



PUBLICIS GROUPE S.A.

Document de référence



Exercice 2002

Document de référence

Le présent document de référence a été déposé auprès de la Commission des Opérations de Bourse le 26 mars 2003, conformément au règlement n°98-01. Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par la Commission des Opérations de Bourse.

	Page
Publicis en Bourse	1
Rapport de gestion du Directoire.....	8
Rapport du Conseil de Surveillance.....	39
Comptes consolidés 2002	41
Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés.....	78
Comptes consolidés proforma.....	79
Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes proforma	81
Comptes sociaux abrégés 2002.....	82
Rapports général et spécial des commissaires aux comptes.....	97
Informations complémentaires	99
Calendrier financier 2003.....	119

Le gouvernement de l'entreprise

(informations au 31 mars 2003)

Conseil de Surveillance

Mme Elisabeth Badinter

Présidente

Mme Sophie Dulac

Vice-Présidente

M. Robert Badinter

Professeur Émérite à l'Université de Paris I

M. Simon Badinter

Président du Directoire de Médias & Régies

Mme Monique Bercault

Conseil Technique auprès du Président de Médias & Régies Europe

M. Michel Cicurel

Président du Directoire de la Compagnie Financière Edmond de Rothschild Banque

M. Michel David-Weill

Chairman Worldwide de Lazard LLC

Mme Hélène Ploix

Présidente de Pechel Industries

M. Felix Rohatyn

Chairman of the Board de Aton Pharma Inc.

M. Robert Louis Seelert

Chairman de Saatchi & Saatchi

M. Amaury-Daniel de Sèze

Président du Conseil d'Administration de COPEBA

M. Henri-Calixte Suaudeau

Directeur du Département Immobilier de Groupe Publicis Services

M. Gérard Worms

Associé-Gérant de Rothshild & Cie Banque et Rothshild & Cie

M. Fumio Oshima

Chairman et Chief Executive Officer de Dentsu

M. Yutaka Narita

Executive Vice President et Member of the Board de Dentsu

Directoire

M. Maurice Lévy

Président

M. Bruno Desbarats-Bollet

Vice-Président du Conseil de Surveillance de Médias & Régies

M. Kevin John Roberts

Président et Chief Executive Officer de Saatchi & Saatchi Worldwide

M. Bertrand Siguier

Director de Publicis Worldwide Holdings

M. Roger A. Haupt

Chairman of the Board et Chief Executive Officer de Bcom3 Management Corp.

Comité d'Audit

M. Gérard Worms

Président

Mme Hélène Ploix

M. Jean-Paul Morin

Comité de Nomination et de Rémunération

Mme Elisabeth Badinter

Présidente

M. Gérard Pédraglio

M. Henri-Calixte Suaudeau

Commissaires aux Comptes

Mazars & Guérard

125 rue de Montreuil

75011 Paris

Ernst & Young Audit

4 rue Auber

75009 Paris

Commissaires aux Comptes suppléants

M. Patrick de Cambourg

Publicis en Bourse

Sur un marché en recul significatif, l'action Publicis s'est classée dans le peloton de tête des performances de son secteur, avec un parcours exactement en ligne avec le marché français : les indices CAC 40 et SBF 120 ont reculé respectivement de 33,7 % et de 33 %, tandis que la baisse de l'action Publicis sur l'année a été de 32,7 %.

Mesurée sur cinq ans, la croissance moyenne du cours de l'action Publicis ressort à + 22,5 % par an.

La vie de l'action : Publicis réalise des performances très supérieures à celles de son secteur

Pour la deuxième année consécutive, la totalité des valeurs du secteur de la publicité et des médias ont vu leur cours reculer de façon significative en 2002. La persistance de la récession du marché publicitaire reflète la très grande prudence des annonceurs face à un contexte économique très incertain. La publicité, toujours considérée comme composante de l'univers des « TMT », a continué à subir l'influence négative des difficultés enregistrées par les secteurs des télécommunications, des technologies ainsi que d'autres segments de l'univers des médias. Enfin, les controverses comptables et financières affectant deux groupes concurrents ont fortement pesé sur la tendance des valeurs publicitaires à partir du troisième trimestre 2002.

En dépit de cet environnement très hostile, Publicis a réalisé la deuxième performance du secteur publicitaire au niveau mondial, les valeurs concurrentes ayant cédé entre 37 % et 65 % entre leur valeur de début d'année et leur valeur de clôture de l'année.

La deuxième performance du secteur publicitaire

L'action Publicis, démarrant l'année à un niveau de 30 euros, a connu une période de relative stabilité du cours en janvier et février, oscillant à l'intérieur d'une fourchette comprise entre 27 à 32 euros. Le 7 mars 2002, l'annonce de l'acquisition de Bcom3 et du partenariat stratégique avec Dentsu a été accueillie avec enthousiasme par les marchés financiers qui ont propulsé le cours dans une zone proche de 40 euros. Le cours le plus haut de l'année a été atteint le 2 avril, à 39,90 euros. L'absence de reprise a conduit les analystes à des révisions à la baisse de leurs prévisions sur le secteur, ramenant le cours de Publicis aux environs de 30 euros jusqu'au mois de juin. C'est alors que les doutes émis par un journal économique sur la qualité de l'information d'un groupe publicitaire concurrent en juin, puis l'annonce par un autre concurrent d'un important ajustement sur ses résultats en août, ont déclenché un fort mouvement de baisse des valeurs publicitaires qui ne s'est stabilisé qu'à l'automne; Publicis a ainsi connu une baisse quasi continue de son cours avec un seuil atteint le 24 septembre à 16,70 euros. Le cours s'est ensuite bien redressé jusqu'au mois de décembre, avant de connaître une nouvelle inflexion liée à la persistance des mauvaises nouvelles économiques et politiques au niveau international. Le dernier cours de l'année s'est établi à 20,20 euros.

Début 2003, le cours a légèrement progressé avant de franchir à nouveau le seuil de 20 euros et osciller à des niveaux de l'ordre de 17 ou 18 euros, en raison des incertitudes politiques au Moyen-Orient, qui pouvaient affecter la confiance des annonceurs. Plusieurs bureaux d'analyse financière estiment que le cours de l'action Publicis conserve un important potentiel d'appréciation, compte tenu du nouveau statut du Groupe, du potentiel d'amélioration de la rentabilité lié à l'intégration de Bcom3 et de ses importants succès en matière de conquêtes commerciales.

Publicis et ses actionnaires : une relation transparente, continue et de qualité

Au 31 décembre 2002, Publicis comptait 68.000 actionnaires répartis dans près de 50 pays. La France, les Etats-Unis, le Royaume-Uni accueillent le plus grand nombre d'actionnaires, suivis par plusieurs pays européens - Allemagne, Suisse, Italie et Pays-Bas en particulier- et d'Asie.

La qualité de la relation avec les actionnaires constitue plus que jamais l'une des valeurs fondamentales du groupe. Publicis a intensifié en 2002 son action de communication auprès des investisseurs.

- **Déploiement du programme de relations investisseurs**: après la création en 2001 d'un service de « relations investisseurs », le groupe a créé de multiples occasions de rencontre avec ce public en organisant des réunions financières à Paris et à Londres, de nombreuses conférences téléphoniques et des webcasts. Publicis a communiqué avec plus de 250 investisseurs lors de rencontres privées à Paris et dans diverses places financières mondiales (Londres, New York, Boston, Toronto, Montréal, Zurich, Amsterdam, Francfort, Stockholm, ...).
- **Un espace dédié sur internet**: Un site internet spécifique (www.finance.publicis.com), créé en novembre 2001, permet aux actionnaires individuels ou institutionnels, aux salariés du groupe, aux journalistes et aux analystes d'accéder à l'ensemble des publications (communiqués de presse, rapports annuels, notes d'opérations financières...), de s'informer et de suivre l'évolution boursière de Publicis.

Première émission d'une Océane en janvier 2002

Publicis a procédé en janvier 2002 au lancement d'une obligation de 690 millions d'euros, convertible ou échangeable en actions Publicis nouvelles ou existantes. Il s'agissait de la toute première opération de ce type pour le groupe. L'objectif était de refinancer une grande partie de la dette du groupe, alors essentiellement à court terme, et d'abaisser le coût moyen de ses charges financières en profitant d'un taux d'intérêt avantageux (rendement actuariel de 2,75 % par an). Cette obligation est cotée sur Euronext depuis le 18 janvier 2002.

Emission d'OBSAs et d'ORANES dans le cadre de l'opération Bcom3

Une partie du paiement de l'acquisition de Bcom3 s'est faite sous la forme de deux instruments financiers cotés, livrés aux actionnaires de Bcom3 cessibles selon un calendrier pré-défini : une OBSA (obligation à bon de souscription d'action) pour 858 millions d'euros (échéance 2022, coupon annuel 2,75 %) et une Orane (obligation remboursable en actions nouvelles ou existantes) d'une maturité de 20 ans également.

Rachats d'actions propres

Publicis dispose d'une autorisation donnée par l'assemblée générale des actionnaires pour racheter en bourse ses propres actions, dans la limite de 10 % de son capital : en 2002, cette faculté a été significativement utilisée et Publicis a racheté 8 225 213 actions à un cours moyen de 22,14 euros, soit un investissement de 182,1 millions d'euros. Une grande partie de ces actions sera octroyée au personnel dans le cadre de plans d'options et pourra être également affectée à la livraison de titres nécessaire lors de la conversion future des OCEANES ou de l'exercice des bons de souscription liés à l'opération Bcom3, afin de limiter ou de supprimer la création d'actions nouvelles.

Marché des titres

Action Publicis Groupe S.A.

- Lieu de cotation : Euronext Paris au premier marché (13057) et New York Stock Exchange (PUB), sous forme d'American Depositary Receipts (parité : un ADR pour une action Publicis).
- Titres admis au premier marché (Euronext Paris) : la totalité des titres composant le capital social
- Volumes traités et évolution du cours de l'action au cours des dix-huit derniers mois à Euronext Paris (en euros) :

Période	Nombre de séances	Volumes traités par séance		Cours du mois (en €)					
		Nombre de titres	Capitaux (en milliers €)	Premier cours	Dernier cours	Plus haut	Plus bas		
2001	Septembre	20	652 590	13 154,2	26,48	18,50	26,77	16,12	
	Octobre	23	825 025	16 793,0	17,50	24,60	26,84	15,83	
	Novembre	22	621 524	17 384,5	24,68	27,91	30,85	24,44	
	Décembre	18	436 358	12 749,7	27,15	29,75	33,20	26,55	
2002	Janvier	22	871 181	25 206,5	30,00	28,58	32,85	26,80	
	Février	20	510 923	14 694,3	28,15	30,52	30,52	26,85	
	Mars	20	1 288 717	46 810,0	36,59	36,79	39,45	30,30	
	Avril	21	599 292	22 075,9	37,35	36,94	39,90	32,80	
	Mai	22	584 228	19 186,9	32,84	32,70	34,75	31,11	
	Juin	20	793 049	22 992,4	29,32	29,27	32,69	24,51	
	Juillet	23	874 984	20 869,8	24,33	24,15	28,15	19,00	
	Août	22	671 284	14 083,1	21,35	21,15	23,62	18,71	
	Septembre	21	758 970	15 104,2	20,16	20,27	22,99	16,70	
	Octobre	23	825 313	17 494,2	20,87	21,03	24,85	17,00	
	Novembre	21	835 696	19 045,7	22,83	22,99	26,40	20,10	
	Décembre	20	540 745	12 101,8	21,98	21,73	26,80	19,22	
	2003	Janvier	22	595 227	12 113,8	20,50	20,33	22,69	18,32
		Février	20	654 210	11 538,4	17,77	17,66	19,88	15,64

Océane Publicis Groupe S.A.

- Lieu de cotation : Euronext Paris (18012)
- Premier jour de cotation : 21 janvier 2002
- Volumes traités et évolution du cours de l'action (en euros) :

Période	Nombre de séances	Volumes traités par séance		Cours du mois (en €)				
		Nombre de titres	Capitaux (en milliers €)	Premier cours	Dernier cours	Plus haut	Plus bas	
2002	Janvier	9	448 753	17 901,7	40,30	40,10	40,35	39,40
	Février	20	274 143	10 860,9	40,15	40,90	41,49	39,31
	Mars	20	467 228	20 494,5	40,99	46,55	46,99	40,01
	Avril	20	121 808	5 547,5	46,80	43,40	46,95	42,01
	Mai	22	808	34,1	43,20	42,00	43,20	40,80
	Juin	20	6 861	275,2	42,30	39,50	42,30	38,78
	Juillet	23	226 365	8 521,6	39,50	36,20	41,00	35,00
	Août	22	6 492	225,4	37,00	36,20	38,25	34,25
	Septembre	21	2 009	71,2	36,20	36,50	38,50	35,00
	Octobre	23	9 810	354,8	36,50	37,25	39,00	33,00
	Novembre	21	89 998	3 383,1	38,00	39,50	40,50	35,90
	Décembre	20	3 561	140,2	39,50	37,99	40,00	37,20
2003	Janvier	20	27 549	1 014,7	37,99	37,00	39,00	36,85
	Février	11	48 032	1 765,9	37,75	37,30	37,75	36,50

ADR Publicis Groupe S.A. (New York Stock Exchange : PUB)

Période	Nombre de séances	Volumes traités par séance		Cours du mois (en \$)			
		Nombre de titres	Capitaux (en milliers \$)	Dernier cours	Plus haut	Plus bas	
2001	Septembre	15	2 266	41,4	17,00	23,16	16,40
	Octobre	23	3 178	58,9	22,10	23,68	14,75
	Novembre	21	16 223	451,8	25,00	26,54	22,54
	Décembre	20	18 445	492,7	26,00	29,25	23,70
2002	Janvier	21	2 195	57,3	24,60	29,22	23,75
	Février	19	6 310	149,5	26,35	26,35	23,00
	Mars	20	5 560	183,2	34,04	34,95	26,87
	Avril	22	4 341	140,5	30,21	34,47	29,95
	Mai	22	5 882	178,8	30,20	31,50	28,80
	Juin	20	4 035	113,5	27,30	30,70	25,00
	Juillet	22	10 641	269,7	22,60	27,25	19,40
	Août	22	5 286	109,3	22,10	22,60	18,65
	Septembre	20	4 770	92,6	18,91	22,40	16,70
	Octobre	23	4 782	95,0	22,55	23,95	16,90
	Novembre	20	10 005	231,3	25,40	25,60	20,70
	Décembre	21	2 195	49,2	20,96	26,20	20,50
2003	Janvier	21	4 195	89,6	20,63	23,40	20,03
	Février	19	3 979	74,2	17,93	21,17	16,99

Dividendes et rendement

Dividende versé au titre de l'exercice	Nombre de titres effectivement rémunérés	Dividende unitaire (en euros)	Avoir fiscal (en euros)	Revenu global unitaire (en euros)	Distribution totale (en millions d'euros)	Cours au 31 décembre (en euros)	Rendement net
1998	87 322 690	0,122	0,061	0,18	10,7	15	0,80%
1999	89 938 440	0,17	0,085	0,26	15,3	38	0,45%
2000	135 649 391	0,20	0,100	0,30	27,1	36	0,56%
2001	133 740 806	0,22	0,11	0,33	29,4	30	0,73%
2002 (e)	195 296 325*	0,24	0,12	0,36	46,9	20	1,20%

(*) *nombre de titres, y compris les actions propres, existant au 31 décembre 2002, mais après annulation de 784 804 titres consécutive à la fusion Publicis/Somarel.*

Les dividendes se prescrivent par 5 ans. Ils sont alors versés aux Domaines.

La politique de distribution de Publicis a été, au cours des dernières années, d'assurer le service d'un dividende régulier à ses actionnaires, tout en préservant une capacité d'autofinancement suffisante pour financer le développement de l'entreprise.

L'intention de Publicis pour le futur est de poursuivre une croissance régulière du dividende versé à ses actionnaires en vue d'arriver à un rendement voisin de celui de la moyenne des actions cotées à la Bourse de Paris. Ainsi, après deux années de croissance soutenue du dividende unitaire, il sera à nouveau procédé à une augmentation significative du dividende unitaire (+10%).

Répartition du capital de Publicis Groupe S.A. au 31 décembre 2002

	Actions détenues	%	Droit de vote	%
Actionnaires détenant plus de 5% du capital				
Dentsu Inc ⁽¹⁾	35 518 504	18,11%	35 518 504	15,78%
Somarel ^{(2) (3)}	30 960 000	15,79%	61 920 000	27,50%
Elisabeth Badinter (nominatif) ⁽³⁾	7 766 800	3,96%	15 533 600	6,90%
Public (nominatif et porteur)	109 045 225	55,61%	112 172 365	49,82%
Actions auto-détenues	12 790 600	6,52%	0	0,00%
Total	196 081 129	100,00%	225 144 469	100,00%

(1) *Dentsu détient 14,63% d'actions en pleine propriété (12,74% de droits de vote) et 3,48% d'actions en nue propriété (3,03% de droits de vote).*

(2) *La Somarel est contrôlée par Elisabeth Badinter et ses enfants (51,29%), Sophie Dulac (7,98%), des investisseurs institutionnels (18,55%), les salariés du Groupe Publicis (18,55%), Michèle Bleustein-Blanchet (2,42%), Nicolas Rachline (1,21%).*

(3) *Les actions détenues par ces actionnaires disposent d'un droit de vote double.*

La répartition du capital tenant compte de la dilution potentielle résultant de l'ensemble des instruments financiers émis par le Groupe est la suivante :

	Actions détenues	%	Droit de vote	%
Après dilution maximale				
Elisabeth Badinter (nominatif)	7 766 800	2,9%	15 533 600	5,2%
Somarel	30 960 000	11,4%	61 920 000	20,7%
Dentsu Inc	35 518 504	13,1%	35 518 504	11,9%
Autocontrôle	12 790 600	4,7%	0	0%
Public (nominatif et porteur)	109 045 225	40,3%	112 172 365	37,4%
ORANEs	28 125 000	} 27,6% ⁽²⁾	28 125 000	} 27,6% ⁽²⁾
BSAs ⁽¹⁾	28 125 000		28 125 000	
OCEANEs	17 624 521		17 624 521	
Options de souscription Saatchi & Saatchi	80 503		80 503	
Options de souscription Publicis	570 050		570 050	
Total	196 081 129	100,00%	225 144 469	100,00%

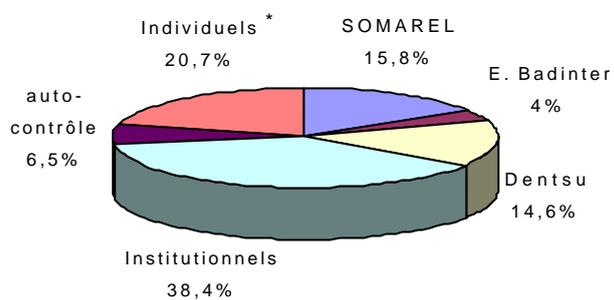
(1) au prix d'exercice de 30,5 euros

(2) la dilution maximum présentée dans ce tableau ne tient pas compte de l'éventuelle utilisation des actions auto-contrôle en remboursement des ORANEs et des OCEANEs

L'évolution du capital au cours des deux années précédentes s'analyse comme suit :

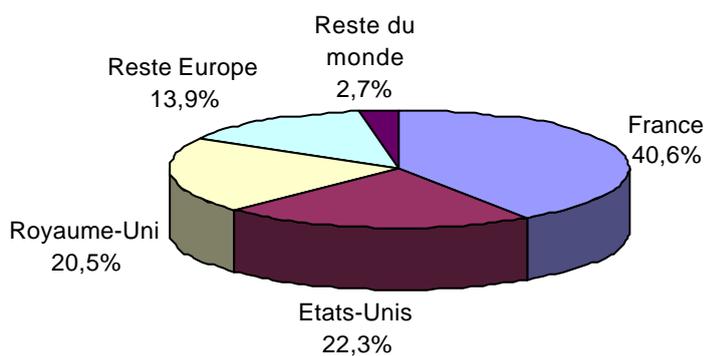
	au 31 décembre 2001				au 31 décembre 2000			
	Actions détenues	%	Droit de vote	%	Actions détenues	%	Droit de vote	%
Actionnaires détenant plus de 5% du capital								
Somarel S.A.	30 960 000	22,18	61 916 400	35,61	30 960 000	22,40	61 916 400	36,37
Elisabeth Badinter	7 766 800	5,56	15 533 600	8,93	7 766 800	5,62	15 533 600	9,12
Putnam Investments	-	-	-	-	9 336 255	6,75	9 336 255	5,48
Public	96 242 769	68,94	96 436 868	55,46	83 173 835	60,18	83 449 384	49,03
Actions auto-détenues	4 630 427	3,32	-	-	6 982 929	5,05	-	-
Total	139 599 996	100,00	173 886 868	100,00	138 219 819	100,00	170 235 399	100,00

Répartition du capital par type d'actionnaires au 31 décembre 2002



* dont ex-actionnaires de Bcom3 pour environ 10%

Répartition des actionnaires au porteur par zone géographique au 31 décembre 2002



Publicis Groupe S.A. propose à ses clients, à travers différentes marques dans le monde, une approche holistique de la communication qui tend à abolir les frontières entre les différentes disciplines de la communication et à considérer la relation client comme un ensemble cohérent. Toutefois, dans le souci de rendre plus aisée la compréhension du revenu et de l'activité commerciale (gains ou pertes de clients) de l'année, le texte ci-après a été organisé par grande

Rapport de gestion du Directoire – Exercice 2002

Le 7 mars 2002 était annoncée la fusion de Publicis avec Bcom3. Cette opération a donné naissance, le 24 septembre 2002, au quatrième groupe publicitaire mondial, au premier groupe mondial de conseil et achat média et parallèlement a permis la signature d'un accord de partenariat stratégique et de long terme avec Dentsu, premier groupe de communication au Japon et en Asie.

Cette opération a reconfiguré le paysage concurrentiel du secteur : elle a élargi le club des grands groupes mondiaux (top tiers) à Publicis, creusé encore un peu plus l'écart avec les groupes de taille moyenne et accéléré le processus de consolidation déjà bien engagé. En outre, Publicis a constitué la première force réellement multiculturelle du marché, tirant parti des racines de chacun des trois groupes (les Etats-Unis, l'Europe et le Japon) offrant ainsi aux annonceurs un choix inédit en matière de communication, entre plusieurs réseaux aux positionnements, aux styles créatifs et aux origines culturelles extrêmement différents. Aucun de nos concurrents aujourd'hui ne dispose d'une telle diversité ni d'une telle richesse. L'évolution des consommateurs, de la société, alliés aux effets de la mondialisation rendent caduques les anciens modèles. Par cette opération, Publicis transforme non seulement le paysage concurrentiel, mais devient le seul groupe à disposer des réponses appropriées aux évolutions de notre monde.

Notre motivation essentielle demeure de mieux servir nos clients : les grands annonceurs mondiaux, eux-mêmes engagés dans un processus de consolidation sans précédent, aspirent de plus en plus à collaborer avec des réseaux appartenant à des groupes de communication forts, pérennes, diversifiés, mondiaux et bien gérés, c'est à dire tirant le meilleur parti d'économies d'échelle. Cela ne nous détourne aucunement des clients nationaux ou régionaux qui ont d'autres besoins et pour lesquels nous disposons d'atouts essentiels sur chaque marché. En effet, une de nos forces réside dans les racines de nos agences locales et leur capacité à être en harmonie avec les consommateurs locaux, leurs cultures et leurs habitudes. Notre volonté de renforcer ce pilier de notre développement reste totale.

Au-delà du statut mondial que nous avons acquis et de la formidable puissance d'achat média que constitue l'arrivée de Starcom MediaVest, qui vient renforcer celle de ZenithOptimedia, cette opération a répondu à beaucoup d'autres exigences stratégiques : offrir à nos clients un accès unique au Japon, le deuxième marché mondial, grâce à l'accord avec Dentsu, améliorer nettement nos positions en Asie et en Amérique Latine et enfin nous développer de façon significative dans plusieurs métiers de la communication spécialisée : la communication santé, la communication ethnique, les relations publiques, le CRM et le marketing sportif. C'est tout cela qui a guidé Publicis dans cette opération.

L'acquisition de Bcom3 a représenté une valeur totale de l'ordre de 2,1 milliards d'euros au moment du « closing » (suivant les règles comptables françaises). Le schéma de financement a été conçu pour minimiser la création d'actions : il sera composé pour moitié d'actions nouvelles (dont une grande partie sera détenue par Dentsu sur une période de dix ans) et pour moitié de divers instruments (Orane et Obsa) permettant d'étaler voire d'éviter la création ultérieure d'actions nouvelles. Soucieux d'éviter des effets de retour d'actions nouvellement créées sur le marché, des systèmes de « lock-up » qui retardent dans le temps la cession de ces titres ont été mis en place et sont assortis de modalités de cession « ordonnée ».

Notre accord avec Dentsu comporte trois volets : un accord stratégique, un pacte d'actionnaire avec Publicis Groupe SA et un pacte d'actionnaire avec Madame Elisabeth Badinter. Le partenariat stratégique unique entre Publicis et Dentsu a pour but d'offrir à nos clients un accès privilégié au Japon, en particulier dans le conseil et achat média. Grâce à cet accord, Publicis est aujourd'hui le seul groupe de communication au monde en mesure d'offrir à ses clients une gestion réellement mondiale de leur achat d'espace incluant le Japon. Par ailleurs, Publicis va jouer le rôle de réseau international privilégié (à l'extérieur de l'Asie) pour les

clients japonais de Dentsu qui souhaiteront utiliser les possibilités offertes par notre Groupe. Ce partenariat stratégique devrait permettre à nos deux groupes d'ouvrir de nouveaux horizons en matière de new business, comme cela a déjà été le cas avec le gain du budget Hewlett-Packard au Japon fin 2002. Par ailleurs, notre accord prévoit la création d'activités communes au niveau international, en particulier dans le domaine du marketing sportif, un secteur dont Dentsu est leader mondial. Une agence commune, iSe (International Sponsoring and Entertainment) vient également d'être créée en partenariat avec Dentsu (45%), Publicis (45%) et SportsMondial (10%). Le démarrage des activités a eu lieu dès le début de 2003.

Le volet capitalistique de l'accord, qui prévoit l'entrée de Dentsu dans le capital du Groupe est un gage supplémentaire de réussite de notre partenariat : Dentsu détient désormais 15% des droits de vote du Groupe et s'engage notamment à conserver cette participation pendant 10 ans. Nous partagerons donc le même enthousiasme et les mêmes intérêts à développer nos affaires. Par ailleurs, l'accord conclu avec Madame Elisabeth Badinter permet de garantir l'avenir du Groupe dans cette configuration très particulière d'entreprise à la fois mondiale et familiale et également de veiller à ce que cette culture si spécifique qui fait la force de Publicis, soit préservée. Cela s'est concrétisé également par l'entrée de Messieurs Narita et Oshima au Conseil de Surveillance du Groupe.

Quelques semaines seulement après la finalisation de cette opération stratégique, d'importantes décisions d'organisation ont été annoncées en octobre 2002 avec en particulier l'intégration des activités de l'enseigne publicitaire D'Arcy Worldwide dans les autres réseaux du groupe afin de concentrer l'essentiel de nos ressources publicitaires sur trois enseignes fortes, Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi Worldwide et Leo Burnett Worldwide dont la culture et l'histoire en font des marques uniques. Les autres entités, dont notamment Fallon Worldwide, vont voir leur développement se poursuivre conformément aux plans existants. Fallon Worldwide, de même que Bartle Bogle Hegarty (dont nous détenons 49 % du capital) ont en effet une vocation particulière et se positionnent comme des réseaux multi-hubs et ultra-créatifs.

Ainsi, D'Arcy, qui apparaissait comme un réseau fragilisé, aux ressources moins larges que les autres, est en cours de fusion avec d'autres entités du groupe : cette décision, très délicate et difficile à prendre, a été longuement pesée mais s'est imposée rapidement comme étant la meilleure pour les clients et l'avenir du groupe. Elle peut apparaître formidablement audacieuse, alors qu'elle est en réalité remarquablement raisonnable. Généralement ce type de fusion s'accompagne d'hémorragies de clients et de collaborateurs. Afin d'éviter ou de limiter ces dégâts, nous avons opté pour une solution originale, voire une première mondiale, car nous ne fusionnons pas un ensemble dans un autre, mais redistribuons pièce par pièce, ville par ville et client par client, les actifs de D'Arcy et les regroupons avec l'entité du groupe qui apporte la plus forte complémentarité. Aux Etats-Unis, D'Arcy a fusionné une partie de ses activités avec celles de Publicis USA, renforçant ainsi le réseau Publicis Worldwide. D'Arcy Detroit a constitué une entité spécifique avec Leo Burnett Worldwide pour servir General Motors. Plusieurs réaménagements de portefeuille clients ont eu lieu au bénéfice de Saatchi & Saatchi, comme Procter & Gamble ou Pillsbury avec les équipes correspondantes et en accord avec les clients concernés. Dans le reste du monde, nous finalisons des fusions avec les entités du groupe au cas par cas, en fonction des intérêts des clients.

Par ailleurs, plusieurs nominations de premier plan ont été annoncées : Roger Haupt, ancien Chief Executive Officer de Bcom3 a rejoint le Directoire de Publicis Groupe SA en tant que Chief Operating Officer. En ce qui concerne le réseau Publicis Worldwide, qui reste dirigé par Maurice Lévy en tant que Chairman & Chief Executive Officer (CEO), Rick Bendel, jusque là Regional Chairman pour le Royaume Uni et la région nordique a été promu au poste de Chief Operating Officer (COO). Il va veiller à ce que le point de différence majeur du réseau, « La Holistic Difference » – dont il a été l'un des architectes – soit implanté dans toutes les unités. Susan Gianinno, précédemment, Chair & Chief Branding Officer de D'Arcy Worldwide va diriger, avec le titre de Chair and CEO, Publicis Worldwide aux Etats-Unis, qui est largement renforcé une fois la fusion avec D'Arcy réalisée. David Droga a été nommé Worldwide Creative Director de Publicis Worldwide,

une nouvelle fonction à l'échelle mondiale ayant la responsabilité du produit créatif. Par ailleurs, Publicis Groupe SA a réaffirmé sa volonté de développement dans les SAMS - Specialized Agencies & Marketing Services - et John Farrell, anciennement President & CEO de D'Arcy Worldwide, a pris en charge ce secteur avec le titre de President & CEO. C'est le domaine dans lequel les investissements devraient être concentrés dans le proche avenir.

Enfin, les agences de conseil et achat media dans lesquelles le groupe occupe la position de numéro un mondial (selon RECMA) ont été placées sous la responsabilité de Roger Haupt. Jack Klues, Chairman & CEO de Starcom MediaVest Group, et John Perriss, CEO de ZenithOptimedia, lui reportent directement, favorisant ainsi la mise en œuvre de synergies tout en maintenant les deux marques et leur management rigoureusement indépendants.

Le marché publicitaire mondial en 2002 a vu les tendances négatives de l'an passé se poursuivre, voire s'accroître sur une partie de l'année : cela était en partie attendu au premier trimestre car la base de comparaison avec le début 2001 était de toute façon très défavorable mais la baisse du marché s'est accentuée au-delà des prévisions pessimistes au cours du second trimestre 2002 et s'est poursuivie, notamment en Europe au cours du deuxième semestre. En revanche, le marché semble avoir montré des signes de stabilisation, voire de sursaut en Amérique du Nord à partir de l'automne 2002. Dans le reste du monde et en particulier en Asie (hors Japon), le marché publicitaire a repris le chemin de la croissance, se consolidant trimestre après trimestre.

Les incertitudes économiques et politiques au niveau mondial entretiennent chez les annonceurs une attitude extrêmement prudente, qui crée un manque total de visibilité et rend la prévision aléatoire. Sur le plan sectoriel, la situation s'est également trouvée très partagée, entre secteurs résistants tels que la grande consommation et l'automobile et secteurs difficiles, tels que les services financiers, la technologie ou le tourisme et les transports.

Dans ce contexte, Publicis a continué à faire mieux que le marché et donc la majorité de ses concurrents. La baisse organique de l'année a été de 3,4 % (la baisse a été de 3,9 % en intégrant Bcom3 au dernier trimestre 2002). Notre croissance réelle, prenant en compte la consolidation de Zenith Media ainsi que celle de Bcom3 sur le quatrième trimestre et cinq jours, a été de 20,2 % au cours sur l'année. Cette performance est essentiellement due à la nature de notre portefeuille de clients ainsi qu'aux bons résultats enregistrés en new business depuis le deuxième trimestre. Les gains nets de nouveaux budgets se sont élevés au total à 2,2 milliards d'euros en 2002 (intégrant Bcom3 au quatrième trimestre). Publicis a gagné de nombreux budgets nationaux et internationaux.

Sur le plan des acquisitions, Publicis a connu, hors Bcom3, conformément à la stratégie annoncée, une activité très limitée et principalement ciblée dans le secteur des marketing services et agences spécialisées (SAMS) avec les acquisitions de *Gravitas*, agence japonaise de marketing relationnel, de *Johnston & Associates*, agence spécialisée dans la représentation des intérêts publics et privés auprès du Congrès et du Gouvernement fédéral des Etats-Unis, de *Magnesium*, agence de marketing services en Belgique et en France de *Média Publics*, spécialisée dans le tourisme d'affaires, *Sales Story* dans le marketing relationnel et *ECA 2* en communication événementielle, trois entités venant compléter l'offre de Publicis Dialog. Par ailleurs, Publicis a renforcé son offre aux Pays-Bas en procédant à l'acquisition de l'agence de relations publiques *Van Sluis Consultants* en juillet 2002. Sur le plan géographique, le réseau Publicis Worldwide a doublé sa taille sur le marché mexicain, par l'acquisition de l'agence de publicité *Arredondo/De Haro* et l'intégration de l'agence de design *Art-y-mañã* (juillet 2002).

Le chiffre d'affaires reconstitué consolidé du Groupe s'est élevé à 24,7 milliards d'euros en 2002, contre 16,7 milliards d'euros en 2001, soit une croissance de 48,5 %. Cette croissance prend en compte l'intégration de Bcom3 sur un trimestre et cinq jours ainsi que Zenith Media sur neuf mois supplémentaires. Il est important de noter que l'écart existant entre croissance de revenu et croissance de chiffre d'affaires provient du développement de l'activité d'achat d'espaces qui représente un fort volume en chiffre d'affaires pour un revenu relativement plus faible que les opérations « créatives ».

Le revenu du groupe s'est établi à 2 926 millions d'euros en 2002 contre 2 434 millions pour 2001, soit une croissance de 20,2 %. Cette forte progression traduit l'intégration de Bcom3 sur un trimestre et cinq jours et de Zenith Media (consolidé seulement depuis le 1^{er} octobre 2001) mais a également subi l'effet négatif des taux de change, en particulier l'appréciation de l'euro vis à vis du dollar. A périmètre et taux de change constants, le revenu a été en recul de 3,9 %. La performance organique de Publicis seul a été de - 3,4 % en 2002, tandis que celle de Bcom3 a été de -4,8 % en 2002 et de -6,3 % pour le seul quatrième trimestre.

Ce recul organique se répartit de la façon suivante : -5,6 % pour Publicis Worldwide, + 1,4 % pour Saatchi & Saatchi Worldwide, +4,2 % pour ZenithOptimedia et -2,8 % pour Media & Régies Europe.

Sur le plan géographique et pour Publicis seul, l'Europe a connu un recul de 5,2% en organique et l'Amérique du Nord un recul de 3,7%. En revanche les autres zones géographiques ont connu une croissance organique positive : +3,2 % pour l'Asie Pacifique, +8,4% pour l'Amérique Latine et +5,6% pour les autres zones géographiques.

Le résultat net consolidé (part du groupe) avant amortissement des survaleurs ressort à 237 millions d'euros pour 2002 contre 215 millions d'euros en 2001, une croissance de 10 %. Après déduction des amortissements de survaleurs, le résultat net part du groupe s'est établi à 147 millions d'euros en 2002 contre 151 millions en 2001, représentant une baisse de 3 %.

Rappel des chiffres clés au titre des trois derniers exercices (en millions d'euros) :

	2002	2001	% Var. 2002/2001	2000
Chiffre d'affaires reconstitué	24 751	16 667	+ 49 %	11 806
Revenu	2 926	2 434	+ 20 %	1 770
Résultat intermédiaire	533	426	+ 25 %	334
<i>Ratio résultat intermédiaire/revenu :</i>	<i>18,2 %</i>	<i>17,5 %</i>		<i>18,9%</i>
Résultat d'exploitation	429	342	+ 25 %	275
<i>Ratio résultat d'exploitation/revenu :</i>	<i>14,7%</i>	<i>14,1 %</i>		<i>15,5%</i>
Résultat financier	(28)	(30)		(11)
Bénéfice net part du groupe (avant survaleurs)	237	215	+ 10 %	160
Bénéfice net part du groupe (après survaleurs)	147	151	- 3 %	128
Effectifs	35 681 p.	20 592 p.		20 340 p.
<i>Ratio endettement/fonds propres</i>	<i>0,83</i>	<i>0,73</i>		<i>0,99</i>

Activités publicitaires

1) Réseau Publicis Worldwide

Le réseau Publicis Worldwide a enregistré un revenu de 1019 millions d'euros en 2002 contre 1091 millions en 2001 soit une baisse de 6,6 %.

Les zones les plus affectées par la baisse du marché publicitaire ont été les Etats-Unis et le Canada, qui ont toutefois observé un certain redressement au cours du quatrième trimestre ainsi que l'Europe dans son

ensemble (l'Allemagne, les Pays-Bas, Scandinavie et Europe du Sud essentiellement) qui a enregistré le plein effet du ralentissement économique à partir du deuxième trimestre. La baisse d'activité a été moins significative en France tandis que le Royaume-Uni et quelques pays autres européens ont réussi à afficher des évolutions positives. L'Asie Pacifique, l'Amérique Latine et le Moyen Orient ont connu tout au long de l'année une croissance assez forte de leur activité par rapport à 2001.

Le résultat net du réseau Publicis Worldwide a légèrement régressé en 2002.

Les principaux gains de budgets du réseau en 2002 ont été les budgets mondiaux de Hewlett-Packard/Compaq « produits et solutions » (publicité et marketing relationnel) et d'Allied Domecq (Kahlua, Beefeater et Stolichnaya) puis les budgets locaux ou régionaux suivants : Hygena, Loewe, Bacardi, PMU et AGF en France, Hotwire, Tower Records, Old National Bankcorp, Curves for Women, Denny's, Sara Lee/Champion et JustMySize, Ghirardelli Chocolate aux Etats-Unis, Kia Motors au Canada, Bridgestone/Firestone au Mexique, Energy Snacks & Bars et Prigat en Israël, Kamis et Generali en Pologne, Grupo Santander au Portugal, Fumas et Anatel au Brésil, Vobis Microcomputer et Berliner Sparkasse en Allemagne, Migros, ICN et Pfister en Suisse, le Ministère de l'Equipement aux Pays-Bas, The Army et Ferrero au Royaume-Uni, le Gouvernement de l'Etat de Victoria, Nescafé et Nike en Australie, Uni2, Sara Lee/Sanex en Italie, Turespana, Banesto et Linea Directa en Espagne, Nestlé (eaux) en Autriche et Nestlé/Aquarel en République Tchèque, Coca-Cola en Corée et en Nouvelle-Zélande, Akai en Inde et Akbank/Axess en Turquie.

En France, dans un contexte de marché qui s'est très nettement durci à partir du deuxième trimestre, le revenu s'est élevé à 217 millions d'euros, quasiment stable par rapport à 2001. Pour sa part, le Groupe Publicis Conseil, fort d'une structure de coûts assainie, a mis un accent tout particulier en 2002 sur l'amélioration de son produit créatif ainsi que sur la conquête de nouveaux budgets. En outre, la mise en place d'une approche holistique avec les clients s'est poursuivie avec succès.

L'Europe (hors France) a réalisé un revenu de 337 millions d'euros, en baisse de 14,1 % par rapport aux 393 millions d'euros réalisés en 2001 : la zone « Europe du Nord » a réalisé la meilleure performance, avec en particulier une croissance des activités publicitaires au Royaume Uni et au Danemark. En revanche, la zone « Europe de l'Ouest » a été très affectée par la baisse des investissements publicitaires en Allemagne et aux Pays-Bas ; dans ce dernier pays, la fin de collaboration avec la BCE, à la suite du lancement réussi de l'euro, n'a pas pu être complètement compensée par de nouveaux budgets significatifs. Publicis a perdu en Allemagne, WalMart et Citibank et subi le marasme économique affectant ce pays et ses conséquences sur l'investissement publicitaire. En Europe du Sud, la récession a également frappé assez durement nos agences travaillant sur le marché espagnol et dans une moindre mesure le marché italien, même si des gains de budgets récents permettent d'envisager 2003 avec un peu plus de sérénité ; seule la Grèce a connu une croissance assez significative, ainsi que la Croatie et la République Tchèque.

En Asie Pacifique, le revenu s'est élevé à 88 millions d'euros, contre 84 millions d'euros en 2001 (+3,6% à taux de change et périmètre constants). Plusieurs marchés de cette zone ont connu depuis le premier trimestre une reprise qui a permis de réaliser une progression satisfaisante du revenu : Australie, Nouvelle Zélande, Corée, Philippines, Inde, Thaïlande et Indonésie. En revanche, les autres agences du réseau ont enregistré une baisse d'activité (en particulier, en Chine et au Japon).

Dans la zone Afrique/Moyen-Orient le revenu s'est établi à 32 millions d'euros, (en croissance de 9 % à périmètre et taux de change constants), grâce aux performances réalisées par l'agence Publicis-Graphics au Moyen-Orient et un redressement de l'activité en Afrique du Sud. En revanche, l'activité en Israël est demeurée difficile.

En Amérique Latine, le revenu a atteint 36 millions d'euros, en légère croissance (+ 7,3 % à taux de change et périmètre constants). La croissance du revenu notamment au Mexique, au Chili, en Colombie et au Vénézuéla a permis de compenser les fortes baisses d'activité enregistrées au Pérou, en Argentine et en Uruguay. Le revenu est demeuré pratiquement stable au Brésil. Sur un plan stratégique, il convient de

rappeler que Publicis a doublé sa taille au Mexique à la suite de l'acquisition de l'agence Arredondo/De Haro (publicité) et d'Art-y-mana (design) en juillet 2002.

Au Canada, Publicis a réalisé un revenu de 33 millions d'euros, en baisse organique de 9,5 % par rapport à 2001.

Aux Etats-Unis, les agences de publicité du réseau Publicis (Publicis & Hal Riney, Publicis Evans, Publicis Bloom et Burrell) ont réalisé un revenu de 227 millions d'euros contre 248 millions d'euros en 2001, soit une baisse de 8,4 % (la baisse est de 3,6 % en organique, c'est à dire à taux de change et périmètre constants). Le revenu s'est amélioré à partir du deuxième semestre dans la plupart des agences du réseau, pour redevenir positif par rapport à 2001 ; seul Publicis & Hal Riney, impacté par la perte des budgets Saturn et First Union/ Wachovia est restée en régression significative. Toutefois, le gain récent du budget mondial de Hewlett-Packard/Compaq « produits et solutions » a commencé en fin d'année à revitaliser cette agence et inverser la tendance.

2. Réseau Saatchi & Saatchi Worldwide

Le réseau Saatchi & Saatchi a réalisé un revenu de 665 millions en 2002 en recul de 4,6 % par rapport à 2001. La croissance organique a été de 1,4 % par rapport à l'année précédente. La plupart des zones géographiques ont vu leur revenu progresser, à l'exception de l'Europe et surtout du Moyen-Orient. Les performances organiques respectives ont été de -1,4 % et +2,7 % pour l'Europe et l'Amérique du Nord et des croissances de 1,2 % et 7,4 % pour l'Asie Pacifique et l'Amérique Latine. Ces bonnes performances sont avant tout attribuables à la bonne progression des investissements publicitaires des clients majeurs du réseau, Procter & Gamble, General Mills, et Toyota et d'importants gains de nouveaux budgets mondiaux tels que Pillsbury, KitchenAid, Pampers ou européens. Saatchi & Saatchi a reçu en 2002 et au début de 2003 un grand nombre de distinctions récompensant sa créativité et son agressivité commerciale : première agence au Festival de Cannes, Global Agency Network of the Year par AdAge et Adweek et numéro un en new business international par AdAge. Le résultat net du réseau Saatchi & Saatchi s'est établi en forte croissance, surtout sensible en Amérique du Nord et en Europe. Il convient enfin de noter que deux ans seulement après son acquisition Saatchi & Saatchi a atteint ses objectifs de rentabilité.

Les principaux gains de budgets de Saatchi & Saatchi Worldwide en 2002 ont été : les budgets internationaux (hors USA) de General Mills / Pillsbury (Géant Vert, Old El Paso, Betty Crocker,...), de Chantelle (lingerie), de la Région Sicile (Italie) et de Bulgari (parfums), le budget européen de Toyota Avensis, une extension du budget européen de Tiscali, PayLess Shoes en Amérique Latine, T-Mobile et CPW/ Cookie Crisp Cereal au Royaume-Uni, Dell et Shenzhen Telecom en Chine, SmarTone Mobile à Hong Kong, The Navy à Singapour, Petron Corp aux Philippines, Turner International en Argentine, Visa, les supermarchés Extra et ATL Telecom au Brésil, une extension du budget Verizon à Porto Rico, Playwin Infraves (loterie on-line) en Inde, les chocolats Cadbury aux Emirats Arabes Unis, les budgets Pampers (Amériques et Asie) et Kandoo (Europe) de Procter & Gamble, Toyota Motor Sales/ 4Runner, Matrix et Corolla, KSL Resorts, KitchenAid et Boost Mobile aux Etats-Unis, Olympus en Australie, les assurances Imperio Bonanca au Portugal et NEPAD en Afrique du Sud.

Au Royaume-Uni, le revenu a été en recul de 3,5 % (organique) par rapport à 2001 à 83 millions d'euros. L'agence de Londres, qui a perdu en 2002 les budgets Lloyds TSB, The Army et Telewest et entrepris de nombreuses réorganisations internes, a aussi connu un regain de vitalité commerciale avec en particulier le gain récent de Royal Bank of Scotland. Par ailleurs, Saatchi & Saatchi Londres a été déclarée « Agency of the Year » au Festival de Cannes pour sa créativité dans la campagne « Club 18-30 ».

Dans le reste de l'Europe, les agences situées en Allemagne et en Italie ont connu des croissances assez satisfaisantes de leur revenu en dépit de l'environnement économique. En revanche, la tendance de revenu s'est infléchi au cours de deuxième trimestre en France et en Espagne. Toutes les autres agences du réseau Saatchi & Saatchi en Europe ont connu une situation généralement difficile, à l'exception du Danemark. Au total le revenu de 2002 a été de 101 millions d'euros.

En Amérique du Nord, Saatchi & Saatchi a vu son revenu progresser de 2,7 % à structure et taux de changes constants, à 321 millions d'euros. La tendance de l'activité s'est nettement améliorée au fil de l'année, en particulier grâce à l'accroissement des revenus provenant de Procter & Gamble, Toyota/Lexus et General Mills et des premiers effets des gains Pillsbury et KitchenAid. La baisse de revenus de Rowland (en raison de la baisse de revenu provenant de DuPont) a été largement compensée par les bonnes performances des agences de New York, de Los Angeles, de TeamOne et de Conill Advertising (agence hispanique). Klemtner (communication santé), en revanche, a connu une baisse de revenu en 2002, en raison du repli opéré par les sociétés pharmaceutiques en matière de communication et de la baisse du nombre de lancements de nouveaux médicaments.

En Amérique Latine, le réseau Saatchi & Saatchi a connu au global une croissance organique de 7,4 % de son revenu, à 41 millions d'euros, grâce à la bonne croissance enregistrée par l'agence de Porto Rico. En revanche, l'activité au Brésil et au Mexique a été en retrait. Le réseau a également procédé au regroupement de son agence hispanique Conill avec son agence sud américaine Nazca afin de renforcer sa position dans l'univers latino-américain.

En Asie Pacifique, la croissance organique de Saatchi & Saatchi est restée satisfaisante (+1,2% en organique) et le revenu a atteint 94 millions d'euros. Les agences opérant en Chine, à Taiwan, en Thaïlande, en Malaisie et en Inde ont compensé les baisses d'activité enregistrées à Singapour, en Australie et en Nouvelle-Zélande. Dans ces deux derniers pays, la baisse de revenu est notamment liée à la perte de plusieurs budgets fin 2001, NRMA pour l'Australie et Westpac, Lion Nathan pour la Nouvelle Zélande.

Au Moyen-Orient, la baisse d'activité de Saatchi & Saatchi Dubaï n'a pu être compensée par les bonnes performances des agences d'Egypte et d'Arabie Saoudite.

3. Le réseau Leo Burnett Worldwide

Le réseau Leo Burnett, intégré au groupe Bcom3 a rejoint le Groupe le 24 septembre 2002. Le revenu du réseau a atteint en 2002, 748 millions d'euros avec une performance organique de -5,6%. L'amélioration constatée en fin d'année en Amérique du Nord dans d'autres activités a également été sensible pour Leo Burnett. Les relations de Leo Burnett avec ses principaux clients existants se sont renforcées en 2002 et un grand nombre de nouveaux budgets a été gagné. Il convient notamment de citer Lexmark, EarthLink, Gap et Beck's aux Etats-Unis, Visa international en Amérique Latine, Morgan Stanley au niveau mondial (stratégie de la marque). La principale perte a été USPS aux Etats-Unis.

4. Le réseau D'Arcy Worldwide

Ce réseau, également intégré à Bcom3 a été consolidé depuis le 24 septembre 2002. Toutefois il a été décidé de redistribuer ses budgets et ses équipes dans les trois principaux réseaux du Groupe. Ce processus a démarré, avec l'accord de la grande majorité des clients concernés, dès le mois d'octobre 2002 et devrait s'achever dans le courant du premier semestre 2003. A fin février, tout se déroulait de façon harmonieuse et conforme à nos prévisions. Aucune perte notable de client ou de collaborateurs ne s'est produite postérieurement à l'acquisition. La plus grande partie de l'activité de D'Arcy a été transférée à Leo Burnett (environ 40 %) correspondant à l'agence de Detroit et à une part importante des activités européennes. Le reste a été distribué entre Publicis Worldwide, pour la plus grande partie des activités aux Etats-Unis et pour les agences d'Asie Pacifique et d'Amérique Latine, Saatchi & Saatchi afin de se renforcer sur certains clients clés tels que Procter & Gamble et General Mills et enfin d'autres unités dont Kaplan Thaler et ARC Marketing spécialisée en marketing direct et CRM.

Le revenu 2002 de D'Arcy s'est élevé à 446 millions d'euros et la performance organique a été de -10,5%, en grande partie due aux pertes des budgets Mars, Pampers et Burger King.

5. Le réseau Fallon Worldwide

Le réseau Fallon Worldwide a réalisé en 2002, un revenu de 88 millions d'euros, en recul organique de 12,8 % par rapport à 2001 : Fallon USA a subi de plein fouet la récession américaine affectant un grand nombre de ses clients dans les secteurs du tourisme, des transports, des services financiers et de l'informatique (United, Citibank, Holiday Inn et EDS) ainsi que la perte des budgets Long John Silver, Timex et Nikon, tandis que Fallon Londres a poursuivi sa forte expansion. Toutefois, fin juin, Fallon, associé à Publicis a remporté le budget mondial de la marque Nestlé/Purina ainsi que celui de plusieurs marques de cette division, dans le domaine des aliments pour animaux et Fallon Londres a remporté début novembre le budget Sony pour l'Europe, remis récemment en concurrence par le client. Ces succès, ainsi que les gains des budgets Speedo au niveau mondial, Noble House, Bibendum, SCA Velvet au Royaume-Uni, SoBe, Guidant, Dyson aux Etats-Unis devraient permettre à ce réseau de retrouver une dynamique plus positive dans les mois à venir.

6. Autres agences de publicité

Les autres agences consolidées sont essentiellement Beacon International au Japon, the Kaplan Thaler Group aux Etats-Unis et Pangea Group, spécialiste de communication multiculturelle également aux Etats-Unis.

Conseil et Achat Média

1. ZenithOptimedia

Créé début octobre 2001 et détenu à hauteur de 75 % par Publicis Groupe SA et de 25 % par Cordiant, ZenithOptimedia été consolidé pour la première fois à compter du 1^{er} octobre 2001. Il constitue, à part Bcom3, la principale variation du périmètre de consolidation en 2002 quand on le compare à 2001. Ce réseau a réalisé en 2002 un revenu de 235 millions d'euros. La progression organique du revenu a été de 4,2 %. Le rapprochement entre les unités Zenith Media et Optimedia a été réalisé sur tous les marchés importants à l'exception de l'Espagne et des Etats-Unis, où des raisons de relations avec les clients ne le permettaient pas. Les fonctions administratives et de recherche ont également été mises en commun afin de tirer le meilleur parti des ressources.

L'activité new business de Zenith Optimedia est restée soutenue en 2002, avec notamment les gains de Nestlé en Allemagne, AstraZeneca/ Crestor, Schering Plough/ Claritin OTC, Allied Domecq et General Mills/Pillsbury (media planning) aux Etats-Unis, Toyota en France et British Airways (media planning) et HP/Compaq mondialement. Les principales pertes ont été British Telecom, ExxonMobil et Columbia TriStar. Par ailleurs les autres gains de budgets ont été : MBNA Credit Card en Europe, une extension de Georgia Pacific, HSBC, Curves for Women, Hermès aux Etats-Unis, Pillsbury, Kia Motors et General Mills au Canada, Gap, COI/Inland Revenue, COI/Works and Pensions, une extension du budget British Airways et Woolworths au Royaume-Uni, National Bank/MLC et Pfizer en Australie, Gap, Sagem en France, LAE (loterie) en Espagne, SCV/ StarHub et Zuji.com à Singapour, Mc Donald's, Chun Lan, China Mobile, YiBai Pharmaceutical et Lexus en Chine, Nestlé aux Philippines (extension), Benja Cereal en Thaïlande, Weichuan Foods à Taiwan, Kotsovolos en Grèce, Co-op en Norvège, L'Oréal/Garnier et Pfizer au Mexique, Vestel Group en Turquie et Cussons en Pologne.

Les entités du groupe Optimedia opérant en France, en Espagne, aux Pays Bas, aux Etats-Unis et dans une moindre mesure au Royaume Uni ont réalisé de bonnes progressions de revenus grâce à des gains de budgets obtenus en 2001 et au début 2002 ou des revenus accrus de clients existants. L'activité en Allemagne s'est redressée au troisième trimestre, notamment grâce à une progression des dépenses publicitaires d'un important client.

Zenith Media a connu une progression satisfaisante de ses revenus aux Etats-Unis et au Royaume-Uni également grâce à l'apport des nouveaux budgets de l'année passée (General Mills, Schering Plough, AstraZeneca,...) et du début 2002. La plupart des autres entités européennes de Zenith Media ont

globalement connu un recul de leur activité, en particulier à cause de la perte du budget Procter & Gamble dans certains pays en 2001.

2. StarcomMediaVest Group

Entré dans le groupe le 24 septembre 2002 avec Bcom3, Starcom MediaVest Group a réalisé en 2002 un revenu de 483 millions d'euros. La croissance organique a été de 10,5 %. Cette forte croissance résulte du renforcement des relations avec ses principaux clients (Procter & Gamble, General Motors, Disney, Kellogg's,...) et au fait que Starcom MediaVest a maintenu un très bon niveau de new business : il convient notamment de citer les gains des budgets Sun Microsystems, EarthLink, Toys R Us, Storage Tek, et Heineken aux Etats-Unis, BellSouth en Amérique Latine, Sony en Australie, Honda Motors et British Telecom en Europe. La perte la plus significative a été celle de Burger King.

Vente d'Espaces Publicitaires

Le chiffre d'affaires de Médias & Régies Europe en 2002 a atteint 507 millions d'euros, en recul de 8,9 % par rapport à la même période l'an passé. Le revenu s'est établi à 127 millions d'euros contre 132 millions en 2001, un recul de 3,9 % (recul organique de 2,8 %).

Médias & Régies Europe a subit de façon brutale, dès le premier trimestre 2002, la chute des investissements médias d'un certain nombre d'annonceurs français. Le revenu s'était légèrement amélioré au cours du deuxième trimestre, essentiellement grâce à un bon mois de juin, mais a subi une forte décélération au troisième trimestre, notamment dans le domaine de la presse et de l'affichage puis une certaine stabilisation. Au total sur l'année, les secteurs ayant le mieux résisté ont été la radio, l'affichage et le cinéma. Il convient de noter l'entrée dans le périmètre de consolidation des filiales de Métrobus, SMA et SPP en 2002.

Le secteur de la presse a vu son chiffre d'affaires reculer de 7,7 % pour atteindre 173 millions d'euros en 2002. Le revenu, en baisse de 8,1 % par rapport à 2001, s'est établi à 32 millions d'euros. La presse magazine a eu tendance à mieux résister que la presse quotidienne, en particulier déprimée par la chute du segment des petites annonces. Toutefois, il convient de noter que Le Monde a nettement bénéficié d'une « prime » au leader qui a mieux résisté que ses concurrents.

Avec un chiffre d'affaires de 185 millions d'euros, en baisse de 3,7 %, l'affichage a réalisé un revenu de 67 millions d'euros (+ 3,8 %).

- Le *Groupe Métrobus* a subi le contrecoup de la baisse des investissements publicitaires et a réalisé en 2002, à périmètre constant, une baisse de 16 % de son revenu à 34 millions d'euros. La baisse de revenu a été particulièrement sensible en Espagne, où Publisistemas a perdu la régie du métro de Madrid fin 2001 ainsi que dans la filiale Sodex.
- Le *Groupe Publex / JC Decaux Nederland*, opérant aux Pays-Bas sur un marché publicitaire pourtant difficile, a réalisé une progression de son chiffre d'affaires et de son revenu, +6,7 %, à 33 millions d'euros grâce à un bon taux de remplissage de ses espaces et à son dynamisme commercial constant.

Le secteur radio a souffert de la baisse du marché publicitaire mais Régie 1, régie d'Europe 1, a bien résisté au cours de l'exercice 2002. Le chiffre d'affaires total des deux régies (Régie 1 et Intervoz) a été de 94 millions d'euros en 2002 et le revenu de 15,4 millions d'euros, en recul de 26,7 % par rapport à 2001.

Le secteur cinéma a réalisé un chiffre d'affaires de 51 millions d'euros, en hausse de 4,2 % par rapport à 2001. Ce secteur qui a subit très durement la récession publicitaire et les difficultés liées à son développement international a tout de même bénéficié en France de l'ouverture et du succès de nombreuses salles multiplex. Les contrats de régies internationaux sont actuellement en cours de renégociation et la stratégie d'implantation étrangère est en cours de revue. Le revenu s'est élevé à 11 millions d'euros, quasiment stable par rapport à 2001, à structure comparable.

Les activités interactives, désormais seulement liées aux régies presse gérées par Médias & Régies Europe, ne représentent pas de pertes significatives.

Agences spécialisées et Marketing services (SAMS)

1. Communication Corporate

Publicis Consultants a réalisé un revenu de 57 millions d'euros en 2002. Publicis Consultants a été confronté à une contraction générale de la demande en matière de conseil en communication et en relations publiques. Publicis Consultants a procédé au premier semestre à deux acquisitions importantes : la majorité du capital d'un cabinet de lobbying basé à Washington, Johnston & Associates et de l'agence néerlandaise de relations publiques et de design, Van Sluis Consultants.

Manning Selvage & Lee, entré dans le groupe avec Bcom3, a réalisé un revenu de 93 millions d'euros en 2002. Sa performance organique a été de - 8 % environ sur l'année, dans un contexte particulièrement difficile aux Etats-Unis. MS&L s'est étoffé en 2002 grâce à trois acquisitions importantes, Haas MS&L aux Etats-Unis, Chiappe Revello en Italie et Andreoli MS&L à Sao Paulo au Brésil et à une extension du réseau de partenaires dans un certain nombre de métropoles.

2. Communication interactive

Les activités interactives du groupe sont principalement intégrées dans les agences du réseau Publicis décrites dans Publicis Worldwide. Elles se sont renforcées en septembre 2002 avec l'arrivée de plusieurs entités de Bcom3 et en particulier Semaphore Partners, dont le revenu 2002 s'est élevé à 21 millions d'euros.

3. Marketing relationnel

Frankel, aux Etats-Unis, continue à évoluer dans un contexte difficile lié à d'importantes réductions de budgets de la part de plusieurs clients importants et aggravé par la perte des budgets Frito Lay fin 2001 et US Postal Services : son revenu a atteint 77 millions d'euros en 2002, soit un recul organique de 14,6 % par rapport à 2001.

Les filiales de marketing services du réseau Publicis Dialog sont intégrées dans Publicis Worldwide et celle du réseau iLeo dans Leo Burnett. En 2002, le réseau ARC Marketing était intégré au réseau publicitaire D'Arcy.

The Triangle Group au Royaume-Uni, a réalisé un revenu de 20 millions d'euros en 2002, en croissance organique de 8,6 % par rapport à 2001.

4. Communication Santé

Le marché américain de la communication santé ne connaît pas de croissance significative en raison d'un ralentissement des homologations de nouveaux produits par la FDA ainsi que des pressions accrues subies par les sociétés pharmaceutiques de la part des pouvoirs publics en matière de communication. Par ailleurs, la concurrence entre agences s'est intensifiée. Nelson a réalisé un revenu de 126 millions d'euros en 2002, en recul organique de près de 10 % par rapport à 2001. Ce recul est dû à plusieurs facteurs : la réduction des investissements de certains clients, l'arrêt de certains contrats, la baisse d'activité dans le domaine des force de ventes et la disparition du revenu « relations publiques » qui contribuait encore au revenu au premier semestre 2001. L'activité marketing médical est en légère régression par rapport à l'année précédente. Le résultat net de Nelson a fortement reculé par rapport à 2001. La décision de réorganiser les activités de communication santé du groupe, suite à l'acquisition de Bcom3 ainsi que la création prochaine de l'entité Publicis Healthcare Group, devraient créer en 2003 les conditions d'un redémarrage de Nelson, clairement recentré sur ses atouts et mieux positionné sur le marché américain.

Medicus Group, intégré à Bcom3 a rejoint le groupe en septembre 2002. Son revenu s'est élevé sur l'année à 83 millions d'euros et sa performance organique a été de - 8 % environ. Cette baisse est essentiellement due

à la zone Asie Pacifique (Japon et Australie) dont la dégradation n'a pu être totalement compensée par les avancées réalisées en Amérique du Nord et en Europe et les gains de nouveaux budgets.

Autres activités

Le Drugstore Publicis a fermé fin décembre 2001 pour environ dix-huit mois afin de subir une rénovation complète : le nouveau concept, élaboré par un architecte de renom, Michael Sae, devrait rendre au Drugstore le caractère unique et avant-gardiste qu'il incarnait dans ses premières années.

Compte de résultat consolidé

Le revenu du Groupe au 31 décembre 2002 s'est établi à 2926 millions d'euros, en croissance de 20,2 % par rapport à 2001. Cette progression est due à l'intégration de Bcom3 sur un trimestre et cinq jours et quelques autres effets de périmètre dont en particulier la consolidation de Zenith Media. Les effets de changes ont été défavorables (-77 millions d'euros), essentiellement en raison de la forte appréciation du dollar vis à vis de l'euro. Si l'on exclut les effets de changes et les variations de périmètre, le revenu a été en recul organique de 3,9%. Si l'on isolait la contribution de Publicis seul, le revenu ressortirait à 2 366 millions d'euros (soit -2,8% par rapport à 2001 et -3,4% en organique). La contribution de Bcom3 a été de 559 millions d'euros.

Les charges de personnel, qui représentaient 56% du revenu en 2001 sont passées à 56,7 % en 2002 compte tenu de la disparité existant avec l'ex-groupe Bcom3. Les autres charges opérationnelles sont passées de 27,2% du revenu en 2001 à 25,8% du revenu en 2002. Cette importante baisse résulte d'importantes économies réalisées dans les frais de structure au cours de l'exercice.

Le montant des amortissements s'est établi à 104 millions d'euros contre 84 millions l'an passé.

Le résultat d'exploitation a atteint 429 millions d'euros contre 342 millions d'euros en 2001, une croissance de 25,4%.

Les ratios Résultat d'exploitation / Revenu et Résultat intermédiaire / Revenu ont respectivement atteint 18,2 % et 14,7 % au 31 décembre 2002, contre 17,5 % et 14,1 % l'année précédente. Cette progression notable est à analyser avec précaution : en effet, la contribution de Bcom3 n'est intervenue qu'au quatrième trimestre qui traditionnellement enregistre la plus forte rentabilité de l'année. Si l'on analyse les mêmes ratios pour Publicis seul, on a un Résultat d'exploitation / Revenu de 17,3 % et un Résultat intermédiaire / Revenu de 13,8 %, conformes aux attentes du management.

Le résultat financier est passé de (30) millions d'euros en 2001 à (28) millions au en 2002. Cette baisse est liée à la baisse des taux d'intérêts sur la période ainsi qu'à l'effet positif des opérations de refinancement récentes (obligations échangeables et convertibles) à faible coupon mais elle est en grande partie compensée par l'impact des OBSAs utilisées pour le financement de l'acquisition de Bcom3.

Le résultat exceptionnel, constitué essentiellement de coûts de fermetures d'agences non rentables dans divers pays, s'est élevé à (3) millions d'euros contre (8) en 2001.

Le taux d'imposition s'est établi à 33,1 % en 2002, en léger accroissement par rapport à l'an passé du fait du taux élevé applicable à Bcom3 (39,5 %). Le taux applicable à Publicis seul a été de 30,9 %.

La quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence a fortement diminué (il a atteint 3 millions contre 9 millions en 2001) en raison du changement de méthode de consolidation utilisé pour Zenith Media suite au rapprochement avec Optimedia. De façon symétrique, les intérêts minoritaires ont augmenté en 2002 pour atteindre 29 millions contre 19 millions l'an passé.

L'amortissement du goodwill s'est élevé à 93 millions d'euros contre 65 millions en 2001. Cette progression est la conséquence directe des opérations de croissance externe récentes (diverses agences SAMS, 25 % supplémentaires dans Zenith Media et surtout Bcom3 sur un trimestre).

Le résultat net consolidé part du groupe avant amortissement du goodwill s'est établi à 237 millions d'euros contre 215 millions d'euros, soit une progression de 10 %. Si l'on raisonne après amortissement des survaleurs, le résultat net part du groupe ressort à 147 millions d'euros, en recul de 2,6 % par rapport à 2001.

Le bénéfice net par action s'est élevé à 1,63 euros avant amortissement des survaleurs, soit une hausse de 5,2 % par rapport à 2001. Le bénéfice net par action dilué ressort à 1,51 euros avant amortissement des survaleurs, soit une baisse de 2,6 % par rapport à l'année précédente.

Endettement / Bilan

Les capitaux propres consolidés du groupe sont passés de 372 millions d'euros au 31 décembre 2001 à 1 601 millions d'euros au 31 décembre 2002, dont 1 501 millions pour les capitaux propres part du groupe comprenant 495 millions pour les ORANes, liés à l'opération Bcom3 et 100 millions d'intérêts minoritaires. La dette financière nette du Groupe au 31 décembre 2001 s'élevait à 465 millions d'euros (dont 270 millions d'euros de dette nette courante et 195 millions d'engagement lié au paiement des CVGs) : elle est de 1 330 millions d'euros au 31 décembre 2002. Cette augmentation significative est liée essentiellement à la prise en compte de l'OBSA qui a été émise dans le cadre de l'opération Bcom3. La dette financière nette ressort à 83% des fonds propres consolidés.

Le montant total des écarts d'acquisition s'est élevé à 3028 millions d'euros contre 993 millions au 31 décembre 2001, reflétant la prise en compte du goodwill Bcom3 pour 2 120 millions. Les immobilisations incorporelles nettes, sont passées de 199 millions fin 2001 à 879 millions au 31 décembre 2002 également en raison de l'opération Bcom3. Enfin, l'opération Bcom3 a entraîné la constitution d'une importante provision pour risques et charges de 262 millions d'euros, pour faire face au programme d'intégration annoncé en octobre 2002 (fermeture du siège de Bcom3, intégration de D'Arcy, création de centre de ressources partagées...) ainsi qu'une provision de 250 millions d'euros pour la résiliation de contrats de location immobilière, dans le cadre d'un important programme de rationalisation immobilière.

Publicis a dégagé en 2002 une marge brute d'autofinancement de 393 millions d'euros, contre 259 millions d'euros en 2001, soit une augmentation de 50 %, liée bien entendu à l'intégration de Bcom3. La variation du besoin en fonds de roulement a généré un excédent de 183 millions d'euros, après deux années de déficit : cela résulte, à la fois, de la stratégie d'amélioration du BFR entreprise depuis 2001 mais aussi d'un BFR très positif chez Bcom3 au quatrième trimestre.

Il convient également de rappeler que le Groupe a versé début mai 2002, 196 millions d'euros aux porteurs de CVGs Publicis, conformément aux engagements pris en 2000 avec les anciens actionnaires de Saatchi & Saatchi. Les acquisitions (nettes de cessions) d'immobilisations se sont élevées à 64 millions d'euros au cours de l'exercice 2002 et les acquisitions de filiales à 75 millions, traduisant une politique particulièrement sélective au cours de l'exercice.

Par ailleurs, une décision du Directoire en date du 8 juillet 2002 a eu pour conséquence de modifier la méthode de comptabilisation des actions propres : précédemment affectées de façon exclusive aux plans d'options pour le personnel et considérées de ce fait comme des valeurs mobilières de placement, elles devraient à l'avenir être employées à des usages multiples tels que la conversion des OCEANes, le remboursement des ORANes ou des OBSAs émises dans le cadre de l'opération Bcom3. De ce fait, les rachats d'actions propres sont considérés comme un investissement. Le groupe a consacré à ces rachats d'actions 180 millions d'euros en 2002.

Publicis Groupe S.A. (société-mère du Groupe)

Le chiffre d'affaires de Publicis Groupe SA, société-mère du Groupe, composé exclusivement de loyers immobiliers et de redevances de location gérance, s'est élevé à 11 millions d'euros en 2002 contre 11,4 millions d'euros en 2001.

Les produits financiers se sont élevés à 93,4 millions d'euros contre 68 millions d'euros en 2001. Ce poste comprend en 2002, 56,7 millions de produits financiers de participations et 25,3 millions d'euros d'autres intérêts provenant notamment du placement temporaire des fonds reçus dans le cadre de l'OCEANE Publicis (690 millions d'euros).

Après prise en compte de 30,3 millions d'euros de charges d'exploitation et de 86 millions d'euros de charges financières et 1,6 million d'euros de quote-part de résultat de sociétés de personnes, l'exercice 2002 fait ressortir un bénéfice courant avant impôts de 8,4 millions d'euros contre 23,4 millions d'euros l'année passée. Cette situation est due notamment à une dotation tout à fait exceptionnelle aux provisions pour dépréciation des titres Publicis détenus dans le cadre de l'autocontrôle pour 38,4 millions d'euros du fait d'un décalage entre prix de revient historique de 24,88 euros et le cours de marché en décembre 2002 de 21,73 euros, à l'amortissement de la prime d'émission sur l'OCEANE pour 11,5 millions d'euros et à des provisions pour pertes de change.

Au 31 décembre 2002, le résultat de Publicis Groupe SA, société-mère du Groupe a donc été une perte de 926 millions d'euros contre une perte de 469 millions d'euros en 2001. Cette perte élevée s'explique par un résultat exceptionnel négatif de 934 millions d'euros : dans le cadre de la restructuration juridique du Groupe, l'intégralité de la participation de Publicis Groupe SA dans Saatchi & Saatchi Ltd a été cédée à Publicis Worldwide BV, dégageant une moins value de 757 millions d'euros, partiellement couverte par une reprise de provisions de 496 millions d'euros constituée en 2001. Le résultat exceptionnel en résultant est une perte de 261 millions d'euros. De plus, une provision de 553 millions d'euros a été constituée pour tenir compte d'une réduction de la valorisation sur Bcom3 par rapport aux niveaux d'origine et une provision de 120 millions d'euros a été constituée sur les titres Publicis USA Holdings reflétant la baisse de valeur de certaines participations.

Informations financières et juridiques

Prise de participations de sociétés ayant leur siège en France

Par application de l'article L 233-6 du Code de commerce, nous informons de la prise de participation de 98,62 % du capital de la Société en Nom Collectif SFPP Holding, constituée le 20 décembre 2002 entre Publicis Groupe SA et D'Arcy Masius Benton & Bowles, Inc.

Augmentation de capital de Publicis Groupe SA

Conformément à la résolution dix-sept approuvée par l'Assemblée Générale Mixte du 18 juin 2002, il a été procédé à une augmentation de capital en numéraire de 22 500 000 euros, par émission avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires, au bénéfice de Philadelphia Merger LLC de 56 250 000 actions nouvelles de 0,40 euro nominal émises au prix de 30,50 euros, soit une prime d'émission de 30,10 euros par action.

L'intégralité des actions nouvelles ont été libérées et souscrites par Philadelphia Merger LLC le 24 septembre 2002.

Distribution de dividendes

Après l'augmentation du dividende de 10 % votée l'année passée, nous vous proposons cette année encore une augmentation du dividende unitaire de 9 %, conformément aux engagements pris de progressivement augmenter la part des profits distribués sous forme de dividendes. Toutefois, compte tenu de la perte de l'exercice 2002 de 926 173 247 euros, le montant global des dividendes, qui serait ainsi distribué, devrait être prélevé sur la prime d'émission et de fusion, il s'établirait à 46 848 511 euros comparé aux 29 422 978 d'euros distribués l'année précédente.

Ainsi nous vous proposons d'imputer comme suit la perte nette de Publicis Groupe SA pour cet exercice soit 926 173 247 euros :

sur la prime d'émission et de fusion de	3 538 873 409 euros
après imputation de la perte, il ressort du compte "prime d'émission et de fusion" un solde distribuable de	2 612 700 162 euros
que nous vous proposons d'affecter à la distribution aux actions pour un montant de (0,24 euro x 195 296 325 actions)	46 871 118 euros

La présente affectation est proposée sous réserve de l'approbation de la seizième résolution relative à la fusion par voie d'absorption des sociétés Somarel, MLMS 2 et MLMS par la société Publicis Groupe S.A. Conformément aux dispositions de l'article L. 225-210 alinéa 4 du Code de Commerce, le montant du dividende correspondant aux actions auto-détenues à la date de la mise en paiement viendra en diminution du prélèvement sur le compte prime d'émission et de fusion.

Si vous acceptez l'affectation proposée, le dividende net serait de 0,24 euro par action de 0,40 euro nominal, assorti d'un avoir fiscal de 0,12 euro. Il serait mis en paiement le 3 juillet 2003.

Pour satisfaire aux dispositions de l'article L. 223-16 du Code de commerce, nous vous rappelons que les dividendes versés au titre des trois derniers exercices ont été les suivants (le montant indiqué de l'exercice 1999 est avant division par 10 du nominal intervenue le 7 septembre 2000) :

exercice 1999 : 1,70 euro par action de 25 francs de nominal, 0,85 euro d'avoir fiscal ;
exercice 2000 : 0,20 euro par action de 0,40 euro de nominal, 0,10 euro d'avoir fiscal ;
exercice 2001 : 0,22 euro par action de 0,40 euro de nominal, 0,11 euro d'avoir fiscal.

Actionnariat

Conformément aux dispositions de l'article L. 233-13 du Code de commerce, nous vous indiquons que les actionnaires possédant plus de 3 % du capital de la société, au 31 décembre 2002, sont la Société Anonyme Somarel (15,79 %), Madame Elisabeth Badinter (3,96 %), Publicis Groupe SA (6,52 % actions auto-détenues) et Dentsu, Inc (18,11 % dont en pleine propriété 14,63 %). Nous vous rappelons que Dentsu s'est engagé à limiter ses droits de vote à 15 % et qu'un pacte d'actionnaire a été conclu entre Madame Elisabeth Badinter et Dentsu d'une durée de 12 ans.

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 2002 n'est pas significative.

Il convient d'observer qu'au terme du processus de fusion soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale Mixte Ordinaire et Extraordinaire du 15 mai 2003, le FCPE Somarel, investi en 117 353 actions Somarel, détiendra 1 173 530 actions Publicis. En conséquence, les collaborateurs du Groupe Publicis détiendront 0,6 % du capital.

Informations sociales données en application de l'article L. 225-102 alinéa 4 du Code de commerce

Le groupe a toujours demandé à chacun de ses collaborateurs de respecter les exigences juridiques et réglementaires de pays où ils exercent. Il souhaite s'assurer un développement durable, en s'appuyant sur une vision qui lui permette de se développer au-delà du délai de visibilité économique immédiate.

Le groupe est par conséquent attentif aux performances sociales et aux principes de gouvernement d'entreprise, qui lui permettront ce développement durable.

Par ailleurs, le secteur d'activité dans lequel le Groupe opère ne présente pas de risques environnementaux, et ne rend pas nécessaire la création d'un comité ad hoc.

Offre publique d'échange Saatchi & Saatchi

Dans le cadre de l'offre publique d'échange des actions Saatchi & Saatchi et plus particulièrement en application de l'autorisation donnée au Directoire par les Assemblées Générales du 29 août 2000, du 14 juin 2001 et du 18 juin 2002, nous vous informons, qu'en contrepartie des actions Saatchi & Saatchi apportées à l'offre publique d'échange, le Directoire a émis au total, au 31 décembre 2002, 45 380 419 actions nouvelles de Publicis Groupe SA et 45 349 849 certificats de valeur garantie. Ce chiffre comprend les actions créées, postérieurement à l'acquisition, au titre des levées d'options des plans Saatchi & Saatchi. Les certificats de valeur garantie, d'une durée de 18 mois à compter de leur émission, sont arrivés à échéance le 7 mars 2002.

Au 1er mars 2003, les titulaires d'options Saatchi & Saatchi ayant exercé leurs options ont reçu en contrepartie des actions Saatchi & Saatchi apportées à l'offre 4 143 529 actions de Publicis Groupe SA.

Le Directoire rappelle, comme indiqué à l'Assemblée du 14 juin 2001, qu'il n'a pas procédé à l'émission d'options de souscription ou d'achat d'actions Publicis Groupe SA en contrepartie de la renonciation des titulaires d'options Saatchi & Saatchi à exercer leurs droits, la faculté d'exercice de ceux-ci étant maintenue ainsi qu'il est dit ci-avant.

Options de souscription ou d'achat d'actions

En conséquence de la fusion absorption de Publicis Communication par Publicis Groupe SA intervenue le 11 décembre 1998, 62 397 options de souscription antérieurement consenties et attribuées par Publicis Communication ont été reprises par Publicis Groupe SA et converties en 935 970 nouvelles options de souscription à des actions de Publicis Groupe SA de 0,40 euro.

Enfin, votre Assemblée Générale Extraordinaire du 29 août 2000 a autorisé votre Directoire à consentir, en une ou plusieurs fois, des options donnant droit à l'achat ou à la souscription d'actions existantes de la société dans la limite des dispositions législatives en vigueur.

Les bénéficiaires disposent de ce droit de souscription ou d'achat pendant 10 ans.

Dans le cadre de l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 29 août 2000 dans sa septième résolution, le Directoire a attribué lors de l'exercice 2002, 329 600 options d'achat d'actions Publicis Groupe SA

Au cours de l'exercice 2002, il a été levé 45 590 options de souscription d'actions.

Au 31 décembre 2002, il reste à lever au total 4 322 785 options de souscription ou d'achat d'actions de 0,40 euro nominal.

Actions propres

Nous vous informons que Publicis Groupe SA a procédé, au cours de l'exercice 2002, à l'acquisition d'actions propres dans le cadre notamment de l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale du 18 juin 2002, qui a fait l'objet d'une note d'information visée par la COB le 31 mai 2002 sous le numéro 02659.

Ainsi, 8 225 213 actions Publicis Groupe SA ont été acquises en 2002, au cours moyen de 22,14 euros.

Au 31 décembre 2002, le nombre d'actions propres de 0,40 euro nominal en portefeuille s'élève à 12 790 600 (6,52 % du capital de Publicis Groupe S.A) pour un prix de revient net global de 277 939 738 euros compte tenu d'une provision pour dépréciation des actions propres d'un montant de 40 295 998 euros.

L'autorisation donnée le 18 juin 2002, d'une durée de 18 mois, prendra fin le 17 décembre 2003. Nous vous proposons de bien vouloir autoriser votre Directoire, dans le cadre d'un nouveau programme, à acheter des actions de la société pendant une nouvelle durée de 18 mois et dans la limite maximale de 10 % (en ce compris les actions déjà acquises) du nombre total des actions composant le capital social, le Directoire étant autorisé à modifier les conditions de ce nouveau programme en cas d'évolution de la législation. Les objectifs de ce rachat pourront être par ordre de priorité les suivants :

- l'attribution aux salariés de la société dans le cadre de la participation aux fruits de l'expansion de l'entreprise ou en cas de levée d'options d'achat ou encore dans le cadre d'un plan d'actionnariat ou d'un plan d'épargne entreprise ;

- l'intervention sur le marché aux fins de régularisation du cours de bourse ;
- le transfert des actions, par quelque moyen que ce soit, et notamment en vue de prise de participations ou d'intérêts dans d'autres sociétés et de remboursement, de conversion, ou d'exercice de tout instrument financier donnant accès au capital de la Société ;
- la conservation par l'entreprise ;
- l'annulation éventuelle des actions par voie de réduction de capital, afin d'optimiser le résultat par action.

Emission d'actions nouvelles ou d'instruments financiers

Emission d'actions nouvelles et/ou d'obligations à option de conversion en actions nouvelles et/ou d'échange en actions existantes de la Société

L'Assemblée Générale du 9 janvier 2002, sous ses septième et huitième résolutions, a autorisé le Directoire à procéder, en une ou plusieurs fois, à l'augmentation du capital social d'un montant nominal maximum de 40 000 000 euros par l'émission, avec suppression du droit préférentiel de souscription, d'actions nouvelles et de valeurs mobilières autres que des actions, représentatives de créances sur la Société et donnant droit, directement ou indirectement, par conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, à l'attribution d'actions, à tout moment ou à dates fixes, et ce, jusqu'à concurrence d'un montant nominal maximum de 800 000 000 d'euros.

En janvier 2002, le Directoire a procédé à une émission d'obligations convertibles ou échangeables en actions nouvelles ou existantes d'un montant de 690 000 000 d'euros et d'une durée de 16 ans. Cet emprunt se compose de 17 624 521 obligations de 39,15 euros, émises au pair, et portant intérêt au taux de 1 % l'an. Ces obligations seront remboursées en totalité à leur date d'échéance, le 18 janvier 2018, pour un montant correspondant à 134,59 % du pair.

L'Assemblée Générale du 18 juin 2002, sous ses treizième et quatorzième résolutions, a autorisé le Directoire à procéder, en une ou plusieurs fois, à l'augmentation du capital social d'un montant nominal maximum de 40 000 000 euros par l'émission, avec suppression du droit préférentiel de souscription, d'actions nouvelles et de valeurs mobilières autres que des actions, représentatives de créances sur la Société et donnant droit, directement ou indirectement, par conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, à l'attribution d'actions, à tout moment ou à dates fixes, et ce, jusqu'à concurrence d'un montant nominal maximum de 900 000 000 d'euros. Le Directoire n'a pas fait usage de ces autorisations au cours de l'exercice 2002.

Emissions d'obligations avec bons de souscription d'actions (OBSA) et d'obligations remboursables en actions nouvelles ou existantes (ORANE)

Ces émissions ont été réalisées dans les termes économiques et financiers décrits dans la note d'opération visée par la COB le 16 mai 2002 et approuvés par les actionnaires de Publicis Groupe SA en Assemblée du 18 juin 2002 dans les dix neuvième et vingtième résolutions.

Usant des délégations conférées par la dite Assemblée, le Directoire et son Président ont finalisé comme convenu les contrats régissant l'émission des ORANES et des OBSAs.

Par ailleurs, Publicis Groupe SA a demandé l'admission des ORANES et des Bons de Souscription d'Actions (BSA) à la cote d'Euronext.

Gouvernement d'entreprise

Votre Société a adopté le mode d'administration à Directoire et Conseil de Surveillance. Les règles du rapport Bouton ont été établies pour les sociétés à Conseil d'Administration. Comme souhaité dans ce rapport, la transposition des règles, notamment celles relatives à l'indépendance des administrateurs, doit être effectuée pour les sociétés disposant d'un Conseil de Surveillance.

Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe SA déterminera au cours de l'exercice 2003 les critères d'indépendance à retenir et examinera la situation de chacun de ses membres, y compris de ceux qui font partie du Comité d'audit et du Comité de nomination et de rémunération au regard des critères retenus.

Ces deux comités ont été constitués en 2000.

Le Comité de nomination et de rémunération est composé de Madame Elisabeth Badinter, Présidente, et de Messieurs Henri-Calixte Suaudeau et Gérard Pédraglio. Il a pour rôle principal de proposer la nomination et la rémunération des mandataires sociaux de votre société et de ses principales filiales, et de valider les politiques générales du Groupe en matière de rémunération et d'attribution d'options. Ce comité s'est réuni trois fois en 2002 en présence de la totalité de ses membres. Il a examiné les modalités de rémunération, fixe et variable, des principaux dirigeants du Groupe. En règle générale, la part variable de la rémunération est liée aux résultats des entités considérées ; elle peut aussi comporter une part liée à la réalisation d'objectifs individuels. Elle est donc déterminée et versée au cours de l'année qui suit l'exercice auquel elle se rapporte. Le Comité a examiné et approuvé les projets d'attributions d'options ; toutes les options accordées en 2002 sont des options d'acquisition d'actions, et elles sont émises sans décote. Il s'est prononcé favorablement sur les renouvellements de mandats et les nominations au Conseil de Surveillance et au Directoire. Le règlement intérieur de ce comité est en cours d'établissement.

Le Comité d'Audit composé de Messieurs Gérard Worms, Président, Simon Badinter et Jean-Paul Morin a pour rôle de superviser l'organisation et la réalisation de l'audit 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. Il approuve les budgets consacrés à l'audit externe du Groupe. Ce comité s'est réuni quatre fois au cours de l'exercice 2002 en présence de la totalité de ses membres et a en particulier constaté que les services comptables et de consolidation ont su faire face dans des conditions satisfaisantes à l'intégration de Bcom3. Lors de chacune de ces réunions, le Comité a reçu toutes informations utiles de la direction financière et des Commissaires aux comptes du Groupe.

Le 6 mars 2003, il a examiné le projet d'arrêté des comptes de l'exercice 2002, entendu les Commissaires aux Comptes, le Directeur Financier et le responsable de l'audit interne hors la présence de la direction générale.

Le règlement intérieur de ce comité est en cours d'établissement.

Jetons de présence

Nous vous proposons de fixer pour l'exercice 2002 le montant des jetons de présence à allouer à chacun des Membres du Conseil de Surveillance à 2 500 euros pour chacune des réunions à laquelle il aura assisté. Nous vous proposons d'allouer un montant identique à chacun des Membres du Comité d'audit pour chacune des réunions auxquelles il aura assisté.

Information concernant les mandataires sociaux

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, nous vous rendons compte ci-après de la rémunération totale incluant les avantages de toute nature versés durant l'exercice à chaque mandataire social, tant par la Société que par des sociétés contrôlées par votre Société au sens de l'article 233-16 du Code de commerce. Cette rémunération comprenant, pour certains mandataires, une partie fixe et une partie variable, le montant de la partie fixe incluse dans la rémunération totale est signalé.

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

	Rémunération brute totale	dont partie fixe
Membres du Directoire		
Monsieur Maurice Lévy	1 795 300	480 000
Monsieur Bruno Desbarats-Bollet	316 344	181 973
Monsieur Roger Haupt	638 406 ⁽¹⁾	252 137 ⁽¹⁾
Monsieur Kevin Roberts	2 334 524	1 109 403
Monsieur Bertrand Siguier	326 737	188 737
Membres du Conseil de Surveillance		
Madame Elisabeth Badinter	193 102	193 102
Madame Sophie Dulac	7 622	7 622
Monsieur Robert Badinter	7 622	7 622
Monsieur Michel David Weill	7 622	7 622
Monsieur Henri-Calixte Suaudeau	136 389	136 389
Mademoiselle Monique Bercault	7 622	7 622
Madame Hélène Ploix	7 622	7 622
Monsieur Gérard Worms	10 163	10 163
Monsieur Amaury-Daniel de Sèze	7 622	7 622
Monsieur Simon Badinter	285 497	212 085
Monsieur Michel Cicurel	7 622	7 622
Monsieur Robert L. Seelert	447 466	362 005
Monsieur Félix George Rohatyn	7 622	7 622
Monsieur Yucata Narita	-	-
Monsieur Fumio Oshima	-	-

(1) rémunération reconstituée pour un trimestre (de la date d'acquisition de Bcom3 jusqu'au 31 décembre 2002) sur la base de la rémunération annuelle de Monsieur Roger Haupt.

Options de souscription ou d'achat d'actions

Options de souscription ou d'achat d'actions Publicis Groupe S.A. consenties aux mandataires sociaux et options levées par ces derniers	Nombre d'options attribuées / souscrites ou achetées	Type d'options	Prix (en euros)	Date limite de levée	Plan
Options consenties durant l'exercice					
Monsieur Maurice Lévy	220 000	Acquisition	29,79	2012	15 ^{ème} tranche
Monsieur Bertrand Siguier	15 000	Acquisition	29,79	2012	13 ^{ème} tranche

Liste des mandats et fonctions exercés dans toute société par les Membres du Directoire et du Conseil de Surveillance durant l'exercice

Membres du Directoire :

Monsieur Maurice LEVY : Président – nommé le 27 novembre 1987, demeurant 240 bis, boulevard Saint-Germain à Paris (75007)

- Président et Directeur Général Publicis Conseil SA
- Président du Conseil d'Administration MLMS SA
- Président Publicis.Net, Inc. (USA)
Publicis USA Holdings Inc. (USA)
D'Arcy Masius Benton & Bowles, Inc.
- Vice-Président du Conseil de Surveillance Médias et Régies Europe SA
- Member of the board Zenith Optimedia Group Limited (Angleterre)
Saatchi & Saatchi Limited (Angleterre)
Optimedia Holdings Limited (Angleterre)
Zenith Optimedia Group Limited (Angleterre)
Multi Market Services Limited (Angleterre)
Zenith Optimedia Group Limited (Angleterre)
Philadelphia Merger Corp (USA)
U.S. International Holding Compagny Inc (USA)
Publicis.Eureka (Singapour)
Publicis.Romero (Mexique)
Publicis Communication (Afrique du Sud)
Publicis Johannesburg (Afrique du Sud)
Publicis Cape Town (Afrique du Sud)
Publicis.Argentina (Argentine)
Publicis Communications (Australie)
Publicis Communications (Nouvelle-Zélande)
Publicis Canada Inc (Canada)
Publicis.Unitros (Chili)
Publicis.Welcomm (Corée)
Publicis.Ariely (Israël)
Publicis USA Holdings (USA)
Fallon Worldwide (USA)
Frankel (USA)
Publicis & Hal Riney (USA)
Publicis.Wet Desert (Malaisie)
Publicis.Pakistan (Pakistan)
Publicis.Ad-Link (Chine)
Publicis Casadevall Pedreno (Espagne)
Publicis MMS (Angleterre)

- Administrateur Céréol SA
- Gérant MLMS Gestion SARL
- Représentant permanent de Publicis Groupe SA Publicis Technology SA
- Représentant permanent de MLMS Gestion. MLMS 2 SCPA

Monsieur Bruno DESBARATS-BOLLET : membre du Directoire nommé le 27 novembre 1987
demeurant 7, rue de la Fontaine à Bailly (78870)

- Président du Directoire Médias et Régies Europe SA
- Membre du Conseil de Surveillance MLMS2 SCPA
J.C. Decaux Nederland (Pays-Bas)
- Administrateur MLMS SA
S.O.P.A.C.T. SA
- Membre du Comité de Direction Le Monde 2 Publicité SAS
Le Monde Publicité SA
1-Régie.com SAS
- Gérant Régie 1 SCS
Espaces Libération SNC
Régiscope SARL
- Représentant permanent de Médias
et Régies Europe Le Monde Publicité SA
SO.MU.PI SA
Groupe Publicis Services SAS
Métrobus SA
Médiavision SA
Promo Métro SA
S.M.A. SA
SODEX SA
S.P.P. SA

Monsieur Bertrand SIGUIER : membre du Directoire nommé le 17 juin 1999
demeurant 12, rue d'Auteuil à Paris (75016)

- Administrateur Publicis Cachemire SA
Publicis Technology SA
Gantois SA
HM Editions
- Gérant SFPP Holding SNC

- Member of the board
 - Publicis Canada Inc (Canada)
 - Multi Market Services Groupe Limited (Angleterre)
 - Publicis & Hal Riney (USA)
 - Publicis (Italie)
 - Optimedia Italia / More Media Italia
 - Carmi & Ubertis Design (Italie)
 - Publicis Hellas Advertising (Grèce)
 - Publicis Worldwide Holdings B.V. (Hollande)

- Représentant permanent de Publicis.Net,Inc.
 - Institutionnel Design SA

Monsieur Kevin ROBERTS : membre du Directoire nommé le 14 septembre 2000
demeurant 57 Portland Road, Auckland (Nouvelle Zélande)

- President et Chief Executive Officer
 - Saatchi & Saatchi Worldwide Inc (USA)

- Member of the Board
 - Red Rose Limited (Nouvelle Zélande)
 - NZ Edge.Com IP Holdings Limited (Nouvelle Zélande)
 - Team New Zealand Trustees Limited (Nouvelle Zélande)

Monsieur Roger A. HAUPT : membre du Directoire nommé le 10 septembre 2002
demeurant 1934 N Howe street Chicago IL 60614 (Etats Unis)

- Director
 - Bcom3 Holding Australia (Australie)
 - LB Connaghan & May (Adelaide) (Australie)
 - LB Connaghan & May (Queensland) (Australie)
 - Leo Burnett (Sydney) (Australie)
 - Leo Burnett (Victoria) (Australie)
 - Starcom Media Australia (Australie)
 - H&C Leo Burnett (Bahrain)
 - Leo Burnett SAS
 - Bcom3 Holding Germany (Allemagne)
 - Black Pencil (Italie)
 - Leo Burnett Advertising (Malaisie)
 - Starcom Worldwide (Mexique)
 - Leo Burnett (Hollande)
 - N&W Holding (Hollande)
 - Leo Burnett (Nouvelle Zélande)
 - Leo Burnett Shanghai (République Populaire de Chine)

- Leo Burnett del Peru (Pérou)
 - Hemisphere Leo Burnett (Phillipines)
 - Leo Burnett Holdings (Afrique du Sud)
 - Markom/Leo Burnett (Turquie)
 - Black Pencil (Angleterre)
 - LB Europe/Middle East (Angleterre)
 - West Wacker Holdings (Angleterre)
 - Starcom MediaVest Group, Inc. (USA)
- Chairman of the Board
 - West Wacker Holding Norway (Norvège)
 - Bcom3 Management Corp. (USA)
 - Philadelphia Merger Corp. (USA)
 - Bcom3 Mexico (Mexique)
- Chairman, President
 - Leo Burnette Italia (Italie)
 - Star Reachers, S.A.
- Co-Gerant
 - Leo Burnett Holding France
- General Manager
 - Michael Conrad & Leo Burnett (Allemagne)
- Manager
 - Leo Burnett (Belgium) SPRL (Belgique)
 - Black Pencil (France)
- Supervisor
 - Leo Burnett Company (Taiwan)

Membres du Conseil de Surveillance

Madame Elisabeth BADINTER : Présidente – membre du Conseil de Surveillance depuis le 27 novembre 1987, nommée Présidente le 29 avril 1996
demeurant 38, rue Guynemer à Paris (75006)

- Présidente du Conseil de Surveillance Médias et Régies Europe SA
- Présidente du Conseil d'Administration Somarel SA
- Maître de conférences à l'Ecole Polytechnique
- Ecrivain

Madame Sophie DULAC : Vice-Présidente – membre du Conseil de Surveillance depuis le 25 juin 1998, nommée Vice-Présidente le 17 juin 1999
demeurant 86, avenue Niel à Paris (75017)

- Présidente du Conseil d'Administration Les Ecrans de Paris SA

- Gérante Sophie Dulac Productions SARL
- Vice-Présidente du Conseil d'Administration CIM de Montmartre SA

Monsieur Robert BADINTER : membre du Conseil de Surveillance depuis le 14 juin 1996
demeurant 38, rue Gynemer à Paris (75006)

- Professeur Emérite à l'Université de PARIS 1 (Panthéon - Sorbonne)

Monsieur Michel DAVID-WEILL : membre du Conseil de Surveillance depuis le 21 juin 1990
demeurant Viking's Cove, Peacock Lane, Locust Valley,
New York 11560 (Etats-Unis)

- Chairman Worldwide Lazard LLC
- Président Directeur Général Lazard Frères Banque SA
SA de la Rue Impériale de Lyon
- Président – Associé Gérant Maison Lazard SAS
- Associé Gérant Lazard Frères SAS
- Managing Director Lazard Frères & Co. LLC (USA)
- Associé Gérant Partena SCS
Partemiel SNC
- Gérant Parteman SNC
Parteger SNC
- Administrateur Eurazeo SA
Fonds-Partenaire-Gestion (FPG) SA
- Vice-Président, Administrateur, Président du
Conseil des Rémunérations, Président du Comité
des Nominations Groupe Danone SA
- Member of Investment Advisory Board Corporate Advisors LP (USA)

Monsieur Henri-Calixte SUAUDEAU : membre du Conseil de Surveillance depuis le 27 novembre 1987
demeurant 127, avenue Jean-Baptiste Clément à Boulogne (92100)

- Administrateur Publicis Conseil
- Directeur du Département Immobilier Groupe Publicis Services

Mademoiselle Monique BERCAULT : membre du Conseil de Surveillance depuis le 25 juin 1998
demeurant 51, rue Berthier à Versailles (78000)

- Conseiller Technique auprès du Président de Médias et Régies Europe

Madame Hélène PLOIX : membre du Conseil de Surveillance depuis le 25 juin 1998
demeurant 71, boulevard Arago à Paris (75013)

- Présidente
Pechel Industries SAS
Pechel Services SAS
- Administrateur
Lafarge SA
Boots Group PLC (Angleterre)
Ferring SA (Suisse)
- Administrateur et Vice-Présidente
HRF6 SA
CAE International SA
- Représentant Permanent de Pechel Industries
Aquarelle.com SA
Financière d'Or SA
Quinette Gally SA
Histoire d'Or SA
IDM SA
CVBG-Dourthe Kressman SA
Panoranet SA
CoSpirit SA
Xiring SA
Homerider Systems SA
- Gérant
Hélène Ploix EURL

Monsieur Gérard WORMS : membre du Conseil de Surveillance depuis le 25 juin 1998
demeurant 61 bis, avenue de la Motte Picquet à Paris (75015)

- Associé Gérant
Rothschild & Cie Banque
Rothschild & Cie SCS
- Président
Chaîne Thématique *Histoire* SA
S.G.I.M. SA
- Administrateur
Mercapital S.A. (Espagne)
Editions Atlas SA
- Membre du Conseil de Surveillance
Métropole Télévision SA

Médias et Régies Europe SA

- Censeur
 - Ondéo Degremont SA
 - Paris-Orléans SA
 - Francarep SA
 - SIACI SA

Monsieur Amaury-Daniel de SEZE : membre du Conseil de Surveillance depuis le 25 juin 1998
demeurant 51, boulevard Beauséjour à Paris (75116)

- Président du Conseil d'Administration COBEPA SA (Belgique)
- Président PAI management SAS
- Membre du Conseil de Surveillance Gras Savoye SA
- Administrateur
 - Eiffage SA
 - Groupe Bruxelles Lambert SA (Belgique)
 - Groupe Industriel Marcel Dassault SA
 - GIB Group SA (Belgique)
 - Power Corporation du Canada Holding Ltd.
(Canada)
 - Pargesa Holding SA (Suisse)
 - United Biscuits Holding Ltd.(Angleterre)
- Membre du Comité Exécutif BNP PARIBAS SA

Monsieur Simon BADINTER : membre du Conseil de Surveillance depuis le 17 juin 1999
demeurant 2191 Anthony Drive, Bath, Ohio 44333 (Etats-Unis)

- Membre du Directoire Médias et Régies Europe SA
- Membre du Conseil de Surveillance Médiavision SA
- Administrateur
 - Somarel SA
 - Métrobus SA
 - Gestion Omni Media Inc. (Canada)
 - Omni Media Cleveland Inc. (USA)
- Président C.E.O Médias et Régies América Inc. (USA)
- Président C.E.O du bureau de développement Médias et Régies Europe à Cleveland (USA)
- Directeur du développement international Médias et Régies Europe SA

Monsieur Michel CICUREL : membre du Conseil de Surveillance depuis le 17 juin 1999
demeurant 2, rue Alphonse Yvon à Paris (75116)

- Président du Directoire
La Compagnie Financière Edmond de Rothschild
Banque SA
Compagnie Financière Saint-Honoré SA
- Président du Conseil d'Administration
e-Rothschild Services SA
- Administrateur
Banque de Gestion Edmond de Rothschild

Monaco SA
Banque Privée Edmond de Rothschild (Genève)
SA
LCF Rothschild Limited (Londres)
La Compagnie Financière Holding Edmond SA
et Benjamin de Rothschild (Genève)
La Compagnie de Trésorerie Benjamin
de Rothschild (Genève) SA
Bolloré Investissement SA
Bouygues Telecom SA
Cdb Web Tech (Italie)
Cir International (Luxembourg)
Rexecode
- Représentant permanent de La Compagnie
Financière Edmond de Rothschild Banque
Assurances Saint-Honoré SA
E. de Rothschild Corporate Finance SA
LCF Rothschild Asset Management SA
LCF Rothschild Financial Services SA
LCF Rothschild Multi Management SAS
Equity Vision SA
Mobility Benefits SA
- Membre du Conseil des Commanditaires
Rothschild & Compagnie Banque SCS
- Représentant permanent de Compagnie
Financière Saint-Honoré
Cogifrance SA
Compagnie de Conseils des Assurances Saint-
Honoré SA
- Censeur
Francarep SA

Monsieur Robert L. SEELERT : membre du Conseil de Surveillance depuis le 29 août 2000
demeurant 51, West Road, Newcanann 06840 (Etats-Unis)

- Chairman Director
Saatchi & Saatchi Worldwide, Inc. (USA)

- Director, Chief Executive Officer Saatchi & Saatchi Holdings Worldwide, Inc.
(USA)
Saatchi & Saatchi Compton Worldwide, Inc
(USA)
- Director Saatchi & Saatchi North America, Inc. (USA)

Monsieur Felix George ROHATYN : membre du Conseil de Surveillance depuis le 14 juin 2001
ex-Ambassadeur des Etats-Unis en France
demeurant 810 5th Avenue, New York 10021 (Etats-Unis)

- Membre du Conseil de Surveillance Lagardère Group
- Chairman of the Board Aton Pharma Inc.
- Member of the Board Fiat SPA (Italie)
- Administrateur Suez
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton

Monsieur Yutaka NARITA : membre du Conseil de Surveillance depuis le 24 septembre 2002
demeurant 7-6-4, Fusasawa Setagaya-Ku, Tokyo 158-0081 (Japon)

- Chairman & Chief Executive Officer Dentsu Inc.
- Chairman of Tokyo Renovation Committee Tokyo Chamber of Commerce
- President Japan Advertising Agencies Association
- Executive Director FM Japan Ltd.
Broadcasting System of Niigata Inc
Nippon Venture Capital Co., Ltd
Tokyo Broadcasting System, Inc
Television Nishinippon Corporation
SBC Ltd
- Member of the Foundation Board Institute for Management Development
- Chambre de Commerce et d'Industrie Française au Japon Member
- Trustee Japan Association of Corporate Executives
- Emeritus Professor Beijing University

Monsieur Fumio OSHIMA : membre du Conseil de Surveillance depuis le 24 septembre 2002
demeurant 2-2-60, Shinjuku, Zushi-Shi, Kanagawa 249-007 (Japon)

- Executive Vice President, Member of the Board Dentsu Inc
- Advisory Committee Member University of Hawaii at Manoa, Pacific
Asian Management Institute
- Director Northwestern University
- Executive Director DCTP Entwicklungsgesellschaft Für TV
Programm MBH
Beijing Dentsu Advertising Co., Ltd.
- Representative Director Phoenix Communications Inc.

Projet de fusion des sociétés SOMAREL, MLMS2, MLMS par Publicis Groupe S.A.

Les trois sociétés en voie d'absorption, Somarel, MLMS 2 et MLMS, ont pour seul objet de détenir, directement ou indirectement, des actions de la société Publicis Groupe S.A. dont les actions sont cotées à la Bourse des Valeurs de Paris :

- la société Somarel, qui regroupe des membres du groupe familial Bleustein-Blanchet et des investisseurs institutionnels, détenant 30.960.000 actions Publicis Groupe S.A. sur les 196.081.129 actions de 0,40 euros composant son capital, soit 15,79 % ;
- les sociétés MLMS 2 et MLMS qui regroupent les cadres dirigeants et collaborateurs du groupe Publicis, détenant respectivement les actions suivantes sur les 3.096.000 actions de 4,60 euros chacune composant le capital de Somarel :
 - MLMS : 261.932 actions ;
 - MLMS 2 : 128.000 actions.

La fusion projetée s'inscrit dans le cadre d'une simplification des structures financières du groupe et présente un intérêt :

a) pour la société absorbante et ses actionnaires

Cette opération permet à Publicis Groupe S.A. de bénéficier d'une liquidité des titres accrue, le flottant se trouvant élargi suite à la fusion.

En outre, la réalisation de la fusion simplifie ses structures de contrôle en offrant ainsi une meilleure lisibilité boursière.

b) pour les sociétés absorbées et leurs actionnaires

L'opération de fusion permet aux actionnaires de Somarel, de MLMS et MLMS 2 de détenir en direct des actions Publicis Groupe S.A. et de rendre ainsi liquide leur investissement.

En ce qui concerne chacune des trois sociétés absorbées, le principal élément de leur actif est représenté par leur participation soit directement dans Publicis Groupe S.A. (Somarel), soit dans la société Somarel elle-même (MLMS 2 et MLMS), savoir :

- pour Somarel par 30.960.000 actions de votre société, correspondant à 15,79 % de son capital ;
- pour MLMS 2, par 128.000 actions de la société Somarel ;
- et pour MLMS, par 261.932 actions de la société Somarel, indépendamment d'autres participations (MLMS 2 et MLMS 3) se rapportant également à la détention indirecte de titres de Publicis Groupe S.A.

Les apports de Somarel et MLMS 2 ne comprennent, en dehors de cette participation, qu'un excédent d'actif circulant sur les dettes dues aux tiers. Au contraire, la situation de MLMS fait ressortir un excédent de dettes financières sur les actifs circulants.

Les parités de fusion entre Publicis Groupe S.A. et Somarel, MLMS et MLMS 2 ont été établies sur la base d'une analyse multicritère fondée sur les éléments d'analyse suivants :

- l'actif net réévalué,
- l'actif net comptable.

L'actif net réévalué a été déterminé à partir des situations comptables de référence (données sociales) arrêtées au 31 décembre 2002 ; compte tenu de ce qui a été exposé précédemment, le montant de l'actif net réévalué de Somarel, MLMS et MLMS 2 est donc directement dépendant, par transparence, de la valeur de leur participation dans Publicis Groupe S.A.

Les cours de Bourse de Publicis Groupe S.A. pondérés par les volumes ont été relevés sur courte période (spot, 1 semaine, 2 semaines et 1 mois), sur moyenne période (2 mois, depuis le 1er janvier 2003 et 3 mois) et longue période (6 mois et 1 an).

Par ailleurs, afin de conforter la valorisation de Publicis Groupe S.A. sur la base de son cours de Bourse, la société a également été valorisée par application de multiples moyens d'EBITDA et d'EBITA 2002 d'un échantillon de sociétés cotées.

Un calcul de parités a également été effectué sur la base de l'actif net comptable consolidé de PUBLICIS et de l'actif net comptable consolidé de Somarel, MLMS et MLMS 2 calculés par transparence au titre de l'exercice 2002.

Les tableaux suivants présentent les parités obtenues selon l'approche multicritères :

Synthèse des parités Somarel/Publicis Groupe S.A.

Critère	Parité	
Actif net réévalué	10,016x	10,027x
Actif net comptable	10,054x	10,054x

Synthèse des parités MLMS2/Publicis Groupe S.A.

Critère	Parité	
Actif net réévalué	10,175x	10,351x
Actif net comptable	10,777x	10,777x

Synthèse des parités MLMS/PUBLICIS S.A.

Critère	Parité	
Actif net réévalué	25,557x	32,710x
Actif net comptable	8,163x	8,163x

Compte tenu des éléments exposés ci-dessus, le principal critère retenu pour déterminer la parité de fusion est le critère d'actif net réévalué calculé sur la base du cours de Bourse de Publicis Groupe S.A., car il est le plus représentatif de la valeur intrinsèque de chaque société. Il convient de noter que cette parité calculée est peu sensible à la valeur absolue de Publicis Groupe S.A., l'actif de Somarel, de MLMS et de MLMS 2 étant presque exclusivement constitué, par détention directe ou indirecte, de titres Publicis Groupe S.A.

C'est dans ces conditions que la parité d'échange des droits sociaux a été établie :

- à dix (10) actions Publicis Groupe S.A. pour chaque (1) action Somarel ;
- à quarante et une (41) actions Publicis Groupe S.A. pour chaque quantité de quatre (4) actions MLMS 2 ;
- et à vingt neuf (29) actions Publicis Groupe S.A. pour chaque (1) action MLMS.

Ces parités établies, les apports sont réalisés sur la base des valeurs nettes comptables ressortant des bilans des trois sociétés absorbées au 31 décembre 2002, faisant ressortir des apports nets s'établissant :

pour Somarel à	16.282.772 euros,
pour MLMS 2 à	10.259.805 euros,
et pour MLMS à	3.994.636 euros.

En représentation de la valeur nette de ces apports, il est attribué :

- a) à Somarel, à raison de dix (10) actions Publicis Groupe S.A. pour chaque (1) action Somarel, 30.960.000 actions de Publicis Groupe S.A. de 0,40 euros, soit une augmentation de capital de 12.384.000 euros avec une prime de fusion de 3.898.772 euros ;
- b) à MLMS 2, à raison de quarante et une (41) actions Publicis Groupe S.A. pour chaque quantité de quatre (4) actions MLMS 2, 1.322.803 actions de Publicis Groupe S.A., de 0,40 euros, soit une augmentation de capital de 529.121,20 euros avec une prime de fusion de 9.730.683,80 euros ;
- c) à MLMS, à raison de vingt neuf (29) actions Publicis Groupe S.A. pour chaque (1) action MLMS, 1.793.824 actions de Publicis Groupe S.A., de 0,40 euros, soit une augmentation de capital de 717.529,60 euros avec une prime de fusion de 3.277.106,40 euros.

Toutefois, du fait de ces fusions, se trouveront annulées par confusion dans les comptes de Publicis Groupe S.A. :

- les 30.960.000 de ses propres actions possédées par la société Somarel, soit une réduction de capital de.....	12.384.000 euros
- les 1.280.000 de ses propres actions qui devraient revenir à la société MLMS 2 au titre des 128.000 actions qu'elle possède de la société Somarel, soit une réduction de capital de.....	512.000 euros
- et les 2.619.320 et les 2.111 de ses propres actions qui devraient revenir à la société MLMS au titre des 261.932 actions qu'elle possède de la société Somarel et des 206 actions qu'elle possède de la société MLMS 2, soit une réduction de capital de.....	1.048.572,40 euros
Entraînant une réduction totale du capital social de.....	13.944.572,40 euros

de sorte que :

- le capital de la société Publicis Groupe S.A. sera, en définitive, fixé à 78.118.530 euros, divisé en 195.296.325 actions de quarante centimes (0,40 euro) ;

- les primes de fusion seront ramenées à 1.289.124 euros au titre de l'absorption de Somarel, et à 778.648,80 euros au titre de l'absorption de MLMS 2 ;
- l'absorption de MLMS fera ressortir un écart de fusion négatif de 15.575.160,20 euros, après imputation de la prime de fusion de 3.277 106,40 euros.

Monsieur Didier Kling et Monsieur Jean-Charles de Lasteyrie désignés Commissaires aux Apports et à la Fusion par ordonnance de Monsieur le Président du Tribunal de Commerce de Paris, conformément à la législation en vigueur, vous feront part, dans leurs rapports, de leur appréciation sur l'apport fusion des sociétés Somarel, MLMS 2 et MLMS.

Objet des résolutions

Nous vous demandons, avec l'approbation des comptes annuels et des comptes consolidés de l'exercice 2002 et des opérations résumées dans les rapports du Directoire, du Conseil de Surveillance et des Commissaires aux comptes :

- d'affecter le résultat de l'exercice 2002 et de distribuer un dividende prélevé sur la prime d'émission et de fusion ;
- de donner quitus aux Membres du Directoire pour leur gestion au cours de l'année 2002 ;
- de donner quitus aux Membres du Conseil de Surveillance pour l'exécution de leur mandat au titre de l'exercice 2002 ;
- de fixer le montant des jetons de présence à allouer au Conseil de Surveillance pour l'exercice 2002 ;
- de délibérer en application de l'article L 225-86 du Code de commerce ;
- d'autoriser le rachat par la Société de ses propres actions et éventuellement les annuler par voie de réduction de capital ;
- d'approuver la fusion par voie d'absorption des sociétés Somarel, MLMS 2 et MLMS par Publicis Groupe S.A ;
- de donner pouvoir pour l'exécution des décisions et pour les formalités.

Tel est l'objet des résolutions soumises à votre approbation.

Prévisions 2003

L'année 2003 sera probablement encore marquée par le climat d'incertitude qui pèse actuellement sur l'économie mondiale. La détérioration des relations politiques liées au risque de guerre en Irak entraîne des risques économiques non négligeables.

Dès lors que cette incertitude pèse sur nos possibilités de croissance, l'axe à privilégier reste celui de la rentabilité. Nos efforts vont porter sur la bonne intégration de Bcom3 et l'amélioration de nos ratios de coûts et de performance financière. L'objectif de l'entreprise reste de réaliser une marge Résultat intermédiaire / Revenu de 15 % au deuxième semestre 2003.

Sur le plan de l'actionnariat du groupe, la holding Somarel devrait durant le premier semestre, conformément aux accords passés en 1998, fusionner avec Publicis Groupe SA, simplifiant ainsi la structure du capital du Groupe. Le groupe n'anticipe pas de cessions de titres significatives liées à ce mouvement qui viendraient peser sur le cours de bourse.

Enfin, les 24 mars et 24 septembre 2003, deux premières tranches d'environ 6,9 millions d'actions émises dans le cadre de l'opération Bcom3 et soumises à lock-up, seront libérables. Les éventuelles cessions importantes qui pourraient en résulter feront l'objet d'une procédure de cession ordonnée ayant pour but de limiter au maximum les perturbations possibles sur le marché du titre Publicis.

Rapport du Conseil de Surveillance

L'année 2002 a été pour Publicis une de ces années capitales qui déterminent l'avenir d'une entreprise et la propulse vers une dimension totalement nouvelle : l'année de la fusion avec Bcom3 et du partenariat stratégique avec Dentsu, faisant ainsi définitivement entrer Publicis dans le groupe des grands acteurs mondiaux de son secteur et le dotant des moyens de servir le plus efficacement possible ses clients partout dans le monde et pour tous les aspects de leur communication. Cette opération stratégique majeure, qui a accéléré la consolidation du secteur, répondait avant aux attentes grandissantes des annonceurs : avoir des partenaires peu nombreux, solides, pérennes et flexibles. L'entrée dans notre capital de Dentsu constitue également une étape stratégique majeure puisqu'elle scelle non seulement un partenariat commercial mais aussi un attachement à des valeurs communes et garantit l'indépendance de notre groupe. Le Conseil de surveillance a eu de ce fait le plaisir d'accueillir Messieurs Narita et Oshima.

L'économie mondiale ne s'est pas redressée en 2002, contrairement aux scénarios évoqués en début d'année et le marché publicitaire a évolué dans l'incertitude permanente et l'absence de visibilité liés au manque de confiance des entreprises. Il s'est tout au plus stabilisé après les sévères corrections subies en 2001 et jusqu'au milieu de 2002, offrant une timide amélioration aux Etats-Unis mais maintenant une situation encore délicate en Europe. Dans ce contexte rude, Publicis a réussi à compenser en grande partie la contraction du marché par un développement significatif des relations avec ses clients et a parallèlement acquis un très grand nombre de budgets tant locaux qu'internationaux. Le Groupe a également finalisé l'intégration, encore récente, de Saatchi & Saatchi. Cette entreprise est une réussite totale et mérite d'être soulignée, tant les échecs ont été nombreux dans le secteur au cours des cinq dernières années.

Les résultats qui viennent de vous être présentés par le Directoire sont donc satisfaisants à plusieurs égards : la performance organique que nous avons su réaliser reste l'une des meilleures du secteur même en étant négative, de nouvelles parts de marché ont été gagnés, nos coûts ont été contenus et nos marges ont tenu bon en dépit de l'absence de croissance. La Direction de ce groupe a donc réussi à réaliser une performance financière de qualité, alors même qu'elle menait à bien durant de nombreux mois la plus grosse acquisition jamais réalisée par Publicis Groupe SA et par le secteur. A aucun moment, l'attention de ses dirigeants n'a été accaparée par l'opération Bcom3 au point de négliger la relation avec ses clients et l'essence de sa mission.

Publicis se positionne clairement aujourd'hui comme l'un des groupes les plus solides et les plus sains de son secteur, profilé pour réaliser les meilleures performances et assurer une forte croissance de ses résultats futurs une fois revenue la confiance des annonceurs et le dynamisme publicitaire.

Nous sommes conscients des efforts fournis par chacun et tenons à remercier les collaborateurs et les dirigeants du groupe Publicis, rassemblés autour du Président du Directoire et leur apporter notre soutien total dans leur action. Nous sommes conscients de la taille des défis qui nous attendent et en particulier celui de réussir l'intégration de Bcom3 et de dégager les nombreuses synergies identifiées, mais sommes résolument confiants dans la réussite du Groupe.

Conformément à l'article L 225-68 du Code de commerce sur les sociétés commerciales, les bilans et les comptes sociaux et consolidés de l'exercice 2002, ainsi que le rapport de gestion du Directoire nous ont été soumis. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur ces documents et nous avons reçu toutes les informations qui nous paraissaient utiles.

En notre qualité de représentants des actionnaires, nous acceptons la proposition faite par le Directoire de porter le dividende unitaire à 0,24 euro par action de 0,40 euro de nominal avec un avoir fiscal de 0,12 euro, soit au total 0,36 euro, ce qui représente une augmentation unitaire de 9 % qui fait suite à la progression de 10 % de l'année passée. Compte tenu de la perte de l'exercice 2002, l'imputation du montant du dividende serait faite sur la prime d'émission et de fusion.

Le Directoire nous propose de distribuer un dividende total de 46 848 511 d'euros contre 29 422 978 d'euros l'année précédente.

Nous avons donné notre assentiment préalable au Directoire sur son projet d'achat en bourse par la société de ses propres actions.

Enfin, le Directoire nous a informés sur la fusion de votre société avec les sociétés Somarel, MLMS 2 et MLMS par voie d'absorption de ces trois sociétés. Les trois sociétés en voie d'absorption ont pour seul objet de détenir, directement ou indirectement, des actions de la société Publicis Groupe S.A. En conséquence, nous vous demandons d'adopter la résolution relative à l'approbation du contrat d'apport fusion avec la prise en charge du passif de ces trois sociétés et la rémunération en actions, l'annulation des actions Groupe Publicis S.A. détenues par la société Somarel et des actions Publicis Groupe S.A. devant revenir à la société au titre des actions Somarel et MLMS 2 apportées par les sociétés MLMS 2 et MLMS et la modification de l'article 5 (capital social) des statuts.

Nous vous invitons à approuver les résolutions qui vous sont proposées à la présente Assemblée Générale Mixte, Ordinaire Annuelle et Extraordinaire.

Comptes consolidés de Publicis Groupe S.A. – Exercice 2002

	page
Compte de résultat consolidé	42
Bilan consolidé au 31 décembre.....	43
Tableau des flux de trésorerie consolidés.....	44
Notes annexes aux comptes consolidés.	45
Liste des principales sociétés consolidées au 31 décembre.....	74

Compte de résultat consolidé

<i>en millions d'euros</i>	<i>Note</i>	2002	2001	2000
Chiffre d'affaires reconstitué		24 751	16 667	11 806
Revenu		2 926	2 434	1 770
Charges de personnel	20	(1 659)	(1 363)	(984)
Autres charges opérationnelles	21	(756)	(661)	(470)
Total des charges		(2 415)	(2 024)	(1 454)
Autres produits d'exploitation		22	16	18
Résultat intermédiaire		533	426	334
Dotations aux amortissements	22	(104)	(84)	(59)
Résultat d'exploitation		429	342	275
Charges et produits financiers	23	(28)	(30)	(11)
Résultat courant des entreprises intégrées		401	312	264
Résultat exceptionnel	24	(3)	(8)	19
Impôt sur le résultat	16	(132)	(78)	(96)
Résultat net des entreprises intégrées		266	226	187
Quote-part dans les résultats des entreprises mises en équivalence	6	3	9	5
Résultat de l'ensemble consolidé après impôt et avant amortissement des écarts d'acquisition		269	235	192
<i>Dont part du Groupe</i>		237	215	160
Dotations aux amortissements des écarts d'acquisition	22	(93)	(65)	(33)
Résultat net de l'ensemble consolidé		176	170	159
Intérêts minoritaires		(29)	(19)	(31)
Résultat net, part du Groupe		147	151	128

Données par action (*en euros*)

25

Bénéfice net par action	0,99	1,09	1,18
Bénéfice par action après impôt et avant amortissement des survaleurs	1,63	1,55	1,49
Bénéfice net par action – dilué	0,97	1,08	1,15
Bénéfice par action après impôt et avant amortissement des survaleurs – dilué	1,51	1,55	1,46

Bilan consolidé au 31 décembre

<i>en millions d'euros</i>	<i>Note</i>	2002	2001	2000
Actif				
Ecarts d'acquisition nets	3	3 028	993	861
Immobilisations incorporelles nettes	3	879	199	22
Immobilisations corporelles nettes	3	599	351	331
Immobilisations financières nettes	5	98	67	82
Titres mis en équivalence	6	33	8	7
Actif immobilisé		4 637	1 618	1 303
Stocks et en-cours de production	7	295	195	129
Clients et comptes rattachés	8	3 663	1 845	1 770
Autres créances et comptes de régularisation	9	951	439	399
Prime de remboursement OCEANE	10	227	-	-
Valeurs mobilières de placement	11	342	178	100
Disponibilités		863	621	429
Actif circulant		6 341	3 278	2 827
Total de l'actif		10 978	4 896	4 130
Passif				
Capital		78	56	53
Réserves consolidées, part du Groupe		928	227	246
Autres capitaux propres (ORANE)		495	-	-
Capitaux propres, part du Groupe	12	1 501	283	299
Intérêts minoritaires	13	100	89	77
Provisions pour risques et charges	14	1 169	266	169
Emprunts et dettes financières	15	2 762	1 069	901
Fournisseurs et comptes rattachés	17	3 832	1 875	1 590
Autres dettes et comptes de régularisation	18	1 614	1 314	1 094
Dettes		8 208	4 258	3 585
Total du passif		10 978	4 896	4 130
Endettement financier net	15	1 330	270	372

Tableau des flux de trésorerie consolidés

<i>en millions d'euros</i>	2002	2001	2000
I- Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net de l'exercice	176	170	159
Plus values de cession d'actifs (avant impôt)	4	(60)	(24)
Dotation aux amortissements sur prime de remboursement des obligations et intérêt complémentaire sur OBSA	16	-	-
Dotation aux amortissements sur immobilisations corporelles et incorporelles	197	149	93
<i>Capacité d'autofinancement</i>	393	259	228
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	(3)	(9)	(5)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	1	8	1
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	183	(214)	(19)
Flux net de trésorerie généré par l'activité	574	44	205
II- Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(74)	(108)	(106)
Cessions d'immobilisations corporelles	15	6	4
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(5)	10	(13)
Acquisitions de filiales ⁽¹⁾	(75)	164	(565)
Cessions de filiales	-	-	24
Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement	(139)	72	(656)
III- Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Paiement des Certificats de Valeur Garantie attachés aux actions remises en paiement de Saatchi & Saatchi	(196)	-	-
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère ⁽²⁾	(32)	(27)	(15)
Dividendes versés aux minoritaires des sociétés intégrées	(26)	(25)	(14)
Augmentation de capital en numéraire	-	1	5
Variation des emprunts	445	118	630
Achat d'actions propres	(180)	-	(34)
Changement d'affectation des actions propres ⁽³⁾	(138)	34	-
Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement	(127)	101	572
IV- Incidence des variations de taux de change	(76)	4	5
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	232	220	126
Disponibilités et valeurs mobilières de placement au 1 ^{er} janvier	799	529	349
Solde créditeur de banque au 1 ^{er} janvier	<u>(316)</u>	<u>(266)</u>	<u>(212)</u>
Trésorerie à l'ouverture	483	263	137
Disponibilités et valeurs mobilières de placement au 31 déc.	1 205	799	529
Solde créditeur de banque au 31 décembre	<u>(490)</u>	<u>(316)</u>	<u>(266)</u>
Trésorerie à la clôture ⁽³⁾	715	483	263
Variation de la trésorerie consolidée	232	220	126

(1) Après déduction de la trésorerie des sociétés acquises à la date d'acquisition (22 millions d'euros de trésorerie acquise pour le Groupe Bcom3 en 2002)

(2) Incluant les dividendes versés sur ORANes

(3) Suite à la décision prise courant 2002 de ne plus affecter les actions propres exclusivement aux plans d'attribution d'actions au personnel, celles-ci ne figurent plus en valeurs mobilières de placement et sont désormais déduites des capitaux propres

Note annexe aux comptes consolidés 2002

1. Règles et méthodes comptables

Les comptes consolidés de Publicis Groupe et de ses filiales (« Publicis ») sont établis depuis le 1^{er} janvier 2000 en conformité avec les « nouvelles règles et méthodes relatives aux comptes consolidés » approuvées par arrêté du 22 juin 1999 portant homologation du règlement 99-02 du Comité de Réglementation Comptable. Le Groupe a appliqué à compter du 1^{er} janvier 2002 le règlement n° 2000-06 du Comité de Réglementation Comptable relatif aux passifs. Ce changement de méthode n'a pas eu d'incidence significative sur les comptes au 1^{er} janvier 2002.

1.1 Principes et méthodes de consolidation

Monnaie de présentation des comptes consolidés

Publicis arrête et publie ses comptes consolidés en euros depuis le 1^{er} janvier 1999. Dans l'ensemble des documents financiers présentés, la reconstitution des données historiques a été faite sur la base de la parité officielle franc-euro fixée au 1^{er} janvier 1999, à savoir 6,55957 francs pour 1 euro.

Périmètre de consolidation

Publicis consolide par intégration globale d'une part les sociétés dans lesquelles elle exerce directement ou indirectement un contrôle exclusif, et d'autre part celles dont elle assume la gestion et dans lesquelles elle exerce une influence dominante.

Les sociétés dans lesquelles Publicis exerce une influence notable, présumée dès lors que le pourcentage de détention est au moins égal à 20%, sont consolidées par mise en équivalence.

Certaines sociétés répondant aux critères exposés ci-dessus ne sont pas consolidées, en raison de leur caractère non significatif (revenu hors groupe inférieur à 2 millions d'euros). La consolidation de l'ensemble de ces sociétés n'aurait pas d'incidence significative sur les états financiers consolidés.

La liste des principales sociétés consolidées et leur mode de consolidation est présentée Note 30.

Conversion des états financiers des filiales étrangères

Les comptes des filiales situées à l'extérieur de la zone euro exprimés en devises locales sont convertis en euros 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 « Réserves consolidées, part du Groupe » et pour la part des tiers, dans le poste « Intérêts minoritaires ».

Les implantations de Publicis, très limitées dans les pays à très forte inflation (qui représentent moins de 1% du revenu consolidé), justifient que les comptes des filiales de ces pays ne soient pas convertis différemment des principes exposés ci-dessus.

Date d'arrêté

La date d'arrêté des comptes consolidés, comme ceux de la société mère et de la quasi-totalité des sociétés consolidées, est le 31 décembre.

Éliminations des opérations internes au Groupe

Les opérations réalisées entre des entités intégrées 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.

1.2 Principes et méthodes comptables

Études et recherches

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, coûts liés au développement de sites et d'outils sur Internet, 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.

Écarts d'acquisition

Les écarts d'acquisition représentent la différence constatée entre le coût d'acquisition des titres (y compris les éventuels compléments de prix qui sont enregistrés en autres dettes lorsqu'ils sont probables et que leur montant peut être mesuré de façon fiable) et la quote-part acquise de la juste valeur des actifs et passifs identifiés à la date d'acquisition.

Les écarts d'acquisition inscrits au bilan sont amortis linéairement selon les principes suivants :

- amortissement immédiat des montants inférieurs à 150 000 euros ;
- sociétés locales d'achat d'espaces, médias et régions : amortissement sur une période de cinq ans ;
- réseau international d'achat d'espaces : amortissement sur une période de vingt ans ;
- branche communication : amortissement sur une durée comprise entre dix et quarante ans selon le pays, la taille et les caractéristiques propres de chaque agence.

Lorsqu'un indice montre que l'un de ces actifs pourrait avoir perdu de sa valeur, un test de dépréciation est effectué par référence à la valeur d'utilité. Celle-ci est déterminée à partir des flux de trésorerie futurs actualisés.

Écarts d'évaluation

Lors de la première consolidation d'une entreprise contrôlée exclusivement, ses actifs et passifs identifiables sont évalués selon leur juste valeur. La différence entre la valeur d'entrée dans le bilan consolidé et la valeur comptable du même élément dans le bilan de l'entreprise contrôlée, constitue un écart d'évaluation.

Les écarts d'évaluation s'amortissent sur la durée de vie des biens auxquels ils se rattachent.

Autres immobilisations incorporelles

Les autres immobilisations incorporelles sont constituées essentiellement de fonds de commerce locaux, de marques, de listes clients et de logiciels.

Les marques dont la durée de vie est déterminable, les listes clients et les éléments identifiables du fonds de commerce sont amortis sur leur durée d'utilisation.

Les marques à durée de vie indéterminable ne sont pas amorties.

Les logiciels comprennent :

- des logiciels à usage interne, évalués à leur coût d'acquisition ;

- des logiciels à usage commercial, principalement exploités par notre filiale informatique, évalués à leur coût de production.

Ils sont amortis le plus souvent sur une durée d'une ou deux années, sans jamais excéder trois ans.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur prix de revient. Celui-ci résulte soit de leur valeur d'origine soit de leur valeur d'apport. Quelques biens ont fait l'objet d'une réévaluation légale en application de textes législatifs ; leur montant est peu significatif.

Leur amortissement est calculé selon leur durée de vie économique. Les durées d'amortissement des immobilisations corporelles les plus couramment pratiquées sont les suivantes (amortissements linéaires) :

- Constructions : entre 20 et 50 ans.
- Agencements des constructions, installations générales : 10 ans.
- Panneaux d'affichage : 4-7 ans.
- Matériel de bureau, mobilier de bureau : 5-10 ans.
- Matériel de transport : 4 ans.
- Matériel informatique : 2-4 ans.

Les biens acquis par voie de location-financement sont enregistrés en immobilisations corporelles, avec inscription en contrepartie d'une dette financière. Ces biens sont amortis selon les durées ci-dessus. En compte de résultat, les redevances de location-financement sont remplacées par les intérêts d'emprunt et l'amortissement du bien.

Titres de participation non consolidés

Les titres de participation non consolidés figurent au bilan pour leur valeur d'acquisition. Ils sont dépréciés, lorsque leur valeur d'utilité, appréciée notamment sur la base de valeurs de référence (actif net réévalué, capitalisation du résultat, cours de bourse, perspectives du secteur, intérêt stratégique de la participation pour Publicis), est inférieure à leur valeur comptable.

Créances rattachées à des participations

Ce poste comprend les créances à caractère financier détenues par le Groupe sur des sociétés consolidées par mise en équivalence ou non consolidées.

Une provision pour dépréciation est constituée, le cas échéant, lorsqu'il existe, en raison de la situation financière des filiales concernées, un risque de non-recouvrement. Cette provision figure alors dans le poste « Provision sur immobilisations financières ».

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 dépréciés lorsque leur valeur de réalisation devient inférieure à leur coût de revient. 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'offre est prévue contractuellement.

Créances clients

Les créances et dettes sont enregistrées à leur valeur nominale. Celles qui présentent un risque de non-recouvrement font l'objet d'une provision pour dépréciation.

Les créances en monnaies étrangères sont évaluées au cours de clôture de l'exercice. Les pertes et gains latents résultant de cette conversion sont inscrits en compte de résultat.

Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement sont comptabilisées, pour leur valeur brute, au prix d'acquisition ou de souscription. Elles sont éventuellement dépréciées par référence au cours de bourse moyen du dernier mois.

Actions propres

En application des recommandations du Conseil National de la Comptabilité, les actions propres détenues en portefeuille à la date d'arrêté des comptes sont, selon leur destination, portées en diminution des capitaux propres (programme d'achat d'actions propres à objectifs multiples) ou inscrites en valeurs mobilières de placement (affectation exclusive aux plans d'options d'achat d'actions consenties au profit du personnel).

Il convient de signaler que suite à la décision du Directoire prise au cours du second semestre 2002 de ne plus affecter de façon exclusive ces actions aux plans d'options, celles-ci sont déduites des capitaux propres consolidés au 31 décembre 2002. Le reclassement a été opéré sur la base de la valeur des actions propres dans les derniers comptes publiés, soit au 30 juin 2002.

Produits dérivés

Le Groupe n'utilise pas de produits financiers dérivés autres que des opérations ponctuelles de couverture de change.

Provisions pour pensions et indemnités de départ en retraite

Le Groupe applique la méthode préférentielle du règlement 99-02 en comptabilisant l'intégralité des engagements de retraite. Ces provisions sont évaluées au regard des réglementations propres à chaque pays.

Ainsi :

- les dispositions réglementaires allemandes et italiennes sont appliquées en matière d'indemnités de départ à la retraite,
- en France, les clauses de la convention collective de la publicité sont appliquées,
- au Royaume-Uni et aux Etats-Unis, les engagements liés aux pensions et autres versements pour retraites sont externalisés dans des plans souscrits auprès de sociétés d'assurance. Ces plans peuvent être :
 - à cotisations définies : les montants des contributions du groupe à ces cotisations versées aux sociétés d'assurance sont alors comptabilisés en charges de période.
 - à prestations définies : le coût des prestations définies à terme est alors comptabilisé par dotation d'une provision destinée à couvrir le montant actualisé par des actuaires de l'engagement vis à vis des salariés, en utilisant la méthode de répartition au pro rata des années de service.

La variation de la valeur des engagements résultant de l'évolution des hypothèses retenues (écarts actuariels) est enregistrée de façon étalée dans le temps au compte de résultat.

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 provisions sont constituées dès que les programmes ont été clairement définis et leur coût estimé.

Ce coût correspond essentiellement aux indemnités de licenciement, aux préretraites, au coût des préavis non réalisés, 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.

Emprunts obligataires

Les emprunts obligataires sont enregistrés à leur valeur nominale, augmentée le cas échéant de la prime de remboursement ; dans ce cas, la prime est amortie selon la méthode actuarielle sur la durée de l'emprunt. Lorsque les titres sont remis en échange d'une acquisition, ceux-ci sont évalués à leur juste valeur.

Chiffre d'affaires reconstitué

Le chiffre d'affaires présenté dans le compte de résultat consolidé est un chiffre d'affaires reconstitué selon les pratiques de la profession pour permettre la comparaison avec les principaux acteurs du conseil en communication. En effet, le chiffre d'affaires résultant directement de la comptabilité ne permet pas de mesurer de façon pertinente l'activité de ces acteurs, dans la mesure où il exclut, notamment en France depuis la mise en application de la loi Sapin en mars 1993, les opérations d'achat d'espace effectuées par les mandataires (agences et centrales) pour le compte de leurs clients.

Dans certains pays étrangers également, où les entreprises agissent en tant qu'intermédiaire, la totalité des transactions d'achat et de vente d'espaces n'est pas reflétée au compte de résultat.

La reconstitution consiste à recalculer le chiffre d'affaires en substituant à celui-ci le montant effectif du budget publicitaire engagé par le client ou encore en appliquant au revenu un coefficient (le plus souvent de 6,67) correspondant à la rémunération traditionnelle des agences de 15%.

Le chiffre d'affaires ainsi reconstitué reflète le volume des budgets publicitaires géré, indépendamment des dispositions contractuelles liant Publicis à ses clients.

Revenu

Le revenu (ou marge brute) représente la rémunération des prestations des groupes publicitaires. Il est ainsi l'expression de la valeur ajoutée des agences. Les principes de reconnaissance du revenu sont les suivants :

- Honoraires : quand la prestation est rendue au client,
- Ventes d'espaces : date d'insertion ou de passage,
- Ventes publicitaires techniques : réalisation des prestations concernées.

Impôt sur les bénéfices

Les bénéfices sont taxés selon les réglementations propres aux pays dans lesquels ils sont réalisés. Les impôts différés résultant des différences temporaires entre la valeur comptable des actifs et des passifs et leur valeur fiscale sont enregistrés comme le prévoit la réglementation comptable.

Les différences temporaires actives et passives sont déterminées par échéance et par entité fiscale et compensées année par année.

Les impôts différés sont calculés selon les règles fiscales en vigueur à la clôture de l'exercice, selon la règle du report variable. Les effets des modifications des taux d'imposition sont inscrits dans le résultat de l'exercice au cours duquel le changement de taux est décidé.

Les impôts différés actifs ne sont constatés que lorsque l'entité fiscale concernée a l'assurance raisonnable de les récupérer au cours des exercices ultérieurs.

Résultat exceptionnel

Publicis présente en « résultat exceptionnel » les éléments ne provenant pas des activités ordinaires. Sont notamment inclus dans cette rubrique les plus et les moins-values de cession d'actif et les coûts de fermeture des activités arrêtées.

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.

Afin de réduire la charge d'intérêt globale ainsi que la sensibilité au risque de taux, le Groupe a poursuivi son programme de restructuration de sa dette financière engagé fin 2001 et a procédé, en janvier 2002, à une émission d'OCEANES pour un montant de 690 millions d'euros dont le taux actuariel ressort à 2.75% l'an.

Par ailleurs, dans le cadre de l'acquisition de Bcom3, le Groupe a émis le 24 septembre 2002 des OBSAs 2.75%-2022 (obligations assorties de bons de souscription d'actions).

Après ces opérations, la dette financière brute du groupe se trouve composée pour les deux tiers par des emprunts à taux fixe dont la moyenne est de 3.4%. L'endettement net (après déduction des liquidités) à taux variable est négatif : une variation de 1% des taux à court terme serait sans impact significatif sur le résultat du groupe.

Au cours de l'exercice 2002, le Groupe n'a pas utilisé d'instruments financiers dérivés pour couvrir les éventuels risques de taux, jugés non significatifs.

Exposition au risque de change

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 sont peu significatifs et font l'objet ponctuellement d'opérations de couverture.

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 les comptes du Groupe.

Le nombre très important de filiales consolidées au sein du groupe ainsi que d'ajustements de consolidation rend très difficile le chiffrage de l'impact des variations du cours des devises par rapport à l'euro sur l'ensemble des éléments d'actif et de passif, de même que sur l'ensemble des postes du résultat.

On peut toutefois mentionner, à titre d'information, la répartition des revenus du Groupe par devise dans laquelle ces revenus sont réalisés :

Euro	31%
Dollar US	43%
Livre sterling	10%
Autres	<u>16%</u>
Total revenus 2002	100%

Ceci permet notamment de chiffrer l'impact sur les revenus 2002 d'une baisse de 1% du cours de l'euro par rapport aux autres devises, qui est de -20 millions d'euros.

Exposition au risque pays

Les opérations menées par Publicis dans les zones géographiques identifiées comme étant à risques (Asie Pacifique, Amérique Latine) demeurent peu significatives et représentent 11% des revenus consolidés.

Exposition au risque actions

Les principales lignes d'actions détenues qui sont exposées à un risque de marché significatif sont les actions propres d'une part et les titres IPG d'autre part.

Pour les premières, 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 et les dotations aux provisions neutralisées.

Pour les secondes, compte tenu de la plus value latente significative que recèlent ces titres au 31 décembre (la valeur de marché représente plus du triple de la valeur dans les comptes consolidés), une diminution de 10% de la valeur de marché de ces titres n'entraînerait pas la constitution d'une provision.

Résultat par action et résultat dilué par action

Le résultat par action est calculé en divisant le résultat net, après déduction de l'intérêt relatif aux ORANES, par le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation au cours de l'exercice. Au 31 décembre 2002, compte tenu de leur traitement en déduction des capitaux propres, les actions auto-détenues à la clôture ne sont pas incluses au dénominateur dans le nombre d'actions en circulation.

Le résultat dilué par action est calculé sur le nombre moyen pondéré d'actions qui résulterait de la levée des stock-options existantes à la clôture de l'exercice, ainsi que de la conversion des obligations convertibles en actions (OCEANes) et du remboursement des ORANes en actions. Il n'a en revanche pas été tenu compte, étant donnés les cours actuels de l'action, de l'effet dilutif pouvant résulter de l'exercice des bons de souscription d'action attachés à l'OBSA.

2. Comparabilité des comptes

2.1 Présentation des états financiers

Au 1^{er} janvier 2002, le Groupe Publicis a modifié la présentation du compte de résultat consolidé en classant les éléments auparavant présentés en « résultat extraordinaire net d'impôt » en « résultat exceptionnel » et en « amortissement des écarts d'acquisition » pour leur montant avant impôt, l'impôt correspondant étant porté sur la ligne « impôt sur les résultats ».

L'impact de ce changement sur les lignes concernées du compte de résultat est le suivant :

<i>en millions d'euros</i>	Comptes année 2000			Comptes année 2001		
	Proforma	Reclassement	Publié	Proforma	Reclassement	Publié
Résultat exceptionnel	19	19	-	(8)	(8)	-
Impôt sur les résultats	(96)	(4)	(92)	(78)	21	(99)
Résultat extraordinaire net d'impôt	-	(15)	(15)	-	3	(3)
Amortissement des écarts d'acquisition	(33)	0	(33)	(65)	(16)	(49)
		0			0	

2.2 Acquisition de Bcom3

Le principal changement de périmètre intervenu au cours de l'année 2002 résulte de l'acquisition du groupe Bcom3, effective le 24 septembre 2002.

Modalités de l'acquisition

Aux termes de cet accord, Publicis a rémunéré l'acquisition par l'émission des valeurs mobilières suivantes remises aux actionnaires du Groupe Bcom3 :

- émission de 56 250 000 actions nouvelles de Publicis d'une valeur d'émission de 30,5 euros (soit un nominal de 0,4 euro assorti d'une prime de 30,1 euro),
- émission d'un emprunt obligataire d'une valeur nominale de 858 millions d'euros représenté par 1 562 500 ORANes, remboursables en 28 125 000 actions Publicis nouvelles ou existantes,
- émission d'un emprunt obligataire d'une valeur nominale de 858 millions d'euros, représenté par 2 812 500 OBSAs donnant droit à souscrire 28 125 000 actions Publicis.

Caractéristiques des emprunts obligataires

- **ORANes - Obligations remboursables en actions nouvelles ou existantes**

Cet emprunt obligataire d'une durée de 20 ans, remis en paiement d'une partie des actions Bcom3, est représenté par 1 562 500 ORANes de 549 euros de nominal, soit un montant total de 857 812 500 euros.

Chaque ORANE donne droit à recevoir 18 actions Publicis nouvelles ou existantes, à raison d'une par an du 1^{er} septembre 2005 et jusqu'au vingtième anniversaire de l'emprunt (2022). Corrélativement, la valeur de l'ORANE est réduite de 30,5 euros par an à ces mêmes échéances.

Les ORANES portent intérêt à 0,82% du nominal. Ce pourcentage sera revu pour la première fois à l'occasion du paiement du coupon de la période 1^{er} septembre 2004 - 1^{er} septembre 2005, sur la base de 110% de la moyenne des dividendes des trois derniers exercices, ce pourcentage ne pouvant être inférieur à 0,82% de la valeur nominale de l'ORANE.

▪ **OBSAs - Obligations à bons de souscription d'actions**

Cet autre emprunt obligataire d'une durée de 20 ans, remis en paiement d'une partie des actions Bcom3, est représenté par 2 812 500 obligations de 305 euros de nominal, soit un montant total de 857 812 500 euros.

A chaque obligation sont attachés 10 bons donnant droit à souscrire à tout moment dans la période allant du 24 septembre 2013 au 24 septembre 2022 une action Publicis au prix de 30,5 euros par paiement intégral en numéraire à la souscription.

Les obligations sont remboursées chaque année du 30 juin 2013 au 30 juin 2021 et pour finir le 24 septembre 2022 par dixième de leur valeur, soit 30,5 euros.

Les OBSAs portent intérêt à 2,75% du nominal.

Prix d'acquisition

Conformément aux dispositions du règlement 99-02, les éléments remis en contrepartie de l'acquisition ont été évalués à leur juste valeur à la date d'acquisition, à savoir le 24 septembre 2002 :

- les 56 250 000 actions nouvelles ont été valorisées au cours de bourse de l'action Publicis à la date d'acquisition (17,6 euros), soit une valeur totale de 990 millions.
- les 1 562 500 ORANES ont été valorisées à 495 millions d'euros, correspondant à leur juste valeur à la date d'acquisition, déterminée en fonction du cours de bourse de l'action Publicis à cette même date. Après examen détaillé des caractéristiques de cet instrument financier, les ORANES ont été classées en capitaux propres au bilan consolidé.
- les OBSAs ont été valorisées à 642 millions d'euros, montant qui inclut d'une part la valeur actualisée de la partie obligataire à la date d'acquisition (445 millions d'euros) et, d'autre part, la juste valeur des BSA (197 millions d'euros). Les deux valeurs ont été calculées en retenant un taux d'actualisation de 8,5% pour la partie dette de l'OBSA et en utilisant le modèle de Black & Scholes pour la valorisation des BSA à la date d'acquisition (avec une hypothèse de volatilité comprise entre 33 et 35%).

Le prix d'acquisition total de 2 255 millions d'euros se détermine comme suit :

	(en millions d'euros)
Valeur des actions Publicis	990
Valeur des ORANES	495
Valeur des OBSAs	642
Impôt différé passif sur ajustement valeur de l'OBSA	74
Frais d'acquisition (nets d'impôt)	54
Total	2 255

Ecarts d'acquisition

L'écart d'acquisition de 2 134 millions d'euros se détermine comme suit (montants nets d'impôt, l'effet impôt étant de 113 millions d'euros) :

	(en millions d'euros)
Prix d'acquisition	2 255
- Situation nette négative retraitée selon les normes françaises	80
+ Juste valeur des actifs et passifs identifiés :	
Frais de restructuration	159
Provisions sur engagements immobiliers	140
Provisions pour engagements de retraite	45
Autres éléments	33
- Affectation aux immobilisations incorporelles	(578)
Ecart d'acquisition brut	2 134

L'écart d'acquisition est amorti sur 40 ans.

Affectation aux immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles résultant de l'identification des actifs et passifs de Bcom3 déterminées par un expert indépendant se détaillent comme suit :

Listes clients	309
Marques	387
Autres	7
Impôt différé sur éléments ci-dessus	(125)
Total	578

Les listes clients sont amorties sur leur durée de vie estimée, soit 17 ans. Les marques dont la durée de vie est considérée illimitée ne sont pas amorties.

Le caractère très significatif de cette acquisition a amené le Groupe à préparer des comptes proforma non audités, visant à présenter l'évolution du nouveau Groupe sur deux exercices. Ces comptes proforma sont présentés à la suite des présentes notes annexes aux comptes consolidés.

2.3 Autres variations de périmètre

Outre l'acquisition de Bcom3, intervenue le 24 septembre 2002, plusieurs acquisitions d'agences, de taille moins significative, sont également venues accroître le périmètre comme Gravitas au Japon, Johnston & Associates aux Etats-Unis, Van Sluis aux Pays-Bas, Direct n' More en Autriche, Arredondo de Haro et Art-y-mana au Mexique, Magnesium en Belgique, Sales Story, ECA2, Stella et Flamenco en France.

De plus, il convient de noter que l'acquisition en octobre 2001 de 25% complémentaires dans le Groupe Zenith, antérieurement détenu à 50%, a conduit à consolider ce groupe, jusqu'alors mis en équivalence, par intégration globale à compter du 1^{er} octobre 2001.

Toutes ces acquisitions prises ensemble représentent 5% du revenu consolidé et 4% du résultat total avant dotation aux amortissements des écarts d'acquisitions.

Aucune cession significative n'a été enregistrée au cours de l'exercice. L'ensemble des cessions et arrêts d'activité représente moins de 2% du revenu consolidé.

3. Écarts d'acquisition et immobilisations incorporelles nettes

L'analyse des principaux écarts d'acquisition sur les sociétés consolidées est la suivante :

<i>en millions d'euros</i>	France	Autres pays européens	Amérique du Nord	Reste du monde	Total
Valeurs nettes 2000	31	63	670	97	861
Valeurs nettes 2001	48	109	746	91	993
Année 2002 :					
Survaleurs existantes au 1 ^{er} janvier 2002	69	158	792	126	1 145
Bcom3	52	547	1 162	373	2 134
Autres acquisitions 2002 et effets de change	30	28	(102)	9	(35)
Total valeurs brutes	151	733	1 852	508	3 244
Amortissements	(36)	(64)	(72)	(44)	(216)
Total valeurs nettes 2002	115	669	1 780	464	3 028

Variation des écarts d'acquisition et des autres immobilisations incorporelles brutes

<i>en millions d'euros</i>	Valeur Brute			
	Écarts d'acquisition	Fonds de commerce	Logiciels et divers	Total
31 décembre 1999	288	14	19	321
Acquisitions	646	1	12	659
Cessions	(1)	(1)	-	(2)
Change et divers	12	(7)	7	12
31 décembre 2000	945	7	38	990
Acquisitions	168	176	9	353
Cessions	(6)	0	(2)	(8)
Change et divers	38	1	1	40
31 décembre 2001	1 145	184	46	1 375
Bcom3	2 134	703	74	2 911
Autres acquisitions	85	0	4	89
Finalisation définitive du prix d'acquisition Zenith	12	(20)		(8)
Cessions	(2)	(1)	(1)	(4)
Change et divers	(130)	(20)	(1)	(150)
31 décembre 2002	3 244	847	122	4 213

Variation des amortissements des écarts d'acquisition et des autres immobilisations incorporelles

<i>en millions d'euros</i>	Amortissements			
	Écarts d'acquisition	Fonds de commerce	Logiciels et divers	Total
31 décembre 1999	51	2	11	64
Augmentations	33	1	5	39
Diminutions	-	-	(2)	(2)
Change et divers	-	-	5	5
31 décembre 2000	84	3	19	106
Augmentations	63	3	5	71
Diminutions	-	-	(1)	(1)
Change et divers	5	(1)	4	7
31 décembre 2001	152	5	27	183
Bcom3	14	5	45	64
Autres augmentations	70	6	6	82
Diminutions	(1)	-	(2)	(3)
Change et divers	(19)	(1)	(1)	(21)
31 décembre 2002	216	15	75	306

4. Immobilisations corporelles, nettes

Variation des immobilisations corporelles brutes

<i>en millions d'euros</i>	Valeur Brute		
	Terrains et constructions	Autres	Total
31 décembre 1999 retraité	49	267	316
Entrées de périmètre	15	391	406
Acquisitions	8	83	91
Cessions	(2)	(30)	(32)
Change et divers	4	(1)	3
31 décembre 2000	74	710	784
Entrées de périmètre	-	29	29
Acquisitions	2	97	99
Cessions	-	(73)	(73)
Change et divers	(2)	17	15
31 décembre 2001	74	780	854
Entrées de périmètre	138	461	599
Acquisitions	-	74	74
Cessions	(2)	(83)	(85)
Change et divers	(14)	(98)	(112)
31 décembre 2002	196	1 134	1 330

Terrains et constructions

Publicis dispose en pleine propriété d'un patrimoine immobilier, qui figure au bilan pour une valeur nette de 52 millions d'euros.

Le principal actif est l'immeuble du siège social situé au 133, avenue des Champs-Élysées, à Paris. Cet immeuble de 7 étages comprend environ 12.000 m² de bureaux, occupés par les sociétés du Groupe et 1.500 m² de surfaces commerciales, occupées par le Drugstore des Champs-Élysées ainsi que deux salles de cinéma ouvertes au public. Un vaste programme de rénovation du Drugstore et du cinéma a été entrepris. Les travaux ont démarré dès la fermeture de ces établissements, le 30 décembre 2001.

Publicis Groupe S.A. est par ailleurs propriétaire de quatre étages de l'immeuble occupé par Métrobus au 15, rue du Dôme à Boulogne. Publicis est également titulaire d'un contrat de location-financement, à échéance 2007, pour les deux autres étages de l'immeuble. Suite à l'acquisition de Saatchi & Saatchi, le Groupe détient également un immeuble de 6 étages, situé au 30, rue Vital Bouhot, à Neuilly-sur-Seine, représentant environ 5 660 m² de bureaux, essentiellement occupés par des sociétés du Groupe.

Les agences du Groupe sont propriétaires de locaux à Bruxelles, Amsterdam, Lisbonne, Lima et Séoul d'une surface totale d'environ 14.000 m² dans des quartiers situés en centre ville.

Autres immobilisations corporelles

Le Groupe dispose 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. Publicis Technology, filiale informatique et de communication électronique du Groupe, possède également de nombreux équipements tant dans le domaine de l'informatique traditionnelle que dans celui des nouveaux médias et des nouvelles technologies.

Par ailleurs, les immobilisations corporelles brutes comprennent à hauteur de 71 millions d'euros (valeur nette : 17 millions d'euros) les panneaux et le mobilier urbain des sociétés d'affichage, principalement Publex aux Pays-Bas et Métrobus, régisseur publicitaire de transports en commun.

Immobilisation de biens en location-financement

Le montant net total retraité de ces biens inscrit au bilan consolidé s'élève à 129 millions d'euros au 31 décembre 2002.

Les deux principaux actifs immobilisés à ce titre sont les deux étages de l'immeuble de la rue du Dôme à Boulogne Billancourt (France) et l'immeuble Leo Burnett à Chicago. Le contrat de location-financement de ce dernier représente une valeur d'immobilisation de 123 millions d'euros amorti sur 40 ans. Ce contrat correspond à l'utilisation des locaux d'un immeuble situé au 35 West Wacker Drive à Chicago (Etats-Unis).

Variation des amortissements des immobilisations corporelles

<i>en millions d'euros</i>	Amortissements		
	Terrains et constructions	Autres	Total
31 décembre 1999 retraité	10	177	187
Entrées de périmètre	5	239	244
Augmentations	1	52	53
Diminutions	(2)	(27)	(29)
Change et divers	1	(2)	(1)
31 décembre 2000	15	439	454
Entrées de périmètre	-	20	20
Augmentations	2	76	78
Diminutions	-	(61)	(61)
Change et divers	2	10	12
31 décembre 2001	19	484	503
Entrées de périmètre	3	254	257
Augmentations	4	93	97
Diminutions	(1)	(62)	(63)
Change et divers	(4)	(59)	(63)
31 décembre 2002	21	710	731

5. Immobilisations financières, nettes

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2002	31 décembre 2001	31 décembre 2000
Titres de participation non consolidés	32	37	37
Titres mis en équivalence	33	8	7
Créances rattachées à des participations	31	15	19
Autres immobilisations financières brutes	52	33	32
Valeur brute	148	93	95
Provisions sur immobilisations financières	(17)	(18)	(6)
Valeur nette	131	75	89

Liste des titres de participation non consolidés au 31 décembre 2002

<i>en millions d'euros</i>	% de détention	Valeur brute	Valeur nette	Valeur boursière
Interpublic Group (IPG)	1,4%	20	20	71
Autres	-	12	12	-
Total		32	32	

Informations résumées sur IPG (chiffres consolidés) :

<i>en millions de dollars</i>	2001
Revenu	6 726
Résultat net	(505)
Capitaux propres au 31 décembre	1 979

6. Titres de participation mis en équivalence

Les titres mis en équivalence s'élèvent au 31 décembre 2002 à 33 millions d'euros (31 décembre 2001 : 8 millions d'euros ; 31 décembre 2000 : 7 millions d'euros).

La variation du poste au cours de l'exercice 2002 a été la suivante :

	<i>en millions d'euros</i>
Montant au 1^{er} janvier 2002	8
Entrées de périmètre ⁽¹⁾	24
Quote-parts de résultat acquises en 2002	3
Dividendes versés en 2002	(2)
Montant au 31 décembre 2002 ⁽¹⁾	33

(1) concerne principalement la participation dans Bartle Bogle Hegarty (BBH) qui s'élève à 18 millions d'euros au 31 décembre 2002

7. Stocks et en-cours de production

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2002	31 décembre 2001	31 décembre 2000
Valeur brute	298	199	129
Provisions pour dépréciation des stocks	(3)	(4)	-
Valeur nette	295	195	129

8. Clients et comptes rattachés

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2002	31 décembre 2001	31 décembre 2000
Créances clients	3 716	1 874	1 793
Effets à recevoir	15	19	9
Valeur brute	3 731	1 893	1 802
Provisions pour dépréciation	(68)	(48)	(32)
Valeur nette	3 663	1 845	1 770

Ces créances sont toutes à échéance à moins d'un an.

Rappelons que lorsque Publicis agit en tant que mandataire dans des opérations d'achat d'espace en France (opérations pour lesquelles le compte de résultat n'est pas mouvementé), les créances correspondantes sont inscrites dans le poste « Autres créances et comptes de régularisation ».

9. Autres créances et comptes de régularisation

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2002	31 décembre 2001
Etat, impôts et taxes	107	68
Créances sur opérations de mandat (achat d'espaces)	79	75
Avances et acomptes versés aux fournisseurs	45	30
Autres débiteurs	200	171
Comptes de régularisation actif	95	68
Valeur brute	526	412
Provisions pour dépréciation	(4)	(1)
Valeur nette (hors impôts différés actifs)	522	411
Impôts différés actifs – Net	429	28
Valeur nette (y compris impôts différés actifs)	951	439

Ces créances sont toutes à échéance à moins d'un an, excepté pour les impôts différés actif.

Les impôts différés actifs au 31 décembre 2002 sont constitués pour 205 millions d'euros d'impôts différés relatifs aux provisions pour restructurations et engagements immobiliers constitués au titre de l'acquisition Bcom3.

10. Prime de remboursement OCEANE

Le montant brut de la prime de remboursement de l'OCEANE s'élève au 31 décembre 2002 à 239 millions d'euros. La prime de remboursement est amortie selon la méthode actuarielle sur la durée de l'emprunt, soit 16 ans. Au 31 décembre 2002, l'amortissement cumulé de la prime est de 12 millions d'euros.

11. Valeurs mobilières de placement

Le portefeuille de valeurs mobilières de placement au 31 décembre 2002, dont la valeur nette est de 342 millions d'euros, est constitué essentiellement de SICAV, fonds communs de placement, certificats de dépôt et obligations (dont la valeur boursière, pour les valeurs cotées, est très légèrement supérieure à la valeur historique).

Rappelons qu'au 31 décembre 2001, les actions propres détenues en portefeuille à la clôture figuraient dans ce poste pour un montant de 136 millions d'euros ; le montant des actions propres détenues au 31 décembre 2002 est, suite au changement d'affectation intervenu en 2002, déduit des capitaux propres.

12. Capitaux propres, part du Groupe

Nombre d'actions	<i>en millions d'euros</i>	Capital	Réserves Consolidées	Total capitaux propres
138 219 819	31 décembre 2000 avant neutralisation des actions propres	53	280	333
(871 309)	Neutralisation des actions propres existantes au 31 décembre 2000	-	(34)	(34)
137 348 510	31 décembre 2000 après neutralisation des actions propres	53	246	299
1 380 177	Augmentation de capital de Publicis Groupe S.A.	1	-	1
	Conversion du capital en euro par élévation du nominal	2	(2)	-
	Dividendes versés par Publicis Groupe S.A.	-	(28)	(28)
	Variation des écarts de conversion	-	0	0
	Complément effet d'acquisition Saatchi & Saatchi – méthode dérogatoire Article 215	-	(37)	(37)
	Complément acquisition Saatchi & Saatchi résultant du paiement probable des CVG	-	(195)	(195)
	Réévaluation de la quote-part de Zenith (50%) antérieurement mise en équivalence	-	60	60
871 309	Changement d'affectation des actions propres	-	34	34
	Autres mouvements	-	(2)	(2)
	Résultat consolidé de l'exercice, part du Groupe	-	151	151
139 599 996	31 décembre 2001	56	227	283
56 481 133	Augmentation de capital de Publicis Groupe S.A.	22	968	990
	Emission ORANE – juste valeur	-	495	495
	Dividendes versés par Publicis Groupe S.A. (incluant dividendes versés sur ORANE)	-	(32)	(32)
	Variation des écarts de conversion	-	(48)	(48)
	Ajustement sur allocation du prix d'acquisition de Zenith (50%) antérieurement mise en équivalence	-	(16)	(16)
	Complément sur montant des CVG échus en mars	-	(1)	(1)
	Autres mouvements	-	(1)	(1)
	Résultat consolidé de l'exercice, part du Groupe	-	147	147
196 081 129	31 décembre 2002 avant neutralisation des actions propres	78	1 739	1 817
(12 790 600)	Neutralisation des actions propres existantes au 31 décembre 2002	-	(316)	(316)
183 290 529	31 décembre 2002 après neutralisation des actions propres	78	1 423	1 501

Augmentation de capital

L'augmentation de capital a été enregistrée pour sa juste valeur à la date d'acquisition, soit 990 millions d'euros (voir note 2.2).

ORANES

Publicis a, en rémunération de l'acquisition de Bcom3, procédé à une émission de 1 562 500 ORANes d'une valeur d'émission de 858 millions d'euros. Cette émission a été comptabilisée dans les capitaux propres pour sa juste valeur à la date d'acquisition, soit 495 millions d'euros (voir note 2.2).

Neutralisation des actions propres existantes à la clôture de l'exercice 2002

Suite à la décision de ne plus réserver les actions propres exclusivement à l'affectation aux plans d'attribution d'actions au personnel, les actions propres détenues en portefeuille à la clôture sont désormais portées en déduction des capitaux propres.

Le portefeuille d'actions auto-détenues a évolué comme suit au cours de l'exercice 2002 :

<i>(en millions d'euros sauf les actions)</i>	Nombre d'actions	Valeur brute au bilan	Provision pour dépréciation	Valeur nette
Actions propres détenues au 31 décembre 2001	4 630 427	138	(2)	136
Rachats 2002 au cours moyen de 22.14 €	8 225 213	182	-	182
Levées d'options	(65 040)	(2)	-	(2)
Actions propres détenues au 31 décembre 2002	12 790 600	318	(2)	316

Il convient de noter que suite au changement d'affectation des actions propres, la provision éventuellement constatée sur ces titres au compte de résultat, depuis la date de ce changement, est retraitée en consolidation en déduction des capitaux propres.

Impact de l'intégration Saatchi & Saatchi

Cette acquisition réalisée en 2000 a été traitée selon la méthode dérogatoire prévue à l'article 215 du règlement 99-02 du Comité de la Réglementation Comptable qui permet de substituer au coût d'acquisition des titres de l'entreprise acquise la valeur des actifs et passifs constitutifs des capitaux propres de celle-ci, retraités aux normes comptables du Groupe. En conséquence, aucun écart d'acquisition n'est constaté au bilan à ce titre et l'impact global de ce traitement sur les capitaux propres consolidés est une réduction de 431 millions d'euros.

Si la méthode dérogatoire n'avait pas été appliquée, il en aurait résulté un écart d'acquisition de 2 313 millions d'euros et une charge d'amortissement annuelle (calculée sur 40 ans) de 58 millions d'euros.

Imputations d'écarts d'acquisition sur les capitaux propres

Au cours des dix dernières années, la seule imputation significative effectuée sur les capitaux propres concerne l'acquisition du Groupe FCA au titre de laquelle un écart d'acquisition de 54 millions d'euros avait été dégagé. Cet écart, qui portait sur l'ensemble des filiales du réseau FCA, aurait été amorti sur des durées allant de 10 à 40 ans.

13. Intérêts minoritaires

<i>en millions d'euros</i>	Réserves consolidées
31 décembre 1999	51
Mouvements 2000	26
31 décembre 2000	77
Dividendes versés par les filiales aux minoritaires	(25)
Résultat consolidé de l'exercice, part des minoritaires	19
Intérêts minoritaires (25%) dans la situation nette négative de Zenith à la date d'acquisition des 25% complémentaires	(9)
Intérêts minoritaires (25%) dans la réévaluation pratiquée sur les actifs de Zenith	30
Divers	(3)
31 décembre 2001	89
Effet des acquisitions	19
Dividendes versés par les filiales aux minoritaires	(26)
Résultat consolidé de l'exercice, part des minoritaires	29
Ajustement sur allocation du prix d'acquisition de Zenith	(9)
Effet de la variation des taux de change et autres	(2)
31 décembre 2002	100

14. Provisions pour risques et charges

<i>En millions d'euros</i>	Indemnités de départ en retraite	Litiges	Impôts différés passifs	Risques clients	Restructuration	Zenith mis en équivalence	Engagements immobiliers	Autres	Total
31 décembre 1999	26	5	-	2	3	-	6	28	70
Entrées de périmètre	8	6	-	-	12	16	75		117
Dotations	5	3	-	6	-	3	2	16	35
Reprises	(4)	(1)	-	(2)	(5)	-	(9)	(20)	(41)
Change et divers	2	-	-	-	-	-	(10)	(4)	(12)
31 décembre 2000	37	13	-	6	10	19	64	20	169
Entrées de périmètre	3	-	-	-	-	(19)	-	6	(10)
Dotations	8	3	10	-	9	-	4	14	47
Reprises	(5)	(3)	(2)	-	(4)	-	(9)	(16)	(39)
Change et divers	12	1	6	(3)	(1)	-	-	3	18
Autres	14	-	52	-	4	-	10	-	80
31 décembre 2001	69	14	66	3	18	-	69	27	266
Entrées de périmètre	174	25	211	-	262	-	250	93	1 015
Dotations	32	14	8	-	5	-	(5)	20	74
Reprises	(30)	(15)	(8)	-	(16)	-	(12)	(31)	(112)
Change et divers	(11)	(2)	(30)	-	(12)	-	(18)	-	(73)
Autres	-	(1)	-	-	-	-	-	-	(1)
31 décembre 2002	234	35	247	3	257	-	284	109	1 169

Impôts différés passifs

Le poste comprend l'impôt sur la réévaluation pratiquée sur les actifs incorporels à l'occasion des acquisitions de Zenith (45 millions d'euros) et de Bcom3 (123 millions d'euros), ainsi que sur l'ajustement pratiqué au titre de la juste valeur de l'OBSA (73 millions d'euros).

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 2002 (principalement indemnités de licenciement).

Provisions sur engagements immobiliers

Elles se composent principalement d'une provision constituée chez Saatchi & Saatchi en vue de couvrir les pertes futures liées principalement au contrat de location du 375 Hudson Street à New York (43 millions d'euros au 31 décembre 2002) ainsi que d'une provision constituée suite à l'acquisition de Bcom3 de 242 millions d'euros dont 109 millions relatifs à l'immobilier dans la ville de New York.

15. Emprunts et dettes financières

Nombre de Titres	En millions d'euros	31 décembre		
		2002	2001	2000
20 000	Emprunts obligataire 2% échangeable en titres IPG – janvier 2007	200	200	-
17 624 521	OCEANE 2.75% - janvier 2018	690	-	-
-	OCEANE – janvier 2018 – prime de remboursement	239	-	-
2 812 500	OBSA – 2.75% - septembre 2022- partie dette ⁽¹⁾	449	-	-
28 125 000	OBSA – bons de souscription au prix d'exercice de 30.5 euros ⁽²⁾	197	-	-
	Intérêts courus	13	-	-
	Autres emprunts et lignes de crédit court terme	303	549	630
	Soldes créditeurs de banques	490	316	266
	Dettes liées à l'immobilisation des contrats de location-financement	181	4	5
	Total	2 762	1 069	901

(1) la valeur de la partie dette de l'OBSA correspond à la valeur actualisée de la dette au taux de 8.5%.

(2) le montant de 197 millions d'euros correspond à la juste valeur des bons à la date d'acquisition

L'endettement net, après déduction des disponibilités et des valeurs mobilières de placement, ressort à :

en millions d'euros	2002	2001	2000
Endettement financier net	1 330	270	372

Il convient de noter que l'endettement net est calculé après déduction de la prime de remboursement de l'OCEANE inscrite à l'actif. De plus, les actions propres qui étaient incluses dans les valeurs mobilières de placement et donc venaient en déduction de l'endettement net au 31 décembre 2001 sont désormais déduites des capitaux propres.

Analyse par échéance de remboursement

En millions d'euros	31 décembre		
	2002	2001	2000
Partie remboursable à moins d'un an	751	758	721
Partie remboursable entre un et cinq ans	93	103	180
Partie remboursable à plus de cinq ans	1 918	208	-
Total	2 762	1 069	901

Analyse par devise

En millions d'euros	31 décembre		
	2002	2001	2000
Euros	1 883	592	446
Dollars américains	699	328	360
Autres devises	180	149	95
Total	2 762	1 069	901

Analyse par catégorie de taux

La dette financière est constituée d'emprunts à taux fixe (deux tiers de la dette au 31 décembre 2002) dont le taux moyen pour l'année 2002 est de 3.4% (ce taux tient compte du complément d'intérêts lié à l'actualisation de la partie dette de l'OBSA). La partie de la dette à taux variable (un tiers de la dette au 31 décembre 2002) fait ressortir un taux moyen pour l'année 2002 de 3.3%.

16. Impôts sur les bénéfices

Analyse de la charge d'impôt sur les bénéfices

<i>En millions d'euros</i>	31 décembre		
	2002	2001	2000
Charge d'impôt exigible	(145)	(78)	(97)
Charge nette d'impôt différé	13	(1)	1
Impôt sur les bénéfices des sociétés intégrées	(132)	(79)	(96)

Taux d'impôt effectif

Le taux d'impôt effectif ressort à :

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2002	31 décembre 2001	31 décembre 2000
Résultat des entreprises intégrées avant impôt et amortissement des survaleurs	398	304	283
Taux d'imposition français	34,33%	35,33%	37,8%
Impôt attendu :	(137)	(107)	(107)
Incidence des :			
- différences de taux d'imposition	(2)	(3)	5
- résultats taxés à taux réduit	0	1	2
- utilisation des pertes fiscales antérieures	28	37	8
- provision sur impôts différés actif	(17)	(31)	-
- différences permanentes	(4)	25	(4)
Impôt constaté au compte de résultat :	(132)	(78)	(96)
Taux d'impôt effectif	33%	26% ⁽¹⁾	34%

(1) hors plus-value de cession Optimedia, le taux d'impôt effectif en 2001 ressort à 32%.

Il convient de noter qu'il existe dans les différentes filiales du groupe un montant significatif de déficits reportables qui n'ont pas fait l'objet de la reconnaissance d'un crédit d'impôt différé à l'actif du bilan consolidé du fait des incertitudes liées aux possibilités restreintes d'utilisation de ces derniers et de leur expiration à relativement brève échéance. Leur montant est d'environ 500 millions d'euros au 31 décembre 2002.

Impôts différés constatés au bilan

Les actifs et passifs d'impôts différés sont inclus dans les postes suivants :

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2002	31 décembre 2001	31 décembre 2000
Autres créances :			
– Partie à court terme	155	25	11
– Partie à long terme	274	3	4
Total impôts différés actifs	429	28	15
Autres dettes :			
– Partie à court terme	(14)	(1)	(1)
– Partie à long terme	(233)	(65)	-
Total impôts différés passifs	(247)	(66)	(1)
Impôts différés actifs (passifs), nets	182	(38)	14

Origine des impôts différés

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2002	31 décembre 2001	31 décembre 2000
Impôts différés actifs liés à des différences temporaires	425	25	12
Impôts différés actifs liés à des reports déficitaires	4	3	3
Total impôts différés actifs	429	28	15
Impôts différés passifs liés à des différences temporaires	(5)	(14)	(1)
Impôts différés passifs liés à la réévaluation des actifs et passifs effectuée à l'occasion d'une acquisition	(242)	(52)	-
Total impôts différés passifs	(247)	(66)	(1)
Impôts différés actifs (passifs), nets	182	(38)	14

17. Fournisseurs et comptes rattachés

La rubrique « Fournisseurs et comptes rattachés » comprend toutes les dettes d'exploitation (y compris les effets à payer et factures à recevoir) liées à l'acquisition de biens et services, à l'exception de celles relatives aux opérations d'achat d'espace en France, effectuées dans le cadre de la Loi Sapin (classées en « Autres dettes et comptes de régularisation »). Ces dettes sont à échéance à moins d'un an.

18. Autres dettes et comptes de régularisation

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2002	31 décembre 2001	31 décembre 2000
Dettes d'impôt sur les sociétés	139	62	44
Créances sur opérations de mandat (achat d'espaces)	117	119	119
Autres dettes	101	35	79
Avances et acomptes reçus	202	208	156
Autres créditeurs	915	631	646
Comptes de régularisation passif	140	62	50
Certificats de Valeur Garantie à payer par Publicis	-	195	-

Total	1 614	1 314	1 094
--------------	--------------	--------------	--------------

La plupart des dettes existant au 31 décembre 2002 sont exigibles à moins d'un an.

19. Engagements hors bilan

Obligations contractuelles <i>En millions d'euros</i>	Total	Echéance		
		A moins d'un an	De un à cinq ans	A plus de cinq ans
Engagements donnés				
Contrats de location simple	1 749	233	771	745
Engagements et options de rachat d'intérêts minoritaires ⁽¹⁾	232	174	52	6
Engagements de cessions de titres de participation détenus	8	8	-	-
Autres obligations à long terme	12	12	-	-
Total	2 001	427	823	751

(1) Au terme de l'accord signé avec Cordiant en septembre 2001, il est prévu d'une part une option de vente de la participation de 25% de Cordiant dans Zenith Optimedia Group au profit de Publicis et d'autre part une option d'achat au profit de Publicis. Le prix d'exercice sera déterminé en appliquant aux résultats de Zenith Optimedia Group un multiple calculé à partir de la moyenne des « price earning ratios » de Publicis et de Cordiant. Le prix plancher des 25 % détenus par Cordiant a été établi à 75 millions de livres sterling (115 millions d'euros sur la base du cours au 31 décembre 2002) payables en numéraire.

A l'exception de l'engagement croisé relatif à Zenith Optimedia, la plupart des engagements sont de simples options d'achat au bénéfice de Publicis estimés à la clôture d'après les clauses contractuelles et les dernières données disponibles.

L'échéancier des dettes financières et des contrats de location financement figure dans la Note 15 de la présente annexe.

Autres engagements commerciaux <i>En millions d'euros</i>	Total	Montant des engagements par période		
		A moins d'un an	De un à cinq ans	A plus de cinq ans
Engagements reçus				
Lignes de crédit non utilisées	815	815	-	-
Engagements donnés				
Autres engagements commerciaux	25	25	-	-
Total	840	840		

Obligations liées aux emprunts

- **Emprunt obligataire échangeable en actions IPG – 2% janvier 2007**

Les conditions de cet emprunt prévoient la possibilité pour les porteurs de demander l'échange de leurs obligations en un nombre de titres Interpublic Group représentant une prime de 30% par rapport au cours de référence (soit un prix d'échange de 36,74 USD), à raison de 244.3 actions IPG pour une obligation.

Ainsi Publicis pourrait être amené, en cas de demande d'échange à compter du 30 juin 2003, à livrer en remboursement de l'emprunt un nombre maximum d'actions Interpublic Group de 4 885 950.

Toutefois la société se réserve le droit de procéder à un paiement en espèces au lieu et place de la remise des actions.

▪ OCEANEs – 2.75% actuariel janvier 2018

Dans le cadre de l'OCEANE, les porteurs d'obligations peuvent demander la conversion des obligations, à raison d'une action par obligation, à tout moment à compter du 18 janvier 2002 jusqu'au 7^{ème} jour ouvré précédent la date de maturité (janvier 2018). La société a donc un engagement de livrer 17 624 521 actions qui peuvent être au choix de Publicis, soit des actions nouvelles à émettre, soit des actions existantes qu'elle détiendrait en portefeuille.

Au 31 décembre 2002, il convient de préciser qu'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.

20. Charges de personnel et effectif

Les rémunérations du personnel incluent les salaires, appointements, commissions, primes, bonus, intéressements et congés payés. Les charges fiscales assises sur les salaires figurent en charges de fonctionnement.

Rémunération des organes de direction

Les rémunérations versées aux membres du Conseil de Surveillance et aux membres du Directoire au cours de l'exercice 2002 se sont élevées à 1,1 million d'euros et 5,4 millions d'euros contre respectivement 1,5 million d'euros et 4 millions d'euros en 2001.

Évolution et répartition des effectifs

	31 décembre 2002	31 décembre 2001	31 décembre 2000
Par zone géographique :			
– France	3 810	3 521	3 411
– Autres pays européens	10 417	6 183	5 493
– Amérique du Nord	11 409	6 372	6 954
– Reste du monde	10 045	4 516	4 482
Total	35 681	20 592	20 340
Par branche d'activité :			
– Communication	33 856	19 373	19 133
– Médias & Régies	897	823	828
– Diversification	928	396	379
Total	35 681	20 592	20 340

<i>Répartition par fonction (en %)</i>	
Commercial	22%
Création	17%

Production et activités spécialisées	15%
Média et Recherche	21%
Administration/Gestion	17%
Autres	8%
Total	100%

21. Autres charges opérationnelles

Ce poste regroupe toutes les charges externes autres que les achats de production et de médias. 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.

22. Dotations aux amortissements

<i>en millions d'euros</i>	2002	2001	2000
Amortissement des autres immobilisations incorporelles (hors écarts d'acquisition)	7	6	6
Amortissement des immobilisations corporelles	97	77	53
Dotations aux amortissements des autres immobilisations incorporelles et corporelles	104	84	59
Amortissement des écarts d'acquisition	93	65	33
Total des dotations aux amortissements	197	149	92

La ligne « amortissement des écarts d'acquisition » inclut également l'amortissement des écarts d'évaluation affectés aux actifs incorporels.

23. Charges et produits financiers

<i>en millions d'euros</i>	2002	2001	2000
Charges d'intérêts et autres frais financiers, nets	(26)	(27)	(13)
Pertes de change, nettes	(5)	(4)	(2)
Dividendes reçus hors groupe	4	3	4
Provisions sur actions propres	(1)	(2)	-
Total	(28)	(30)	(11)

24. Résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel de l'exercice 2002 se décompose comme suit :

<i>en millions d'euros</i>	2002
Arrêt d'activités et autres pertes exceptionnelles	(7)
Plus-values de cession d'actif	4
Résultat exceptionnel	(3)

En 2001, le résultat exceptionnel est composé de la plus-value de cession de 25% d'Optimedia réalisée dans le cadre des accords signés en septembre 2001 avec Cordiant Communications Group, plus-value compensée par des charges à caractère exceptionnel.

En 2000, le résultat exceptionnel est composé de la plus-value de cession d'une participation non consolidée.

25. Résultat par action et résultat dilué par action

Le résultat par action ressort à 0,99 euro par action en 2002, contre 1,09 euro par action en 2001 et 1,18 euro par action en 2000.

Le nombre moyen pondéré d'actions ayant servi de base pour le calcul du résultat par action dilué ressort à 171 025 567 actions pour 2002. Le résultat dilué par action correspondant s'élève ainsi à 0,97 euro par action en 2002, contre 1,08 euro par action en 2001 et 1,15 euro par action en 2000.

26. Informations sectorielles

Informations par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	France	Autres pays européens	Amérique du Nord	Reste du monde	Total
2002					
Chiffre d'affaires reconstitué	1 885	7 047	13 044	2 769	24 745
Revenu	381	862	1 295	388	2 926
Résultat d'exploitation	63	120	213	33	429
Résultat intermédiaire	77	148	261	47	533
Résultat part du Groupe après impôt *	14	63	150	10	237
Ecarts d'acquisition, immobilisations corporelles et incorporelles nettes	191	882	2 904	528	4 505
2001					
Chiffre d'affaires reconstitué	1 812	4 573	8 120	2 162	16 667
Revenu	383	714	1 035	302	2 434
Résultat d'exploitation	66	110	137	29	342
Résultat part du Groupe après impôt *	22	65	101	12	200
Ecarts d'acquisition, immobilisations corporelles et incorporelles nettes	114	297	1 001	131	1 543
2000					
Chiffre d'affaires reconstitué	1 730	3 551	5 043	1 482	11 806
Revenu	342	536	688	204	1 770
Résultat d'exploitation	72	97	83	23	275
Résultat part du Groupe après impôt *	38	58	46	9	151

Écarts d'acquisition, immobilisations corporelles et incorporelles nettes	85	172	818	139	1 214
---	----	-----	-----	-----	--------------

* avant amortissement des écarts d'acquisition et résultat extraordinaire

Informations par secteur d'activité

La présentation de deux secteurs distincts faite dans le passé n'est plus pertinente compte tenu de la taille relative atteinte par le groupe dans la branche Communication depuis l'acquisition de Bcom3.

27. Plans d'options de souscription d'actions Publicis Groupe S.A.

1- Plans d'options Publicis à l'origine

Au 31 décembre 2002, l'état des options, tant de souscription que d'achat d'actions existantes, restant à lever est le suivant :

Actions de 0,40 euro nominal	Type d'option	Date d'attribution	Nombre d'options restant à lever au 31 décembre 2001	Options attribuées en 2002	Levées d'options en 2002	Options prescrites en 2002	Restant à lever au 31 décembre 2002	Prix d'option (euros)	Date limite de levée
Deuxième tranche	Souscription	20/02/1992	17 700		(3 320)	(14 380)	0	7,17	2002
Troisième tranche	Souscription	15/12/1992	25 450		(3 320)	(22 130)	0	6,88	2002
Quatrième tranche	Souscription	22/03/1994	28 760				28 760	6,37	2004
Cinquième tranche	Souscription	30/03/1995	79 120		(20 540)		58 580	6,63	2005
Sixième tranche	Souscription	26/04/1996	67 850		(8 090)		59 760	4,91	2006
Septième tranche	Souscription	20/03/1997	55 770		(7 320)		48 450	5,63	2007
Huitième tranche	Souscription	11/03/1998	66 000				66 000	8,66	2008
Neuvième tranche	Souscription	4/11/1998	311 500		(3 000)		308 500	10,24	2008
Dixième tranche	Acquisition	7/09/2000	100 000				100 000	43,55	2010
Onzième tranche	Acquisition	23/04/2001	380 000				380 000	33,18	2011
Douzième tranche	Acquisition	26/11/2001	2 943 135				2 943 135	29,79	(1)
Treizième tranche	Acquisition	18/01/2002		104 600			104 600	29,79	2012
Quatorzième tranche	Acquisition	10/06/2002		5 000			5 000	32,43	2012
Quinzième tranche	Acquisition	8/07/2002		220 000			220 000	29,79	2012
Total des tranches			4 075 285	329 600	(45 590)	(36 510)	4 322 785		

(1) Options conditionnelles dont l'attribution est liée à la réalisation d'objectifs. La date limite de levée est de 10 ans après confirmation de l'attribution.

2- Plans d'options Saatchi & Saatchi à l'origine

Les plans d'options Saatchi & Saatchi existants donnent lieu, lors de leur exercice, à conversion en actions Publicis selon le ratio retenu pour l'échange d'actions au moment de l'acquisition de Saatchi et Saatchi par Publicis (18,252 actions Publicis Groupe S.A. pour 100 actions Saatchi & Saatchi).

Le nombre d'options restant à lever se décompose de la manière suivante :

Restant à lever au 31 décembre 2001	Levées au cours de l'année 2002	Tombées en non-valeur en 2002	Restant à lever au 31 décembre 2002
266 046	185 543	0	80 503 ⁽¹⁾

(1) La date limite de levée de ces options s'échelonne entre 2003 et 2006

3- Plans d'options Nelson à l'origine

Lors de l'acquisition de Nelson, ces plans ont été transformés en plans d'achat d'actions Publicis.

Le nombre d'options restant à lever s'analyse de la manière suivante :

Restant à lever au 31 décembre 2001	Levées au cours de l'année 2002	Tombées en non-valeur en 2002	Restant à lever au 31 décembre 2002
518 730	65 040	(171 536)	282 154 ⁽¹⁾

(1) La date limite de levée de ces options s'échelonne entre 2002 et 2009

28. Evénements postérieurs à la clôture

- Publicis et Somarel devraient, aux termes des accords conclus le 9 avril 1998, fusionner au plus tard le 30 juin 2003. Par l'effet de cette fusion, les actionnaires de Somarel -qui détient au 31 décembre 2002 15.8% du capital et 27.5 % des droits de vote de Publicis Groupe SA- deviendront actionnaires directs de Publicis.
- Callable Asset Swap : Le groupe Publicis s'est engagé, dans le cadre d'une transaction structurée qui a été mise en place en janvier 2003, à un rachat éventuel de ses obligations échangeables en actions IPG pour un montant nominal de 100 millions d'euros. Les paramètres principaux du rachat sont en ligne avec ceux de la clause de remboursement anticipé au gré des porteurs des obligations échangeables. La réalisation effective du rachat par Publicis des obligations est au gré de la contrepartie de la transaction. Au titre de cette transaction, Publicis anticipe de recevoir une rémunération indexée sur Euribor .

29. Rapprochement avec les US Gaap

Le tableau de rapprochement entre le résultat et les capitaux propres déterminés selon les normes françaises et selon les normes américaines sera présenté dans le document « 20-F » qui sera déposé aux Etats-Unis au plus tard le 30 juin 2003.

Les impacts sur les comptes au 31 décembre 2002 des divergences de méthode recensées sont les suivants :

Détermination du prix d'acquisition de Bcom3 :

En normes françaises dans les comptes consolidés, la juste valeur des actions Publicis et des ORANes remis aux actionnaires de Bcom3 est déterminée en retenant le cours de bourse à la date d'acquisition, soit 17.6 euros au 24 septembre 2002. Selon les normes américaines, le cours d'annonce du rachat doit être retenu, soit 36.4 euros.

Acquisition Saatchi & Saatchi :

- traitement de l'acquisition Saatchi & Saatchi : selon la méthode dérogatoire (Article 215 du règlement CRC 99-02) en normes françaises et selon la méthode de l'acquisition (« purchase accounting ») en normes américaines ;
- certificats de valeur garantie (CVG) : ils sont enregistrés dans les comptes en normes françaises pour leur valeur d'exercice, tandis qu'en normes américaines, ils sont évalués à la valeur de marché du jour de l'acquisition de Saatchi & Saatchi et les modifications ultérieures de cette valeur ont été inscrites au compte de résultat ;
- options de souscription d'actions Saatchi & Saatchi restant à lever : les options non exercées sont prises en compte en normes françaises au moment de leur levée alors qu'en normes américaines, elles sont incluses dans le prix d'acquisition initial ;

Autres acquisitions :

- coûts de restructuration : en normes françaises, les écarts d'acquisition incluent les coûts de restructuration encourus en exécution de programmes de réorganisation décidés au moment de l'acquisition et chiffrés dans la période courant jusqu'à la clôture de l'exercice suivant la clôture de l'exercice d'acquisition. En normes américaines, ces coûts sont passés en charges de l'exercice lorsqu'ils n'ont pas pu être décidés et chiffrés avant la date anniversaire de la date d'acquisition ;
- l'écart d'acquisition dégagé sur l'acquisition, rémunérée par émission d'actions nouvelles, du Groupe FCA en 1993 a été imputé sur les capitaux propres. En normes américaines, cette dérogation au principe d'inscription à l'actif des écarts d'acquisition n'étant pas admise, l'écart a été remis à l'actif du bilan ;
- certains paiements faits à d'anciens actionnaires salariés consécutivement à l'acquisition sont considérés comme un complément de prix d'acquisition en normes françaises. En normes américaines, dans la mesure où ces paiements sont subordonnés à la continuation de contrats de travail, les montants sont comptabilisés en charges sur la période à laquelle ils se rattachent.

Incidence des nouvelles normes américaines en matière d'évaluation des écarts d'acquisition et autres actifs incorporels :

En normes américaines, les écarts d'acquisition et autres actifs incorporels à durée de vie indéfinie dégagés à l'occasion d'une acquisition ne sont plus amortis depuis le premier janvier 2002 et font l'objet de tests de dépréciation. A ce titre, une analyse est en cours et pourrait conduire à constater une dépréciation exceptionnelle sur ces actifs.

Options de souscription d'actions :

En normes françaises, il est constaté lors des levées, une augmentation de capital et prime d'un montant égal au prix d'exercice de l'option. En normes américaines, la différence entre la valeur de marché et le prix d'exercice à la date d'attribution est enregistrée au bilan et amortie au compte de résultat sur la période durant laquelle ces options ne peuvent être exercées.

Valeurs mobilières :

En normes françaises, seules les pertes latentes correspondant à la différence entre valeur au bilan et valeur de marché sont reconnues ; les provisions éventuelles peuvent être reprises en cas de modification ultérieure favorable des valeurs de marché. En normes américaines, pour ce qui est de la catégorie dont les valeurs mobilières détenues par le Groupe relèvent (valeurs librement cessibles), celles-ci sont enregistrées à la valeur de marché à l'actif du bilan et les pertes et gains latents sont portés sous la rubrique spécifique des capitaux propres.

Classement des BSA :

Les bons de souscription d'actions sont inclus dans la valeur de l'OBSA qui figure en dettes selon les principes comptables français. Selon les principes américains, la valeur des BSA est reclassée en capitaux propres.

Provisions pour risques et charges :

Certaines provisions pour double capacité incluses dans l'écart d'acquisition en normes françaises sont enregistrées en charges selon les normes américaines.

30. Liste des principales sociétés consolidées au 31 décembre 2002

a) Sociétés consolidées par intégration globale

Noms des sociétés	% contrôle	Activité	Pays	Ville
Publicis	100,00	Publicité	Etats-Unis	San Francisco, Seattle, Salt Lake City, Boise, Dallas, Indianapolis, Los Angeles, Chicago, New York
Publicis & Hal Riney	100,00	Publicité	Etats-Unis	San Francisco, Atlanta, New York
Burrell Communications		Publicité	Etats-Unis	Chicago
Publicis Dialog	100,00	Publicité	Etats-Unis	San Francisco, Seattle, Salt Lake City, Dallas, Indianapolis, Chicago, New York
Nelson Communications	100,00	Publicité	Etats-Unis	New York
Frankel	100,00	Publicité	Etats-Unis	Chicago
Fallon	100,00	Publicité	Etats-Unis	Minneapolis
Winner & Associates	60,00	Publicité	Etats-Unis	Los Angeles
Publicis Canada	70,00	Publicité	Etats-Unis	Montreal, Toronto
Publicis Norton	60,00	Publicité	Brésil	Sao Paulo, Brasilia, Porto Alegre, Rio de Janeiro
Publicis Conseil	99,61	Publicité	France	Paris
Mundocom	99,93	Publicité	France	Paris
Publicis Dialog	100,00	Publicité	France	Paris
Média System	94,96	Publicité	France	Paris
Publicis Consultants	100,00	Publicité	France	Paris
Carré Noir	97,75	Publicité	France	Paris
Publicis Consultants Ecomcom	100,00	Publicité	France	Paris
Publicis Allemagne	100,00	Publicité	Allemagne	Francfort, Berlin
Publicis Dialog	90,05	Publicité	Allemagne	Francfort, Hambourg
BMZ	100,00	Publicité	Allemagne	Düsseldorf
Publicis Kommunikation Agentur	100,00	Publicité	Allemagne	Erlangen, Munich
Publicis Autriche	100,00	Publicité	Autriche	Vienne
Publicis Belgique	100,00	Publicité	Belgique	Bruxelles
Publicis Denmark	80,00	Publicité	Danemark	Copenhague
Publicis Espagne	100,00	Publicité	Espagne	Madrid, Barcelone, Séville, Valence, Alicante
Publicis Casadevall y Pedreno	85,00	Publicité	Espagne	Barcelone, Madrid
Publicis International Oy	64,72	Publicité	Finlande	Helsinki
Publicis Hellas	100,00	Publicité	Grèce	Athènes
Publicis Hongrie	100,00	Publicité	Hongrie	Budapest
Publicis Italie	100,00	Publicité	Italie	Milan, Rome
Publicis Amsterdam	100,00	Publicité	Pays-Bas	Amsterdam
Publicis Pologne	85,00	Publicité	Pologne	Varsovie
Publicis Portugal	90,00	Publicité	Portugal	Lisbonne
BMZ/Park	72,09	Publicité	Portugal	Lisbonne
Publicis UK	100,00	Publicité	Royaume-Uni	Londres

The Triangle Group	100,00	Publicité	Royaume-Uni	<i>Londres</i>
Publicis Zürich	90,00	Publicité	Suisse	<i>Zürich</i>

Noms des sociétés	% contrôle	Activité	Pays	Ville
Publicis Communication	100,00	Publicité	Australie	<i>Brisbane, Melbourne, Sydney</i>
Publicis Mojo	100,00	Publicité	Nouvelle Zélande	<i>Auckland</i>
Publicis Ad Link	60,00	Publicité	Chine, Hong Kong	<i>Pekin, Hong Kong, Shanghai, Canton, Chengdu</i>
Publicis Welcomm	60,00	Publicité	Corée	<i>Séoul</i>
Publicis Japan	100,00	Publicité	Japon	<i>Tokyo</i>
Publicis Wet Desert	70,00	Publicité	Malaisie	<i>Kuala Lumpur</i>
Publicis Philippines	65,63	Publicité	Philippines	<i>Manille</i>
Publicis Eureka	60,00	Publicité	Singapour	<i>Singapour</i>
Publicis Taiwan	100,00	Publicité	Taiwan	<i>Taipei</i>
Publicis Thailand	50,00	Publicité	Thaïlande	<i>Bangkok</i>
Publicis Cape Town	84,30	Publicité	Afrique du Sud	<i>Le Cap</i>
Publicis Johannesburg	100,00	Publicité	Afrique du Sud	<i>Johannesburg</i>
Publicis Ariely	75,00	Publicité	Israël	<i>Tel Aviv</i>
Publicis Graphics	60,00	Publicité	Liban, Jordanie, Bahreïn, Egypte, Emirats Arabes Unis, Arabie Saoudite, Koweït, Turquie	<i>Beyrouth, Amman, Bahreïn, Le Caire, Dubaï, Jeddah, Riyadh, Koweït, Istanbul</i>
Saatchi&Saatchi North America	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>New York</i>
Klemtner Advertising	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>New York</i>
Rowland-Rochester (SSBC)	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>New York</i>
Saatchi & Saatchi Canada	100,00	Publicité	Canada	<i>Toronto</i>
Finance Nazca Publicidade Brazil	51,00	Publicité	Brésil	<i>Sao Paulo</i>
Saatchi&Saatchi Advertising Pty	100,00	Publicité	Australie	<i>Sydney</i>
Saatchi&Saatchi New Zealand	100,00	Publicité	Nouvelle Zélande	<i>Wellington</i>
Saatchi&Saatchi Great Wall Advertising Co	51,00	Publicité	Chine	<i>Beijing</i>
Saatchi&Saatchi Japan	66,67	Publicité	Japon	<i>Tokyo</i>
Saatchi&Saatchi Malaysia	80,00	Publicité	Malaisie	<i>Petaling Jaya</i>
Saatchi&Saatchi Singapore	100,00	Publicité	Singapour	<i>Singapour</i>
Saatchi&Saatchi Taiwan	100,00	Publicité	Taiwan	<i>Taipei</i>
Saatchi&Saatchi Thailand	100,00	Publicité	Thaïlande	<i>Bangkok</i>
Saatchi&Saatchi Vietnam	100,00	Publicité	Vietnam	<i>Ho Chi Minh Ville</i>
Saatchi&Saatchi Germany	100,00	Publicité	Allemagne	<i>Francfort</i>
Saatchi&Saatchi Austria	100,00	Publicité	Autriche	<i>Vienne</i>
Saatchi&Saatchi Belgium	100,00	Publicité	Belgique	<i>Bruxelles</i>
Saatchi&Saatchi Denmark	100,00	Publicité	Danemark	<i>Copenhague</i>
Saatchi&Saatchi Spain	100,00	Publicité	Espagne	<i>Madrid</i>
Saatchi&Saatchi France	100,00	Publicité	France	<i>Paris</i>
Saatchi&Saatchi Hungary	100,00	Publicité	Hongrie	<i>Budapest</i>
Saatchi&Saatchi Italy	100,00	Publicité	Italie	<i>Rome, Milan</i>
Saatchi&Saatchi Holland	100,00	Publicité	Pays Bas	<i>Amstelveen</i>
Saatchi&Saatchi Portugal	100,00	Publicité	Portugal	<i>Lisbonne</i>
The Facilities Group	70,00	Publicité	Royaume-Uni	<i>Londres</i>
Saatchi&Saatchi UK	100,00	Publicité	Royaume-Uni	<i>Londres</i>
Leo Burnett USA, Inc.	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>Illinois</i>
Capps Digital LLC	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>Illinois</i>
Ileo Inc	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>Illinois</i>
Leo Burnett Company Ltd.	100,00	Publicité	Canada	<i>Toronto</i>
Leo Burnett Pty Ltd	100,00	Publicité	Australie	<i>Sydney</i>
Leo Burnett S.A. de C.V.	100,00	Publicité	Mexique	<i>Mexico</i>

Leo Burnett Venezuela C.A.	100,00	Publicité	Venezuela	<i>Caracas</i>
Leo Burnett Shanghai Advertising Co	70,00	Publicité	Chine	<i>Shanghai</i>

Noms des sociétés	% contrôle	Activité	Pays	Ville
Leo Burnett Ltd	100,00	Publicité	Hong Kong	<i>Hong Kong</i>
Leo Burnett Advertising Sdn Bhd	100,00	Publicité	Malaisie	<i>Kuala Lumpur</i>
Radius Leo Burnett Advertising	100,00	Publicité	Emirats Arabes Unis	<i>Dubai</i>
Michael Conrad & Leo Burnett GmbH	100,00	Publicité	Allemagne	<i>Francfort</i>
Vitruvio-Leo Burnett S.A.	100,00	Publicité	Espagne	<i>Madrid</i>
Leo Burnett S.A.	100,00	Publicité	France	<i>Paris</i>
Leo Burnett	100,00	Publicité	Grèce	<i>Athènes</i>
Leo Burnett Italia S.r.l.	100,00	Publicité	Italie	<i>Milan</i>
Leo Burnett Limited	100,00	Publicité	Royaume-Uni	<i>Londres</i>
D'Arcy Masius Benton & Bowles USA Inc.	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>New York, Michigan, California, Illinois, Missouri</i>
Arc Integrated Marketing, Inc.	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>Connecticut</i>
D'Arcy Martin Group LLC	70,00	Publicité	Etats-Unis	<i>Michigan</i>
Lionel Sosa Inc	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>Texas</i>
TMG MacManus Canada, Inc.	100,00	Publicité	Canada	<i>Toronto</i>
Salles/D'Arcy MB&B Publicidade Ltda.	100,00	Publicité	Brésil	<i>Sao Paulo</i>
D'Arcy MB&B (Hong Kong) Ltd.	100,00	Publicité	Hong Kong	<i>Hong Kong</i>
Grupo K / Arc, SA	100,00	Publicité	Espagne	<i>Madrid</i>
D'Arcy MB&B SA	100,00	Publicité	France	<i>Paris</i>
BGS D'Arcy SRL	100,00	Publicité	Italie	<i>Milan</i>
D'Arcy MB&B Limited	100,00	Publicité	Royaume-Uni	<i>Londres</i>
IMP Marketing Ltd.	100,00	Publicité	Royaume-Uni	<i>Londres</i>
Kaplan Thaler Group Ltd	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>New York</i>
Manning Selvage & Lee, Inc.	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>New York, California, Michigan,</i>
Semaphore Partners, Inc.	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>California, Illinois</i>
Williams Labadie	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>Illinois</i>
Beacon Communications K.K.	66,00	Publicité	Japon	<i>Tokyo</i>
Medicus Group International Inc	100,00	Publicité	Etats-Unis	<i>New York, Mass, Illinois, Missouri, Connecticut</i>
The Medicus Group Ltd.	100,00	Publicité	Royaume-Uni	<i>Londres</i>
Starlink Services Inc.	100,00	Achat d'espace	Etats-Unis	<i>Illinois</i>
MediaVest Worldwide Inc	100,00	Achat d'espace	Etats-Unis	<i>New York, California, Illinois</i>
Starcom Worldwide SA de CV	100,00	Achat d'espace	Mexique	<i>Mexico</i>
Starcom Worldwide (Australia) Pty Ltd	100,00	Achat d'espace	Australie	<i>Sydney</i>
Starcom Worldwide Media Estrategia	51,00	Achat d'espace	Espagne	<i>Madrid</i>
Starcom MediaVest Group Italia S.r.l.	100,00	Achat d'espace	Italie	<i>Bologna</i>
Starcom Motive Limited	67,00	Achat d'espace	Royaume-Uni	<i>Londres</i>
Optimedia USA	100,00	Achat d'espace	Etats-Unis	<i>New York</i>
Zenith Media USA	100,00	Achat d'espace	Etats-Unis	<i>New York</i>
More Media	90,00	Achat d'espace	Allemagne	<i>Düsseldorf, Munich</i>
Optimedia Germany	100,00	Achat d'espace	Allemagne	<i>Düsseldorf</i>
Zenith Media Germany	100,00	Achat d'espace	Allemagne	<i>Düsseldorf</i>
Optimedia Spain	100,00	Achat d'espace	Espagne	<i>Madrid</i>
Zenith Media Spain	97,50	Achat d'espace	Espagne	<i>Madrid</i>
Publicis Centre Media	100,00	Achat d'espace	France	<i>Paris</i>
Zenith Media France	100,00	Achat d'espace	France	<i>Paris</i>
Optimedia Italy	100,00	Achat d'espace	Italie	<i>Milan</i>
Zenith Media Italy	100,00	Achat d'espace	Italie	<i>Milan</i>
Zenith Optimedia Netherlands	100,00	Achat d'espace	Pays-Bas	<i>Amsterdam</i>

Zenith Optimedia UK	100,00	Achat d'espace	Royaume-Uni	<i>Londres</i>
---------------------	--------	----------------	-------------	----------------

Noms des sociétés	% contrôle	Activité	Pays	Ville
Médias & Régies Europe	100,00	Régie de Presse	France	<i>Paris</i>
Le Monde Publicité	49,00	Régie de Presse	France	<i>Paris</i>
Espaces Libération	49,00	Régie de Presse	France	<i>Paris</i>
Metrobus	100,00	Régie Affichage	France	<i>Paris</i>
Mediavision	66,63	Régie Cinéma	France	<i>Paris</i>
Publex	50,00	Affichage	Pays-Bas	<i>Amsterdam</i>
Régie I	50,00	Régie de Radio	France	<i>Paris</i>
Drugstore Champs Elysées	100,00	Distribution	France	<i>Paris</i>

b) Sociétés consolidées par mise en équivalence

Noms des sociétés	% contrôle	Activité	Pays	Ville
Bartle Bogle Hegarty (BBH)	49,00	Publicité	Royaume-Uni	<i>Londres</i>

Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la Société Publicis Groupe relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2002, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

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.

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles 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 examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la note 1 de l'annexe qui expose le changement de méthode résultant de la première application, à compter du premier janvier 2002 du règlement CRC N° 2000-06 relatif aux passifs.

Par ailleurs, nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations données dans le rapport sur la gestion du Groupe.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Fait à Paris, le 24 mars 2003

Les Commissaires aux Comptes

Mazars & Guérard

Ernst & Young Audit

Frédéric Allilaire

Bruno Perrin

Les comptes proforma présentés ci-après intègrent exclusivement l'effet de la seule entrée de périmètre significative, à savoir Bcom3.

Notes explicatives aux comptes proforma 2002 et 2001

Les comptes proforma traduisent les effets de l'acquisition par Publicis de Bcom3 sur le compte de résultat consolidé de Publicis comme si Bcom3 avait été détenue sur la totalité de l'exercice en 2001 et en 2002, et non acquise en septembre 2002.

Les comptes consolidés proforma ont été établis à partir :

- des comptes consolidés de Publicis pour les exercices clos aux 31 décembre 2002 (intégrant Bcom3 à compter du 24 septembre 2002) et 31 décembre 2001 tels que publiés,
- des états financiers consolidés de Bcom3 pour l'exercice clos au 31 décembre 2001. Ces comptes ont été retraités afin d'être mis en harmonie avec les principes comptables appliqués par Publicis.

Les principaux retraitements effectués pour l'établissement de ces comptes proforma concernent principalement :

- la prise en compte sur l'exercice 2002 du compte de résultat consolidé de Bcom3 pour la période comprise entre le 1^{er} janvier et le 24 septembre 2002
- amortissement complémentaire de l'écart d'acquisition sur les 9 premiers mois de l'exercice 2002 (12 mois en 2001),
- comptabilisation des frais financiers liés à l'OBSA sur les 9 premiers mois de l'exercice 2002 (12 mois en 2001),
- comptabilisation des dividendes dus au titre des ORANes sur les 9 premiers mois de l'exercice (12 mois en 2001),
- amortissement complémentaire des immobilisations incorporelles identifiées sur les 9 premiers mois de l'exercice (12 mois en 2001),
- la prise en compte des cessations de collaboration avec certains clients de D'Arcy intervenues en 2002 préalablement à l'acquisition ainsi que la prise en compte des pertes d'activité enregistrées à l'occasion du transfert des budgets D'Arcy aux différents réseaux.

Les bilans et les comptes de résultats de Bcom3 ont été convertis en utilisant, selon la méthode appliquée par Publicis pour ces exercices, les taux de change de clôture pour les bilans, soit 1 \$/0,954 euro au 31 décembre 2002 et 1 \$/1,129 euro au 31 décembre 2001 et les taux moyens pour les comptes de résultat soit 1 \$/1,062 euro pour 2002 et pour 2001, afin de neutraliser les effets des variations des cours de change sur le compte de résultat.

Il convient de noter que les comptes proforma 2001 présentés ci-après diffèrent des comptes proforma inclus dans la note d'opération du 16 mai 2002. Les principales différences identifiées sont les suivantes :

- la juste valeur des éléments remis en échange lors de l'acquisition de Bcom3 : il avait été retenu par hypothèse dans la note d'opération une valeur provisoire pour ces éléments, valeur qui devait faire l'objet d'une valorisation définitive sur la base des justes valeurs en date du 24 septembre 2002,
- l'affectation des actifs et passifs identifiables : l'évaluation des actifs incorporels et des passifs identifiables, en particulier les coûts de restructuration et immobiliers, a été finalisée.

Compte de résultat consolidé proforma

<i>en millions d'euros</i>	2002 proforma	2001 proforma
Chiffre d'affaires reconstitué	36 518	33 363
Revenu	4 280	4 310
Charges de personnel	(2 466)	(2 473)
Autres charges opérationnelles	(1 101)	(1 132)
Total des charges	(3 567)	(3 605)
Autres produits d'exploitation	26	17
Résultat intermédiaire	739	722
Dotations aux amortissements	(166)	(152)
Résultat d'exploitation	573	570
Charges et produits financiers	(60)	(89)
Résultat courant des entreprises intégrées	513	481
Résultat exceptionnel	(4)	(31)
Impôt sur les résultats	(177)	(135)
Résultat net des entreprises intégrées	332	315
Quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence	5	11
Résultat de l'ensemble consolidé après impôt et avant amortissement des écarts d'acquisition	337	326
<i>Dont part du Groupe</i>	<i>299</i>	<i>302</i>
Dotations aux amortissements des écarts d'acquisition	(146)	(131)
Résultat net de l'ensemble consolidé	191	195
Intérêts minoritaires	(35)	(22)
Résultat net, part du Groupe	156	173

Données par action (en euros)		
Bénéfice net par action	0,80	0,85
Bénéfice par action après impôt et avant amortissement des survaleurs	1,58	1,52
Bénéfice net par action – dilué	0,75	0,77
Bénéfice par action après impôt et avant amortissement des survaleurs – dilué	1,38	1,36

Bilan consolidé proforma au 31 décembre

<i>en millions d'euros</i>	2002	2001
Actif		
Ecarts d'acquisition nets	2 989	3 073
Immobilisations incorporelles nettes	865	923
Immobilisations corporelles nettes	599	778
Immobilisations financières nettes	98	88
Titres mis en équivalence	33	68
Actif immobilisé	4 584	4 930
Stocks et en-cours de production	295	437
Clients et comptes rattachés	3 663	3 717
Autres créances et comptes de régularisation	951	951
Prime de remboursement OCEANE	227	-
Valeurs mobilières de placement	342	317
Disponibilités	863	741
Actif circulant	6 341	6 163
Total de l'actif	10 925	11 093

Passif		
Capital	78	78
Réserves consolidées, part du Groupe	850	1 121
Autres capitaux propres (ORANE)	495	495
Capitaux propres, part du Groupe	1 423	1 694
Intérêts minoritaires	100	110
Provisions pour risques et charges	1 160	1 434
Emprunts et dettes financières	2 791	2 025
Fournisseurs et comptes rattachés	3 832	3 872
Autres dettes et comptes de régularisation	1 619	1 958
Dettes	8 242	7 855
Total du passif	10 925	11 093

Endettement financier net	1 359	967
----------------------------------	--------------	------------

Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes proforma

Vous nous avez demandé d'examiner les comptes proforma couvrant la période du premier janvier 2001 au 31 décembre 2002, tels qu'ils sont joints au présent rapport, établis à l'occasion de l'acquisition de la société Bcom3.

Ces comptes proforma ont été établis sous votre responsabilité, à partir des comptes consolidés de Publicis Groupe S.A (exercices clos au 31 décembre 2001 et 2002) et de Bcom3 (exercice clos au 31 décembre 2001). Les comptes de Publicis Groupe S.A. ont fait l'objet de notre part d'un audit selon les normes de la profession applicables en France et les comptes de Bcom3 ont fait l'objet d'un audit par Andersen LLP selon les normes applicables aux Etats-Unis. Ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir une assurance raisonnable que ces comptes ne comportent pas d'anomalies significatives. Notre audit de Publicis Groupe S.A. nous a conduits à exprimer une opinion sans réserve ni observation sur les comptes consolidés pour les exercices clos au 31 décembre 2001 et 2002. Andersen LLP a exprimé une opinion sans réserve ni observation sur les comptes consolidés de Bcom3 au 31 décembre 2001, présentés en conformité avec les principes comptables généralement admis aux Etats-Unis.

Nous avons effectué notre examen des comptes proforma selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent une évaluation des procédures mises en place pour le choix des conventions et l'établissement des comptes proforma ainsi que la mise en oeuvre de diligences permettant d'apprécier si les conventions retenues sont cohérentes, de vérifier la traduction chiffrée de ces dernières et de s'assurer de la conformité des méthodes comptables utilisées avec celles suivies pour l'établissement des derniers comptes consolidés de Publicis Groupe S.A.

Les comptes proforma ont vocation à traduire l'effet sur des informations financières historiques de la réalisation, à une date antérieure à sa survenance réelle ou raisonnablement envisagée, d'une opération ou d'un événement donné. Ils ne sont toutefois pas nécessairement représentatifs de la situation financière ou des performances qui auraient été constatées si l'opération ou l'événement était survenu à une date antérieure à celle de sa survenance réelle ou envisagée.

A notre avis, les conventions retenues constituent une base raisonnable pour présenter les effets de l'acquisition par Publicis Groupe S.A. de Bcom3 dans les comptes proforma, leur traduction chiffrée est appropriée et les méthodes comptables utilisées sont conformes à celles suivies pour l'établissement des comptes consolidés de Publicis Groupe S.A.

Fait à Paris, le 24 mars 2003

Les Commissaires aux Comptes

Mazars & Guérard

Ernst & Young Audit

Frédéric Allilaire

Bruno Perrin

Comptes sociaux abrégés de Publicis Groupe S.A.

- Exercice 2002

	page
Compte de résultat.....	84
Bilan au 31 décembre	85
Tableau des flux de trésorerie	86
Notes annexes aux comptes de Publicis Groupe S.A.	87
Inventaire des valeurs mobilières au 31 décembre	95
Résultat de la société Publicis Groupe S.A. au cours des cinq derniers exercices	96

Compte de résultat

<i>en millions d'euros</i>	2002	2001	2000
Produits d'exploitation	33	15	18
Charges d'exploitation	(30)	(12)	(16)
Résultat d'exploitation	3	3	2
Produits financiers de participations	57	57	43
Autres produits financiers	36	11	1
<i>Total des produits financiers</i>	<i>93</i>	<i>68</i>	<i>44</i>
<i>Charges financières</i>	<i>(86)</i>	<i>(43)</i>	<i>(18)</i>
Quote-part de résultats de sociétés de personnes	(2)	(5)	-
Résultat financier	5	20	26
Résultat courant avant impôts	8	23	28
<i>Produits exceptionnels</i>	<i>1 881</i>	<i>473</i>	<i>357</i>
Dotations aux amortissements et aux provisions à caractère exceptionnel	(673)	(496)	(40)
Autres charges exceptionnelles sur opérations en capital	(2 143)	(469)	(153)
<i>Total des charges exceptionnelles</i>	<i>(2 816)</i>	<i>(965)</i>	<i>(193)</i>
Impôt sur le résultat		-	-
Bénéfice (perte) net de l'exercice	(926)	(469)	192

Bilan au 31 décembre

<i>en millions d'euros</i>	2002	2001	2000
Actif			
<i>Immobilisations incorporelles nettes</i>	3	3	3
<i>Immobilisations corporelles nettes</i>	9	9	8
Participations	5 763	2 770	2 706
Autres immobilisations financières	465	185	206
Provisions sur immobilisations financières	(727)	(516)	(21)
<i>Immobilisations financières nettes</i>	5 501	2 439	2 891
Actif immobilisé	5 513	2 451	2 902
Actif circulant	77	154	15
Prime de remboursements des obligations	227	-	-
Comptes de régularisation et écarts de conversion	24	9	8
Total de l'actif	5 841	2 614	2 925

Passif			
Capitaux propres avant résultat	3 624	2 399	2 177
Résultat de l'exercice	(926)	(469)	192
Capitaux propres (y compris résultat de l'exercice)	2 698	1 930	2 369
Autres fonds propres	858	-	-
Provisions pour risques et charges	52	43	43
Emprunts obligataires	1 999	200	
Banques et dettes auprès des établissements de crédit	21	235	441
Emprunts et dettes financières divers	204	184	48
Autres dettes	9	14	15
Dettes	2 233	633	505
Écarts de conversion	-	8	8
Total du passif	5 841	2 614	2 925

Tableau des flux de trésorerie

<i>en millions d'euros</i>	2002	2001	2000
I – Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net de l'exercice (hors plus ou moins values de cession exceptionnelles)	(169)	(472)	28
Dotation aux amortissements et aux provisions à caractère de réserve, transfert de charges	202	496	1
<i>Capacité d'autofinancement</i>	33	24	29
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(7)	(2)	(5)
Flux nets de trésorerie liés à l'activité	26	22	24
II – Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions de filiales	(272)	(125)	(49)
Cessions de filiales	-	54	-
Acquisitions nettes d'autres actifs immobilisés	30	(4)	(213)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement	(242)	(75)	(262)
III – Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(29)	(27)	(15)
Augmentation de capital en numéraire	-	56	-
Nouveaux emprunts	774	416	407
Remboursement des emprunts	(286)	(208)	(2)
Achats nets d'actions propres	180	-	(115)
Reclassement actions propres	(136)	34	-
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement	142	271	275
Variation de la trésorerie (I + II + III)	(73)	218	37
Trésorerie à l'ouverture	136	(82)	(119)
Trésorerie à la clôture	63	136	(82)
Variation de la trésorerie	73	218	37

Notes annexes aux comptes de Publicis Groupe S.A.

Faits caractéristiques de l'exercice

Au cours de l'exercice 2002, plusieurs événements significatifs sont intervenus :

- acquisition, le 24 septembre 2002, de 100% du capital du groupe de communication américain Bcom3 au prix de 3.431 millions d'euros rémunérée de la façon suivante :
 - à hauteur de 1.715.625.000 euros par émission de 56.250.000 actions nouvelles, d'une valeur de 30.5 euros (valeur nominale de 0,40 euro assortie d'une prime de 30,1 euros),
 - à hauteur de 857.812.500 euros par émission d'obligations remboursables en actions nouvelles ou existantes (ORANES) d'une durée de 20 ans,
 - à hauteur de 857.812.500 euros par émission d'obligations à bons de souscription d'actions (OBSAs) d'une durée de 20 ans.
- la mise en œuvre du plan de réorganisation juridique du groupe s'est traduite, au niveau de Publicis Groupe SA par trois opérations majeures :
 - rachat en novembre 2002 des actions de Publicis USA holdings à Saatchi & Saatchi Holdings Ltd, Publicis Groupe SA étant désormais détenteur de 100% du capital de Publicis USA Holdings,
 - apport des titres Saatchi & Saatchi Ltd à Publicis Worldwide BV, rémunéré par une émission de titres Publicis Worldwide BV, dont Publicis Groupe SA détient toujours 100% du capital
 - création par apport en numéraire en décembre 2002 de SFPP Holding, en vue de regrouper, au travers d'une filiale dénommée SFPP, les filiales françaises de Saatchi & Saatchi et de Bcom3. Cette opération est suivie d'un apport en nature des titres Publi Management (99% du capital) préalablement rachetés à Saatchi & Saatchi North America. SFPP Holding est détenue à 98.6% par Publicis Groupe SA.
- dans le cadre de la restructuration de sa dette existante, Publicis Groupe SA a procédé à une émission d'OCEANES (obligations convertibles en actions nouvelles ou existantes) en janvier 2002, pour un montant de 690 millions d'euros. Les obligations portent un taux d'intérêt de 1 % l'an et seront remboursées en janvier 2018, avec une prime de 34.59% du pair.
- paiement des Certificats de Valeur Garantie (CVG) attribués aux titulaires des actions Publicis reçues en échange des actions Saatchi & Saatchi à leur date d'échéance, soit le 7 mars 2002, pour un prix de 196 millions d'euros.

Activité de la société

L'activité de la société est essentiellement de gérer les participations du groupe Publicis.

A titre accessoire, la société perçoit également des loyers et assure la gestion centralisée de la trésorerie des filiales françaises du groupe.

Titres de participation

Les titres de participation ont augmenté globalement en valeur brute de 2 993 millions d'euros.

Les principaux mouvements de l'exercice ont été les suivants :

- **Acquisition de 100% des titres Bcom3** (Philadelphia Merger Corp.) pour 3 431 millions d'euros.

- **Cession de 100% de la participation dans Saatchi & Saatchi** : sur l'exercice 2002 la valeur de la participation (100 %) dans Saatchi & Saatchi a été augmentée du montant de l'émission des Certificats de Valeur Garantie pour 196 millions d'euros et du montant des levées d'options de souscription d'actions accordées dans le cadre des anciens plans d'options Saatchi & Saatchi pour une valeur de 8 millions d'euros, portant ainsi la valeur brute des titres à 2 142 millions d'euros. L'intégralité des titres a été cédée ou échangée, entraînant la reprise de la provision pour dépréciation constatée sur ces titres fin 2001 pour 496 millions d'euros.
- **Acquisition auprès de Saatchi & Saatchi Holdings Ltd de sa participation dans Publicis USA holdings** pour un prix de 753 millions d'euros portant ainsi la détention de Publicis Groupe SA dans Publicis USA holdings à 100%.
- **Augmentation du montant de la participation dans Publicis Worldwide BV** pour 639 millions d'euros en rémunération de l'apport de Publicis Groupe SA à Publicis Worldwide BV de sa participation dans Saatchi & Saatchi. A l'issue de cette opération, Publicis Groupe SA détient toujours 100% du capital de Publicis Worldwide BV.
- **Acquisition de 98.6% de la SFFP Holding** pour un montant global de 108 millions d'euros à travers deux opérations :
 - constitution de la société par apport en numéraire de 76 millions d'euros
 - apport de titres Publi-Management, préalablement achetés à Saatchi & Saatchi North America Inc pour un prix de 32 millions d'euros.

Le montant des provisions pour dépréciation des titres de participation s'élève à 673 millions d'euros au 31 décembre 2002 après :

- reprise de provisions de 496 millions d'euros sur les titres Saatchi & Saatchi et de 11 millions d'euros sur les titres Publicis Worldwide
- dotation aux provisions de 553 millions d'euros sur les titres BCom3 et de 120 millions d'euros sur les titres Publicis USA Holdings.

Rappelons que les provisions sont constituées lorsque la valeur d'usage est inférieure à la valeur comptable. La valeur d'usage est déterminée selon des critères objectifs, tels que l'actif net réévalué, la capitalisation du résultat 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.

Actions propres

La valeur d'inscription à l'actif des actions propres, inscrites en autres titres immobilisés au 31 décembre 2002 alors qu'elles étaient incluses dans les titres de placement au 31 décembre 2001, est de 278 millions d'euros après provision de 38 millions d'euros. La valeur au bilan correspond à la valeur de marché, évaluée sur la base du cours moyen de décembre 2002, des actions propres en portefeuille au 31 décembre 2002.

En application des recommandations du Conseil National de la comptabilité, cette inscription en autres titres immobilisés fait suite à la décision du Directoire, prise au cours du second semestre 2002, de ne plus affecter de façon exclusive les actions propres rachetées aux plans d'options d'achats d'actions consentis au profit du personnel.

<i>(en millions d'euros sauf les actions)</i>	Nombre d'actions	Valeur brute au bilan	Provision pour dépréciation	Valeur nette
Actions propres détenues au 31 décembre 2001	4 630 427	138	(2)	136
Rachats 2002 au cours moyen de 22.14 €	8 225 213	182	-	182
Levées d'options	(65 040)	(2)	-	(2)
Dotation aux provisions 2002	-	-	(38)	(38)
Actions propres détenues au 31 décembre 2002	12 790 600	318	(40)	278

Capitaux propres

Le capital social de Publicis Groupe S.A. 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
		Nombre d'actions	Nominal en milliers d'euros	Prime d'émission en milliers d'euros		
Situation au 1^{er} janvier 1997					31 035	8 143 113
1998	Levées d'options de souscription d'actions	43 022	164	1 132	31 199	8 186 135
	Fusion absorption de Publicis Communication	792 076	3 019	52 210	34 218	8 978 211
1999	Levées d'options de souscription d'actions	447 785	1 707	12 067	35 925	9 425 996
2000	Division du nominal par dix	84 833 964	0	0	35 925	94 259 960
	Opération Saatchi & Saatchi	43 889 149	16 727	1 854 066	52 652	138 149 109
	Levées d'options de souscription d'actions	70 710	27	422	52 679	138 219 819
2001	Levées d'options Saatchi & Saatchi	1 305 727	522	55 493	53 201	139 525 546
	Levées d'options plan Publicis	74 450	30	482	53 231	139 599 996
	Conversion du capital en euros		2 609		55 840	139 599 996
2002	Levées d'options Saatchi & Saatchi	185 543	74	7 886	55 914	139 785 539
	Levées d'options plan Publicis	45 590	18	276	55 932	139 831 129
	Augmentation de capital réservée dans le cadre de l'acquisition de Bcom3	56 250 000	22 500	1 693 125	78 432	196 081 129
Situation au 31 décembre 2002					78 432	196 081 129

L'évolution des capitaux propres entre le 1^{er} janvier 2002 et le 31 décembre 2002 s'analyse comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 décembre 2001	Augmentation	Diminution	31 décembre 2002
Capital social	56	23	-	79
Prime d'émission	1 946	1 701	(108)	3 539
Prime de fusion	88	-	(88)	-
Réserve légale	5	-	-	5
Réserve de PVL	24	-	(24)	-
Autres réserves	92	-	(92)	-
Report à nouveau	188	1	(188)	1
<i>Sous-total</i>	2 399	1 725	(500)	3 624
<i>Résultat de l'exercice</i>	(469)			(926)
Total	1 930			2 698

Autres fonds propres

Ce poste correspond à l'emprunt obligataire remboursable en actions nouvelles ou existantes (ORANEs) émis le 24 septembre 2002 au terme d'une émission réservée. Conformément à ce que prévoit la réglementation, cet emprunt est classé en autres fonds propres.

Cet emprunt obligataire d'une durée de 20 ans, remis en paiement d'une partie des actions Bcom3, est représenté par 1 562 500 ORANEs de 549 euros de nominal, soit un montant total de 857 812 500 euros.

Chaque ORANE donne droit à recevoir 18 actions Publicis nouvelles ou existantes, à raison d'une par an du 1^{er} septembre 2005 et jusqu'au vingtième anniversaire de l'emprunt (2022). Corrélativement, la valeur de l'ORANE est réduite de 30.5 euros par an à ces mêmes échéances.

Les ORANEs portent intérêt de 0.82% du nominal. Ce pourcentage sera revu pour la première fois à l'occasion du paiement du coupon de la période 1^{er} septembre 2004- 1^{er} septembre 2005, sur la base de 110% de la moyenne des dividendes des trois derniers exercices, ce pourcentage ne pouvant être inférieur à 0,82% de la valeur nominale de l'ORANE.

Provisions pour risques et charges

Elles comprennent à hauteur de 40 millions d'euros la provision pour impôt correspondant aux plus-values d'apport dégagées sur les opérations de transfert des titres à Publicis USA Holdings, en sursis d'imposition en vertu des dispositions de l'article 210-A du Code Général des Impôts.

Pour le solde, les provisions pour risques et charges incluent les provisions pour risques de change à hauteur de 5,5 millions d'euros, pour redressement fiscal de 4,5 millions d'euros et d'autres provisions pour un montant de 0,7 million d'euros.

Emprunts obligataires

	Valeur émission	Prime de remboursement	Total
Echangeable IPG 2% janvier 2007	200		200
OCEANE 2.75% actuariel janvier 2018	690	239	929
OBSA 2,75% septembre 2022	858		858
Total emprunts obligataires	1 748	239	1 987
Intérêts courus			12
Total au bilan			1 999

▪ **Emprunt obligataire échangeable IPG – 2% janvier 2007**

L'emprunt obligataire émis le 18 décembre 2001 pour un montant total de 200 millions d'euros, est divisé en 20 000 obligations de 10 000 euros de valeur nominale, remboursables au pair en janvier 2007 et portant intérêt au taux fixe de 2%. Chaque obligation sera échangeable à compter du 30 juin 2003 en un nombre d'actions d'IPG représentant une prime de 29 % par rapport au cours de référence de 28.26 US\$ (ce qui représente un prix d'échange de 36.74 US\$) ou au gré de Publicis en espèces. Les obligations seront remboursables au gré de Publicis à compter du 10 janvier 2005, dans l'hypothèse où le cours de l'action IPG dépassera de 30 % le montant initial du prix d'échange de 36.74 US\$ pendant une période de 20 jours de bourse. Les porteurs d'obligations pourront demander à Publicis de procéder au remboursement de leurs obligations au pair le 1er mars 2004.

▪ **OCEANEs – 2.75% actuariel janvier 2018**

L'emprunt obligataire convertible en actions nouvelles ou existantes (OCEANEs) émis le 18 janvier 2002 pour un montant total de 690 millions d'euros (hors prime) et une durée de 16 ans est 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 au moment de l'émission), émises au pair, et portant intérêt au taux de 1% l'an. Ces obligations seront remboursées en totalité à leur date d'échéance, le 18 janvier 2018, pour un montant correspondant à 134,59% du pair. Toutefois, elles pourront être amorties de façon anticipée, soit par rachat en bourse, soit par offres publiques d'achat ou d'échange, et cela à tout moment à compter du 18 janvier 2007. Les porteurs d'obligations auront la faculté de demander le remboursement anticipé les 18 janvier 2006, 2010 et 2014. Les porteurs d'obligations pourront demander la conversion ou l'échange des obligations à tout moment à compter du 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.

▪ **OBSAs - 2.75% septembre 2022**

L'emprunt obligataire à bons de souscription d'actions émis le 24 septembre 2002, d'une durée de 20 ans, a été remis en paiement d'une partie des actions Bcom3. Il est représenté par 2 812 500 obligations de 305 euros de nominal, soit un montant total de 857 812 500 euros.

A chaque obligation sont attachés 10 bons donnant droit à souscrire à tout moment dans la période allant du 24 septembre 2013 au 24 septembre 2022 une action Publicis au prix de 30.5 euros par paiement intégral en numéraire à la souscription.

Les obligations sont remboursées chaque année du 30 juin 2013 au 30 juin 2021 et pour finir le 24 septembre 2022 par dixième de leur valeur, soit 30.5 euros.

Les OBSAs portent intérêt à 2.75% du nominal.

Banques et dettes auprès des établissements de crédit

Ce poste se décompose comme suit :

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2002
Lignes de crédit court terme	21
Soldes créditeurs de banques	-
Total	21

Résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel d'un montant négatif de 934 millions d'euros est constitué principalement par :

- la moins value dégagée de 261 millions d'euros lors des opérations de cession et d'échanges de titres de participation Saatchi & Saatchi contre des titres Publicis USA Holdings et Publicis Worldwide BV qui est constituée :
 - d'une moins value brute de 757 millions d'euros
 - d'une reprise de provision de 496 millions d'euros
- la constitution de provisions à caractère exceptionnel portant sur les titres de participation :
 - Bcom3 pour 553 millions d'euros
 - Publicis USA Holdings pour 120 millions d'euros

En 2001, le résultat exceptionnel était essentiellement constitué de la provision sur titres Saatchi & Saatchi d'un montant de 496 millions d'euros.

Ces dotations et reprises présentant, de par leur nature et leur montant, un caractère exceptionnel, la société a choisi de les présenter en résultat exceptionnel afin de ne pas affecter la lisibilité du résultat courant.

Impôt sur les sociétés

L'exercice 2002 fait ressortir un déficit fiscal de 51 millions d'euros reportable sur 5 ans et une moins value nette à long terme de 911 millions reportable sur 10 ans.

Une créance de carry-back de 4,6 millions d'euros a été enregistrée en 2002.

Par ailleurs, une provision pour redressement fiscal est prise en charge pour un montant de 4.5 millions d'euros.

Le montant des déficits et des moins-values reportables au 31 décembre 2002 s'analyse comme suit :

Nature	Montant	Année de prescription
Déficits ordinaires	65	2007 : 51 millions, 2006 : 12 millions, 2005 : 2 millions
Amortissements réputés différés	1	
Moins-values long terme	1 401	2012 : 911 millions, 2012 : 490 millions

Engagements hors bilan

Crédit-bail :

Deux étages de l'immeuble de la rue du Dôme à Boulogne ont été acquis en crédit-bail. Ce contrat présente les caractéristiques suivantes :

▪ Valeurs des biens en crédit-bail au 31 décembre 2002 en millions d'euros

Catégorie d'immobilisation	Valeur d'origine	Redevances		Dotations aux amortissements théoriques		Prix d'achat résiduel en fin de contrat
		de l'exercice	cumulées	de l'exercice	cumulées	
Terrains et constructions	8 ⁽¹⁾	0,5	7	0,3	3	3

⁽¹⁾ dont 2 millions d'euros pour la valeur du terrain

▪ Echéances des redevances de crédit-bail restant à verser au 31 décembre 2002

Catégorie d'immobilisation	moins de 1 an	de 1 à 5 ans	Plus de 5 ans	Total
Terrains et constructions	0,5	2 ⁽¹⁾		3

⁽¹⁾ non compris les versements complémentaires de 2 millions d'euros correspondant au prix d'achat résiduel en fin de contrat (avec des échéances de 1 à 5 ans)

Obligations liées aux emprunts

• Emprunt obligataire échangeable en actions IPG – 2% janvier 2007

Les conditions de cet emprunt prévoient la possibilité pour les porteurs de demander l'échange de leurs obligations en un nombre de titres Interpublic Group représentant une prime de 30% par rapport au cours de référence (soit un prix d'échange de 36,74 USD), à raison de 244.3 actions IPG pour une obligation.

Ainsi Publicis pourrait être amené, en cas de demande d'échange à compter du 30 juin 2003, à livrer en remboursement de l'emprunt un nombre maximum d'actions Interpublic Group de 4 885 950.

Toutefois la société se réserve le droit de procéder à un paiement en espèces au lieu et place de la remise des actions.

- **OCEANE – 2,75% actuariel janvier 2018**

Dans le cadre de l'OCEANE, les porteurs d'obligations peuvent demander la conversion des obligations, à raison d'une action par obligation, à tout moment à compter du 18/1/2002 jusqu'au 7^{me} jour ouvré précédant la date de maturité (janvier 2018). La société a donc un engagement de livrer 17 624 521 actions qui peuvent être au choix de Publicis, soit des actions nouvelles à émettre, soit des actions existantes qu'elle détiendrait en portefeuille.

- **OBSA – 2,75% septembre 2022**

Dans le cadre de l'OBSA, la société s'engage, lors de l'exercice des bons de souscription attachés à chaque obligation -à raison de 10 bons pour une obligation-, à augmenter son capital de 0.40 euro par action souscrite avec prime d'émission de 30.1 euros, correspondant au prix de l'exercice fixé à 30.5 euros. Ces bons pourront être exercés à tout moment du 24 septembre 2013 au 24 septembre 2022.

- **Plans d'options Publicis**

Toutes les informations relatives à ces plans sont données dans la Note 28 des comptes consolidés.

Tableau des filiales et des participations au 31 décembre 2002

(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 SA

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
1- Filiales									
Philadelphia Merger Corp. 9 East Lockerman Street Dover, Delaware 19901 USA	41 USD	518 939 USD	100,00	3 431 472	2 878 471	4 353	0	-23 343	0
Publicis USA Holdings 14185 North Dallas Parkway – Suite 400 Dallas Texas USA	-	1 175 818 USD	100,00	1 372 760	1 252 380	21 106	0	118 245	0
Publicis Worldwide B.V. Prof. W.H. Keesomlaan 12 1183 DJ Amstelveen Pays-Bas	45 401	819 324	100,00	721 683	721 683	20 000	0	468 043	20 000
SFPP Holding 133, Champs Elysées 75008 Paris	109 463	0	98,62	107 957	107 957	0	0	19	0
Publicis Conseil 133, Champs Elysées 75008 Paris	28 074	29 601	99,61	90 833	90 833	0	579 973	20 420	19 985
Médias et Régies Europe 133 Champs Elysées 75008 Paris	24 150	23 203	99,99	25 508	25 508	0	34 587	7 459	6 440
Publicis Consultants 133, Champs Elysées 75008 Paris	142	3 696	98,93	4 224	4 224	9 873	27 989	955	1 187
Farnier Holding AG Theaterstrasse 8 8001 Zürich Suisse	650 CHF	6 430 CHF	100,00	3 241	3 241	0	0	304	0
Drugstore Champs Elysées 133, Champs Elysées 75008 Paris	1 133	3	99,99	1 137	1 137	5 026	288	(2 569)	0
Publicis Technology 4-6, passage Louis Philippe 75011 Paris	173	(250)	99,89	999	999	596	11 247	755	0

2- Participations

Europe 1 Immobilier 26bis, rue François 1 ^{er} 75008 Paris	1 050	2 284	10,00	1 959	1 959	0	0	616	98
---	-------	-------	-------	-------	-------	---	---	-----	----

A- Renseignements globaux sur toutes les filiales et participations

	Filiales		Participations	
	Françaises	étrangères	françaises	étrangères
Valeur comptable des titres détenus				
- brute	231 518	5 529 407	1 979	84

- nette	231 518	4 856 026	1 978	1
Montant des prêts accordés	15 495	58 597	0	0
Montant des dividendes encaissés	28 310	25 101	101	0

Il n'existe pas de cautions et avals donnés aux filiales.

Inventaire des valeurs mobilières au 31 décembre 2002

	% de participation	Valeur nette comptable (en millions d'euros)
I- Participations		
A. Participations françaises		
107 956 688 actions SFFP Holding	98,62%	108
3 728 633 actions Publicis Conseil	99,61%	91
1 609 989 actions Médias et Régies Europe	99,99%	26
9 230 actions Publicis Consultants	98,93%	4
7 000 actions Europe 1 Immobilier	10,00%	2
74 599 actions Drugstore Champs Elysées	99,99%	1
4 539 actions Publicis Technology	99,89%	1
245 000 actions Régie 1	49,00%	-
13 465 actions Groupe Publicis Services	99,99%	-
2 493 actions WAM	99,72%	-
Participation dont la valeur est inférieure à 15 000 euros, ensemble		1
Total des participations françaises		234
B. Participations étrangères		
100 actions Philadelphia Merger Corp.	100,00%	2 878
193 064 actions Publicis USA Holdings	100,00%	1 253
100 002 parts Publicis Worldwide BV	100,00%	722
6 500 actions Farner Holding	100,00%	3
6 100 actions Publicis Consultants Bruxelles	100,00%	-
Participations dont la valeur est inférieure à 15 000 euros, ensemble		-
Total des participations étrangères		4 856
Total des participations		5 090
II- Autres titres immobilisés		
C. Titres français		
12 790 600 actions propres Publicis Groupe S.A.	6,25%	278
1 713 actions GITT	ns	-
Total des autres titres immobilisés		278
III- Autres titres		
D. Autres titres français		
ORA Le Monde		12
SICAV monétaires		49
Total des autres titres		61
Total des valeurs mobilières		5 429

Résultat de la société Publicis Groupe S.A. au cours des cinq derniers exercices
(en milliers d'euros)

Nature des indications	2002	2001	2000	1999	1998
Capital en fin d'exercice					
Capital social	78 432	55 840	52 679	35 925	34 218
Nombre d'actions émises	196 081 129	139 599 996	138 219 819	94 259 960	89 782 110
Nombre maximal d'actions futures à créer :					
- Par exercice d'options de souscriptions attribuées ⁽¹⁾	650 553	918 196	726 600	797 310	5 275 160
- Par conversion d'obligations ⁽²⁾	45 749 521	-	-	-	-
Opérations et résultats de l'exercice					
Chiffre d'affaires hors taxes	10 997	11 436	11 620	10 911	65 077
Résultat avant impôts, amortissements et provisions	(698 213)	25 009	227 527	24 091	46 711
Impôts sur les bénéfices	(94)	0	9	5 102	19
Résultat après impôts, amortissements et provisions	(926 174)	(469 109)	192 019	20 711	28 010
Résultat distribué	46 871 ⁽³⁾	29 423	27 130	15 290	10 650
Résultat par action en euros					
Résultat après impôts, mais avant amortissements et provisions	(3,56)	0,18	1,64	0,20	0,52
Résultat après impôts, amortissements et provisions	(4,72)	(3,36)	1,38	0,22	0,31
Dividende attribué à chaque action	0,24	0,22	0,20	0,17	0,12
Personnel					
Effectif moyen des salariés	5	5	5	5	89
Montant de la masse salariale	637	745	811	515	3 912
Montant des avantages sociaux (sécurité sociale, œuvres sociales...)	476	359	540	141	1 578

NB : Les résultats par action des années 1998 à 1999 ont été ajustés pour tenir compte de la division par 10 du nominal de l'action intervenue le 29 août 2000

- (1) Les BSA (bons de souscriptions d'actions) attachés aux OBSAs ne sont pas pris en compte du fait de leur cours d'exercice de 30,5 euros.
- (2) Il a été retenu comme hypothèse que tant dans le cadre des OCEANes que des ORANes des actions nouvelles seront émises.
- (3) Estimation sur la base des actions existant au 31 décembre 2002, y compris les actions propres, et après annulation de 784 804 titres consécutive à la fusion Publicis/Somarel.

Les comptes sociaux complets sont disponibles sur demande adressée au siège social de la société,
133, avenue des Champs Elysées, 75008 Paris – France
Le rapport des Commissaires aux Comptes qui suit porte sur les comptes sociaux complets.

Rapports des Commissaires aux Comptes

Rapport général

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2002, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la Société Publicis Groupe S.A., tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- les vérifications spécifiques et les informations 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 professionnelles 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 examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

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. Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles 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.

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 et des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Fait à Paris, le 24 mars 2003

Les commissaires aux comptes

Mazars & Guérard

Ernst & Young Audit

Frédéric Allilaire

Bruno Perrin

Rapports des Commissaires aux Comptes

Rapport spécial sur les conventions réglementées

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre Société, nous devons vous présenter un rapport sur les conventions réglementées dont nous avons été avisés. Il n'entre pas dans notre mission de rechercher l'existence éventuelle de telles conventions.

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention visée à l'article L. 225-86 du Code de commerce.

Fait à Paris, le 24 mars 2003

Les commissaires aux comptes

Mazars & Guérard

Ernst & Young Audit

Frédéric Allilaire

Bruno Perrin

Informations complémentaires

Responsable du document de référence et du contrôle des comptes...	100
Responsable du document.....	100
Responsables du contrôle des comptes.....	100
Responsables de l'information financière.....	102
Renseignements de caractère général concernant Publicis Groupe S.A. et son capital.....	103
Renseignements généraux concernant Publicis Groupe S.A.....	103
Renseignements généraux concernant le capital.....	105
Répartition du capital et des droits de vote.....	106
Pactes d'actionnaires.....	107
Renseignements relatifs à l'activité de Publicis Groupe S.A.....	111
Activité du Groupe.....	111
Politique d'investissements.....	112
Eléments exceptionnels et litiges.....	114
Principaux facteurs de risques juridiques du Groupe.....	114
Assurances.....	116
Honoraires des Commissaires aux Comptes.....	117
Organes d'administration, de direction et de surveillance.....	117
Réunions du Conseil de Surveillance et du Directoire.....	117
Comités spécialisés.....	117
Schémas d'intéressement du personnel.....	117

Renseignements concernant l'évolution récente 118

Responsables du document de référence et du contrôle des comptes

Responsable du document

Maurice Lévy, Président du Directoire.

Attestation

« A ma connaissance, les données du présent document de référence sont conformes à la réalité ; elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de Publicis ; elles ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée. »

Le Président du Directoire
Maurice Lévy

Responsables du contrôle des comptes

Commissaires aux Comptes titulaires	Date de première nomination	Prochaine échéance du mandat
- Cabinet Mazars & Guérard représenté par Frédéric Allilaire 125, rue de Montreuil 75011 Paris	25 juin 1981	A.G.O. 2005
- Cabinet Ernst & Young Audit représenté par Bruno Perrin 4, rue Auber 75009 Paris	14 juin 2001	A.G.O. 2007
Commissaires aux Comptes suppléants		
- Patrick de Cambourg 125, rue de Montreuil 75011 Paris	25 juin 1998	A.G.O. 2004
- Denis Thibon 11, faubourg de l'Arche 92037 Paris la Défense	14 juin 2001	A.G.O. 2007

Avis des commissaires aux comptes

En notre qualité de commissaires aux comptes de la société Publicis Groupe S.A. et en application du règlement COB 98-01, nous avons procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes historiques données dans le présent document de référence.

Ce document de référence a été établi sous la responsabilité du Président du Directoire de la société. Il nous appartient d'émettre un avis sur la sincérité des informations qu'il contient portant sur la situation financière et les comptes.

Nos diligences ont consisté, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à apprécier la sincérité des informations portant sur la situation financière et les comptes, à vérifier leur concordance avec les comptes ayant fait l'objet d'un rapport. Elles ont également consisté à lire les autres informations contenues dans le document de référence afin d'identifier le cas échéant les incohérences significatives avec les informations portant sur la situation financière et les comptes, et de signaler les informations manifestement erronées que nous aurions relevées sur la base de notre connaissance générale de la société acquise dans le cadre de notre mission. Les données prospectives présentées correspondent à des objectifs des dirigeants, et non des données prévisionnelles isolées résultant d'un processus d'élaboration structuré.

Les comptes annuels et les comptes consolidés de Publicis Groupe S.A. arrêtés par le Directoire ont fait l'objet d'un audit par les Commissaires aux Comptes Mazars & Guérard et Pierre Loeper pour l'exercice clos au 31 décembre 2000 et par le réviseur contractuel Ernst & Young Audit pour l'exercice clos au 31 décembre 2000; et par les Commissaires aux Comptes Mazars & Guérard et Ernst & Young Audit pour les exercices clos les 31 décembre 2001 et 2002 selon les normes professionnelles applicables en France. Les comptes individuels pour l'exercice clos au 31 décembre 2000 ont été certifiés sans réserve ni observation. Les comptes consolidés pour l'exercice clos au 31 décembre 2000 ont été certifiés sans réserve et ont fait l'objet d'une observation concernant le paragraphe 2 de l'annexe consolidée relatif à l'adoption du règlement 99-02 du CRC sur les comptes consolidés et au changement de méthode en résultant. Les comptes pour l'exercice clos au 31 décembre 2001 ont été certifiés sans réserve ni observation. Les comptes individuels pour l'exercice clos au 31 décembre 2002 ont été certifiés sans réserve ni observation. Les comptes consolidés pour l'exercice clos au 31 décembre 2002 ont été certifiés sans réserve et ont fait l'objet d'une observation concernant la note 1 de l'annexe consolidée qui expose le changement de méthode résultant de la première application, à compter du premier janvier 2002 du règlement CRC N° 2000-06 relatif aux passifs et au changement de méthode en résultant.

Les comptes proforma pour les exercices clos les 31 décembre 2001 et 2002 établis sous la responsabilité du Président du Directoire ont fait l'objet d'un examen par nos soins selon les normes professionnelles applicables en France. Au terme de cet examen qui a fait l'objet d'un rapport annexé aux comptes proforma du présent document de référence, à notre avis, les conventions retenues constituent une base raisonnable pour apprécier les effets de l'acquisition de Bcom3 dans les comptes proforma, leur traduction chiffrée est appropriée et les méthodes comptables utilisées sont conformes à celles suivies pour l'établissement des comptes consolidés de Publicis Groupe S.A.

Sur la base de ces diligences, nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité des informations portant sur la situation financière et les comptes, présentées dans ce document de référence.

Concernant les informations proforma contenues dans le présent document de référence nous rappelons que ces informations ont vocation à traduire l'effet sur des informations comptables et financières historiques de la réalisation, à une date antérieure à sa survenance réelle ou raisonnablement envisagée, d'une opération ou d'un événement donné. Elles ne sont toutefois pas nécessairement représentatives de la situation financière ou des performances qui auraient été constatées si l'opération ou l'événement était survenu à une date antérieure à celle de sa survenance réelle ou raisonnablement envisagée.

Fait à Paris, le 26 mars 2003

Les Commissaires aux Comptes

Mazars & Guérard

Ernst & Young Audit

Frédéric Allilaire

Bruno Perrin

Responsables de l'information financière

Toute information relative au présent document pourra être obtenue auprès de :

Jean-Michel Etienne, Directeur Financier

133, avenue des Champs-Élysées - 75008 Paris

(Téléphone : 01 44 43 72 30 - Fax : 01 44 43 75 60 – e-mail : jean-michel.etienne@publicis.com)

Pierre Bénéich, Directeur des relations investisseurs

133, avenue des Champs-Élysées - 75008 Paris

(Téléphone : 01 44 43 65 00 - Fax : 01 44 43 75 51 – e-mail : pierre.benaich@publicis.com)

**Renseignements de caractère général concernant
Publicis Groupe S.A. et son capital**

Renseignements généraux concernant Publicis Groupe S.A.

Dénomination sociale et siège social

Publicis Groupe S.A., 133, avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris.

Forme juridique et législation applicable

Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance régie par les articles L 225-57 et L 225-93 du code de commerce.

Date de constitution et date d'expiration

Constitution : le 4 octobre 1938

Expiration : le 3 octobre 2037 sauf cas de prorogation

Objet social

La société continue d'avoir 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 généralement, toutes opérations commerciales, financières, immobilières, industrielles 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.

Registre du Commerce et des Sociétés

542 080 601 RCS Paris ; CODE NAF 741 J

Exercice social

Il commence le 1^{er} janvier et se termine le 31 décembre de chaque année.

Lieu de consultation des documents relatifs à la société : au siège social

Répartition statutaire des bénéfices (articles 28 et 29 des statuts) :

Sur le bénéfice diminué, le cas échéant, des pertes antérieures, il est fait d'abord un prélèvement de 5% au moins, affecté à la formation d'un fonds de réserve dit « réserve légale » ; ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque ledit fonds atteint le dixième du capital social. Il reprend son cours, lorsque, pour une cause quelconque, il est descendu au-dessous de cette fraction.

Le bénéfice distribuable est constitué par le bénéfice de l'exercice, diminué des pertes antérieures ainsi que des sommes à porter en réserve en application de la loi et des statuts et augmenté du report bénéficiaire.

Sur ce bénéfice, il est d'abord prélevé la somme nécessaire pour servir aux actionnaires, à titre de premier dividende, cinq pour cent des sommes dont leurs actions sont libérées et non amorties, sans qu'en cas d'insuffisance d'un exercice pour effectuer ce paiement, il puisse être fait, de ce chef, un prélèvement sur le bénéfice des exercices ultérieurs.

Sur le surplus, l'Assemblée Générale a la faculté, sur la proposition du Directoire, de prélever les sommes qu'elle juge convenable de fixer, soit pour être reportées à nouveau sur l'exercice suivant, soit pour être portées à un ou plusieurs fonds de réserves, généraux ou spéciaux, dont elle détermine l'affectation ou l'emploi.

Le solde, s'il en existe un, est réparti aux actions.

L'Assemblée Générale statuant sur les comptes de l'exercice a la faculté d'accorder à chaque actionnaire, pour tout ou partie du dividende mis en distribution, une option entre le paiement du dividende en numéraire ou en actions dans les conditions légales et réglementaires.

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.

Représentation et admission aux Assemblées :

Le droit de participer aux Assemblées Générales est subordonné :

- pour les propriétaires d'actions nominatives à l'inscription de l'actionnaire sur le registre de la société,
- pour les propriétaires d'actions au porteur au dépôt, au lieu indiqué par l'avis de convocation, d'une attestation délivrée par l'intermédiaire habilité teneur du compte.

Bureau - Feuille de présence – Droits de vote

Chaque membre de l'Assemblée Générale a autant de voix qu'il possède ou représente d'actions, sans limitation, mais un droit de vote double est attribué aux actions détenues à titre nominatif depuis plus de deux ans (AGE du 14 septembre 1968). Ce droit de vote double cesse lors de la conversion des actions nominatives en actions au porteur et lors de tout transfert autre que le transfert au nominatif par dévolution successorale ou donation.

Au 10 mars 2003, il existe 42 773 119 actions possédant un droit de vote double, ce qui représente 85 546 238 voix.

La suppression du droit de vote double, du ressort de l'AGE, est aussi soumise à l'approbation par l'assemblée spéciale des propriétaires d'actions jouissant du droit de vote double.

Les votes sont exprimés par mains levées, à moins que le scrutin secret ne soit demandé par un ou plusieurs actionnaires représentant ensemble le dixième du capital.

Seuils statutaires devant être déclarés (Assemblée Générale Extraordinaire du 17 décembre 1993 - article 7 III 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 tout multiple de ce pourcentage, doit informer la Société du nombre total d'actions qu'elle possède au moyen d'une lettre recommandée avec demande d'avis de réception adressée au siège social dans le délai de quinze jours à compter du franchissement de l'un de ces seuils. 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 d'un délai de deux ans suivant la date de régularisation de la notification. 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 ».

Renseignements généraux concernant le capital

Composition du capital social

Dans le cadre de l'acquisition B.com3, le 24 septembre 2002, conformément à la décision de l'Assemblée Générale Mixte du 18 juin 2002, le Directoire a procédé à une augmentation de capital en numéraire de 22 500 000 euros, par émission avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires, au bénéfice de Philadelphia Merger LLC de 56 250 000 actions nouvelles de 0,40 euro nominal émises au prix de 30,50 euros, soit une prime d'émission de 30,10 euros par action.

Le capital social s'élève au 31 décembre 2002 à 78 432 451,60 euros et est divisé en 196 081 129 actions de 0,40 euro nominal.

Autorisation d'émissions

Les Assemblées Générales Extraordinaires de Publicis Groupe S.A. du 27 novembre 1987 et du 21 juin 1991 ont autorisé l'émission de 616 800 actions de 25 francs nominal sous forme d'options de souscription. De plus, dans le cadre de la fusion absorption de Publicis Communication par Publicis Groupe S.A. intervenue en décembre 1998, les 62 397 options attribuées et non encore levées existant chez l'absorbée à la date de fusion ont été reprises par l'absorbante, après conversion en 935 970 options de souscription à des actions de Publicis Groupe S.A. de 0,40 euro.

En outre, l'Assemblée Générale Extraordinaire du 29 août 2000 a autorisé le Directoire dans la limite légale de consentir des options de souscription ou d'achat d'actions.

Ces options ont toutes été consenties au profit des membres des organes d'administration et de direction de Publicis Groupe S.A., société mère, ou de ses principales filiales.

Tous les renseignements relatifs à ces plans d'options de souscription figurent dans l'annexe aux comptes consolidés.

Dans le cadre de l'offre publique d'échange déposée par la société et portant sur les titres Saatchi & Saatchi, l'Assemblée Générale Extraordinaire du 29 août 2000 a autorisé l'émission maximale de 46 096 133 actions de 2,50 francs pour permettre l'échange de l'ensemble des actions Saatchi & Saatchi présentées à l'offre. L'Assemblée a également décidé l'émission d'un nombre maximum de 46 096 133 certificats de valeur garantie permettant la remise d'un certificat pour chaque action Publicis Groupe SA remise en échange des actions Saatchi & Saatchi apportées. Cette autorisation a été renouvelée par les Assemblées Générales Extraordinaires du 14 juin 2001 et du 18 juin 2002.

La dite Assemblée Générale du 29 août 2000 a autorisé le Directoire à augmenter en une ou plusieurs fois le capital social d'un montant maximum de 30 millions d'euros avec et sans suppression du droit préférentiel de souscription. Cette autorisation a été remplacée par celle donnée par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 9 janvier 2002 d'augmenter le capital, en une ou plusieurs fois, d'un montant nominal maximum de 40 millions d'euros avec maintien ou suppression du droit préférentiel, y compris en période d'offre publique d'achat ou d'échange.

L'Assemblée Générale Extraordinaire du 9 janvier 2002 a également autorisé le Directoire à procéder à l'émission d'obligations ou de titres de créance pour un montant nominal de 800 millions d'euros. En outre, la

dite Assemblée a autorisé le Directoire à l'effet de réaliser une augmentation de capital d'un montant de 2 800 000 euros, réservée aux adhérents à un plan d'épargne d'entreprise et/ou à un plan partenarial d'épargne salariale. En janvier 2002, le Directoire a procédé à une émission d'obligations convertibles ou échangeables en actions nouvelles ou existantes d'un montant de 690 000 000 d'euros et d'une durée de 16 ans. Cet emprunt se compose de 17 624 521 obligations de 39,15 euros, émises au pair, et portant intérêt au taux de 1 % l'an. Ces obligations seront remboursées en totalité à leur date d'échéance, le 18 janvier 2018, pour un montant correspondant à 134,59 % du pair.

L'Assemblée Générale du 18 juin 2002 a autorisé le Directoire à procéder, en une ou plusieurs fois, à l'augmentation du capital social d'un montant nominal maximum de 40 000 000 euros par l'émission, avec suppression du droit préférentiel de souscription, d'actions nouvelles et de valeurs mobilières autres que des actions, représentatives de créances sur la Société et donnant droit, directement ou indirectement, par conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, à l'attribution d'actions, à tout moment ou à dates fixes, et ce, jusqu'à concurrence d'un montant nominal maximum de 900 000 000 d'euros. Le Directoire n'a pas fait usage de ces autorisations au cours de l'exercice 2002.

Cette même Assemblée a délégué au Directoire dans le cadre de l'acquisition B.com3, pour une durée de six mois, tous pouvoirs à l'effet de procéder à l'émission de 1 562 500 ORANES d'une valeur nominale de 549 euros chacune, soit un montant nominal total de 857 812 500 euros et à l'émission de 2 812 500 OBSAs d'une valeur nominale de 305 euros chacune, soit un montant nominal total de 857 812 500 euros. Ces émissions ont été réalisées dans les termes économiques et financiers décrits dans la note d'opération visée par la COB le 16 mai 2002 et approuvés par les actionnaires de Publicis Groupe SA en Assemblée du 18 juin 2002 dans les dix neuvième et vingtième résolutions.

Usant des délégations conférées par la dite Assemblée, le Directoire et son Président ont finalisé comme convenu les contrats régissant l'émission des ORANES et des OBSAs. Par ailleurs, Publicis Groupe SA a demandé l'admission des ORANES et des Bons de Souscription d'Actions (BSA) à la cote d'Euronext.

Répartition du capital et des droits de vote

La répartition du capital et des droits de vote au 31 décembre 2002 figure en première partie du présent rapport dans la section « Publicis en Bourse ». Hormis les actionnaires mentionnés dans ce tableau, il n'existe, à la connaissance de la société, aucun autre actionnaire détenant plus de 5% du capital social ou des droits de vote.

Suite au décès de Marcel Bleustein-Blanchet, le capital de la Somarel a fait l'objet, au cours du mois d'avril 1998, d'un réaménagement qui a permis d'associer des investisseurs amis à côté des membres du personnel du groupe et du top management français et étranger.

A titre d'information, nous vous indiquons la répartition du capital de la Somarel : Elisabeth Badinter 51,29%, Sophie Dulac 7,98 %, des investisseurs institutionnels 18,55 % les salariés du Groupe Publicis 18,55 %, Michèle Bleustein-Blanchet 2,42 %, Nicolas Rachline 1,21 %. L'ensemble de ces actionnaires est lié par un pacte visant à assurer la pérennité du contrôle exercé par la Somarel et qui prévoit expressément la fusion de Somarel avec Publicis au plus tard le 30 juin 2003.

Le nombre approximatif d'actionnaires est de 68 000.

Au 31 décembre 2002, le personnel ne détient directement aucune participation significative dans le capital.

En dehors de la détention de Madame Elisabeth Badinter, qui figure dans le tableau de répartition du capital de Publicis Groupe S.A., aucun autre membre du Conseil de Surveillance et aucun membre du Directoire ne détient de participation significative dans le capital.

Dans le cadre des autorisations de rachat par la société de ses propres actions à concurrence de 10% du capital, donnée par les Assemblées Générales des actionnaires en date du 25 juin 1998, 11 décembre 1998, 22

juin 2000, 29 août 2000, 14 juin 2001 et du 18 juin 2002 (visa COB n° 02-659 5 mai 2002), la société Publicis Groupe S.A. a racheté en 2002, 8 225 213 de ses propres titres. Un plan d'attribution d'achat d'actions dans le cadre de l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale du 29 août 2000 a été mis en place.

Par ailleurs, il n'existe pas d'autocontrôle indirect.

Pacte d'actionnaires

a) Pacte d'actionnaire Somarel

Il est rappelé que la fusion entre notamment Publicis Groupe SA et Somarel va être soumise à l'approbation de l'Assemblée générale du 15 mai 2002 et ce dans les conditions exposées dans le rapport du Directoire. Les informations données au présent paragraphe cesseront donc d'être pertinentes à compter de la fusion.

Somarel, société anonyme au capital de 14.241.600 euros ayant son siège 133, avenue des Champs Elysées (75008) Paris, est présidée par Madame Elisabeth Badinter qui détient avec ses trois enfants 51,29% du capital et des droits de vote. Comme indiqué au paragraphe 4 ci-après, Somarel détient 30 960 000 actions Publicis représentant environ 15,8% des actions et 27,51% des droits de vote.

Aux termes du pacte d'actionnaires de Somarel conclu le 9 avril 1998 (puis amendé le 25 septembre 1998) par Madame Elisabeth Badinter, Madame Sophie Dulac, Madame veuve Sophie Bleustein-Blanchet (ci-après les « Actionnaires Familiaux »), la Compagnie Financière de Paribas, Pechel Industries, la Compagnie Financières Saint Honoré, Francarep, SRRE (ci-après les « Investisseurs »), Monsieur Maurice Lévy et des salariés et membres du management de Publicis (les « Managers ») :

- la majorité des membres du conseil d'administration de Somarel est désignée parmi les candidats proposés par Madame Elisabeth Badinter ;
- au sein des organes sociaux de Publicis, les administrateurs de Somarel et les groupes d'actionnaires qu'ils représentent doivent s'abstenir de s'opposer aux décisions prise par le conseil d'administration de Somarel à la majorité, que ces décisions portent sur un vote en assemblée générale de Publicis, sur la participation à des opérations financières concernant Publicis ou, plus généralement, sur la stratégie de Publicis ;
- les trois groupes d'actionnaires soutiendront, tant au sein de Somarel qu'au sein de Publicis, le projet de fusion des deux sociétés devant prendre place entre le 1^{er} janvier 2003 et le 30 juin 2003 au plus tard, étant entendu que les parités de fusion seront établies par équivalence et transparence pour les titres de participation, les actifs et passifs financiers étant retenus à leur valeur nominale.
- dans le cas où cette fusion se serait pas approuvée par l'assemblée générale de Somarel ou de Publicis en raison du vote ou de l'abstention des Actionnaires Familiaux, les Investisseurs bénéficieront d'une promesse d'achat de leurs actions Somarel par Madame Elisabeth Badinter ou par toute personne physique ou morale qu'elle se substituerait,
- dans le cas où Madame Elisabeth Badinter ne se porterait pas acquéreur des titres détenus par les Investisseurs malgré la promesse d'achat, les dits Investisseurs pourraient alors exercer une promesse de vente aux termes de laquelle Madame Elisabeth Badinter serait tenue de leur céder la totalité de sa participation dans Somarel ;
- les Managers et les Investisseurs s'engagent à conserver leurs titres Somarel, jusqu'à la date de la fusion et au plus tard le 30 juin 2003 ;

- le pacte prévoit enfin un droit de préemption bénéficiant à toutes les parties en cas de projet de cession à un tiers, ainsi qu'un droit de sorties des Managers en cas de changement de contrôle de Publicis ou Somarel résultant d'une cession de titres détenus pas Madame Elisabeth Badinter ;
- le pacte sera en vigueur aussi longtemps que ses signataires seront actionnaires de Somarel.

b) Par ailleurs, deux " *Memorandums of Understanding* " ¹ ont été signés le 7 mars 2002 entre le groupe de communication japonais Dentsu Inc. (ci-après « Dentsu ») et Publicis Groupe S.A. (« Publicis »), d'une part, et, d'autre part, entre Dentsu et Madame Elisabeth Badinter. La seconde convention, constitutive d'une action de concert, a bénéficié d'une dérogation à l'obligation de déposer un projet d'offre publique visant les actions de la Publicis délivrée par le Conseil des Marchés Financiers le 22 mai 2002.

Les principaux termes de ces *Memorandum* sont les suivants :

Pacte d'actionnaires entre Dentsu et Publicis :

- Dentsu est représentée par deux membres au sein du conseil de surveillance de Publicis tant qu'elle disposera d'au moins 10% du capital, étant entendu que ce nombre de représentants augmentera dans le cas d'un accroissement du nombre total des membres du conseil de surveillance de Publicis afin que Dentsu conserve une représentation proportionnelle à ses droits de vote ;
- Dentsu ne peut pas, jusqu'au 1^{er} juillet 2012, disposer d'une participation supérieure à 15% des droits de vote de Publicis ;
- Dentsu dispose d'un droit anti-dilution pour toute augmentation de capital en numéraire à laquelle Dentsu ne pourrait pas participer en utilisant ses droits préférentiels de souscription ;
- Jusqu'au 1^{er} juillet 2012, Dentsu s'interdit de céder ou de transférer toute action Publicis. En cas d'offre publique sur les titres de Publicis, Publicis veillera à ce que la réglementation boursière (et notamment le règlement de la Commission des opérations de bourse sur les offres publiques) soit respectée y compris en ce qui concerne cet engagement d'incessibilité ;
- Le pacte prendra fin le 1^{er} juillet 2012 sauf renouvellement pour dix ans par accord entre les parties.

Pacte d'actionnaires entre Dentsu et Madame Elisabeth Badinter

- Dentsu s'engage en tant qu'actionnaire de Publicis, à élire ou maintenir en fonction les membres du conseil de surveillance désignés par Mme Elisabeth Badinter ;
- Dentsu s'engage au sein du conseil de surveillance de Publicis, à :
 - (i) voter en faveur de la désignation de Mme Elisabeth Badinter, ou de toute personne qu'elle se substituerait, comme président du conseil de surveillance de Publicis ;
 - (ii) élire ou maintenir en fonction les membres du conseil de surveillance désignés par Mme Elisabeth Badinter ;
 - (iii) voter en faveur des désignations des membres du management (notamment membres du directoire) proposés par Mme Elisabeth Badinter après consultation de Dentsu ;

¹ Ces conventions sont décrites dans la note d'opération ayant reçu le visa n° 02-564 en date du 16 mai 2002 ainsi que dans la décision n°202C0590 du Conseil des Marchés Financier réunis le 22 mai 2002.

- Un comité stratégique, '*Special Committee*', dont les membres seront désignés par Mme Elisabeth Badinter et Dentsu (Mme Elisabeth Badinter disposant du pouvoir de désigner la majorité des membres), sera créé afin d'examiner les décisions stratégiques à prendre en assemblée générale ainsi que de déterminer le sens du vote de Mme Elisabeth Badinter et de Dentsu s'agissant des décisions sur lesquelles Dentsu s'est engagée à voter dans le même sens que Mme Elisabeth Badinter ;
- Mme Elisabeth Badinter s'engage à voter, et à faire voter Somarel, de telle sorte que Dentsu soit représentée par deux membres au sein du conseil de surveillance de Publicis tant que Dentsu disposera d'au moins 10% du capital, étant entendu que ce nombre de représentants augmentera en cas d'accroissement du nombre des membres du conseil de surveillance de Publicis, afin que Dentsu conserve une représentation proportionnelle à ses droits de vote ;
- Après consultation de Mme Elisabeth Badinter, Dentsu s'engage à voter en assemblée générale de Publicis dans le même sens que Mme Elisabeth Badinter sur les décisions suivantes :
 - modification des statuts de Publicis concernant les éléments suivants : raison sociale, siège social, nombre des membres du directoire et du conseil de surveillance, durée du mandat et nombre des actions requises pour l'exercice de ce mandat ;
 - toute opération de fusion ou opération assimilée par laquelle les actionnaires de Publicis existant au moment de la fusion conservent la majorité du nouvel ensemble après opération. En outre, Dentsu s'engage à voter comme Mme Elisabeth Badinter pour toute opération de fusion de Somarel dans Publicis ;
 - distribution de dividendes raisonnables pour autant que ceux-ci n'excèdent pas 40% du bénéfice distribuable ;
 - augmentations de moins de 10% du capital ou des droits de vote sans suppression du droit préférentiel de souscription et dans la limite d'un montant global de 10% du capital social de Publicis au 7 mars 2002 ;
 - réduction de capital résultant du rachat d'actions par la Société ;
- Après consultation de Mme Elisabeth Badinter, Dentsu sera en droit de voter selon son souhait au titre des opérations suivantes :
 - décision d'émettre des valeurs mobilières représentant plus de 10% du capital ou des droits de vote de Publicis ;
 - attribution de droits de souscription ;
 - augmentation de capital réservée ;
 - offre publique par Publicis de valeurs mobilières avec suppression des droits préférentiels de souscription ;
 - apport ou transfert d'actifs, pour autant qu'ils soient soumis à l'assemblée générale des actionnaires ;
 - approbation de toute transaction impliquant Mme Elisabeth Badinter, Dentsu ou une filiale de Publicis.
- Dentsu votera en faveur de l'approbation des comptes, pour autant que les membres désignés par Dentsu au conseil de surveillance aient été entendus par le comité d'audit, que les commissaires aux comptes aient certifié les comptes, que les représentants de Dentsu, entendus par le comité d'audit, aient fait valoir leurs observations aux commissaires aux comptes et que ceux-ci aient répondu et aient maintenu leur certification ;

- Jusqu'au 1^{er} juillet 2012, Dentsu s'interdira de céder ou de transférer toute action Publicis. En cas d'offre publique sur les titres de Publicis, Publicis veillera à ce que la réglementation boursière (et notamment le règlement de la Commission des opérations de bourse sur les offres publiques) soit respectée y compris en ce qui concerne cet engagement d'inaccessibilité ;
- A compter du 12 juillet 2012, Mme Elisabeth Badinter disposera d'un droit de préemption dans l'hypothèse où Dentsu aurait reçu une offre d'acquisition en numéraire ou dans l'hypothèse où Dentsu souhaiterait céder des actions sur le marché ou dans le cadre d'un placement ;
- Jusqu'au 12 juillet 2012, Dentsu s'interdira de détenir seule ou de concert, sauf le présent concert, plus de 15% des droits de vote de Publicis, étant entendu qu'en cas de franchissement involontaire de ce seuil, Dentsu s'engage à ne pas voter d'actions au-dessus du seuil de 15% ;
- Dentsu s'interdira de conclure tout accord relatif à la direction et au management de Publicis sans l'accord préalable de Mme Elisabeth Badinter. Mme Elisabeth Badinter ne pourra pas conclure, sans l'accord préalable de Dentsu, d'accord relatif à la direction et au management de Publicis si un tel accord a pour effet d'obliger Dentsu à déposer conjointement une offre publique sur Publicis. La violation par Mme Elisabeth Badinter de cet engagement donnera le droit à Dentsu de résilier le pacte ;
- Mme Elisabeth Badinter fera ses meilleurs efforts pour que Dentsu soit protégée contre la dilution résultant d'une augmentation de capital en numéraire à laquelle Dentsu n'aurait pas pu souscrire ;
- Les parties adapteront le pacte pour permettre à Dentsu la mise en équivalence comptable de sa participation dans Publicis, pour autant que l'équilibre économique et juridique de l'accord soit préservé. Le simple fait, pour Dentsu ou Mme Elisabeth Badinter, de voter différemment à l'occasion de l'une des assemblées générales de Publicis ne permettra pas à l'une des Parties de résilier le pacte ;
- Le pacte prendra fin douze ans à compter de sa signature, sauf accord des deux parties pour le renouveler pour une même durée.

Les signataires des *memorandums of understanding* procèdent à la finalisation d'une version détaillée de chaque pacte, qui en reprendront les principaux termes tout en prévoyant certains aménagements, notamment de l'obligation de conservation des titres par Dentsu en cas de dilution substantielle de sa participation ou de perte de ses représentants au conseil de surveillance.

Renseignements relatifs à l'activité de Publicis

Activité de Publicis Groupe SA

Publicis Groupe SA est devenu en 2002, suite à sa fusion avec le groupe Bcom3, le quatrième groupe mondial de communication, présent dans 109 pays sur les cinq continents et dans 229 villes et rassemble 36 000 collaborateurs : il s'appuie sur trois grands réseaux mondiaux de publicité, Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi Worldwide et Leo Burnett Worldwide. Par ailleurs, le groupe comprend deux réseaux ultra créatifs, implantés dans quelques pays clés, à travers des « hubs » régionaux, Fallon Worldwide et Bartle Bogle Hegarty (détenu à 49 %). Publicis Groupe SA est également devenu leader mondial du conseil et achat média, combinant la puissance des deux marques mondiales ZenithOptimedia et Starcom MediaVest. Le groupe dispose d'une offre très complète dans plusieurs domaines de la communication spécialisée : il est un des trois premiers acteurs mondiaux du domaine de la communication santé et a fortement renforcé sa position en relations publiques, en marketing direct et communication ethnique, ce dernier secteur concernant les Etats-Unis.

Publicis Groupe SA est non seulement le quatrième groupe mondial, mais occupe systématiquement l'une des cinq premières position sur les quinze plus grands marchés publicitaires mondiaux. Le groupe se classe premier en Europe, troisième aux Etats-Unis et dispose d'un accès unique au Japon, grâce au partenariat stratégique conclu avec Dentsu en 2002. Publicis est également bien représenté au Moyen-Orient, en Amérique Latine et en Asie.

Publicis Groupe SA est fier de travailler pour un grand nombre de clients prestigieux, qui occupent soit une position de leader mondial de leur secteur (environ 45 % du revenu est réalisé avec des clients internationaux dans plus de cinq pays) soit de leader national (environ 55 % du revenu). Le premier client du groupe ne représente pas plus de 8 % du revenu et les vingt premiers clients ont représenté environ 37 % du revenu en 2002.

L'activité publicitaire du groupe représente aujourd'hui environ 57 % de son revenu et l'activité média (conseil et achat média ainsi que régies publicitaires de vente d'espaces) près de 20 %.

Par ailleurs, Publicis Groupe SA s'est considérablement renforcé dans le domaine des services marketing et de la communication spécialisée, qui représente près d'un quart du revenu. Ce pôle d'activité se compose des disciplines et marques suivantes :

- Services marketing avec Frankel, ARC Marketing, The Triangle Group d'une part et Publicis Dialog, attaché au réseau Publicis Worldwide et iLeo rattaché à Leo Burnett.
- Communication Santé avec Medicus, Nelson Communications, Klemtner Advertising et des entités spécialisées des réseaux Publicis et Saatchi & Saatchi,
- Le conseil en stratégie de communication, les relations publiques avec le réseau international Manning Selvage & Lee et Publicis Consultants présent en Europe et aux Etats Unis,
- La communication spécialisée dans le domaine des Ressources Humaines avec Media System, implanté en France et membre du réseau international RAN,
- La communication interactive ou digitale avec des entités spécialisées telles que Semaphore Partners, Publicis NetWorks, ainsi que les départements interactifs d'agences des réseaux publicitaires,
- La communication ethnique ou multiculturelle aux Etats-Unis avec Burrell et Vigilante (communication vers la communauté afro-américaine), Lapiz, Bromley et Publicis Sanchez & Levitan (communication vers les Hispaniques) et New-A (communication vers la communauté asiatique).

Enfin, parallèlement aux activités de communication du groupe, Publicis Groupe SA est engagé dans une activité de distribution avec le Drugstore Champs Elysées, en travaux de rénovation depuis janvier 2002.

Principaux clients

▪ Publicité

Publicis Worldwide	Leo Burnett Worldwide	Saatchi & Saatchi Worldwide
--------------------	-----------------------	-----------------------------

Allied Domecq	AllState	AstraZeneca
Carrefour	Bristol Myers Squibb	Dupont
Club Med	Fiat	Essilor
Coca-Cola	General Motors	Diageo Guinness UDV
Ericsson	Hallmark	General Mills
HP/Compaq	Kellogg	Johnson&Johnson
L'Oréal	McDonald's	P&G
Nestlé	Morgan Stanley	Pharmacia
P&G	Nintendo	Toyota Lexus
Renault	P&G	Visa
Siemens	Philip Morris	
Roche	Phillips	
Tefal	US Army	
UBS	Walt Disney	
Whirlpool		

▪ Média

Starcom MediaVest Group	ZenithOptimedia
Coca-Cola	Allied Domecq
Diageo	British Airways
Fiat	Darden
General Motors	HP/Compaq
Kellogg	Kingfisher
McDonald's	General Mills
P&G	L'Oréal
Philip Morris	Nestlé
US Army	Rover
Walt Disney	Schering Plough
	Siemens
	Toyota Lexus
	Verizon

Politique d'investissements

Etudes et recherches

La politique du groupe en la matière est décrite dans l'annexe 1.2 des comptes consolidés.

Principaux investissements réalisés depuis trois ans

L'année 2000 a été exceptionnellement riche en événements d'une grande portée stratégique et a vu la taille du groupe doubler. Le montant des investissements de l'exercice a été par conséquent particulièrement important. L'opération majeure a été le rachat de Saatchi & Saatchi, dotant ainsi Publicis Groupe SA d'un deuxième réseau publicitaire mondial mais cette opération a été payée en actions Publicis Groupe SA suite à une augmentation de capital et n'est pas venue alourdir le montant des investissements de l'exercice.

Le groupe Publicis a procédé la même année à un grand nombre d'acquisitions en particulier aux Etats-Unis :

- La prestigieuse agence de publicité Fallon, permettant au groupe de jeter les bases d'un réseau mondial de publicité ultra-crétatif et fondé sur des « hubs » régionaux,
- L'agence Frankel, l'un des leaders dans le domaine des marketing services,
- DeWitt Media, une agence spécialisée dans le conseil et l'achat d'espaces qui a permis de lancer aux Etats-Unis la marque Optimedia,

- Winner & Associates, une agence de relations publiques,
- Nelson Communications, le premier réseau de communication santé, qui a permis à Publicis de prendre une position de premier plan dans ce secteur ; une partie de cette acquisition a été réalisée en actions propres Publicis Groupe SA.

Par ailleurs, le groupe a poursuivi son renforcement en Amérique Latine en procédant à l'acquisition de Publicistas Asociados, la première agence du Pérou. Publicis. Le groupe a également investi en 2000 dans le domaine de la communication interactive (*web agencies*) dans plusieurs pays.

Publicis Groupe SA a acquis au total 1,1 milliard d'euros de marge brute grâce à l'ensemble des opérations de l'année. Les investissements pour acquérir des filiales se sont élevés à 540 millions d'euros (nettes de cessions).

Les autres investissements se sont élevés à 136 millions d'euros, 102 pour les investissements en immobilisations et 34 pour les rachats d'actions.

En 2001, Publicis Groupe SA a essentiellement concentré sa stratégie d'acquisition sur des agences de communication spécialisée et a finalisé un accord avec le groupe britannique Cordiant permettant de créer ZenithOptimedia, un groupe mondial de premier plan dans le domaine du conseil et achat média :

- Publicis a procédé à l'acquisition de plusieurs agences spécialisées dans le marketing relationnel, la promotion des ventes et le CRM : Fisch.Meier.Direkt, le leader suisse du secteur, The Triangle Group, premier groupe indépendant au Royaume-Uni et l'un des pionniers de la promotion des ventes, FusionDM et Creative AiM, deux agences aux Etats-Unis,
- Publicis a acquis Carré Noir, une des toutes premières agences françaises de design,
- Le groupe a renforcé son offre dans certains domaines de la communication institutionnelle et financière grâce à l'acquisition d'Ecocom en France, de Fabianne Gershon & Associates et du Hudson Stone group, deux entités opérant aux Etats-Unis.
- Dans le domaine, en forte expansion aux Etats-Unis, de la communication dirigée vers les populations d'origine hispanique, Publicis a pris le contrôle de l'agence Sanchez & Levitan ainsi que de deux bureaux (Dallas et Los Angeles) du groupe Siboney.
- En septembre 2001, Publicis Groupe SA et Cordiant ont créé ZenithOptimedia, résultant du rapprochement de leurs entités de conseil et achat média, Zenithmedia (jusque là société détenue à 50% par Saatchi & Saatchi et 50% par Cordiant) et Optimedia (100% Publicis). La nouvelle société, détenue à hauteur de 75% par Publicis Groupe SA et 25% par Cordiant s'est vue classée numéro trois mondial par le magazine professionnel Advertising Age.

Par ailleurs, sur le plan géographique, Publicis s'est renforcé en Asie en acquérant l'agence indonésienne Metro Advertising.

Au total, le revenu en année pleine de ces acquisitions a été de l'ordre de 70 millions d'euros. Les investissements consacrés à l'acquisition de filiales se sont élevés à 77 millions d'euros mais si l'on prend en compte la trésorerie disponible dans ces sociétés acquises (en particulier chez Zenithmedia), le montant des acquisitions nettes de cession ressort à une ressource de 164 millions. Les autres investissements nets en immobilisations corporelles et incorporelles se sont élevés à 92 millions d'euros. Les rachats d'actions propres n'ont pas eu le caractère d'investissement dans la mesure où leur destination aux salariés dans le cadre de plans d'options les a comptablement assimilés à des liquidités. Pour mémoire, le groupe a consacré 119,8 millions d'euros à ces rachats d'actions.

L'année 2002 a constitué une nouvelle étape stratégique majeure pour le Groupe :

Le groupe a procédé à l'acquisition du groupe américain de Bcom3, propulsant ainsi Publicis Groupe SA au quatrième rang mondial et surtout dans le peloton de tête des groupes de communication. Cette acquisition a non seulement permis au groupe de s'enrichir d'une nouvelle marque publicitaire prestigieuse, Leo Burnett,

mais également de tripler sa taille dans le domaine du conseil et achat média, d'augmenter sa position en communication santé, en relations publiques et en communication ethnique. Cette opération d'une valeur de l'ordre de 2,2 milliards d'euros au moment du closing en septembre 2002, a été payée pour moitié en actions Publicis Groupe SA, pour un quart en ORANes (obligations remboursables en actions) et pour un quart en OBSAs (obligations à bons de souscription d'actions). Aucun investissement en espèces n'a été fait au titre de cette opération.

En dehors de cette acquisition qui transforme la physionomie de Publicis Groupe SA de façon radicale, le Groupe a procédé à quelques acquisitions très ciblées essentiellement dans le domaine de la communication spécialisée :

- dans le marketing relationnel et l'événementiel, les agences Sales Story, ECA2, Media Publics en France, Magnesium en Belgique, Gravitas au Japon,
- dans les relations publiques, avec Johnston & Associates aux Etats-Unis et Van Sluis Consultants aux Pays Bas,

Le groupe a également procédé à l'acquisition des agences Arredondo/De Haro et Art-y-maña au Mexique, doublant ainsi la taille de Publicis Worldwide sur ce marché.

Au total, le revenu en année pleine de ces acquisitions a été de 38 millions d'euros (Publicis seul). Les investissements consacrés à l'acquisition de filiales se sont élevés à 70 millions d'euros (Publicis seul). Les autres investissements nets en immobilisations corporelles et incorporelles se sont élevés à 66 millions d'euros (Publicis seul). Dans le cadre de son programme de rachat d'actions propres, le groupe a consacré 182,1 millions d'euros en 2002.

Investissements futurs

Le groupe souhaite concentrer ses investissements futurs dans le renforcement de son offre en matière de communication spécialisée, et en particulier dans le domaine du marketing direct, des relations publiques, du CRM et des bases de données. De telles acquisitions sur les principaux marchés mondiaux devraient permettre au groupe de généraliser une offre holistique pour ses clients.

Eléments exceptionnels et litiges

A la connaissance du Président du Directoire, il n'existe actuellement aucun fait exceptionnel ou litige susceptible d'avoir ou ayant eu dans un passé récent une incidence significative sur l'activité, les résultats, la situation financière ou le patrimoine de Publicis Groupe SA.

Principaux facteurs de risques juridiques du Groupe

a) La concurrence

Le secteur de la publicité et de la communication est fortement concurrentiel. Nos concurrents dans le secteur de la publicité et de la communication couvrent toute la gamme de taille, depuis les grands groupes internationaux de communication jusqu'aux petites agences qui n'interviennent que sur des marchés locaux ou régionaux. Parmi les nouveaux concurrents se trouvent également des intégrateurs de systèmes, des sociétés de commercialisation et de modélisation de bases de données et des sociétés de télémarketing. Nous nous devons de proposer des services similaires de ceux de ces sociétés pour conserver les liens existant avec notre clientèle et pouvoir prospecter de nouveaux budgets. Certains clients remettent leur budget en compétition à intervalles réguliers. Nous pensons que les grandes sociétés multinationales vont de plus en plus chercher à regrouper leurs budgets publicitaires au sein d'un nombre limité de structures à même de satisfaire leurs besoins dans le monde entier. Cette tendance nous amène à assurer une gamme complète de services de publicité et de communication. Sur certains marchés, certains de nos concurrents tenteront d'apporter des services plus complets que ceux que nous apportons aujourd'hui.

b) La détérioration des conditions économiques générales

Le secteur de la publicité et de la communication connaît des récessions analogues à celles de l'économie générale qui entraîne la réduction des investissements et des budgets des annonceurs. Etant donné que certains clients ont réagi, et peuvent répondre dans l'avenir, à des récessions économiques générales en réduisant leurs budgets afin d'atteindre des objectifs de bénéfices, les récessions peuvent être plus sévères dans le secteur de la publicité et de la communication que dans d'autres. C'est pour cela que notre activité et nos résultats d'exploitation pourraient être notablement affectés par la poursuite de conditions économiques générales défavorables ou par une autre dégradation de ces conditions sur un ou plusieurs marchés.

c) Acquisitions et Investissements

Notre stratégie commerciale comprend le développement de la gamme de services à nos clients. Nous avons l'intention d'atteindre ce but notamment en procédant à des acquisitions et autres investissements. Nous pouvons rencontrer des difficultés pour les sociétés à acquérir ou les opportunités d'investissement. En outre, l'intégration des sociétés nouvellement acquises dans structures existantes pour produire les synergies attendues mérite toute notre attention. Nous pouvons enfin utiliser les actions de la société comme contrepartie de futures acquisitions et investissements, ce qui peut avoir un effet dilutif sur l'actionnariat existant.

d) Modifications des réglementations de la protection des consommateurs

Dans un certain nombre de pays, en particulier en Europe et en Amérique du Nord, un souci croissant concernant la protection du public et notamment de la vie privée a entraîné une plus grande vigilance des autorités réglementaires et des organismes d'autodiscipline quant à la collecte, la diffusion et l'utilisation des informations notamment portant sur les utilisateurs d'Internet. Outre la réglementation dans le secteur des tabacs et des alcools, l'Union Européenne a adopté une directive qui limite la collecte et l'usage d'informations concernant les utilisateurs d'Internet. En parallèle de l'action gouvernementale, un certain nombre de groupes professionnels et de groupes de protection de la vie privée envisagent l'instauration de nouvelles normes d'auto-réglementation.

Comme certaines de nos activités reposent sur la collecte et l'utilisation de données relatives aux clients, cette évolution et toute législation, réglementation ou norme promulguée de ce fait pourraient avoir des répercussions sur ces activités commerciales.

e) Présence du Groupe dans des pays en voie de développement

Nous avons des activités dans divers pays en voie de développement. Les risques liés à une activité dans ces pays concernent un règlement plus lent des factures, une instabilité sociale, politique et économique, des risques de change accrus et des limitations du rapatriement des bénéfices, entre autres. Il est difficile de se prémunir totalement contre ces risques. En outre, la législation commerciale de nombre de ces pays peut être imprécise, contradictoire, administrée de façon aléatoire et appliquée rétroactivement. Il est donc parfois difficile de déterminer avec certitude les obligations exactes découlant de ces lois.

f) Contentieux intentés par des tiers à l'encontre de nos clients

Nous risquons de temps à autre d'avoir à nous défendre ou à nous associer à la défense de certains de nos clients dans le cadre de procès intentés par des tiers, notamment des concurrents de nos clients, les pouvoirs publics, dans un procès engagé contre nos clients par des tiers, dont des concurrents de nos clients ou des consommateurs. Ces actions pourraient mettre en cause la véracité ou la présentation des affirmations publicitaires concernant les produits ou les services de nos clients. Des griefs peuvent également porter sur des atteintes aux droits des tiers et notamment à ceux des auteurs ou des titulaires de marques. Les coûts liés à ces actions pourraient porter atteinte à notre situation financière si nous n'étions pas correctement assurés et si nos clients ne nous garantissaient pas. En outre, nos contrats avec les clients prévoient généralement la garantie de l'agence en cas de dommages causés à l'occasion de la réalisation de campagnes publicitaires actuelles.

g) Personnels-clés du Groupe

La perte d'éléments clés de notre direction pourrait porter atteinte à notre activité et à nos résultats d'exploitation. En outre, notre succès dépend et devrait continuer à dépendre, fortement des capacités de nos équipes de création, de recherche, de nos commerciaux et personnes en charge des médias. Si nous ne parvenions pas à continuer d'attirer et conserver des collaborateurs de talents ou si nous n'étions pas en mesure de conserver et de motiver nos personnels-clés actuels, notre activité pourrait en être sensiblement affectée.

h) Importance de certains clients

Une réduction importante des dépenses de publicité et de communication de nos plus gros clients ou la perte d'un ou plusieurs d'entre eux, pourraient affaiblir notre situation financière, notre activité et notre résultat d'exploitation en souffriraient. Nombre de clients peuvent annuler leurs contrats avec leurs agences de publicité moyennant un préavis de 90 à 180 jours. En outre, d'une façon générale les clients peuvent réduire leurs dépenses de publicité et de communication ou annuler des projets à tout moment et pour un motif quelconque.

i) Risques de change, risques de taux et risques actions

Ces risques sont décrits et analysés dans l'annexe aux comptes consolidés – paragraphe 1.2.

Assurances et couvertures de risques

La politique de Publicis Groupe SA est de regrouper en un seul programme mondial, chaque fois que cela est possible, les couvertures à caractère international, en les négociant et en les gérant depuis le siège à Paris. Il en est ainsi notamment pour les assurances de Responsabilités, y compris pour la part des couvertures requises aux Etats-Unis. Ainsi, au plan mondial, par sinistre et par an, le plafond des couvertures s'établit comme suit :

- responsabilité civile générale : 50 millions d'euros,
- responsabilité civile professionnelle : 30 millions d'euros dont 10 millions de USD pour certaines filiales américaines,
- responsabilité civile des dirigeants : 60 millions de USD,
- responsabilité civile rapports sociaux (employment practices liability) : 20 millions de USD.

En ce qui concerne les assurances de Dommages et Pertes d'Exploitation, les couvertures sont prises le plus souvent localement selon des standards définis par Publicis Groupe S.A.

Honoraires des Commissaires aux Comptes

Les honoraires pris en charge par le Groupe au titre de 2002 pour chacun des Commissaires aux Comptes de la société mère s'élèvent à :

<i>(en millions d'euros)</i>	Ernst & Young	Mazars & Guérard	Total
• Commissariat aux Comptes et certification des comptes annuels et consolidés	3,9	3,9	7,8
• Missions accessoires (acquisition Bcom3	1,3	1,1	2,4

essentiellement)			
Total	5,2	5,0	10,2

Organes d'administration, de direction et de surveillance

Réunions du Conseil de Surveillance et du Directoire

Le Conseil de Surveillance se réunit tous les trois mois pour examiner le rapport trimestriel présenté par le Directoire. Statutairement, chaque membre du Conseil de Surveillance doit détenir 200 actions de la société inscrites au nominatif.

Le Directoire se réunit mensuellement.

Ces deux organes sociaux sont le cas échéant réunis à titre exceptionnel aussi souvent que l'intérêt de la société l'exige. Au cours de l'exercice 2002, le Conseil de Surveillance s'est réuni 5 fois et le Directoire 15 fois.

Comités spécialisés

Deux comités ont été mis en place au début de l'année 2000 :

- le comité de nomination et de rémunération a poursuivi ses travaux concernant la politique de rémunération des cadres dirigeants du Groupe. Il a validé les modalités des systèmes de rémunération et des plans d'options mis en place au cours de l'exercice.
- le comité d'audit a continué à exercer pleinement sa mission notamment à l'occasion de l'arrêté des comptes de l'exercice 2002.

Schémas d'intéressement du personnel

Intéressement et participation

Il n'existe pas de contrat d'intéressement de l'ensemble du personnel (en dehors de la participation légale des salariés aux fruits de l'expansion pour les filiales françaises).

Options de souscription ou d'achat d'actions

Options de souscription ou d'achat d'actions de Publicis Groupe S.A. consenties aux dix premiers salariés non mandataires sociaux attributaires et options levées par ces derniers	Nombre d'options attribuées / souscrites ou achetées	Prix moyen pondéré	Plan
Options consenties durant l'exercice 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)	75 100	29,97	13 ^{ème} et 14 ^{ème} tranches

Options détenues sur l'émetteur et les sociétés visées précédemment, levées durant l'exercice, 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)	187 325	(1)	(1)
---	---------	-----	-----

(1) Les actions livrées correspondent principalement à la conversion d'actions Saatchi & Saatchi à l'origine selon le ratio retenu pour l'échange d'actions au moment de l'acquisition de Saatchi & Saatchi par Publicis (18,252 actions Publicis Groupe S.A. pour 100 actions Saatchi & Saatchi), et à la levée d'options Nelson à l'origine au prix de 24,40 USD par action Publicis Groupe livrée.

Renseignements concernant l'évolution récente

L'intégration du réseau publicitaire D'Arcy, une des marques faisant partie du groupe Bcom3, au sein des trois réseaux mondiaux du groupe s'est déroulé suivant les prévisions. A fin mars, plus de 95% des budgets de l'ancien D'Arcy étaient redistribués, sans enregistrer de perte significative. La grande majorité des collaborateurs ont également été transférés vers leurs nouvelles agences de façon harmonieuse.

Le siège social de l'ancien Bcom3, essentiellement composé de bureaux à New York et à Chicago, devrait être définitivement fermé à fin mars.

La première tranche de levée des clauses d'indisponibilité (« lock-ups ») sur les actions Publicis Groupe S.A. détenues par les anciens actionnaires de Bcom3 interviendra le 24 mars 2003 et représente environ 6,9 millions d'actions soit 3,5% du capital social. Cette levée ne devrait pas peser significativement sur les volumes de transactions sur le titre en raison d'un système de « vente organisée » (*orderly marketing*) étalé sur plusieurs semaines.

Enfin, d'ici le 30 juin 2003, la holding Somarel devrait être fusionnée avec Publicis Groupe SA, conformément aux accords signés en 1998, permettant aux détenteurs d'actions Somarel (Mme Elisabeth Badinter, des héritiers de Marcel Bleustein-Blanchet, les salariés du groupe et des investisseurs institutionnels français) de devenir actionnaires directs de Publicis Groupe SA. Cette opération, qui ne crée pas d'actions nouvelles, pourrait être de nature à alimenter le marché boursier de titres supplémentaires.

Toutefois, la structure du capital de Somarel laisse supposer que le risque boursier sera limité.

Calendrier Financier 2003

11 février 2003	Chiffre d'affaires et revenu 2002 (12 mois)
11 mars 2003	Résultats annuels 2002
fin avril 2003	Publication du rapport annuel
13 mai 2003	Chiffre d'affaires et revenu T1 2003
15 mai 2003	Assemblée générale des actionnaires
3 juillet 2003	Date de mise en paiement du dividende
11 août 2003	Chiffre d'affaires et revenu T2 2003 (6 mois)
9 septembre 2003	Résultats 1 ^{er} semestre 2003
13 novembre 2003	Chiffre d'affaires et revenu T3 2003 (9 mois)
11 février 2004	Chiffre d'affaires et revenu 2003 (12 mois)

Tableau de concordance

Afin de faciliter la lecture du présent document de référence, la table thématique ci-dessous permet d'identifier les principales rubriques de l'instruction d'application du règlement COB 98-01.

	Page
1. Responsables du document de référence et du contrôle des comptes	
Responsable du document.....	100
Responsables du contrôle des comptes.....	100
Responsables de l'information financière.....	102
2. Renseignements de caractère général concernant Publicis Groupe S.A. et son capital	
Renseignements généraux concernant Publicis Groupe S.A.	103
Renseignements généraux concernant le capital.....	5, 88, 105
Répartition du capital et des droits de vote.....	5, 6, 21, 106
Pactes d'actionnaires.....	107
Marché des titres.....	3, 4
Dividendes et rendement.....	5
3. Renseignements relatifs à l'activité de Publicis Groupe S.A.	
Activité du Groupe Publicis.....	111
Analyse sectorielle du chiffre d'affaires.....	70
Evolution des effectifs.....	68
Politique d'investissements	
Etudes et recherches.....	46
Principaux investissements réalisés depuis 3 ans.....	112
Données caractéristiques sur l'activité des principales filiales.....	8 à 18
Risques encourus par Publicis	
Risques de marché (taux, change, actions, crédit).....	49, 50, 67
Eléments exceptionnels et litiges.....	114
Principaux facteurs de risques juridiques du Groupe.....	114
Assurances.....	116
Honoraires des Commissaires aux Comptes.....	117
4. Patrimoine – Situation financière – Résultats	
Comptes sociaux abrégés de Publicis Groupe S.A.....	82
Comptes consolidés de Publicis Groupe S.A.....	41
Comptes consolidés proforma de Publicis Groupe S.A.....	78
5. Organes d'administration, de direction et de surveillance	
Conseil de Surveillance et Directoire.....	23, 24, 26 à 35, 117
Comités spécialisés.....	24, 117
Intérêt des dirigeants dans le capital.....	25, 68
Schémas d'intéressement du personnel.....	21, 116, 117
6. Renseignements concernant l'évolution récente et les perspectives d'avenir	111