décote maximum de 20 % sur la moyenne des cours cotés aux vingt séances de Bourse précédant le jour de la décision fixant la date d'ouverture de la souscription. Toutefois, l'Assemblée générale autorise le Directoire, s'il le juge opportun, à réduire ou supprimer la décote afin de tenir compte, notamment des régimes juridiques, comptables, fiscaux et sociaux applicables localement. Le Directoire pourra également décider l'attribution, à titre gratuit, d'actions à émettre ou déjà émises ou d'autres titres donnant accès au capital de la Société à émettre ou déjà émis, le cas échéant, au titre de la décote, sous réserve que la prise en compte de leur contre-valeur pécuniaire, évaluée au prix de souscription, n'ait pour effet de dépasser les limites prévues aux articles L. 3332-19 et L. 3332-11-12-13 du Code du travail et que les caractéristiques des autres titres donnant accès au capital de la Société seront arrêtées par le Directoire dans les conditions fixées par la réglementation applicable. La présente délégation prive d'effet, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, la délégation donnée par l'Assemblée générale le 1^{er} juin 2010 dans sa vingt-cinquième résolution.

Cette délégation a pris fin, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, le 29 mai 2012, par décision de l'Assemblée générale mixte du 29 mai 2012 prise en sa vingtième résolution. Le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- Dans sa vingt et unième résolution, statuant conformément aux dispositions des articles L. 225-129 et suivants et L. 225-138 du Code de commerce, a délégué au Directoire, pour une durée de dix-huit mois, la compétence de décider d'augmenter le capital social dans la proportion et aux époques qu'il fixera, par émission d'actions ainsi que de toutes autres valeurs mobilières donnant accès, immédiatement ou à terme, au capital de la Société et avec suppression du droit préférentiel de souscription. Le droit de souscrire est réservé aux catégories de bénéficiaires répondant aux caractéristiques suivantes : (i) des salariés et mandataires sociaux des sociétés de Publicis Groupe liées à la Société dans les conditions de l'article L. 225-180 du Code de commerce et de l'article L. 3444-1 du Code du travail et ayant leur siège social hors de France ; (ii) ou/et des OPCVM ou autres entités, ayant ou non la personnalité morale, d'actionnariat salarié investis en titres de l'entreprise dont les porteurs de parts ou les actionnaires seront constitués des personnes mentionnées au (i) du présent paragraphe ; (iii) ou/et tout établissement bancaire ou filiale d'un tel établissement intervenant à la demande de la Société pour les besoins de la mise en place d'un plan d'actionnariat ou d'épargne au profit des personnes mentionnées au (i) du présent paragraphe dans la mesure où le recours à la souscription de la personne autorisée conformément à la présente résolution permettrait aux salariés de filiales localisées à l'étranger de bénéficier de formules d'actionnariat ou d'épargne salariés équivalentes en termes d'avantage économique à celles dont bénéficieraient les autres salariés de Publicis Groupe. Le montant nominal de l'augmentation de capital susceptible d'être réalisée en vertu de la présente résolution cumulé avec le montant de l'augmentation de capital susceptible d'être réalisée en application de la vingtième résolution, ci-dessus, ne pourra excéder deux millions huit cent mille euros. Étant entendu que ce montant s'imputera sur le plafond global fixé à la vingt-troisième résolution, ci-dessous. Le prix d'émission de chaque action de la Société sera fixé par le Directoire par application d'une décote maximum de 20 % sur la moyenne des cours cotés aux vingt séances de Bourse précédant le jour de la décision fixant le prix de souscription de l'augmentation de capital ou, en cas d'augmentation de capital concomitante à une augmentation de capital réservée aux adhérents d'un plan d'épargne, le prix de souscription de cette augmentation de capital (vingtième résolution). Toutefois, l'Assemblée générale autorise le Directoire, s'il le juge opportun, à réduire ou supprimer la décote afin de tenir compte, notamment des régimes juridiques, comptables, fiscaux et sociaux applicables localement. La présente délégation prive d'effet, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, la délégation donnée par l'Assemblée générale le 1^{er} juin 2010 dans sa vingt-sixième résolution.

Cette délégation a pris fin, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, le 29 mai 2012, par décision de l'Assemblée générale mixte du 29 mai 2012 prise en sa vingt et unième résolution. Le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.



- Dans sa vingt-deuxième résolution, statuant conformément aux articles L. 225-197-1 et suivants du Code de commerce, a autorisé le Directoire, pour une durée de trente-huit mois, à procéder à l'attribution gratuite d'actions ordinaires, existantes ou à émettre, de la Société au profit de bénéficiaires qu'il déterminera parmi les membres du personnel salarié et les mandataires sociaux éligibles (au sens de l'article L. 225-197-1 II alinéa 1 du Code de commerce) de la Société ou des sociétés ou groupements qui lui sont liés dans les conditions prévues à l'article L. 225-197-2 du Code de commerce, ou certaines catégories d'entre eux, et avec suppression du droit préférentiel de souscription. Le nombre total des actions de la Société pouvant être attribuées gratuitement ne pourra représenter plus de 5 % du capital social de la Société et le montant nominal s'imputera sur le plafond global fixé à la vingt-troisième résolution. La présente autorisation prive d'effet l'autorisation donnée par l'Assemblée générale mixte du 3 juin 2008 dans sa vingt-troisième résolution. La présente autorisation prive d'effet, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, l'autorisation donnée par l'Assemblée générale mixte du 3 juin 2008 dans sa vingt-troisième résolution.

Au 31 décembre 2012, le Directoire a fait usage de cette délégation de compétence par la mise en place d'un nouveau plan d'attribution d'actions gratuites, dit « LTIP 2012 ». Il a ainsi attribué 681 550 actions Publicis Groupe SA ayant une valeur nominale de 0,40 euro. En outre, il est rappelé qu'au 31 décembre 2011, le Directoire a fait usage de cette délégation de compétence par la mise en place d'un nouveau programme d'attribution d'actions gratuites international. En décembre 2011, il a attribué 533 700 actions Publicis Groupe SA ayant une valeur nominale de 0,40 euro. Il en a également fait usage depuis la clôture de l'exercice 2012. En effet, en février 2013, le Directoire a attribué 316 900 actions gratuites auprès des 26 pays internationaux concernés.

En outre, l'Assemblée générale extraordinaire a fixé, dans sa vingt-troisième résolution, le plafond global d'augmentation de capital immédiat ou à terme qui pourrait résulter de l'ensemble des émissions d'actions ou valeurs mobilières diverses réalisées en vertu des délégations données au Directoire par les douzième à vingt-deuxième résolutions ci-dessus à un montant nominal global de quarante millions d'euros, compte tenu des conséquences sur le montant du capital des ajustements susceptibles d'être opérés, conformément aux dispositions législatives et réglementaires, en conséquence de l'émission des actions ou valeurs mobilières donnant accès à terme au capital.

L'Assemblée générale extraordinaire du 29 mai 2012

Dans sa treizième résolution, a délégué au Directoire, pour une durée de vingt-six mois, sa compétence à l'effet de décider l'émission, avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires, d'actions (autres que les actions de préférence), ou valeurs mobilières donnant accès ou pouvant donner accès au capital ou donnant droit à l'attribution de titres de créance. Cette délégation pourra permettre une ou plusieurs émissions de valeurs mobilières donnant accès au capital de filiales de la Société en application de l'article L. 228-93 du Code de commerce. Le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme en vertu de la présente délégation est fixé à trente-cinq millions d'euros. Le montant nominal maximal global des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées en vertu des délégations données au Directoire par les treizième à vingt et unième résolutions de la présente Assemblée ainsi que par les dix-huitième et vingt-deuxième résolutions adoptées par l'Assemblée générale mixte du 7 juin 2011, est fixé à trente-cinq millions d'euros. Le montant nominal maximal des valeurs mobilières représentatives de créances sur la Société pouvant être émises dans le cadre de cette délégation ne pourra excéder un milliard deux cents millions d'euros, étant entendu que ce montant est commun à l'ensemble des titres de créances dont l'émission est déléguée au Directoire, conformément aux présentes. La présente autorisation met fin, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, à la délégation donnée par l'Assemblée générale mixte du 7 juin 2011 par le vote de sa douzième résolution.

Au 31 décembre 2012, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- Dans sa quatorzième résolution, a délégué au Directoire, sa compétence pour une durée de vingt-six mois, à l'effet de décider l'émission par offre au public, et suppression du droit préférentiel de souscription, d'actions (autres que des actions de préférence), ou valeurs mobilières donnant accès ou pouvant donner accès au capital ou donnant droit à l'attribution de titres de créance. Cette délégation pourra permettre une ou plusieurs émissions de valeurs mobilières donnant accès au capital de filiales de la Société en application de l'article L. 228-93 du Code de commerce. En outre, elle pourra permettre l'émission d'actions ordinaires de la Société en conséquence de l'émission par des filiales de la Société de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société. Le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme en vertu de cette délégation ne pourra être supérieur à quatorze millions d'euros, étant précisé que ce montant s'imputera sur le montant du plafond global prévu à la treizième résolution ci-dessus. Le montant nominal maximal des valeurs mobilières représentatives de créances sur la Société ne pourra excéder un milliard deux cents millions d'euros, étant entendu que ce montant est commun à l'ensemble des titres de créances dont l'émission est déléguée au Directoire, conformément aux présentes.

Au 31 décembre 2012, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- Dans sa quinzième résolution, a délégué au Directoire, sa compétence pour une durée de vingt-six mois, à l'effet de décider l'émission par une offre visée au II de l'article L. 411-2 du Code monétaire et financier, et suppression du droit préférentiel de souscription, d'actions (autres que des actions de préférence), ou valeurs mobilières donnant accès ou pouvant donner accès au capital ou donnant droit à l'attribution de titres de créance. Cette délégation pourra permettre une ou plusieurs émissions de valeurs mobilières donnant accès au capital de filiales de la Société en application de l'article L. 228-93 du Code du commerce. En outre, elle pourra permettre l'émission d'actions ordinaires de la Société en conséquence de l'émission par des filiales de la Société de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société. Le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme en vertu de cette délégation ne



INFORMATIONS SUR LA SOCIÉTÉ ET LE CAPITAL

Renseignements sur le capital

pourra être supérieur à quatorze millions d'euros. Ce montant s'imputera sur le plafond nominal des augmentations de capital sans droit préférentiel de souscription autorisées par la présente Assemblée à la quatorzième résolution ci-dessus et sur le montant du plafond global prévu à la treizième résolution ci-dessus. Le montant nominal maximal des valeurs mobilières représentatives de créances sur la Société ne pourra excéder un milliard deux cents millions d'euros, étant entendu que ce montant est commun à l'ensemble des titres de créances dont l'émission est déléguée au Directoire, conformément aux présentes. Toutefois, l'émission des titres de capital à émettre pourra être réalisée par une offre visée au II de l'article L. 411-2 du Code monétaire et financier dans la limite de 20 % du capital de la Société par an.

Au 31 décembre 2012, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- Dans sa dix-septième résolution, a délégué au Directoire, pour une durée de vingt-six mois, sa compétence à l'effet de décider d'augmenter le capital social, par incorporation au capital de réserves, bénéfices, primes ou autres dont la capitalisation sera légalement et statutairement possible, suivie de la création et de l'attribution gratuite de titres de capital ou de l'élévation du nominal des titres de capital existants, ou de la combinaison de ces deux modalités. Le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées au titre de cette délégation ne pourra excéder le montant nominal de trente-cinq millions d'euros. La présente autorisation met fin, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, à la délégation donnée par l'Assemblée générale mixte du 7 juin 2011 par le vote de sa seizième résolution.

Au 31 décembre 2012, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- Dans sa dix-huitième résolution, a délégué au Directoire, pour une durée de vingt-six mois, sa compétence à l'effet de décider l'émission d'actions ou de valeurs mobilières diverses, y compris de bons de souscription émis de manière autonome, donnant accès ou pouvant donner accès au capital de la Société en rémunération des titres apportés à toute offre publique comportant une composante d'échange initiée par la Société sur les titres d'une autre société dont les actions sont admises aux négociations sur l'un des marchés réglementés visés par l'article L. 225-148 du Code de commerce ou à toute autre opération ayant le même effet qu'une offre publique d'échange initiée par la Société sur les titres d'une autre société dont les titres sont admis aux négociations sur un autre marché réglementé relevant d'un droit étranger, et a décidé, en tant que de besoin, de supprimer, au profit des porteurs de ces titres le droit préférentiel de souscription des actionnaires à ces actions ou valeurs mobilières. Le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme en vertu de cette délégation ne pourra être supérieur à quatorze millions d'euros. Ce montant s'imputera sur le plafond nominal des augmentations de capital sans droit préférentiel de souscription autorisées par la présente Assemblée à la quatorzième résolution ci-dessus et sur le montant du plafond global prévu à la treizième résolution ci-dessus.

Au 31 décembre 2012, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- Dans sa dix-neuvième résolution, a autorisé le Directoire, pour une durée de vingt-six mois à augmenter le nombre d'actions ou valeurs mobilières à émettre en cas d'augmentation du capital social de la Société avec ou sans droit préférentiel de souscription des actionnaires, dans un délai de 30 jours de la clôture de la souscription de l'émission initiale, dans la limite de 15 % de l'émission initiale et au même prix que celui retenu pour l'émission initiale. Le montant nominal des augmentations de capital décidées en vertu de cette délégation s'imputera sur le montant du plafond stipulé dans la résolution sur la base de laquelle est réalisée l'augmentation de capital initiale et sur le montant du plafond global prévu à la treizième résolution de la présente Assemblée (quatorze millions d'euros).



Au 31 décembre 2012, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- Dans sa vingtième résolution, statuant dans le cadre des dispositions des articles L. 3332-1 et suivants du Code du travail et de l'article L. 225-138-1 du Code de commerce et conformément aux dispositions de l'article L. 225-129-2 et L. 225-129-6 de ce même Code, a autorisé le Directoire, pour une durée de vingt-six mois, à augmenter le capital social de la Société, par émission de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société, réservée aux adhérents à un plan d'épargne entreprise de la Société et des entreprises françaises ou étrangères qui lui sont liées dans les conditions de l'article L. 225-180 du Code de commerce et de l'article L. 3344-1 du Code du travail, et avec suppression du droit préférentiel de souscription. Le montant nominal maximum de l'augmentation de capital susceptible d'être réalisée en vertu de la présente résolution, cumulé avec le montant de l'augmentation de capital susceptible d'être réalisée en application de la vingt et unième résolution ci-dessous, ne pourra excéder deux millions huit cent mille euros. Ce montant s'imputera sur le plafond global fixé à la treizième résolution, ci-dessus. Le prix de souscription sera fixé dans les conditions fixées par l'article L. 3332-19 du Code du travail, application d'une décote maximum de 20 % sur la moyenne des cours cotés aux vingt séances de Bourse précédant le jour de la décision fixant la date d'ouverture de la souscription. Toutefois, l'Assemblée générale autorise le Directoire, s'il le juge opportun, à réduire ou supprimer la décote afin de tenir compte, notamment des régimes juridiques, comptables, fiscaux et sociaux applicables localement. Le Directoire pourra également décider l'attribution, à titre gratuit, d'actions à émettre ou déjà émises ou d'autres titres donnant accès au capital de la Société à émettre ou déjà émis, le cas échéant, au titre de la décote, sous réserve que la prise en compte de leur contre-valeur pécuniaire, évaluée au prix de souscription, n'ait pour effet de dépasser les limites prévues aux articles L. 3332-19 et L. 3332-11-12-13 du Code du travail et que les caractéristiques des autres titres donnant accès au capital de la Société seront arrêtées par le Directoire dans les conditions fixées par la réglementation applicable. La présente délégation prive d'effet, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, la délégation donnée par l'Assemblée générale le 7 juin 2011 dans sa vingtième résolution.

Au 31 décembre 2012, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- Dans sa vingt et unième résolution, statuant conformément aux dispositions des articles L. 225-129 et suivants et L. 225-138 du Code de commerce, a délégué au Directoire, pour une durée de dix-huit mois, la compétence de décider d'augmenter le capital social dans la proportion et aux époques qu'il fixera, par émission d'actions ainsi que de toutes autres valeurs mobilières donnant accès, immédiatement ou à terme, au capital de la Société et avec suppression du droit préférentiel de souscription. Le droit de souscrire est réservé aux catégories de bénéficiaires répondant aux caractéristiques suivantes : (i) des salariés et mandataires sociaux des sociétés de Publicis Groupe liées à la Société dans les conditions de l'article L. 225-180 du Code de commerce et de l'article L. 3444-1 du Code du travail et ayant leur siège social hors de France ; (ii) ou/et des OPCVM ou autres entités, ayant ou non la personnalité morale, d'actionnariat salarié investis en titres de l'entreprise dont les porteurs de parts ou les actionnaires seront constitués des personnes mentionnées au (i) du présent paragraphe ; (iii) ou/et tout établissement bancaire ou filiale d'un tel établissement intervenant à la demande de la Société pour les besoins de la mise en place d'un plan d'actionnariat ou d'épargne au profit des personnes mentionnées au (i) du présent paragraphe dans la mesure où le recours à la souscription de la personne autorisée conformément à la présente résolution permettrait aux salariés de filiales localisées à l'étranger de bénéficier de formules d'actionnariat ou d'épargne salariés équivalentes en termes d'avantage économique à celles dont bénéficieraient les autres salariés de Publicis Groupe. Le montant nominal de l'augmentation de capital susceptible d'être réalisée en vertu de la présente résolution cumulé avec le montant de l'augmentation de capital susceptible d'être réalisée en application de la vingtième résolution ci-dessus, ne pourra excéder deux millions huit cent mille euros. Ce montant s'imputera sur le plafond global fixé à la treizième résolution ci-dessus. Le prix d'émission de chaque action de la Société sera fixé par le Directoire par application d'une décote maximum de 20 % sur la moyenne des cours cotés aux vingt séances de Bourse précédant le jour de la décision fixant le prix de souscription de l'augmentation de capital ou, en cas d'augmentation de capital concomitante à une augmentation de capital réservée aux adhérents d'un plan d'épargne, le prix de souscription de cette augmentation de capital (vingtième résolution). Toutefois, l'Assemblée générale autorise le Directoire, s'il le juge opportun, à réduire ou supprimer la décote afin de tenir compte, notamment des régimes juridiques, comptables, fiscaux et sociaux applicables localement. La présente délégation prive d'effet, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, la délégation donnée par l'Assemblée générale le 7 juin 2011 dans sa vingt et unième résolution.

Au 31 décembre 2012, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- Il est précisé qu'aux plafonds fixés par les résolutions ci-dessus s'ajouteront, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement en supplément, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital conformément aux dispositions législatives et réglementaires, et le cas échéant, aux stipulations contractuelles prévoyant d'autres cas d'ajustement.



INFORMATIONS SUR LA SOCIÉTÉ ET LE CAPITAL

Renseignements sur le capital

TABLEAU DES DÉLÉGATIONS DE COMPÉTENCE ET AUTORISATIONS DONNÉES AU DIRECTOIRE :

Nature de la délégation ou autorisation	Date de l'Assemblée	Durée de la délégation	Montant autorisé	Usage qui en a été fait au cours de l'exercice 2012
Délégation à l'effet de consentir des options de souscription et/ou d'achat d'actions en faveur des membres du personnel et/ou des mandataires sociaux	1 ^{er} juin 2010 (24 ^e résolution)	38 mois Échéance : 01/08/2013	Dans la limite de 6 % du capital	Néant
Délégation à l'effet d'intervenir sur les actions de la Société	7 juin 2011 (10 ^e résolution)	18 mois Mis fin par l'AG du 29/05/2012 (12 ^e résolution)	Dans la limite de 10 % du capital Enveloppe globale maximale : 800 000 000 € Prix unitaire maximum d'achat : 50 €	17 février 2012 : Rachat de 18 millions d'actions détenues par Dentsu au prix de 35,80 €/action. Montant total du rachat 644 400 000 €. Annulation de 10 759 813 actions. Tout autre usage au cours de l'exercice 2012 est répertorié dans la délégation similaire donnée par l'AG du 29/05/2012 (12 ^e résolution) exposée ci-après
Autorisation à l'effet de réduire le capital par annulation d'actions propres	7 juin 2011 (11 ^e résolution)	26 mois Échéance : 07/08/2013	Dans la limite de 10 % du capital par périodes de 24 mois	17 février 2012 : Annulation de 10 759 813 actions sur les 18 millions acquises ci-dessus.
Délégation à l'effet d'augmenter le capital par l'émission, avec maintien du droit préférentiel, d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital	7 juin 2011 (12 ^e résolution)	26 mois Mis fin par l'AG du 29/05/2012 (13 ^e résolution)	Montant nominal maximum : 40 000 000 € ⁽¹⁾ Montant nominal maximal des valeurs mobilières représentatives de créances : 900 000 000 €	Néant
Délégation à l'effet d'augmenter le capital par incorporation de réserves, bénéfices, primes ou autres	7 juin 2011 (16 ^e résolution)	26 mois Mis fin par l'AG du 29/05/2012 (17 ^e résolution)	Montant nominal maximal : 40 000 000 € ⁽¹⁾	Néant
Délégation à l'effet d'émettre des valeurs mobilières en vue de rémunérer des apports en nature consentis à la Société	7 juin 2011 (18 ^e résolution)	26 mois Échéance : 07/08/2013	Dans la limite de 10 % du capital ⁽²⁾	Néant
Délégation à l'effet d'augmenter le capital en faveur des salariés du Groupe	7 juin 2011 (20 ^e résolution)	26 mois Mis fin par l'AG du 29/05/2012 (20 ^e résolution)	Montant nominal maximum : 2 800 000 € ⁽³⁾	Néant
Délégation à l'effet d'augmenter le capital en faveur de certaines catégories de bénéficiaires localisés à l'étranger permettant la mise en place d'un plan d'actionnariat ou d'épargne à leur profit	7 juin 2011 (21 ^e résolution)	18 mois Mis fin par l'AG du 29/05/2012 (21 ^e résolution)	Montant nominal maximum : 2 800 000 € ⁽⁴⁾	Néant
Délégation à l'effet de procéder à l'attribution gratuite d'actions aux salariés et mandataires sociaux de la Société et des sociétés du Groupe	7 juin 2011 (22 ^e résolution)	38 mois Échéance : 07/08/2014	Dans la limite de 5 % du capital ⁽²⁾	LTIP 2012 : Attribution de 681 550 actions gratuites
Délégation à l'effet d'intervenir sur les actions de la Société	29 mai 2012 (12 ^e résolution)	18 mois Échéance : 29/11/2013	Dans la limite de 10 % du capital Enveloppe globale maximale : 900 000 000 € Prix unitaire maximum d'achat : 50 €	Contrat de liquidité : Acquisition de 289 396 actions (cours moyen d'achat 41,05 €) et cession de 379 396 actions (cours moyen de vente 41,02 €). Cession de 2 879 177 actions aux bénéficiaires de stock- options

(1) Ce montant s'impute sur le plafond global des augmentations de capital de 40 000 000 €, fixé par la vingt-troisième résolution de l'AGE du 7 juin 2011.

(2) Ce montant s'impute sur le plafond global des augmentations de capital de 35 000 000 €, fixé par la treizième résolution de l'AGE du 29 mai 2012.

(3) Ce montant s'impute sur le montant de l'augmentation de capital susceptible d'être réalisée en application de la résolution ci-dessous.

(4) Ce montant s'impute sur le montant de l'augmentation de capital susceptible d'être réalisée en application de la résolution ci-dessous.



Nature de la délégation ou autorisation	Date de l'Assemblée	Durée de la délégation	Montant autorisé	Usage qui en a été fait au cours de l'exercice 2012
Délégation à l'effet d'augmenter le capital par l'émission, avec maintien du droit préférentiel, d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital	29 mai 2012 (13 ^e résolution)	26 mois Échéance : 29/07/2014	Montant nominal maximum : 35 000 000 € ⁽¹⁾ Montant nominal maximal des valeurs mobilières représentatives de créances : 1 200 000 000 € ⁽⁴⁾	Néant
Délégation à l'effet d'augmenter le capital par l'émission, d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital avec suppression du droit préférentiel, par offre au public	29 mai 2012 (14 ^e résolution)	26 mois Échéance : 29/07/2014	Dans la limite de 20 % du capital Montant nominal maximum : 14 000 000 € ⁽¹⁾⁽⁵⁾ Montant nominal maximal des valeurs mobilières représentatives de créances : 1 200 000 000 € ⁽⁴⁾	Néant
Délégation à l'effet d'augmenter le capital par l'émission, d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital avec suppression du droit préférentiel, par une offre visée au II de l'article L. 411-2 du Code monétaire et financier	29 mai 2012 (15 ^e résolution)	26 mois Échéance : 29/07/2014	Dans la limite de 20 % du capital Montant nominal maximum : 14 000 000 € ⁽¹⁾⁽⁵⁾ Montant nominal maximal des valeurs mobilières représentatives de créances : 1 200 000 000 € ⁽⁴⁾	Néant
Délégation à l'effet d'augmenter le capital par incorporation de réserves, bénéfices, primes ou autres	29 mai 2012 (17 ^e résolution)	26 mois Échéance : 29/07/2014	Montant nominal maximal : 35 000 000 € ⁽¹⁾	Néant
Délégation à l'effet d'émettre des valeurs mobilières en cas d'offre publique initiée par la Société	29 mai 2012 (18 ^e résolution)	26 mois Échéance : 29/07/2014	Montant nominal maximal : 14 000 000 € ⁽¹⁾⁽⁵⁾	Néant
Délégation à l'effet d'augmenter le nombre de titres à émettre en cas d'augmentation de capital avec ou sans droit préférentiel	29 mai 2012 (19 ^e résolution)	26 mois Échéance : 29/07/2014	Dans la limite de 15 % de l'émission initiale et au même prix que celle-ci. Sous réserve de respect du plafond prévu dans la résolution en application de laquelle l'émission est décidée. Montant nominal maximum : 14 000 000 € ⁽¹⁾⁽⁵⁾	Néant
Délégation à l'effet d'augmenter le capital en faveur des salariés du Groupe	29 mai 2012 (20 ^e résolution)	26 mois Échéance : 29/07/2014	Montant nominal maximum : 2 800 000 € ⁽¹⁾⁽²⁾	Néant
Délégation à l'effet d'augmenter le capital en faveur de certaines catégories de bénéficiaires localisés à l'étranger permettant la mise en place d'un plan d'actionnariat ou d'épargne à leur profit	29 mai 2012 (21 ^e résolution)	18 mois Échéance : 29/11/2013	Montant nominal maximum : 2 800 000 € ⁽¹⁾⁽³⁾	Néant

(1) Ce montant s'impute sur le plafond global des augmentations de capital de 35 000 000 €, fixé par la treizième résolution de l'AGE du 29 mai 2012.

(2) Ce montant s'impute sur le montant de l'augmentation de capital susceptible d'être réalisée en application de la résolution ci-dessous.

(3) Ce montant s'impute sur le montant de l'augmentation de capital susceptible d'être réalisée en application de la résolution ci-dessous.

(4) Ce montant est commun à l'ensemble des titres de créances dont l'émission est déléguée au Directoire par l'AGE du 29 mai 2012.

(5) Ce montant s'impute sur le plafond nominal des augmentations de capital sans droit préférentiel de souscription de 14 000 000 € fixé par la quatorzième résolution de l'AGE du 29 mai 2012.

6.3.2 EXISTENCE D' ACTIONS NON REPRÉSENTATIVES DU CAPITAL, NOMBRE ET PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES

Il n'existe aucune action non représentative du capital de la Société.

6.3.3 NOMBRE, VALEUR COMPTABLE ET VALEUR NOMINALE DES ACTIONS DÉTENUES PAR L'ÉMETTEUR LUI-MÊME OU EN SON NOM, OU PAR SES FILIALES

Actions propres

L'Assemblée générale ordinaire et extraordinaire du 29 mai 2012, a, dans sa douzième résolution, autorisé le Directoire à procéder ou faire procéder à des achats en vue des objectifs suivants :

- (1) l'attribution ou la cession d'actions aux salariés et/ou mandataires sociaux de la Société et/ou de son Groupe dans les conditions et selon les modalités prévues par la réglementation applicable ;
- (2) la remise d'actions pour honorer des obligations liées à des titres ou des valeurs mobilières donnant accès au capital ;
- (3) la conservation et la remise ultérieure d'actions (à titre d'échange, de paiement ou autre) dans le cadre d'opérations de croissance externe dans la limite de 5 % du capital ;
- (4) l'animation du marché secondaire ou la liquidité de l'action Publicis par l'intermédiaire d'un prestataire de services d'investissement intervenant au nom et pour le compte de la Société en toute indépendance et sans être influencé par la Société, dans le cadre d'un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie reconnue par l'Autorité des marchés financiers ou toute autre disposition applicable ;
- (5) l'annulation des actions ainsi acquises ;
- (6) la mise en œuvre de toute pratique de marché admise ou qui viendrait à être admise par les autorités de marché.

Ce programme de rachat serait également destiné à permettre à la Société d'opérer dans tout autre but autorisé ou qui viendrait à être autorisé par la loi ou la réglementation en vigueur. Dans une telle hypothèse, la Société informerait ses actionnaires par voie de communiqué.

La Société pourra acquérir des actions, céder les actions rachetées ou les transférer à tout moment et par tous moyens dans le respect de la réglementation en vigueur, et notamment par acquisition ou cession en Bourse ou de gré à gré, y compris par acquisition ou cession de blocs (sans limiter la part du programme qui pourrait être réalisée par ce moyen) par offre publique d'achat, de vente ou d'échange, par utilisation de mécanismes optionnels, par utilisation d'instruments dérivés négociés sur un marché réglementé ou de gré à gré, de ventes à réméré, dans tous les cas soit directement soit indirectement par l'intermédiaire d'un prestataire de services d'investissement ; la Société pourra également conserver les actions rachetées et/ou les annuler sous réserve d'une autorisation donnée par l'Assemblée générale statuant dans sa forme extraordinaire, dans le respect de la réglementation applicable.

Le nombre maximal d'actions pouvant être achetées ne peut excéder 10 % du nombre des actions composant le capital social à quelque moment que ce soit, ce pourcentage s'appliquant à un capital ajusté en fonction des opérations l'affectant postérieurement à la présente Assemblée et que l'enveloppe globale maximale de cette autorisation est fixée à 900 millions d'euros.

Le prix unitaire maximum d'achat a été fixé à 50 euros, étant précisé que ce prix n'est pas applicable au rachat d'actions utilisées pour satisfaire à l'attribution gratuite d'actions aux salariés ou des levées d'options.

Cette autorisation d'une durée de dix-huit mois a mis fin, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, et a remplacé celle précédemment accordée par la dixième résolution de l'Assemblée générale du 7 juin 2011.

Le descriptif du programme de rachat d'actions a fait l'objet d'une mise en ligne sur le site de Publicis Groupe SA.



TABLEAU RÉCAPITULATIF DES ACHATS AU TITRE DES DIFFÉRENTS PROGRAMMES DE RACHAT DEPUIS 2008

	Quantité	Prix moyen d'achat (en euros)
Période du 01/01/2008 au 31/12/2008	10 306 003	23,80
Période du 01/01/2009 au 31/12/2009	2 717 068	22,96
Période du 01/01/2010 au 31/12/2010	12 710 327	29,86
Période du 01/01/2011 au 31/12/2011	2 339 802	36,64
Période du 01/01/2012 au 31/12/2012	18 389 396	35,91

Le 17 février 2012, la Société a procédé, dans le cadre de l'autorisation donnée par l'Assemblée générale des actionnaires du 7 juin 2011 au rachat d'un bloc de 18 millions d'actions détenues par Dentsu (en direct et par l'intermédiaire de la SEP Dentsu Badinter). Cette opération, a été effectuée au prix de 35,80 euros par action, soit un montant total de rachat de 644 400 000 euros. Sur les 18 millions d'actions acquises, la Société a annulé 10 759 813 actions, nombre qui correspondait au maximum de ce qui pouvait être annulé compte tenu de l'opération d'annulation déjà réalisée le 10 mai 2010 (7 500 000 actions également rachetées auprès de Dentsu au travers de la SEP). En conséquence, la Société se trouve avoir annulé 10 % du nombre d'actions composant le capital au cours des 24 derniers mois. Les actions ainsi acquises ont été allouées au double objectif de couverture des plans d'attribution d'actions de présence et de performance ou de stock-option ainsi que des programmes d'acquisition.

Par ailleurs, au titre du contrat de liquidité conclu avec la Société Générale, puis avec la société CA Cheuvreux, la Société a procédé au cours de l'exercice 2012 à l'acquisition de 389 396 actions au cours moyen d'achat de 41,05 euros et a cédé 379 396 actions au cours moyen de vente de 41,02 euros.

La Société a cédé en 2012 au total 2 879 177 actions autodétenues aux bénéficiaires de stock-options qui ont levé leurs options d'achat d'actions pendant l'exercice et a livré, au titre des plans d'actions gratuites, 875 652 actions.

Le montant des frais de négociation et des honoraires supportés par la Société au cours de l'exercice 2012 pour les opérations réalisées dans le cadre du programme de rachat d'actions, autorisé par l'Assemblée générale du 7 juin 2011 dans sa dixième résolution puis par l'Assemblée générale du 29 mai 2012 dans sa douzième résolution, s'élève à 78 333 euros.

Au 31 décembre 2012, dans le cadre des différentes autorisations de rachat, Publicis Groupe SA détenait 10 805 084 (5,15 %) de son propre capital, pour un prix de revient global de 360 643 422 euros et un prix moyen unitaire de 33,38 euros.

Le 15 février 2013, dans le cadre du programme en cours, Publicis Groupe a acquis le solde des actions encore détenues par Dentsu, soit 3 875 139 actions, pour un prix total de 181 millions d'euros, ces actions étant destinées à être allouées aux plans d'attribution d'actions de présence et de performance ou de stock-option. À l'issue de cette opération, le nombre d'actions autodétenues s'élevait à 14 571 960, ce qui représentait 6,94 % du capital à cette date.

INFORMATIONS SUR LA SOCIÉTÉ ET LE CAPITAL

Renseignements sur le capital

6

6.3.4 MONTANT DES VALEURS MOBILIÈRES CONVERTIBLES, ÉCHANGEABLES OU ASSORTIES DE BONS DE SOUSCRIPTION, AVEC MENTION DES CONDITIONS ET MODALITÉS DE CONVERSION, D'ÉCHANGE OU DE SOUSCRIPTION

La répartition du capital au 31 décembre 2012, tenant compte de la dilution maximale résultant de l'ensemble des instruments financiers émis par la Société, est la suivante :

Au 31 décembre 2012	Actions détenues	%	Droits de vote	%
Élisabeth Badinter (nominatif)	19 172 340	8,20 %	38 344 680	15,02 %
Thornburg Investment Management Inc.	14 955 035	6,39 %	14 955 035	5,86 %
Actions autodétenues	10 805 084	4,62 %	0	0,00 %
Public (nominatif et porteur)	165 076 275	70,59 %	178 154 939	69,78 %
Oranes ⁽¹⁾	15 621 290	6,68 %	15 621 290	6,12 %
Bons de souscription d'actions ⁽²⁾	5 602 699	2,40 %	5 602 699	2,19 %
Océanes 2018 ⁽²⁾	2 624 538	1,12 %	2 624 538	1,03 %
TOTAL	233 857 261	100,00 %	255 303 181	100,00 %

(1) Le Groupe a émis 1 562 500 Oranes remboursables par la remise de 18 actions nouvelles ou existantes de la Société.
Au 31 décembre 2012, il reste à rembourser 10 actions par Orane.

(2) Instruments dans la monnaie à la date d'arrêté des comptes 2012 (au 8 février 2013).
(cours au 8 février 2013 = 48,775)

Suite à l'acquisition, en date du 15 février 2013, par Publicis Groupe SA des 3 875 139 actions restantes détenues par Dentsu Inc, qui ont été conservées en actions propres, la nouvelle répartition du capital est la suivante :

Au 15 février 2013	Actions détenues	%	Droits de vote	%
Élisabeth Badinter (nominatif)	19 172 340	8,20 %	38 344 680	15,42 %
Thornburg Investment Management Inc.	14 955 035	6,39 %	14 955 035	6,02 %
Actions autodétenues	14 571 960	6,23 %	0	0,00 %
Public (nominatif et porteur)	161 309 399	68,98 %	171 475 910	68,97 %
Oranes	15 621 290	6,68 %	15 621 290	6,28 %
Bons de souscription d'actions	5 602 699	2,40 %	5 602 699	2,25 %
Océanes 2018	2 624 538	1,12 %	2 624 538	1,06 %
TOTAL	233 857 261	100,00 %	248 624 152	100,00 %

Aucune opération de nature à modifier significativement les informations de ce tableau n'a été effectuée depuis le 15 février 2013.

Un actionnaire détenant 1 % du capital social de Publicis Groupe SA au 15 février 2013 détiendrait, comme au 31 décembre 2012, 0,90 % du capital social de Publicis Groupe SA à cette date, en cas d'exercice ou de conversion des droits attachés aux valeurs mobilières donnant accès au capital (Océanes, Oranes, bons de souscription d'actions) en prenant pour hypothèses que ces droits seraient satisfaits intégralement par l'émission d'actions nouvelles. Le pourcentage de 0,90 % reste inchangé après l'opération du 15 février 2013.

Les modalités de conversion, d'échange ou de souscription des valeurs mobilières convertibles, échangeables ou assorties de bons de souscription figurent à la note 24 des comptes consolidés dans le chapitre 4.6 du présent document.



6.3.5 NANTISSEMENTS, GARANTIES ET SÛRETÉS

Il n'existe pas d'autocontrôle indirect. Au 31 décembre 2012, 3 718 000 actions inscrites au nominatif pur et 40 inscrites au nominatif administré faisaient l'objet d'un nantissement, soit un total de 3 718 040 actions nanties.

NANTISSEMENT PRINCIPAL

Nom de l'actionnaire inscrit au nominatif pur	Bénéficiaire - Créancier gagiste	Date de départ du nantissement	Date d'échéance du nantissement	Condition de levée du nantissement	Nombre d'actions nanties de l'émetteur	% de capital nant de l'émetteur au 31 décembre 2012
Consorts Badinter	LCF Edmond de Rothschild	09/09/2003	Non indiquée	Accord du créancier gagiste	3 681 000	1,75 %

Aucun actif significatif détenu par les sociétés du Groupe ne fait l'objet d'un nantissement.

6.3.6 PARTICIPATION DES SALARIÉS AU CAPITAL

La participation des salariés au capital social au travers de plans d'épargne d'entreprise et selon la définition de l'article L. 225-102 du Code de commerce au 31 décembre 2012 n'est pas significative.

Il convient d'observer que le FCPE Publicis Groupe détenait, au 31 décembre 2012, 478 429 actions Publicis Groupe. En conséquence, les collaborateurs de Publicis Groupe détenaient à travers le FCPE, à la même date, 0,23 % du capital.

Aucune option de souscription ou d'achat d'actions Publicis Groupe n'a été attribuée durant l'exercice 2012. Il reste à lever, au 31 décembre 2012, par l'ensemble des bénéficiaires, 2 658 680 options d'achat d'actions, toutes exerçables immédiatement.

Le Groupe a reconduit son programme de plan d'incentive à long terme avec le « LTIP 2012 ». Ce plan a attribué, en avril 2012, 681 550 actions gratuites, à un certain nombre de dirigeants du Groupe sous une double condition. Tout d'abord, les actions sont soumises à une condition de présence, pendant la période d'acquisition des droits de quatre ans (sauf pour les Français qui bénéficient d'une période d'acquisition de trois ans, mais ont une obligation supplémentaire de conservation des titres pendant deux ans). De plus, les actions sont soumises à des critères de performance, de telle sorte que le nombre total d'actions livrées dépendra du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité fixé pour l'année 2012.

Le plan d'attribution d'actions gratuites « LTIP 2010-2012 », mis en place en septembre 2010 au bénéfice des seuls membres du Directoire, prévoit sous condition de performance (objectifs de croissance et de rentabilité) une attribution de 252 000 actions au total à l'issue d'une période de trois ans (2010, 2011, 2012). Aucune nouvelle attribution d'action gratuite aux membres du Directoire n'a été effectuée au cours de l'exercice 2012.

Enfin, après sa réalisation en France en 2009, aux Etats-Unis en 2010 et son extension à 16 pays en 2011, Publicis Groupe a finalisé le plan « 50 actions gratuites » dans 53 nouveaux pays en février 2013. En raison des particularités de certains régimes juridiques locaux, ce plan prend la forme, dans 27 de ces pays, d'une prime en numéraire de la valeur de 50 actions Publicis Groupe, qui sera versée aux salariés encore présents dans le Groupe en février 2017. Dans les 26 autres pays, 50 actions ont été attribuées à chaque salarié, soit un total de 316 850 actions, sous condition de quatre ans de présence.

Au 31 décembre 2012, le nombre total d'actions gratuites attribuées aux salariés du Groupe sous condition de présence, et pour certaines, de performance, s'élève 4 992 805.

Tous les détails concernant les plans d'options et d'actions gratuites (descriptif, mouvements de l'exercice et situation à la clôture) figurent dans la note 28 des comptes consolidés au chapitre 4.6 du présent document.

INFORMATIONS SUR LA SOCIÉTÉ ET LE CAPITAL

Renseignements sur le capital

6

6.3.7 HISTORIQUE DU CAPITAL SOCIAL

Les mouvements du capital social sur les trois dernières années sont les suivants :

Dates	Opérations sur capital	Nombre d'actions	Nominal	Capital
31/12/2009	CAPITAL AU 31 DÉCEMBRE 2009	197 583 112	0,40	79 033 245
10/05/2010	Réduction du capital (annulation d'actions autodétenues)	(7 500 000)	0,40	(3 000 000)
01/09/2010	Augmentation du capital (6 ^e tranche de remboursement des Oranes)	1 562 129	0,40	624 851
31/12/2010	CAPITAL AU 31 DÉCEMBRE 2010	191 645 241	0,40	76 658 096
23/05/2011	Augmentation du capital (livraison d'actions gratuites)	150 575	0,40	60 230
01/09/2011	Augmentation du capital (7 ^e tranche de remboursement des Oranes)	1 562 129	0,40	624 852
31/12/2011	CAPITAL AU 31 DÉCEMBRE 2011	193 357 945	0,40	77 343 178
17/02/2012	Réduction du capital (annulation partielle d'actions rachetées auprès de Dentsu)	(10 759 813)	0,40	(4 303 925)
11/04/2012	Augmentation du capital (conversion d'Océane 2014 en actions nouvelles)	1 078 225	0,40	431 290
10/05/2012	Augmentation du capital (conversion d'Océane 2014 en actions nouvelles)	321 697	0,40	128 679
11/06/2012	Augmentation du capital (conversion d'Océane 2014 en actions nouvelles)	10 030	0,40	4 012
10/07/2012	Augmentation du capital (conversion d'Océane 2014 en actions nouvelles)	35 105	0,40	14 042
30/07/2012	Augmentation du capital (conversion d'Océane 2014 en actions nouvelles consécutive à l'exercice du call émetteur)	24 403 416	0,40	9 761 366
01/09/2012	Augmentation du capital (8 ^e tranche de remboursement des Oranes)	1 562 129	0,40	624 852
31/12/2012	CAPITAL AU 31 DÉCEMBRE 2012	210 008 734	0,40	84 003 494



6.4 Informations boursières

6.4.1 PUBLICIS GROUPE EN BOURSE

Comme en 2011, l'année a été marquée par un ralentissement économique mondial qui a particulièrement touché l'Europe. Selon le FMI, la croissance économique mondiale est passée de 3,9 % en 2011 à 3,2 % en 2012. Dans la zone euro, la croissance est passée de 1,4 % à -0,1 % en 2012, de 6,3 % à 5,1 % dans le monde émergent et en développement. Les États-Unis et le Japon sont les seuls à tirer leur épingle du jeu avec une croissance passée de respectivement 1,8 % à 2,3 % en 2012 et de -0,6 % à 2,0 %, l'économie de ce dernier pays ayant payé un lourd tribut en 2011 dû aux effets du tsunami du 11 mars qui a coûté environ 1 % de PIB à l'archipel nippon.

Les causes de ce ralentissement en 2012 sont imputables à la hausse de l'inflation pour les pays en développement, la hausse de l'énergie mais aussi des produits alimentaires et à la mise en œuvre de plans de rigueur budgétaire en Europe dans les pays dits « périphériques » et soutenus par la Commission européenne, la BCE et le FMI (Grèce, Portugal, Irlande), mais aussi dans quelques pays du cœur de l'Europe (Grande-Bretagne, Espagne, Italie).

Dans ce contexte de ralentissement des économies, le marché publicitaire a été satisfaisant au 1^{er} trimestre de l'année 2012 pour ralentir dès le 2^e trimestre et sur la seconde partie de l'année, même si une légère amélioration a pu être observée au dernier trimestre.

Les marchés financiers, dont la Bourse de Paris, ont connu deux phases distinctes en 2012. La première jusqu'à fin juillet, marquée par les incertitudes liées à la crise de l'euro. La seconde, moins volatile, a permis au marché de renouer avec ses meilleures performances depuis dix-huit mois. Ce changement a été initié après que la BCE ait annoncé qu'elle mettrait tous les moyens possibles en œuvre pour préserver l'euro. Ainsi, le marché parisien a connu une embellie remarquable en 2012, le CAC clôturant à 3641 points le 31 décembre, soit une hausse de 15,2 % après une perte de 16,95 % en 2011. Le comportement boursier du titre Publicis a été en ligne avec ses comparables et a affiché à 27,3 % une performance meilleure que celle du CAC et du Euro Stoxx Media - SXME (13,02 %).

L'acquisition de LBi en janvier 2013, qui devrait porter la part du digital à plus de 35 % des revenus du Groupe, et favoriser la croissance, l'opportunité de racheter près de 3,9 millions de ses propres actions auprès de Dentsu en février qui aura un effet relatif de l'ordre de 1,5 % en 2013, sont autant de gages dès le début de l'année, de la capacité de Publicis Groupe à tout mettre en œuvre pour garantir sa croissance future et à terme favoriser la progression du cours de l'action.

6.4.2 RELATIONS AVEC LES INVESTISSEURS

Le Groupe a poursuivi en 2012 ses relations avec tous les acteurs du marché. Les dirigeants du Groupe ont rencontré au cours de l'année environ 570 investisseurs institutionnels lors de réunions privées, en France, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Irlande, au Luxembourg, en Belgique, en Italie, en Suisse, aux États-Unis, mais aussi en Asie. Publicis Groupe a par ailleurs participé à plusieurs grandes conférences du secteur à Barcelone, à New York et à Londres ainsi qu'à des conférences internationales visant à promouvoir les actions françaises, à Paris, à Londres et en Allemagne.

6.4.3 MARCHÉ DES TITRES

Les informations sur les actions et les instruments financiers qui suivent proviennent des sites Euronext et Bloomberg.

Action Publicis Groupe

- Lieu de cotation : Euronext Paris (code ISIN/FRO000130577) ;
- Premier jour de cotation : 9 juin 1970 ;
- Titres admis sur Euronext Paris : la totalité des titres composant le capital social.

Publicis Groupe a un programme ADR (*American Depositary Receipt*) de niveau 1, sponsorisé, avec Deutsche Bank Trust Company Americas (Deutsche Bank) permettant des transactions sur le marché Hors Cote OTCQX du New York Stock Exchange (ticker : PUBGY - code ISIN/US74463M1062 - ratio : 1 action ordinaire pour 4 ADR). L'OTCQX est une plateforme regroupant plus de 300 sociétés issues de 27 pays différents. Cette plateforme est un outil d'information permettant d'assurer l'accès aux investisseurs américains tout en garantissant la transparence des prix.

Évolution du cours sur Euronext Paris au cours de l'exercice 2012 :

- plus haut : 46,170 euros le 21 décembre 2012 ;
- plus bas : 35,105 euros le 27 juin 2012 ;
- cours moyen : 40,569 euros.

VOLUMES TRAITÉS ET ÉVOLUTION DU COURS DE L'ACTION DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES DIX-HUIT DERNIERS MOIS SUR EURONEXT PARIS

Période	Nombre de séances	Volumes moyens traités par séance ⁽¹⁾		Cours du mois (en euros)				
		Nombre de titres	Capitaux (en milliers d'euros)	Premier cours	Dernier cours	Plus haut	Plus bas	
2011	Septembre	22	738 543	23 253	32,66	31,41	32,995	29,10
	Octobre	21	758 691	25,720	31,02	35,035	36,69	30,43
	Novembre	22	760 993	26 065	34,575	35,45	36,345	32,00
	Décembre	21	439 236	15 371	35,47	35,545	36,035	33,09
2012	Janvier	22	550 828	20 815	35,63	38,46	39,295	35,295
	Février	21	714 993	28 994	38,50	41,065	42,60	38,46
	Mars	22	800 875	33 536	41,04	41,335	43,300	40,430
	Avril	19	844 046	33 384	41,335	38,96	42,285	37,36
	Mai	22	778 092	29 199	40,12	37,41	40,12	36,245
	Juin	21	941 020	34 843	37,63	36,05	38,640	35,105
	Juillet	22	981 390	37 362	36,225	40,105	41,080	35,875
	Août	23	648 234	26 708	40,44	41,265	42,405	39,665
	Septembre	20	906 574	39 258	41	43,55	44,90	40,950
	Octobre	23	665 976	28 252	43,53	41,565	44,645	39,450
	Novembre	22	474 126	20 001	41,44	43,495	43,710	40,670
	Décembre	19	467 007	21 056	43,495	45,25	46,170	43,495
2013	Janvier	22	508 343	24 306	45,515	48,255	49,300	45,375
	Février	20	579 769	28 459	48,490	50,620	51,600	47,830

(1) Volumes traités sur Euronext (hors plateformes alternatives).



Océane Publicis Groupe 2018 - 1 %

- Lieu de cotation : Euronext Paris (code ISIN : FR0000180127) ;
- Premier jour de cotation : 21 janvier 2002 ;
- Évolution de la clôture du cours sur Euronext Paris au cours de l'exercice 2012 :
 - plus haut : 53,15 euros le 22 février 2012 ;
 - plus bas : 51,80 euros le 10 février 2012 ;
 - cours moyen : 52,33 euros pour 2012

Océane Publicis Groupe 2014 - 3,125 %

- Lieu de cotation : Euronext Paris (code ISIN : FR0010771899) ;
- Premier jour de cotation : 17 juin 2009 ;
- Évolution de la clôture du cours sur Euronext Paris au cours de l'exercice 2012 :
 - plus haut : 42,59 euros le 16/03/2012 ;
 - plus bas : 35,49 euros le 25/06/ 2012 ;
 - cours moyen : 38,922 euros pour 2012

Suite à l'exercice du call émetteur par la Société, l'Océane 2014 s'est trouvée remboursée en totalité fin juillet 2012.

Émission euro obligataire Publicis Groupe 4,125 % 2012

- Lieu de cotation : Luxembourg Stock Exchange (code ISIN : FR0010157354) ;
- Premier jour de cotation : 28 janvier 2005 ;
- Évolution de la clôture du cours sur Luxembourg Stock Exchange au cours de l'exercice 2012 :
 - plus haut : 100,167 euros le 02/01/2012 ;
 - plus bas : 100,006 euros le 31/01/2012 ;
 - cours moyen : 100,092 euros pour 2012

Le 31 janvier 2012, Publicis Groupe a remboursé cet Eurobond qui arrivait à échéance pour un montant en principal de 506 millions d'euros.



INFORMATIONS SUR LA SOCIÉTÉ ET LE CAPITAL

Informations boursières

Émission euro obligataire Publicis Groupe 4,25 % 2015 (FR0010831974) émise suite à l'offre d'échange sur l'Eurobond 4,125 % 2012

- Lieu de cotation : Luxembourg Stock Exchange (code ISIN : FR0010831974) ;
- Premier jour de cotation : 17 décembre 2009 ;
- Évolution de la clôture du cours sur Luxembourg Stock Exchange au cours de l'exercice 2012 :
 - plus haut : 108,524 euros le 30/08/2012,
 - plus bas : 103,843 euros le 24/01/2012,
 - cours moyen : 106,443 euros pour 2012.

Bons de souscription d'actions (BSA) Publicis Groupe

- Lieu de cotation : Euronext Paris (code ISIN : FR0000312928) ;
- Premier jour de cotation : 25 septembre 2002 ;
- Évolution de la clôture du cours sur Euronext Paris au cours de l'exercice 2012 :
 - plus haut : 14,47 euros le 20/12/2012,
 - plus bas : 6,7 euros le 05/01/2012,
 - cours moyen : 10,1716 euros pour 2012.

Oranes Publicis Groupe

- Lieu de cotation : Euronext Paris (code ISIN : FR0000187783) ;
- Date d'émission : 24 septembre 2002 ;
- Durée : 20 ans.

1 562 000 Oranes ont été émises. Les Oranes seront remboursées en actions Publicis Groupe (chaque Orane donnant droit à 18 actions Publicis Groupe), à raison d'une par an pendant 18 ans, à compter du 1^{er} septembre 2005 inclus.

Évolution de la clôture du cours sur Euronext Paris au cours de l'exercice 2012 :

- plus haut : 353,3 euros le 20/12/2012 ;
- plus bas : 250 euros le 05/01/2012 ;
- cours moyen : 304,28 euros pour 2012.



ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

L'Assemblée générale mixte, ordinaire annuelle et extraordinaire se tiendra le 29 mai 2013 au Publiciscinéma, 133, avenue des Champs-Élysées, Paris 8^e.

Préalablement à cette assemblée, les documents et renseignements légaux seront communiqués aux actionnaires conformément à la législation en vigueur et notamment par consultation électronique sur le site Internet de Publicis.





INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



8.1 Documents accessibles au public	252	8.4 Table de concordance du document de référence	255
8.2 Responsable du document de référence et attestation	253	8.5 Table de réconciliation du rapport financier annuel	257
8.2.1 Responsable du document de référence	253	8.6 Table de réconciliation du rapport de gestion	258
8.2.2 Attestation du responsable du document de référence	253	Commentaire de l'exercice	258
8.3 Contrôleurs légaux des comptes	254	Éléments de présentation du groupe	258
8.3.1 Commissaires aux comptes titulaires	254	Éléments relatifs au gouvernement d'entreprise	259
8.3.2 Commissaires aux comptes suppléants	254	Information sur la Société et le capital	259
		Éléments relatifs aux états financiers	260
		Rapport de la Présidente du Conseil de surveillance	260



8.1 Documents accessibles au public

Pendant la durée de validité du présent document de référence, les statuts de la Société, les procès-verbaux des Assemblées générales ainsi que les rapports du Directoire aux assemblées, les rapports des commissaires aux comptes, et plus généralement tous les documents adressés ou mis à la disposition des actionnaires conformément à la loi peuvent être consultés au siège social de Publicis Groupe SA, 133, avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris.

Les statuts de la Société sont également consultables sur le site de Publicis Groupe (www.publicisgroupe.com).

Les comptes sociaux et les comptes consolidés de Publicis Groupe SA pour les exercices clos les 31 décembre 2011 et 31 décembre 2012 peuvent être consultés au siège social de la Société dans les conditions légales et réglementaires en vigueur, ainsi que sur le site de Publicis Groupe (www.publicisgroupe.com et www.publicisgroupe.com/ir) et sur le site de l'Autorité des marchés financiers (www.amf-france.org).

Par ailleurs, les informations financières historiques d'une filiale directe ou indirecte de la Société à raison des exercices clos les 31 décembre 2011 et 31 décembre 2012 peuvent être consultées au siège social de cette filiale, dans les conditions légales et réglementaires qui lui sont applicables.



8.2 Responsable du document de référence et attestation

8.2.1 RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

M. Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe SA (« la Société »).

8.2.2 ATTESTATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

J'atteste, après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, que les informations contenues dans le présent document de référence sont, à ma connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

J'atteste également qu'à ma connaissance, les comptes sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la Société comme de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le rapport de gestion, dont les différentes composantes sont indiquées dans la table de réconciliation du chapitre 8.6, présente un tableau fidèle de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation ainsi qu'une description des principaux risques et incertitudes auxquels elles sont confrontées.

J'ai obtenu des contrôleurs légaux des comptes une lettre de fin de travaux, dans laquelle ils indiquent avoir procédé à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes données dans le présent document ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document. Le rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés de l'exercice 2012, présenté dans le chapitre 4.7 du présent document, ne contient aucune observation.

Les informations financières présentées dans ce document ont fait l'objet de rapports des contrôleurs légaux :

Le rapport général des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés de l'exercice 2011, présenté dans le document de référence déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 19 mars 2012 sous le numéro sous le n° D.12-0174, ne contient aucune observation.

Le rapport général des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés de l'exercice 2010, présenté dans le document de référence déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 15 mars 2011 sous le numéro sous le n° D.11-0131, contient une observation relative à l'application, à compter du 1^{er} janvier 2010, des normes révisées IFRS 3 « Regroupement d'entreprises » et IAS 27 « États financiers consolidés et individuels ».

Fait à Paris, le 12 avril 2013

Maurice Lévy,
Président du Directoire



8.3 Contrôleurs légaux des comptes

8.3.1 COMMISSAIRES AUX COMPTES TITULAIRES

ERNST & YOUNG et Autres

Société représentée par M. Jean Bouquot et Mme Christine Staub

1/2, place des saisons 92400 Courbevoie - Paris La Défense 1

Désignée par l'Assemblée générale du 4 juin 2007, en remplacement de la société Ernst & Young Audit, pour une durée de six exercices expirant à l'issue de l'Assemblée générale qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2012.

MAZARS

Société représentée par M. Loïc Wallaert et Mme Anne-Laure Rousselou

61, rue Henri-Régnauld, Tour Exaltis, 92400 Courbevoie

Désignée par l'Assemblée générale du 25 juin 1981 dont le mandat a été renouvelé par l'Assemblée générale du 7 juin 2011 pour une durée de six exercices expirant à l'issue de l'Assemblée générale qui statuera sur les comptes de l'exercice qui sera clos le 31 décembre 2016.

8.3.2 COMMISSAIRES AUX COMPTES SUPPLÉANTS

AUDITEX

1/2, place des saisons 92400 Courbevoie - Paris La Défense 1

Désignée par l'Assemblée générale du 4 juin 2007, en remplacement de M. Denis Thibon, pour une durée de six exercices expirant à l'issue de l'Assemblée générale qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2012.

M. Gilles Rainaut

61, rue Henri-Régnauld, Tour Exaltis, 92400 Courbevoie

Désigné par l'Assemblée générale du 1^{er} juin 2010, en remplacement de M. Patrick de Cambourg, pour une durée de six exercices expirant à l'issue de l'Assemblée générale qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2015.



8.4 Table de concordance du document de référence

Cf. annexe 1 du règlement européen n° 809/2004

	N° de pages	N° de chapitres
1/ Personnes responsables		
1.1. Identité	253	8.2.1.
1.2. Attestation	253	8.2.2.
2/ Contrôleurs légaux des comptes		
2.1. Identité		8.3.1.
2.2. Changement éventuel	254	NA
3/ Informations financières sélectionnées		
3.1. Informations financières historiques	6	1.1.
3.2. Informations financières intermédiaires		NA
4/ Facteurs de risques	28 à 32	1.8.
5/ Informations concernant l'émetteur		
5.1. Histoire et évolution de la Société	7 à 9 et 226	1.2. et 6.1.1. à 6.1.4.
5.2. Investissements	21 à 25	1.5.
6/ Aperçu des activités		
6.1. Principales activités	11 à 17	1.4.1. à 1.4.3.
6.2. Principaux marchés	18 à 20 et 174 à 176	1.4.5. à 1.4.9. et 4.6. (note 27)
6.3. Événements exceptionnels	NA	NA
6.4. Dépendance de l'émetteur	18 et 28 à 32	1.4.5. et 1.8.
6.5. Position concurrentielle	20	1.4.8.
7/ Organigramme		
7.1. Description sommaire du Groupe	10	1.3.1.
7.2. Liste des filiales importantes	10	1.3.2.
8/ Propriétés immobilières, usines et équipements		
8.1. Immobilisations corporelles importantes	17	1.4.4.
8.2. Questions environnementales	42 à 43	1.9.4.
9/ Examen de la situation financière et du résultat		
9.1. Situation financière	97 à 106	3.1. à 3.5.
9.2. Résultat d'exploitation	97 à 102	3.1. à 3.3.
10/ Trésorerie et capitaux		
10.1. Informations sur les capitaux	104	3.4.2.
10.2. Flux de trésorerie	103	3.4.1.
10.3. Conditions d'emprunt et structure de financement	105	3.4.3.
10.4. Restrictions à l'utilisation des capitaux	105	3.4.4.
10.5. Sources de financement attendues	105	3.4.5.
11/ Recherche et développement, brevets et licences	27 et 121	1.7. et 4.6 (note 1.3)
12/ Informations sur les tendances	108	3.7.
13/ Prévisions ou estimations du bénéfice		NA
14/ Organes d'administration, de direction et de surveillance et Direction générale		
14.1. Informations concernant les membres	48 à 58	2.1. à 2.3.
14.2. Conflits d'intérêts	56	2.1.6.
15/ Rémunérations et avantages		
15.1. Rémunérations versées et avantages en nature	70 à 85	2.7.
15.2. Provisions pour pensions et retraites	76 et 151 à 156	2.7.2. et 4.6. (note 21)
16/ Fonctionnement des organes d'administration et de direction		
16.1. Date d'expiration des mandats		2.1.1. à 2.1.2.
16.2. Contrats de service liant les membres des organes d'administration, de direction ou de surveillance	48 à 55 87	2.9.1.
16.3. Informations sur les Comités d'audit et de rémunération	59 à 60	2.4.2. et 2.4.3.
16.4. Conformité au régime de gouvernement d'entreprise en vigueur	62	2.5.



8

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Table de concordance du document de référence

	N° de pages	N° de chapitres
17/ Salariés		
17.1. Nombre de salariés	132	4.6. (note 3)
17.2. Participations et stock-options	76 à 86	2.7.4. à 2.7.5 et 2.8.
17.3. Accord prévoyant une participation des salariés dans le capital	243	6.3.6.
18/ Principaux actionnaires		
18.1. Actionnaires détenant plus de 5 % du capital	229 à 231	6.2.1.
18.2. Existence de droits de vote différents	227	6.1.5.
18.3. Contrôle direct ou indirect	232	6.2.2.
18.4. Accord dont la mise en œuvre pourrait entraîner un changement de contrôle	232	6.2.3.
19/ Opérations avec des apparentés	87 à 93	2.9.
20/ Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats de l'émetteur		
20.1. Informations financières historiques	109 à 192 et 195 à 223	4. et 5.
20.2. Informations financières pro forma		NA
20.3. États financiers	109 à 192	4.
20.4. Vérification des informations financières historiques annuelles	193 à 194 et 224	4.7. et 5.6.
20.5. Date des dernières informations financières		NA
20.6. Informations financières intermédiaires et autres		NA
20.7. Politique de distribution de dividendes	107	3.6.
20.8. Procédures judiciaires et d'arbitrage	30 ; 124 à 125 et 150 à 151	1.8.2. ; 4.6. (notes 1.3 et 20)
20.9. Changement significatif de la situation financière ou commerciale	188 et 221	4.6. (note 30) et 5.4. (note 24)
21/ Informations complémentaires		
21.1. Capital social	233 à 244	6.3.
21.2. Actes constitutifs et statuts	226 à 228	6.1.5.
22/ Contrats importants	26	1.6.
23/ Informations provenant de tiers, déclarations d'experts et déclarations d'intérêts		NA
24/ Documents accessibles au public	252	8.1.
25/ Informations sur les participations	189 à 192	4.6. (note 32)

En application de l'article 28 du règlement (CE) n° 809/2004 de la Commission, les informations suivantes sont incluses par référence dans le présent document de référence :

- les comptes consolidés de l'exercice 2011 établis en application des normes IFRS, ainsi que le rapport des commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 97 à 178 et 179 à 180 du document de référence 2011 déposé à l'AMF le 19 mars 2012 sous le numéro D. 12-0174 ;
- les comptes consolidés de l'exercice 2010 établis en application des normes IFRS, ainsi que le rapport des commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 89 à 166 et 167 à 168 du document de référence 2010 déposé à l'AMF le 15 mars 2011 sous le numéro D. 11-0131 ;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe pour l'exercice 2011, présentée aux pages 83 à 93 du document de référence 2011 déposé à l'AMF le 19 mars 2012 sous le numéro D. 12-0174 ;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe pour l'exercice 2010, présentée aux pages 79 à 86 du document de référence 2010 déposé à l'AMF le 15 mars 2011 sous le numéro D. 11-0131 ;
- les comptes annuels de la Société pour l'exercice 2011 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 181 à 209 et 210 du document de référence 2011 déposé à l'AMF le 19 mars 2012 sous le numéro D. 12-0174 ;
- les comptes annuels de la Société pour l'exercice 2010 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 169 à 195 et 196 à 197 du document de référence 2010 déposé à l'AMF le 15 mars 2011 sous le numéro D. 11-0131 ;
- le rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2011, figurant en pages 77 à 80 du document de référence 2011 déposé à l'AMF le 19 mars 2012 sous le numéro D. 12-0174 ;
- le rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2010, figurant en pages 71 à 74 du document de référence 2010 déposé à l'AMF le 15 mars 2011 sous le numéro D. 11-0131 ;
- les parties non incluses des documents de référence 2011 et 2010 sont soit sans objet pour l'investisseur, soit couvertes par le présent document de référence.



8.5 Table de réconciliation du rapport financier annuel

Afin de faciliter la lecture du rapport financier annuel, la table thématique suivante permet d'identifier, dans le présent document de référence, les principales informations prévues par l'article L. 451-1-2 du Code monétaire et financier.

Rubrique du rapport financier annuel	N° de pages	Chapitres
1. Comptes annuels	195 à 223	5.1. à 5.5.
2. Comptes consolidés	109 à 192	4.1. à 4.6.
3. Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels	224	5.6.
4. Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés	193 à 194	4.7.
5. Rapport de gestion comprenant au minimum les informations mentionnées aux articles L. 225-100, L. 225-100-2, L. 225-100-3 et L. 225-211 alinéa 2 du Code du commerce		
Chiffre d'affaires	100 à 101	3.3.1.
Résultats	101 à 102	3.3.2. et 3.3.3.
Situation financière	103 à 105	3.4.
Principaux risques et incertitudes	28 à 32	1.8.
Structure du capital	233 à 244	6.3.
Restrictions statutaires à l'utilisation des droits de vote	226 à 228	6.1.5.
Rachat par la Société de ses propres actions	240 à 241	6.3.3.
Tableau récapitulatif des délégations en cours de validité	238 à 239	6.3.1.
Accords prévoyant des indemnités pour les dirigeants en cas de cessation de contrat	70 à 84	2.7.1. ; 2.7.3. et 2.7.4.
Règles applicables à la nomination et au remplacement des dirigeants et à la modification des statuts	226 à 228	6.1.5.
6. Déclaration des personnes assumant la responsabilité du rapport de gestion	253	8.2.2.
7. Honoraires des commissaires aux comptes	188	4.6 (note 31)
8. Rapport de la Présidente du Conseil de surveillance établi en application de dispositions légales	62 à 68	2.5.
9. Rapport des commissaires aux comptes sur le contrôle interne	69	2.6.



8.6 Table de réconciliation du rapport de gestion

COMMENTAIRE DE L'EXERCICE

	N° de pages	Chapitres
Situation et activité de la Société et du Groupe	11 à 20	1.4.
	99 ; 100 à 102 ; 110 à 112 ; 196 ; 197 à 198 ; 221 à 222 ; 223	3.2. ; 3.3. ; 4.1. à 4.3. ; 5.1. ; 5.2. ; 5.4. (note 25) ; 5.5.
Résultats de l'activité de la Société et du Groupe		
Analyse objective et exhaustive de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la Société et du Groupe	97 à 98 ; 100 à 102 ; 103 à 105 ; 21 à 25	3.1. ; 3.3. ; 3.4. et 1.5.
Indicateurs clés de performance de nature non financière ayant trait à l'activité spécifique de la Société		NA
Événements importants survenus entre la date de clôture de l'exercice et la date à laquelle est établi le rapport	24 à 25 ; 188 et 221	1.5.2. ; 4.6. (note 30) ; 5.4. (note 24)
Évolution prévisible de la Société et du Groupe	25 et 108	1.5.3. et 3.7.
Dividendes mis en distribution au titre des trois exercices précédents et montants des revenus distribués au titre de ces mêmes exercices éligibles à l'abattement de 40 %	107	3.6.
Prises de participations ou de contrôle dans des sociétés ayant leur siège social sur le territoire de la République Française	21 à 24	1.5.1

ÉLÉMENTS DE PRÉSENTATION DU GROUPE

	N° de pages	Chapitres
Description des principaux risques et incertitudes auxquels la Société est confrontée	28 à 32	1.8.
Utilisation des instruments financiers par l'entreprise : objectifs et politique en matière de gestion des risques financiers	170 à 173	4.6. (note 26)
	31 à 32 ; 157 à 161 et 170 à 173	1.8.5. et 4.6. (notes 22 et 26)
Exposition de la Société aux risques de prix, de crédit, de liquidité et de trésorerie		
Conséquences sociales et environnementales de l'activité (y compris Seveso) et engagements sociétaux en faveur du développement durable et en faveur de la lutte contre les discriminations et de la promotion de la diversité	33 à 45	1.9.
Activité en matière de recherche et développement	27 et 121	1.7. ; 4.6. (note 1.3)



ÉLÉMENTS RELATIFS AU GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

	N° de pages	Chapitres
Liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercés dans toute société par chacun de ses mandataires durant l'exercice	48 à 56	2.1.
Rémunération totale et avantages de toute nature versés, durant l'exercice, à chaque mandataire social	70 à 85	2.7.
Engagements de toutes natures, pris par la Société au bénéfice de ses mandataires sociaux, correspondant à des éléments de rémunération, des indemnités ou des avantages dus ou susceptibles d'être dus à raison de la prise, de la cessation ou du changement de ces fonctions ou postérieurement à celles-ci	70 à 85	2.7.
Options consenties, souscrites ou achetées durant l'exercice par les mandataires sociaux et chacun des dix premiers salariés de la Société non mandataires sociaux, et options consenties à l'ensemble des salariés bénéficiaires, par catégorie	80 ; 82 à 84 et 243	2.7.4. (tableaux 4, 5, 8 et 9) et 6.3.6.
Conditions de levées et de conservation des options par les dirigeants mandataires sociaux		NA
Conditions de conservation des actions gratuites attribuées aux dirigeants mandataires sociaux	80	2.7.4. (tableau 6)
Opérations des dirigeants et des personnes liées sur les titres de la Société	86	2.8.

INFORMATION SUR LA SOCIÉTÉ ET LE CAPITAL

	N° de pages	Chapitres
Règles applicables à la nomination et au remplacement des membres du Directoire ainsi qu'à la modification des statuts ou du capital	226 à 228	6.1.5.
Pouvoir du Directoire, en particulier l'émission ou le rachat d'actions	226 à 228 ; 233 à 239 et 240 à 241	6.1.5. 6.3.1. et 6.3.3.
Détails des achats et des ventes d'actions propres au cours de l'exercice	240 à 241	6.3.3.
Ajustements éventuels pour les titres donnant accès au capital en cas de rachats d'actions ou d'opérations financières	240 à 241	4.6. (note 24)
Délégations en cours de validité	233 à 239	6.3.1.
Structure et évolution du capital de la Société	229 à 244	6.2. et 6.3
Actionnaires significatifs et droits de vote	229 à 231	6.2.1.
Actionnariat salarié	243	6.3.6.
Accords concernant un éventuel changement de contrôle ou susceptibles d'avoir une influence en cas d'offre publique d'acquisition	232	6.2.3.
Restrictions statutaires à l'exercice des droits de vote et aux transferts d'actions ou clauses des conventions portées à la connaissance de la Société	88 ; 89 et 226 à 228	2.9.4. ; 2.9.5. et 6.1.5.
Participations directes ou indirectes dans le capital de la Société dont elle a connaissance en vertu de l'article L. 233-7 du Code du commerce	229 à 231	6.2.1.
Accords entre actionnaires dont la Société a connaissance et qui peuvent entraîner des restrictions au transfert d'actions et à l'exercice des droits de vote	88 à 89	2.9.4. et 2.9.5.
Accords prévoyant des indemnités pour les membres du Directoire ou les salariés, s'ils démissionnent ou sont licenciés sans cause réelle et sérieuse ou si leur emploi prend fin en raison d'une offre publique	70 à 75	2.7.1.

**INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES**

Table de réconciliation du rapport de gestion

ÉLÉMENTS RELATIFS AUX ÉTATS FINANCIERS

	N° de page	Chapitre
Résultats de la Société au cours des cinq derniers exercices	223	5.5.
Information sur les délais de paiement	210	5.4. (note 21)

RAPPORT DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

	N° de pages	Chapitre
Sur les conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil de surveillance et les procédures de contrôle interne	62 à 68	2.5.
Rapport des commissaires aux comptes sur le rapport de la Présidente du Conseil de surveillance	69	2.6.

Publicis Groupe SA

Société anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 84 003 493,60 euros

Siège social : 133, avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris - 542 080 601 RCS Paris

