



PUBLICIS GROUPE

PUBLICIS GROUPE S.A.

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

Exercice 2007



Le présent document de référence a été déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 19 mars 2008, conformément à l'article 212-13 de son règlement général. Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par l'Autorité des Marchés Financiers.

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

En application de l'article 28 du règlement (CE) n°809/2004 de la Commission Européenne, les informations suivantes sont incluses par référence dans le présent document de référence :

- les comptes consolidés de Publicis Groupe SA relatifs aux exercices 2006 et 2005 établis selon les normes comptables IFRS, leur analyse, les rapports des commissaires aux comptes correspondants, ainsi que les comptes sociaux de Publicis Groupe SA relatifs aux exercices 2006 et 2005, établis selon les normes comptables françaises, les rapports des commissaires aux comptes correspondants, qui sont inclus dans les documents de référence (aux chapitres 9, 10 et 20) déposés auprès de l'Autorité des Marchés Financiers respectivement le 30 mars 2007 sous le numéro D.07-0255 et le 31 mars 2006 sous le numéro D.06-0196 ; et
- les rapports des commissaires aux comptes relatifs aux informations relatives aux conventions visées à l'article L. 225-86 du Code de commerce et conclues par Publicis Groupe S.A., qui sont inclus dans les documents de référence 2006 et 2005 de la Société déposés auprès de l'Autorité des Marchés Financiers respectivement le 30 mars 2007 sous le numéro D.07-0255 et le 31 mars 2006 sous le numéro D.06-0196.

Les autres informations contenues dans les documents de référence visés ci-dessus ne sont pas incorporées par référence dans le présent document de référence.

TABLE DES MATIERES

1.	<i>PERSONNES RESPONSABLES</i>	2
1.1	Responsable du document de référence	2
1.2	Attestation du responsable du document de référence	2
2.	<i>CONTROLEURS LEGAUX DES COMPTES</i>	3
2.1	Commissaires aux comptes titulaires	3
2.2	Commissaires aux comptes suppléants	3
3.	<i>INFORMATIONS FINANCIERES SELECTIONNEES</i>	4
4.	<i>FACTEURS DE RISQUE</i>	5
5.	<i>INFORMATIONS CONCERNANT L'ÉMETTEUR</i>	9
5.1	Histoire et évolution de la Société	9
5.1.1	Raison sociale et nom commercial	9
5.1.2	Lieu et numéro d'enregistrement.....	9
5.1.3	Date de constitution et durée	9
5.1.4	Siège social, forme juridique, législation régissant ses activités, pays d'origine, adresse et numéro de téléphone du siège social.....	9
5.1.5	Historique du Groupe	9
5.2	Investissements	11
5.2.1	Principaux investissements réalisés au cours des trois dernières années	11
5.2.2	Principaux investissements en cours	14
5.2.3	Principaux investissements à venir.....	14
6.	<i>APERÇU DES ACTIVITÉS</i>	15
6.1	Principales activités	15
6.1.1	Introduction.....	15
6.1.2	Stratégie	16
6.1.3	Principales activités et organisation du Groupe.....	19
6.2	Principaux marchés	23
6.2.1	Informations par zone géographique	23
6.2.2	Informations par secteur d'activité	23
6.2.3	Principaux clients.....	24
6.2.4	Saisonnalité de l'activité.....	24
6.2.5	Concurrence	25
6.2.6	Contexte réglementaire	25
6.3	Événements exceptionnels	26
6.4	Éléments sur lesquels est fondée toute déclaration de la Société concernant sa position concurrentielle	26
6.5	Assurances et couvertures de risque	26
7.	<i>ORGANIGRAMME</i>	27
7.1	Description sommaire du Groupe	27
7.2	Liste des filiales importantes	28
8.	<i>PROPRIÉTÉS IMMOBILIÈRES, USINES ET ÉQUIPEMENTS</i>	28

8.1	Immobilisations corporelles importantes existantes ou planifiées et charges majeures pesant dessus	28
8.2	Questions environnementales pouvant influencer l'utilisation faite par le Groupe de ses immobilisations corporelles	29
9.	<i>EXAMEN DE LA SITUATION FINANCIÈRE ET DU RÉSULTAT.....</i>	29
9.1	Introduction	29
9.2	Croissance organique	30
9.3	Commentaires et analyse des résultats consolidés annuels des exercices clos les 31 décembre 2006 et 2007.....	31
9.3.1	Revenus.....	31
9.3.2	Marge opérationnelle et résultat opérationnel	33
9.3.3	Autres postes du compte de résultat	34
9.3.4	Publicis Groupe (Société-mère du Groupe).....	34
9.4	Utilisation des hypothèses et des estimations dans l'établissement des comptes	35
10.	<i>TRÉSORERIE ET CAPITAUX.....</i>	35
10.1	Source et montant des flux de trésorerie du Groupe et description de ces flux de trésorerie	35
10.2	Informations sur les capitaux et l'endettement du Groupe (à court et à long terme).....	37
10.3	Information sur les conditions d'emprunt et la structure du financement du Groupe.....	38
10.4	Informations concernant toute restriction à l'utilisation des capitaux ayant influé sensiblement ou pouvant influencer sensiblement, de manière directe ou indirecte, sur les opérations du Groupe	38
10.5	Informations concernant les sources de financement attendues qui seront nécessaires pour honorer les engagements visés aux points 5.2.3 et 8.1	38
10.6	Engagements hors bilan	39
10.7	Obligations contractuelles	39
11.	<i>RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT, BREVETS ET LICENCES.....</i>	39
12.	<i>INFORMATION SUR LES TENDANCES</i>	40
13.	<i>PRÉVISIONS OU ESTIMATIONS DU BÉNÉFICE</i>	41
14.	<i>ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE ET DIRECTION GÉNÉRALE.....</i>	41
14.1	Membres du Directoire et du Conseil de Surveillance.....	41
14.2	Conflits d'intérêts au niveau des organes de direction, de surveillance et de direction générale	54
15.	<i>RÉMUNÉRATION ET AVANTAGES DES MEMBRES DES ORGANES DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE</i>	54
15.1	Rémunération et avantages	54
15.2	Montant total des sommes provisionnées ou constatées par la Société ou ses filiales aux fins du versement de pensions, de retraites ou d'autres avantages	58
16.	<i>FONCTIONNEMENT DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION.....</i>	58
16.1	Informations sur les contrats de service des mandataires sociaux	58

16.2	Informations sur le Comité de Nomination et de Rémunération et sur le Comité d'Audit	58
16.3	Rapport de la Présidente du Conseil de Surveillance sur les conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil de Surveillance et les procédures de contrôle interne.....	61
16.3.1	Conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil de Surveillance	62
16.3.2	Procédures de contrôle interne au sein du Groupe	64
16.4	Rapport des commissaires aux comptes sur le rapport de la Présidente du Conseil de Surveillance	66
16.5	Code de déontologie.....	67
17.	<i>SALARIÉS</i>	67
17.1	Nombre de salariés	67
17.2	Participations et stock-options des mandataires sociaux.....	67
17.3	Participation des salariés au capital	70
18.	<i>PRINCIPAUX ACTIONNAIRES</i>.....	73
18.1	Actionnaires significatifs et droits de vote	73
18.2	Contrôle de la Société.....	75
18.3	Accords concernant un éventuel changement de contrôle ou susceptibles d'avoir une influence en cas d'offre publique d'acquisition	76
19.	<i>OPERATIONS AVEC DES APPARENTÉS</i>	77
20.	<i>INFORMATIONS FINANCIERES CONCERNANT LE PATRIMOINE, LA SITUATION FINANCIÈRE ET LES RÉSULTATS DE L'ÉMETTEUR</i>.....	84
20.1	Comptes consolidés.....	84
20.2	Comptes sociaux	152
20.3	Vérification des informations financières présentées.....	177
20.4	Politique de distribution de dividendes	181
20.5	Procédures judiciaires et arbitrage.....	181
20.6	Changement significatif de la situation financière ou commerciale	181
21.	<i>INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES</i>.....	182
21.1	Capital social.....	182
21.1.1	Capital souscrit et catégories d'actions	182
21.1.2	Existence d'actions non représentatives du capital, leur nombre et leurs principales caractéristiques	185
21.1.3	Le nombre, la valeur comptable et la valeur nominale des actions détenues par l'émetteur lui-même ou en son nom, ou par ses filiales.....	185
21.1.4	Le montant des valeurs mobilières convertibles, échangeables ou assorties de bons de souscription, avec mention des conditions et modalités de conversion, d'échange ou de souscription	188
21.1.5	Nantissements, garanties et sûretés.....	188
21.1.6	Informations diverses.....	189
21.1.7	Historique du capital social	192
21.2	Actes constitutifs et statuts	193
21.3	Droits, privilèges, et restrictions attachés à chaque catégorie d'actions existante.....	195
21.4	Honoraires des Commissaires aux Comptes et des membres de leur réseau	196

22.	<i>CONTRATS IMPORTANTS</i>	197
23.	<i>INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DECLARATIONS D' EXPERTS ET DECLARATIONS D'INTERETS</i>	198
24.	<i>DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC</i>	199

REMARQUES PRELIMINAIRES

Dans le présent document de référence, le terme la « Société » se rapporte à Publicis Groupe S.A, et les termes « Publicis », le « Groupe » et « Groupe Publicis » se rapportent à la Société ainsi qu'à ses filiales consolidées.

Dans le présent document, les références à « EUR » et « € » se rapportent à l'euro.

1. PERSONNES RESPONSABLES

1.1 Responsable du document de référence

Monsieur Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe SA (« la Société »).

1.2 Attestation du responsable du document de référence

J'atteste, après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, que les informations contenues dans le présent document de référence sont, à ma connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

J'atteste également qu'à ma connaissance, les comptes sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la société comme de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le rapport de gestion (voir aux chapitres 4, 9, 10, 18.3, 20 et 21) présente un tableau fidèle de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation ainsi qu'une description des principaux risques et incertitudes auxquels elles sont confrontées.

J'ai obtenu des contrôleurs légaux des comptes une lettre de fin de travaux, dans laquelle ils indiquent avoir procédé à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes donnés dans le présent document ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document. Le rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés de l'exercice 2007, présenté dans le chapitre 20.3 du présent document contient des observations portant sur le retraitement des comptes 2005 et 2006 suite au changement de méthode comptable intervenu au cours de l'exercice relatif au classement des coûts de revient des espaces publicitaires livrés non encore facturés.

Le rapport général des commissaires aux comptes sur les comptes annuels de l'exercice 2006, présenté dans le document de référence auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 30 mars 2007 sous le numéro D.07-0255, contient des observations portant sur les changements de méthode résultant de la première application, à compter du 1^{er} janvier 2006, de la recommandation du CNC 2003 R-01 relative aux règles de comptabilisation et d'évaluation des engagements de retraite et avantages similaires.

Le rapport général des commissaires aux comptes sur les comptes annuels de l'exercice 2005 présenté dans le document de référence déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 31 mars 2006, sous le numéro D.06-0196, contient des observations portant sur les changements de méthode résultant de la première application, à compter du 1^{er} janvier 2005, des règlements CRC 2002-10 et 2004-06 relatifs aux actifs.

Fait à Paris, le 18 mars 2008

Maurice Lévy,

Président du Directoire

2. CONTROLEURS LEGAUX DES COMPTES

2.1 Commissaires aux comptes titulaires

ERNST & YOUNG et Autres

Société représentée par Monsieur Jean Bouquot et Madame Valérie Desclève

41, rue Ybry, 92576 Neuilly-sur-Seine Cedex

Désignée par l'Assemblée générale du 4 juin 2007 en remplacement de la société Ernst & Young Audit, pour une durée de six exercices expirant à l'issue de l'Assemblée générale qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2012.

MAZARS & GUERARD

Société représentée par Monsieur Philippe Castagnac et Madame Isabelle Massa

61, rue Henri Régault, Tour Exaltis, 92400 Courbevoie

Désignée par l'Assemblée générale du 25 juin 1981, dont le mandat a été renouvelé par l'Assemblée générale du 1er juin 2005 pour une durée de six exercices expirant à l'issue de l'Assemblée générale et qui statuera sur les comptes de l'exercice qui sera clos le 31 décembre 2010.

2.2 Commissaires aux comptes suppléants

AUDITEX

Société représentée par Madame Béatrice Huet

11, allée de L'Arche Faubourg de L'Arche 92400 Courbevoie

Désignée par l'Assemblée générale du 4 juin 2007 en remplacement de Monsieur Denis Thibon pour une durée de six exercices expirant à l'issue de l'Assemblée générale qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2012.

Monsieur Patrick de Cambourg

61, rue Henri Régault, Tour Exaltis, 92400 Courbevoie

Désigné par l'Assemblée générale du 25 juin 1998 et dont le mandat a été renouvelé par l'Assemblée générale du 8 juin 2004 pour une durée de six exercices expirant à l'issue de l'Assemblée générale qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2009.

3. INFORMATIONS FINANCIERES SELECTIONNEES

Conformément au Règlement (CE) n° 1606/2002 du Parlement européen et du Conseil du 19 juillet 2002 et au Règlement (CE) n° 1725/2003 de la Commission Européenne du 29 septembre 2003, Publicis Groupe établit ses comptes consolidés à compter de l'exercice 2005 en normes International Financial Reporting Standards (IFRS) telles que publiées par l'International Accounting Standards Board (IASB) et adoptées par l'Union Européenne.

Les tableaux ci-dessous présentent des informations financières sélectionnées concernant Publicis Groupe. Les informations financières sélectionnées au titre des exercices 2005, 2006 et 2007 sont extraites des comptes consolidés de Publicis présentés dans le présent document et établis selon les normes IFRS. Ces comptes ont été audités par les commissaires aux comptes de Publicis Groupe, Ernst & Young et Autres et Mazars & Guérard.

Principaux chiffres clés :

<i>en millions d'euros, à l'exception des % et des données par action (en euros)</i>	2007	2006	2005
Données IFRS extraites du compte de résultat			
Revenu	4 671	4 386	4 127
Marge opérationnelle avant amortissements	888	820	765
<i>En % du revenu</i>	<i>19,0%</i>	<i>18,7%</i>	<i>18,5%</i>
Marge opérationnelle	779	713	649
<i>En % du revenu</i>	<i>16,7%</i>	<i>16,3%</i>	<i>15,7%</i>
Résultat opérationnel	746	689	652
Bénéfice net (Part du Groupe)	452	443	386
Bénéfice net par action ⁽¹⁾	2,18	2,11	1,83
Bénéfice net par action (dilué) ⁽²⁾	2,02	1,97	1,76
Dividende attribué à chaque action	0,60	0,50	0,36
Données IFRS extraites du bilan			
	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Total de l'actif ⁽³⁾	12 244	11 705	11 758
Capitaux propres, part du Groupe	2 198	2 080	2 056

⁽¹⁾ Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action s'élève à 210,4 millions d'actions pour l'année 2005, 209,6 millions d'actions pour l'année 2006 et 207,6 millions d'actions pour l'année 2007.

⁽²⁾ Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action (dilué) s'élève à 233,8 millions pour l'année 2005, 240,1 millions d'actions pour l'année 2006 et 239,4 millions d'action pour l'année 2007. Il comprend les Bons de Souscription d'Actions, les stock-options et les emprunts convertibles ayant un effet dilutif. Au 31 décembre, tous ces instruments ont un effet dilutif, à l'exception des stock-options dont le prix d'exercice est supérieur au cours moyen de la période.

⁽³⁾ Après harmonisation du classement comptable des achats d'espaces livrés non facturés dans les comptes 2006.

4. FACTEURS DE RISQUE

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

Le secteur de la publicité et de la communication : un secteur extrêmement concurrentiel

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

Une conjoncture économique défavorable peut influencer négativement l'activité du Groupe

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

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

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

Les contrats peuvent être remis en cause très rapidement

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

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

Les cinq et dix principaux annonceurs du Groupe représentent respectivement environ 26% et 34% du revenu consolidé du Groupe en 2007. Un ou plusieurs de ces principaux annonceurs pourraient décider à l'avenir de recourir à d'autres agences de publicité et de communication ou de réduire leurs investissements, voire les supprimer à n'importe quel moment sans avoir à en justifier. Une réduction substantielle des dépenses de publicité et de communication des annonceurs les plus importants, voire la perte de certains de ces budgets, pourrait avoir une incidence négative sur l'activité et les résultats du Groupe.

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

Le Groupe dispose de plusieurs réseaux, ce qui est de nature à limiter les situations de conflits d'intérêts potentiels. Toutefois, sauf accord des clients concernés, une agence ne peut pas proposer ses services à un concurrent ou à un annonceur perçu comme tel, ce qui peut limiter ses perspectives de croissance et influencer négativement sur les revenus ou les résultats du Groupe.

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

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

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

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

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

Le secteur de la publicité et de la communication se caractérise par la grande mobilité de ses professionnels. Si le Groupe perdait le concours de certains dirigeants et collaborateurs, cela pourrait nuire à ses activités et

ses résultats. La réussite du Groupe dépend aussi très largement du talent et des compétences des créatifs, commerciaux et spécialistes média, ainsi que de la qualité des relations qu'ils entretiennent avec les clients. Si le Groupe n'était plus en mesure d'attirer et de retenir de nouveaux collaborateurs de valeur, ou s'il n'était plus capable de retenir et de motiver ses collaborateurs clés, les perspectives, les activités, la situation financière et les résultats du Groupe pourraient en être significativement affectés.

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

Un des volets de la stratégie du Groupe vise à enrichir la palette des services offerts dans le domaine de la publicité et de la communication. Pour ce faire, il est procédé à des acquisitions et prises de participations, stratégie qui pourra se poursuivre. Dans cette perspective, l'identification de cibles à acquérir peut se révéler délicate et l'évaluation des risques liés à une opération d'acquisition ou de prise de participations peut être erronée. De plus, l'acquisition d'une société peut être réalisée à des conditions moins satisfaisantes que prévu et l'intégration d'une société nouvellement acquise au sein du Groupe peut s'avérer difficile ou ne pas produire la totalité des synergies et autres avantages attendus. De tels événements pourraient influencer négativement sur les résultats du Groupe.

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

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

Le contrôle interne peut s'avérer difficile à mettre en œuvre

Compte tenu de la multiplicité des entités juridiques qui fonctionnent de manière décentralisée, le plus souvent pour des raisons commerciales ou relationnelles, la mise en place de procédures fiables et homogènes peut se révéler plus longue que dans d'autres groupes ou d'autres secteurs. Des faiblesses qui seraient constatées au niveau de la mise en place de procédures fiables et standardisées de contrôle interne du Groupe dans des délais opportuns pourraient affecter notre capacité à enregistrer, résumer et remonter l'information financière dans les délais préconisés par les autorités de marché, ce qui pourrait influencer négativement sur les résultats du Groupe, sa situation financière et la valeur de ses titres.

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

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

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

Depuis 2005, Publicis Groupe fait l'objet d'une notation. Celle-ci s'établit à BBB+ pour Standard & Poor's et à Baa2 pour Moody's Investors Service. Une dégradation éventuelle de ces notes par l'une ou l'autre des

agences de notation pourrait nuire à sa capacité de lever des fonds et se traduire par une augmentation du taux d'intérêt auquel le Groupe pourrait emprunter à l'avenir.

Certaines dispositions statutaires pourraient rendre plus difficiles les offres publiques d'acquisition

Les statuts de la Société prévoient l'attribution de droits de vote double pour les actions détenues sous forme nominative par un actionnaire depuis au moins deux ans. L'Assemblée générale de la Société a également autorisé le Directoire à procéder à une augmentation de capital en cas d'offre publique visant les titres de la Société, ce qui pourrait décourager, voire empêcher un changement de contrôle de la Société sans l'obtention de la recommandation du Directoire. L'exercice de cette faculté est soumise au contrôle de l'Autorité des Marchés Financiers.

Exposition aux risques de taux de change et de taux d'intérêts

Voir note 26 des comptes consolidés figurant dans le chapitre 20.1 du présent document.

Les moyens mis en place pour la gestion de la trésorerie du Groupe sont décrits à la section 10.3 du présent document.

Exposition au risque actions

Voir note 26 des comptes consolidés figurant dans le chapitre 20.1 du présent document.

Exposition au risque de liquidité

Voir note 22 des comptes consolidés « Emprunts et dettes financières », au chapitre 20.1 du présent document.

Exposition au risque crédit client

Voir note 26 des comptes consolidés au chapitre 20.1 du présent document.

5. INFORMATIONS CONCERNANT L'ÉMETTEUR

5.1 Histoire et évolution de la Société

5.1.1 Raison sociale et nom commercial

Publicis Groupe S.A. (la « Société ») exploite le nom commercial de Publicis.

5.1.2 Lieu et numéro d'enregistrement

542 080 601 RCS Paris ; Code APE - NAF 7010Z

5.1.3 Date de constitution et durée

Constitution : le 4 octobre 1938.

Expiration : le 3 octobre 2037 sauf cas de prorogation.

5.1.4 Sièges social, forme juridique, législation régissant ses activités, pays d'origine, adresse et numéro de téléphone du siège social

Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance régie par les articles L. 225-57 à L. 225-93 du Code de commerce. Le siège social est situé au 133, avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris, France, et le numéro de téléphone du siège social est le +33 (0) 1 44 43 70 00.

5.1.5 Historique du Groupe

En 1926, Marcel Bleustein-Blanchet crée une entreprise de publicité du nom de Publicis, « *Publi, comme publicité, et six comme 1926* », avec l'ambition de faire de la publicité un véritable métier, qui aurait une valeur sociale, des méthodes et une déontologie exigeante et de faire de son entreprise un véritable pionnier des nouvelles technologies. Très rapidement l'agence prend de l'essor et acquiert une grande réputation. Marcel Bleustein-Blanchet a été le premier à percevoir très tôt, au début des années 30, le formidable lien que la radio, média naissant, pouvait créer avec une marque et devient le concessionnaire exclusif de la publicité radiophonique des « Postes de radios » français. Toutefois, en 1934, le gouvernement français supprime la publicité sur les radios d'État et Marcel Bleustein-Blanchet décide de lancer sa propre station, « Radio Cité », première station radio privée française. En 1935, il s'associe à parité avec le président de l'agence Havas pour fonder « Cinéma et Publicité » qui sera la première régie média française dans ce domaine, avant de créer trois ans plus tard « Régie Presse », filiale indépendante dédiée à la vente d'espaces publicitaires dans les quotidiens et magazines. Après l'interruption provoquée par la Seconde Guerre mondiale, Marcel Bleustein-Blanchet redémarre Publicis début 1946 avec ses anciens clients mais aussi avec de nouveaux tels que Colgate-Palmolive, Shell ou Sopad-Nestlé. Convaincu des perspectives offertes par les techniques qualitatives, Marcel Bleustein-Blanchet fait de Publicis la première agence de publicité française à conclure, dès 1948, un accord avec l'institut de sondage IFOP, puis crée un département « Études et Recherches » au sein de Publicis. En 1959, le département « Information Industrielle » voit le jour, précurseur de la communication institutionnelle d'entreprise. Fin 1957, Publicis emménage en haut des Champs-Élysées, dans l'ancien Hôtel Astoria. Dès 1958, le hall de Publicis accueille le premier « Drugstore », destiné à devenir un emblème de Paris. Durant la période 1960-1975, Publicis connaît une forte expansion, portée à partir de 1968, par les premières campagnes publicitaires à la télévision française. La campagne Boursin inaugure ce nouveau média : ce sera le premier lancement marketing français imputable à la TV, avec un score de mémorisation « historique » du fameux slogan : « Du pain, du vin, du Boursin ». Quelques mois plus tard, Publicis innove encore et s'engage aux côtés de l'un de ses clients dans une bataille d'un genre nouveau : la défense de Saint-Gobain sur lequel BSN a lancé la première OPA hostile de l'histoire française ; en juin 1970, 44 ans après sa création, Publicis est introduit à la Bourse de Paris. Mais le 27 septembre 1972, un incendie ravage entièrement l'immeuble Publicis. Publicis renaît de ses cendres et reprend la même année sa stratégie de croissance externe en Europe, procédant à l'acquisition du réseau Intermarco aux Pays-Bas en 1972 puis du réseau suisse Farner en 1973, pour créer le réseau

Intermarco/Farner afin d'accompagner les grands annonceurs français dans le reste de l'Europe. En 1977, Maurice Lévy devient Directeur Général de Publicis Conseil, principale société française du Groupe. En 1987, Marcel Bleustein-Blanchet transforme Publicis en société à Directoire et Conseil de Surveillance, assurant lui-même la présidence du Conseil de Surveillance, la présidence du Directoire étant confiée à Maurice Lévy.

Dès 1978, Publicis s'installe au Royaume-Uni grâce à l'acquisition de l'agence Mc Cormick. Dès 1984, Publicis compte 23 implantations dans le monde. En 1988, Publicis conclut une alliance mondiale avec le groupe américain Foote, Cone & Belding Communications (« FCB ») qui fusionne avec son réseau européen et accroît sa présence mondiale, notamment grâce à la notoriété acquise auprès des entreprises américaines suite à cette alliance. La croissance du Groupe s'est accélérée dans les années 1990. En 1993, Publicis acquiert l'agence FCA!, quatrième réseau de communication français, puis le fusionne avec BMZ, pour constituer son second réseau européen de publicité sous le nom de FCA!/BMZ. En 1995, Publicis rompt son alliance avec FCB. Le 11 avril 1996, Publicis perd son fondateur. Elisabeth Badinter, sa fille, devient présidente du Conseil de Surveillance et Maurice Lévy intensifie la création d'un réseau mondial, afin d'offrir à ses clients la présence la plus étendue sur les différents marchés de la planète. Le processus d'acquisitions s'intensifie et devient mondial : l'Amérique latine et le Canada, puis l'Asie et le Pacifique, l'Inde, le Moyen-Orient et l'Afrique. Les États-Unis sont le cadre d'opérations de grande envergure à partir de 1998. En effet, Publicis souhaite en particulier intensifier sa présence sur le premier marché mondial, les États-Unis. C'est ainsi que Publicis acquiert Hal Riney, puis Evans Group, Frankel & Co (marketing relationnel), Fallon McElligott (publicité et nouveaux média), DeWitt Media (achat d'espaces), Winner & Associates (relations publiques) et Nelson Communications (communication santé). En 2000, Publicis acquiert Saatchi & Saatchi, célèbre groupe mondialement reconnu pour son talent et sa créativité et à l'histoire tumultueuse. Pour Publicis, cette acquisition marque une étape clé de son développement en Europe et aux États-Unis. En septembre 2000, Publicis Groupe s'introduit aussi à la Bourse de New York. En 2001, Publicis Groupe constitue ZenithOptimedia, un grand acteur mondial du conseil et achat média, en unissant sa filiale Optimedia à Zenith Media qui était détenue à participations égales par Saatchi & Saatchi et par le groupe Cordiant. En mars 2002, Publicis Groupe crée la surprise en annonçant le rachat du groupe américain Bcom3, qui contrôlait les agences Leo Burnett, D'Arcy, Masius Benton & Bowles, Manning Selvage & Lee, Starcom MediaVest Group et Medicus, et détient une participation de 49 % dans Bartle Bogle Hegarty. Publicis Groupe conclut en parallèle un partenariat stratégique avec Dentsu, leader incontesté de la communication au Japon et actionnaire fondateur de Bcom3. Publicis Groupe entre avec cette acquisition dans l'élite de l'industrie de la publicité et de la communication, et prend le quatrième rang mondial avec une présence dans 104 pays sur les 5 continents.

Au cours des années 2002-2006, Publicis Groupe a intégré avec succès les acquisitions de Bcom3 et de Saatchi & Saatchi, regroupé un grand nombre d'entités, tout en procédant parallèlement à quelques acquisitions complémentaires afin de constituer un portefeuille d'activités cohérent et en phase avec les besoins et les attentes des annonceurs, en particulier dans différentes disciplines des *marketing services* et sur les principaux marchés émergents. Le Groupe a également obtenu fin 2005 sa première notation officielle (« investment grade ») des deux premières agences internationales de notation, Standard & Poor's et Moodys. Fin décembre 2006, Publicis Groupe a lancé une OPA amicale sur Digitas Inc., leader américain de la communication interactive et numérique. Cette offre, finalisée en janvier 2007, inaugure l'avancée remarquable du Groupe dans le numérique. En 2007, le Groupe a décidé de ne plus être coté à la Bourse de New York.

5.2 Investissements

5.2.1 Principaux investissements réalisés au cours des trois dernières années

Historiquement, les investissements principaux du Groupe ont concerné des sociétés intervenant dans le domaine de la publicité et de la communication dans le cadre de la stratégie d'expansion internationale du Groupe. Dans les années qui ont suivi l'acquisition de Bcom3 en 2002, le Groupe s'est concentré sur des acquisitions de petites et moyennes agences spécialisées dans différentes disciplines des *marketing services* ou opérant dans les principaux marchés émergents.

En 2005, Publicis Groupe a poursuivi sa stratégie d'expansion ciblée et acquis une participation majoritaire de 50,1 % dans Freud Communications au Royaume-Uni, l'une des principales agences de relations publiques, procédé à l'acquisition d'eventive, le leader de la communication événementielle en Autriche et en Allemagne et acquis PharmaConsult, l'une des principales agences de communication santé en Espagne. Les acquisitions ont représenté un investissement total de 42 millions d'euros. Par ailleurs, le Groupe a procédé au règlement d'earn-outs et de buy-outs (rachats d'intérêts minoritaires) concernant diverses filiales du Groupe en Europe, en Asie et en Amérique du Nord, pour un montant total de 29 millions d'euros. Publicis Groupe a d'autre part cédé en 2005 plusieurs participations détenues par sa filiale Médias & Régies Europe, à savoir 50 % de JC Decaux Netherlands (Pays-Bas), VKM, SOPACT, Promométro et 33 % de Métrobus (France) pour un montant total de 98 millions d'euros. Au total, le montant net des acquisitions et cessions, s'est élevé à un excédent de 27 millions d'euros en 2005. Les investissements en immobilisations corporelles et incorporelles ont été limités à 75 millions d'euros nets de cessions. Enfin, le Groupe n'a pas procédé au rachat de ses propres actions au cours de l'année 2005.

L'année 2006 a permis au Groupe de concrétiser un certain nombre d'initiatives en direction des nouvelles technologies, notamment avec le lancement de Denuo, une initiative stratégique destinée à anticiper et exploiter l'environnement en pleine mutation de la communication numérique, interactive et mobile. Le modèle de Denuo repose sur trois piliers : le conseil stratégique, l'invention de solutions nouvelles et l'investissement dans des partenariats. Denuo agit en liaison avec ou en complément des réseaux pour enrichir les solutions proposées aux clients, ou de manière indépendante pour ses propres clients. Dans un autre domaine des nouvelles technologies, Publicis Groupe et Simon Property Group, leader dans le secteur de l'immobilier commercial en Amérique du Nord, ont lancé OnSpot Digital Network, une chaîne câblée numérique haute définition, proposant des programmes « art de vivre », des actualités, des contenus spécifiques pour galeries marchandes et de la publicité grand public destinée à la clientèle des centres commerciaux Simon Malls dans plusieurs villes américaines majeures. OnSpot Digital Network diffuse des contenus haute définition sur environ 2 000 écrans placés dans 50 des plus importants centres commerciaux Simon Malls, de dix grandes villes américaines. Enfin, dans une sphère plus classique de la communication digitale, le Groupe a également procédé à l'acquisition de deux agences actives sur deux segments distincts qui ont été intégrées au réseau ZenithOptimedia : Moxie Interactive basée à Atlanta (États-Unis) spécialisée dans le conseil et l'achat média interactif, et Pôle Nord en France qui se place parmi les toutes meilleures agences en matière de recherche de mots clés sur Internet.

Le Groupe a également finalisé plusieurs opérations au cours de l'année 2006 sur plusieurs grands marchés émergents ou dans certaines disciplines des *marketing services* : acquisition d'une participation majoritaire de 60% au sein de Solutions Integrated Marketing Services, leader des *marketing services* en Inde, acquisition de 80% du capital de Betterway Marketing Solutions, l'une des plus importantes agences de *marketing services* en Chine, Emotion, un des principaux groupes de communication événementielle en Asie (en particulier en Chine et au Japon mais présent dans huit pays au total), acquisition de Duval Guillaume, première agence indépendante de publicité et de *marketing services* en Belgique, prise de contrôle majoritaire de Capital MS&L au Royaume-Uni, une agence de communication financière et enfin prise de participation majoritaire au sein des agences turques de communication et de publicité Yorum, Allmedia, Bold et Zone, un groupe d'agences comptant parmi les plus créatives et dynamiques de Turquie. Par ailleurs, Publicis Groupe et Dentsu, Inc. ont annoncé le 15 février 2006, dans le cadre d'un renforcement de leur alliance stratégique, un accord de coopération commerciale en France et en Allemagne par lequel deux agences (Paname en France et BMZ+more en Allemagne) joueront le rôle de pivot dans la relation avec les

annonceurs japonais sur ces marchés. Dans le domaine de la communication santé, le Groupe a acquis BOZ, consolidant ainsi sa position en France. Enfin, le 20 décembre 2006, le Groupe a lancé une offre publique d'achat amicale de 1,3 milliard de dollars sur Digitas, Inc. pour devenir l'un des leaders mondiaux de la communication digitale et interactive.

Le coût d'acquisition (hors trésorerie acquise) des entités intégrées durant l'exercice 2006 prises dans leur ensemble s'élève au total à 130 millions d'euros, dont 49 millions d'euros ont été décaissés durant l'exercice. Il convient d'y ajouter 32 millions d'euros payés au titre de compléments de prix (*earn-outs*) et de rachats d'intérêts minoritaires (*buy-outs*). Enfin, le Groupe a procédé au rachat de 3 020 496 de ses propres actions en 2006 (représentant 1,5 % du capital social) pour un montant total de 88 millions d'euros.

L'année 2007 a été particulièrement active en matière de croissance externe. L'acquisition de Digitas, en particulier, marque une étape très importante dans l'évolution du Groupe, confirmant l'ambition de son fondateur qui voulait faire de Publicis un « pionnier des nouvelles technologies » et faisant désormais du Groupe un leader mondial de la communication numérique. Le 29 janvier 2007, Publicis Groupe a annoncé le succès de l'offre publique d'achat amicale lancée sur Digitas en décembre 2006. Le Groupe avait, au travers d'une de ses filiales américaines, acquis environ 93,7 % du capital de Digitas. Le 31 janvier 2007, à la suite d'une procédure de fusion simplifiée (*short-form merger*), Digitas est devenue une filiale à 100 % de MMS USA Holdings, elle-même détenue à 100 % par le Groupe.

Digitas, créée en 1980 (cotée au NASDAQ en mars 2000) et dont le siège est à Boston, compte environ 2 000 collaborateurs. Leader dans le domaine des services marketing et de la communication digitale et interactive, Digitas comprend trois entités :

- > *Digitas*, agence de communication spécialisée en communication digitale et marketing direct (100% digital), fondée en 1980, basée à Boston, New-York, Chicago et Detroit.
- > *Medical Broadcasting LLC (MBC)*, agence de communication santé spécialisée dans les services marketing du secteur de la santé, fondée en 1990, basée à Philadelphie.
- > *Modem Media (MM)*, agence pionnière en matière de marketing interactif, fondée en 1987, implantée à Atlanta, Norwalk, San Francisco, et Londres.

Digitas compte pour clients notamment : American Express, AstraZeneca, AARP, Bristol-Myers Squibb, Cingular, Delta Air Lines, General Motors, Heineken, HP, Home Depot, IBM, InterContinental Hotels Group, Kraft Foods, Lloyds TSB, P&G, Pfizer, Sanofi Aventis, Time Warner, Whirlpool, Wyeth, Wells Fargo.

Publicis Groupe a annoncé le 7 mars 2007 l'acquisition de Pharmagistics, agence de communication dans le domaine de la santé basée dans le New Jersey (USA), spécialisée dans le marketing direct et la vente, en conformité avec le PDMA (*Prescription Drug Marketing Act*), ainsi que les services logistiques entre les entreprises pharmaceutiques et les praticiens.

Le 2 avril 2007, Publicis Groupe a signé la prise d'une participation majoritaire dans Yong Yang, agence basée à Chengdu en Chine, leader en *marketing services*, marketing opérationnel auprès de la grande distribution et opérations promotionnelles. Créée en 1995, agence indépendante, Yong Yang, avec 29 agences sur tout le territoire chinois, notamment dans le centre du pays, est par exemple la seule agence de *marketing services* dont la présence est significative à Chengdu, capitale en plein essor du Sichuan. Cette acquisition illustre l'expansion des opérations *marketing services* en Chine et en Asie. En 2006, le Groupe avait ainsi pris le contrôle de l'agence Betterway basée à Shanghai, l'une des agences chinoises les plus importantes et les plus innovantes en matière de *marketing services* ; l'acquisition de 51% du capital de Betterway a été conclue le 11 juillet 2007.

Le 11 avril 2007, Publicis Groupe a annoncé l'acquisition de « The McGinn Group », agence basée à Arlington (Virginie), spécialisée dans la communication corporate, la gestion des risques, la gestion des situations de crise, l'accompagnement de procédures juridiques. Cette acquisition renforce considérablement la position de MS&L dans l'univers de la communication corporate.

Le 14 juin 2007, Publicis Groupe a annoncé son intention d'acquérir Business Interactif, société française cotée sur l'Eurolist d'Euronext Paris. Au terme d'une offre de rachat conclue avec succès, Publicis a déposé une offre de retrait obligatoire finalisée au mois de novembre 2007. Business Interactif, fondé en 1996, premier groupe français indépendant de communication digitale et interactive, a rejoint Digitas. Cette acquisition s'inscrit dans la stratégie de Publicis Groupe visant à accroître son leadership dans le domaine de la communication digitale.

Le 28 juin 2007, Publicis Groupe et Dassault Systèmes ont annoncé la signature d'un accord portant sur la création de 3dswym, une joint-venture dans le domaine de la 3D en ligne. Basée à Paris, cette joint-venture est une plateforme collaborative qui permettra aux responsables marketing des grandes marques et aux consommateurs de développer ensemble des produits et des concepts, y compris pour les points de vente, en faisant appel aux technologies du Web et de la 3D la plus innovante.

Le 29 juin 2007, Publicis Groupe a réalisé le lancement, annoncé le 20 avril 2007, d'une joint-venture dans le secteur événementiel : *PublicisLive*, est destinée à se consacrer exclusivement aux conférences internationales et institutionnelles, aux manifestations prestigieuses du monde de l'entreprise.

Le 3 juillet 2007, Publicis Groupe a annoncé la conclusion d'un accord pour le rachat de Muraglia, Calzolari & Associati (M,C&A), la plus importante agence média indépendante en Italie rebaptisée « M,C&A MediaVest », qui vient renforcer la position du Groupe en Italie.

Le 31 juillet 2007, Publicis Groupe a acquis le groupe Communication Central Group (CCG), la plus grande agence de marketing interactif indépendante de Chine, avec 200 collaborateurs à Shanghai, Pékin, Shenzhen. CCG a intégré le réseau Digitas et a été renommée Digitas Greater China.

Le 6 septembre 2007, Publicis a renforcé son offre en marketing mobile avec l'acquisition de Phonevalley, agence européenne fondée en 2006 et basée à Paris, un des leaders européens de la communication mobile. Phonevalley va devenir la plateforme de communication mobile au sein des réseaux de Publicis Groupe Media.

Le 12 septembre 2007, Publicis a acquis Wcube, créée en 1995, une des premières agences interactives en France ; Wcube intègre le réseau Publicis Worldwide et devient Publicis Modem France.

Le 19 septembre 2007, Publicis Groupe est devenu actionnaire de Capital Advertising, la première agence de publicité indépendante à Delhi, et l'une des plus réputées en Inde. Capital Advertising accroît significativement la présence du réseau Publicis Worldwide à Delhi qui, avec 14 millions d'habitants, représente le centre économique le plus actif en Inde.

Le 24 septembre 2007, dans le cadre du renforcement de son pôle de *marketing services*, Publicis Groupe a annoncé le rachat de l'agence SAS au Royaume-Uni, venant élargir l'offre de Publicis Consultants dans les activités de relations publiques, relations presse, design, communication *corporate* et financière et communication interne.

Le 11 octobre 2007, Publicis Groupe a acquis en Italie Healthware SpA, agence spécialisée dans les programmes de communication numérique, et Multimedia Healthcare Communication, une des premières agences indépendantes de relations publiques. Ces deux acquisitions consolident la position de PHCG.

Le 31 octobre 2007, Publicis Groupe est devenu actionnaire majoritaire de Hanmer & Partners, présente dans 42 villes en Inde, spécialisée dans les relations publiques, qui vient renforcer la présence et l'offre du réseau MS&L en Inde.

Ces opérations de croissance et ces différents accords s'inscrivent clairement dans la stratégie du Groupe devant permettre simultanément une avancée rapide dans les activités numériques, la poursuite de la croissance des services (SAMS), l'expansion du pôle achat d'espace et le développement dans les pays à forte croissance.

Le coût d'acquisition des entités intégrées durant l'exercice 2007 (hors trésorerie acquise) prises dans leur ensemble s'élève à 916 millions d'euros. Il convient d'y ajouter 52 millions d'euros pour les paiements d'*earn-outs* et 38 millions d'euros pour les paiements de *buy-outs*.

En 2007, le Groupe a procédé au rachat de 6 396 490 de ses propres actions, hors contrat de liquidité, représentant 3,2% du capital, pour un montant total de 202 millions d'euros.

5.2.2 Principaux investissements en cours

A la date du présent document de référence, l'acquisition de Yong Yang en Chine, qui fait l'objet d'un engagement ferme, est en attente des dernières autorisations de l'administration chinoise. Les acquisitions de Muraglia, Calzolari & Associati en Italie et celle de Hanmer & Partners en Inde sont en cours de finalisation.

Par ailleurs le 31 janvier 2008, le Groupe a annoncé l'acquisition d'Act Now, pionnier du conseil en développement durable, basé à San Francisco et qui rejoint le réseau Saatchi & Saatchi.

Le 6 février 2008, Publicis Groupe a annoncé l'acquisition de La Vie est Belle, agence dont l'offre repose sur la publicité, les relations publiques, l'événementiel et la communication en ligne. La nouvelle agence issue de la fusion de La Vie est Belle et Paname prendra le nom de Full Player.

5.2.3 Principaux investissements à venir

Le Groupe souhaite concentrer ses investissements futurs dans le renforcement sélectif de son offre soit sur le plan des services, en particulier dans l'offre numérique, soit sur le plan géographique en privilégiant les économies à forte croissance. Le Groupe souhaite également se renforcer sur des secteurs ou des pays où il est déjà présent en fonction des opportunités.

Les principales priorités en matière de renforcement du métier vont vers la communication spécialisée, en particulier le domaine du marketing direct, des relations publiques, de l'événementiel, du CRM, de la communication numérique et interactive et de la communication santé. De telles acquisitions sur les principaux marchés mondiaux doivent permettre au Groupe de généraliser une offre holistique pour ses clients. Par ailleurs, sur le plan géographique, les acquisitions ciblées devraient se concentrer sur les zones en forte croissance telles que la Chine, l'Inde ou d'autres pays d'Asie, la Russie, et certains pays d'Amérique Latine.

Enfin, le Groupe a des engagements relatifs à des compléments de prix et à des rachats de participations d'actionnaires minoritaires pour des montants, au 31 décembre 2007, s'élevant respectivement à 149 millions d'euros et 157 millions d'euros, soit au total 306 millions d'euros dont 89 millions d'euros à payer à moins d'un an.

A l'exception des opérations décrites ci-dessus, il n'existe aucun autre investissement ni aucune cession significative en cours depuis le 31 décembre 2007.

6. APERÇU DES ACTIVITÉS

6.1 Principales activités

6.1.1 Introduction

Publicis Groupe se classe depuis 2002, année de l'acquisition du groupe Bcom3, au rang de quatrième groupe mondial de communication après Omnicom, WPP et Interpublic (classement suivant le revenu ; source : rapports annuels des sociétés).

Publicis Groupe, présent dans 104 pays sur les cinq continents et dans plus de 200 villes, rassemble près de 44 000 collaborateurs au 31 décembre 2007. Publicis Groupe est non seulement le quatrième groupe mondial, mais occupe l'une des premières positions sur les quinze premiers marchés publicitaires mondiaux à l'exception du Japon. Ainsi, le Groupe, toutes activités confondues, se classe parmi les tous premiers groupes de communication en Europe, en Amérique du Nord, au Moyen-Orient, en Amérique latine et en Asie, occupe la première place dans l'activité media (achat d'espace) aux Etats-Unis et en Chine et la seconde à l'échelle mondiale. Le Groupe dispose d'un accès privilégié au marché japonais, grâce au partenariat stratégique conclu avec Dentsu en 2002.

Bien que le système interne de gestion, de reporting et de rémunération ne soit pas organisé par discipline, le Groupe communique aux marchés financiers une indication du poids de chacun des secteurs au sein desquels il opère dans le seul but de faciliter les comparaisons sectorielles. Les principales activités du Groupe sont la publicité traditionnelle (qui représentait, en 2007, 39% des revenus du Groupe comparé à 44% en 2006), les agences spécialisées et services marketing (« SAMS ») (qui représentaient, en 2007, 36% des revenus du Groupe comparé à 30% en 2006) et les services média (qui représentaient, en 2007, 25% des revenus du Groupe stables par rapport à 26% en 2006). Ces pourcentages ont sensiblement évolué en 2007 du fait de l'intégration de Digitas. À titre indicatif, la communication digitale et interactive représente environ 15% des revenus du Groupe.

Ces activités se composent de :

> Publicité traditionnelle : les trois grands réseaux Publicis, Saatchi & Saatchi et Leo Burnett sont les principales entités du Groupe concevant des campagnes publicitaires ; d'autres agences, généralement plus locales ou au positionnement bien particulier, viennent compléter ce dispositif et répondre à des attentes spécifiques de certains clients : c'est le cas de Fallon (co-existant dorénavant sous un toit commun avec Saatchi & Saatchi), l'agence Bartle Bogle Hegarty basée au Royaume-Uni (détenue à hauteur de 49%), Marcel, The Kaplan Thaler Group ou Beacon.

> SAMS (Agences Spécialisées et Services Marketing) : un certain nombre de disciplines et de techniques viennent compléter ou remplacer la publicité traditionnelle. Il s'agit par exemple des relations publiques, de la communication institutionnelle, financière, de la communication santé (tournée vers les besoins spécifiques de l'industrie pharmaceutique), du marketing direct, de la promotion des ventes, du CRM (*Customer Relationship Management*), de la communication interactive, de la communication événementielle et du design. Les principales entités SAMS sont Publicis Public Relations and Communications Group (PRCC), MS&L, Publicis Consultants, Freud, Betterway, Publicis Healthcare Communications Group (PHCG), Publicis Events Worldwide. Il convient de noter que ces services de communication spécialisée sont souvent intégrés aux services fournis par les agences de publicité traditionnelle. Depuis 2007, Digitas, l'un des leaders de la communication interactive aux Etats-Unis acquis début 2007 constitue une entité importante des SAMS et vient enrichir le réseau de communication numérique et interactive du Groupe où l'on trouve Digitas Health, Arc, Prodigious Worldwide, Publicis.Net ou encore Publicis Modem né du rapprochement de Publicis Dialog et de Modem Media à la suite de l'intégration de Digitas.

> Services Média : les activités de conseil (média-planning) et achat média ou achat d'espace sont exercées par les entités de PGM (Publicis Groupe Media) : Starcom MediaVest Group, ZenithOptimedia et Denuo, de création récente et dédié au conseil en nouveaux média. Par ailleurs, le Groupe possède, essentiellement en

France, une activité de régie d'espaces publicitaires pour le compte de la presse, du cinéma, de l'affichage et de la radio, Médias & Régies Europe.

6.1.2 Stratégie

De tout temps, Publicis s'est efforcé d'anticiper les besoins de ses clients et du marché afin d'être toujours à même de bien les servir et de les faire bénéficier, ainsi que le Groupe, des mouvements porteurs de progrès et de croissance. C'est ainsi que dès le milieu des années 90, la stratégie du Groupe a anticipé deux grandes tendances qui structurent encore notre secteur : la mondialisation et la communication holistique.

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

L'anticipation des besoins des annonceurs en matière de communication intégrée ou holistique a permis au Groupe de créer de nouvelles façons de travailler, plus transversales, multidisciplinaires et très complètes. Publicis Groupe, pionnier dès le milieu des années 90 de ces techniques de communication, a su développer des approches spécifiques et bénéficier de courants porteurs.

Avec l'acquisition de Saatchi & Saatchi en 2000, celle de Bcom3 et l'alliance stratégique conclue avec Dentsu en 2002, enfin l'acquisition de Digitas Inc. en 2007, le Groupe confirme son choix de devenir un groupe mondial, multi-réseaux et généraliste, membre du peloton de tête de son secteur, plutôt que de conduire une stratégie de niche ou de spécialiste de taille modeste.

A partir de 2003 le Groupe s'est attaché à la consolidation des acquisitions et à la simplification de sa structure financière. Une politique volontariste de génération de liquidités et de désendettement a notamment permis au Groupe d'obtenir depuis 2005 une notation officielle « investment grade » de la part des agences Moody's et Standard & Poor's.

En parallèle, le Groupe a mis en œuvre différentes initiatives en vue de réduire ses coûts de fonctionnement, consistant notamment en un partage des ressources entre unités opérationnelles, une centralisation des fonctions de *back-office* dans des marchés émergents de petite taille et une politique d'achats centralisée. Ces actions se sont traduites par une intégration réussie des acquisitions, par le dégagement de synergies importantes et par un renforcement ainsi qu'une simplification du bilan de la société.

Le Groupe s'est renforcé de façon significative, année après année, dans le domaine des SAMS au niveau mondial, en particulier par acquisitions ciblées dans les domaines du marketing direct, de la promotion, du CRM (*Customer Relationship Management*), de la communication institutionnelle, financière, interactive et événementielle, enfin des relations publiques. Ces différentes disciplines tiennent une part importante dans l'offre holistique du Groupe au service de nos clients et permettent de tirer parti d'un important potentiel.

Dans le même temps, le Groupe a épousé l'évolution d'un paysage médiatique complètement transformé par l'éclatement et la fragmentation des audiences, la multiplication des écrans et l'extraordinaire développement du numérique sous l'influence de la communication interactive et mobile, ainsi que des nouvelles formes de relations sociales issues de ces bouleversements technologiques.

L'analyse stratégique faite par le Groupe a de nouveau permis à Publicis de prendre de l'avance sur la concurrence et d'occuper des positions-clés porteuses d'innovation, de croissance et d'avenir avec l'acquisition de Digitas, doublant instantanément la part de ses revenus dans le numérique et lui permettant d'occuper une place de leader dans ce segment extrêmement porteur de la communication.

Aujourd'hui, fort de sa présence dans 104 pays, d'un portefeuille de clients diversifiés et leaders mondiaux ou nationaux dans leurs domaines, d'une bonne santé financière, leader dans certains segments ou

disciplines, Publicis Groupe s'est installé dans le peloton de tête des groupes de communication et de *marketing services*, avec un profil très novateur et des traits de personnalité marqués :

- fortement focalisé sur la prestation « clients » et très tourné vers la performance de croissance de ses clients ;
- nettement en tête en matière de création selon les différents palmarès, démontrant ainsi son souci constant d'apporter à ses clients les idées qui construisent les images et les marques, qui tissent les liens avec les consommateurs sur le territoire précieux de l'émotion ;
- doté des meilleurs outils de mesure et de recherche, permettant d'être constamment à la pointe des innovations en matière de placements médias et d'apporter aux clients les meilleurs rendements (ROIs = Return On Investment ; Return On Involvement) - ainsi les agences media du Groupe (PGM, Starcom, Mediavest, ZenithOptimedia) jouissent-elles d'une reconnaissance indiscutable du marché (plusieurs fois « Agence de l'année »), d'une croissance à deux chiffres et d'un très beau palmarès en new business ;
- une forte capacité d'innovation et d'expérimentation, avec par exemple la création de Honeyshed, Blogbang, 3dswym ou Free Thinking, qui permettent au Groupe d'être en avance sur la demande ;
- une dynamique appuyée par les grandes agences créatives du Groupe, qui figurent parmi les plus belles enseignes du marché. Pour ne citer que Saatchi & Saatchi, les spectaculaires gains de budgets et sa belle croissance témoignent de la qualité de la réflexion, de la créativité des équipes et de l'intensité de la relation client.

Ces caractéristiques sont autant d'avantages pour le Groupe au moment où, dans un monde en mutation marqué par la globalisation de la communication, la prise de pouvoir par le consommateur, les changements irréversibles entraînés par le numérique et la révolution du contenu, les modèles classiques de la communication doivent être révisés.

Le bien fondé de l'approche holistique du Groupe a été encore illustré récemment par les succès rencontrés chez de grands clients tels que Oral B, BPG (GM) ou encore Samsung.

Publicis Groupe se positionne en champion du numérique, non seulement au travers des acquisitions en 2007 de Digitas, de CCG en Chine, de Phonevalley, Business Interactif et Wcube en France, ou encore de Healthcare SPA en Italie, mais surtout en repensant complètement sa prestation et son fonctionnement pour être toujours à la pointe des innovations qui feront la différence, feront gagner ses clients et assureront la croissance de demain.

Les idées de fond sont :

- d'abolir les frontières entre certaines structures (là où la gestion des conflits clients l'autorise),
- de créer des équipes transversales travaillant toutes fonctions confondues sous le même leadership pour les clients qui souhaitent ce type de fonctionnement,
- de créer les outils, les modèles et les organisations capables d'aider les clients à naviguer dans l'univers complexe du numérique, à interagir avec leurs cibles de façon optimisée et au meilleur coût.

La première application de ce nouveau modèle a été lancée en novembre 2007 avec la mise en place de «The Insight Factory » qui mutualise les cultures traditionnelles et numériques entre les réseaux Leo Burnett, Starcom Mediavest Group et Digitas. Sans précédent dans le secteur de la publicité et du marketing, ce modèle a vocation à développer la fluidité des échanges grâce à la création d'une plateforme unique qui regroupera les meilleurs talents et outils du secteur. Cette plateforme sera alimentée par les différentes activités de Leo Burnett et Arc (création, recherche, segmentation de marché, planification, production et gestion de bases de données), SMG (études média comportementales, recherche média et production

numérique) et Digitas (création, analyses de marques, analyses numériques, systèmes de gestion de tableaux de bord, production numérique et conception technologique).

Le Groupe fait aussi le choix de systèmes ouverts privilégiant le développement de collaborations avec les leaders des média interactifs. Ce choix s'appuie sur une vision partagée du marché et des besoins nouveaux des annonceurs, qui doit conduire au développement de nouvelles technologies et de nouveaux outils. C'est cette volonté de développer les meilleures réponses aux besoins des annonceurs et à la demande du consommateur qui a conduit le Groupe à annoncer sa collaboration avec Google, le leader mondial des plateformes de recherche.

L'objectif de Publicis Groupe n'a jamais été et ne sera jamais une course à la taille dont on connaît les limites et les coûts. L'objectif du Groupe a toujours été et reste d'être le meilleur partenaire de ses clients en leur apportant les idées qui assureront leur croissance, les technologies et l'organisation qui favoriseront la mise en oeuvre immédiate et optimisée de leur stratégie au travers de tous les moyens de communication. A l'heure où le paysage médiatique se transforme sous l'impact inouï des innovations technologiques du numérique dans l'interactif et le mobile, le Groupe veut se situer une fois de plus à la pointe avancée du secteur, en prenant des positions de leadership et en apportant à ses activités les transformations nécessaires. Le développement du Groupe se fera par la prise de positions centrales dans le numérique et sur les marchés émergents, et la poursuite de grandes lignes stratégiques telles que :

- **poursuivre son développement dans les SAMS (agences spécialisées et services marketing)**
- **développer de manière prioritaire l'offre de communication numérique, interactive et mobile.**
Publicis Groupe réalise actuellement un mouvement stratégique majeur orienté vers le développement de son offre numérique au sein de toutes les entités (réseaux publicitaires, réseaux média, agences spécialisées). L'objectif du Groupe est de réaliser 25 % de ses revenus dans le domaine de la communication numérique, interactive et mobile à l'horizon 2010.
- **accélérer la croissance du Groupe sur des économies émergentes ciblées**
Le Groupe souhaite développer, essentiellement par acquisitions, sa présence sur les marchés dits émergents, que le Groupe estime prometteurs et qui connaissent une croissance nettement supérieure à la moyenne du marché mondial. Fort de sa position de leader en Chine, Russie, Turquie, au Mexique et au Brésil, Publicis Groupe souhaite accélérer son développement dans plusieurs marchés prioritaires, comprenant ces cinq pays ainsi que l'Inde, en poursuivant sa politique d'acquisitions, principalement dans les activités de marketing services, de la communication santé et de la communication interactive, et en y développant ses bases existantes. L'objectif du Groupe est de réaliser 25% de ses revenus dans les pays émergents à l'horizon 2010. Le développement de l'offre de communication numérique ainsi que l'expansion dans les économies émergentes restent un objectif stratégique prioritaire, la somme de ces activités devant représenter 50% des revenus du Groupe à l'horizon 2010.
- **un objectif de croissance externe qui s'inscrit dans une politique financière saine**
Les acquisitions du Groupe doivent répondre à une logique de rentabilité et de solidité financière. Le Groupe entend privilégier des cibles présentant un potentiel significatif de synergies ou d'amélioration du taux de marge opérationnelle et bien entendu présentant une bonne adéquation à la culture et aux valeurs du Groupe. En outre, les efforts menés par le Groupe ces dernières années pour améliorer ses propres flux de trésorerie devraient lui permettre de financer sa croissance externe dans le respect de sa structure de bilan (voir chapitre 12).

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

confiance pour qu'ils donnent le meilleur d'eux-mêmes et soient en harmonie avec les valeurs fondamentales du Groupe.

6.1.3 Principales activités et organisation du Groupe

Le Groupe propose une grande variété de services de publicité et de communication, concevant un ensemble de services adapté aux besoins particuliers de chaque client dans une approche holistique et mondiale. Ces services recouvrent en trois grandes catégories : la publicité traditionnelle, les services SAMS qui incluent l'offre numérique et le conseil et achat média.

Publicité traditionnelle

Services proposés

La publicité traditionnelle consiste à concevoir des campagnes de communication pour des marques, des produits ou des services. Ces campagnes supposent en amont un processus comprenant le « planning stratégique » à partir de l'analyse concurrentielle d'un produit, d'un service ou d'une marque, utilisant les résultats d'études de marché, de comportement des consommateurs, d'études sociologiques ou psychologiques, et une recherche d'idées fortes permettant d'aboutir à une création. Une fois le concept approuvé par le client, l'agence se charge de son exécution, soit en interne soit en supervisant un processus assuré par des tiers : films pour la télévision ou le cinéma, spots pour la radio, affiches, publicité dans la presse quotidienne ou magazine, sur internet ou encore sur des média interactifs, y compris les téléphones mobiles ou tout support électronique.

Structure opérationnelle

Le Groupe possède trois réseaux publicitaires principaux – Publicis, Saatchi & Saatchi et Leo Burnett – aux positionnements bien distincts (notamment quant à leurs origines culturelles, leurs méthodologies et leurs styles créatifs), qui disposent d'une offre publicitaire très large mais intègrent aussi des services diversifiés entrant dans la catégorie des SAMS.

> **Publicis** : ce réseau, basé à Paris, est implanté dans 80 pays sur tous les continents, notamment en Europe et aux États-Unis (dont les agences Publicis & Hal Riney, Burrell Communications et Bromley Communications), et comprend le réseau Publicis Dialog, présent dans 44 pays, en vue de réaliser une offre holistique.

> **Saatchi & Saatchi** : ce réseau, basé à New York, est présent dans 83 pays sur les cinq continents. Il inclut principalement les agences Saatchi & Saatchi, ainsi que le nouveau réseau Saatchi & Saatchi X spécialisé en marketing sur le point de vente (shopper's marketing) opérant essentiellement aux États-Unis, et le réseau The Facilities Group basé au Royaume-Uni qui assure une prestation de production de services techniques et créatifs (notamment design, production audiovisuelle et supports écrits). L'acquisition récente d'Act Now, agence de conseil en matière de développement durable et au savoir faire largement reconnu aux États-Unis permet au réseau Saatchi & Saatchi X d'élargir son offre à travers un nouveau réseau, Saatchi & Saatchi S. Saatchi & Saatchi S apportera à ses clients une force de proposition et de compréhension dans les sujets majeurs que revêt le concept de développement durable, au plan économique, social et environnemental.

> **Leo Burnett** : basé à Chicago, le réseau est présent dans 84 pays à travers le monde et possède le réseau international Arc Worldwide pour les marketing services SAMS, dédié principalement aux services de marketing direct, interactif et à la promotion des ventes.

A la fin 2007, le Groupe a créé « The Insight Factory », une structure innovante dans les activités de publicité et de marketing. Cette plateforme unique permet de mutualiser les offres de Leo Burnett et Arc dans la publicité traditionnelle et les services, de Starcom Mediavest dans l'achat d'espace et le conseil média et de Digitas pour les offres de marketing interactif et numérique. Cette mise en commun des talents et des outils au service des annonceurs s'inscrit dans l'offre holistique du Groupe et répond aux transformations du marché et du consommateur.

Par ailleurs, le Groupe dispose d'autres agences ou entités publicitaires indépendantes, généralement plus locales ou régionales et qui ont un positionnement bien spécifique (notamment dû à leur structure et styles créatifs) pour répondre aux besoins particuliers de certains clients.

> **Fallon** : un réseau basé à Minneapolis, fonctionnant à partir de plates-formes régionales à Londres, Sao Paulo, Hong-Kong, Tokyo et Singapour.

Depuis le second semestre 2007, une structure nouvelle, « SSF », fédère les Agences de Saatchi & Saatchi et de Fallon.

> **Bartle Bogle Hegarty (BBH)** : détenu à 49 % par Publicis Groupe, ce réseau basé à Londres possède des plates-formes régionales à Singapour, Tokyo, New York et Sao Paulo.

> **Autres agences** : The Kaplan Thaler Group à New York, Marcel à Paris et Beacon Communications à Tokyo.

SAMS

Services proposés

Il s'agit d'un ensemble de techniques ou de disciplines proposées par le Groupe, qui viennent compléter ou remplacer la publicité traditionnelle au sein d'une même campagne de communication, ou de moyens de communication destinés à des cibles ou produits spécifiques (notamment communication santé et communication multiculturelle). L'offre de services SAMS comprend les services suivants :

> **Marketing direct, CRM (Customer Relationship Management)** : l'objectif est de créer un dialogue direct entre une marque et un consommateur (par opposition à la publicité traditionnelle qui s'adresse à une communication de masse) par différentes méthodes (courrier, internet, téléphone) et d'en développer la fidélisation. Grâce aux opérations CRM, le Groupe assiste ses clients dans la création de programmes permettant d'atteindre les consommateurs individuels et d'accroître la fidélité à la marque. Par ailleurs, il fournit les outils et le support d'information appropriés, afin de rendre maximale l'efficacité de ces programmes.

> **Promotion des ventes et marketing sur le point de vente** : conseil visant à déterminer le meilleur angle de dialogue avec le consommateur présent sur le lieu de vente, et mise en oeuvre d'actions marketing visant à stimuler les ventes, soit directement sur le point de vente, soit par le biais de coupons de réductions ou d'autres techniques.

> **Communication santé** : ce segment s'adresse à l'industrie pharmaceutique et concerne essentiellement les cibles professionnelles telles que les médecins et personnels hospitaliers, dans la mesure où la communication grand public sur les médicaments est souvent gérée par les agences de publicité « généralistes ». La communication santé englobe un grand nombre d'actions recouvrant le cycle de vie d'un médicament allant du conseil préalable à la mise sur le marché, à la publicité, aux conventions de médecins, aux relations publiques, au « prêt » de forces de ventes (visiteurs médicaux) temporaires, à la formation médicale.

> **Communication multiculturelle ou ethnique** : domaine essentiellement restreint au marché américain ; il s'agit de publicité et autres techniques de communication destinées à des groupes culturels spécifiques tels que les hispaniques et les américains d'origine africaine.

> **Communication institutionnelle et financière** : elle englobe toutes les initiatives permettant aux clients de construire l'image d'une entreprise et de s'adresser aux diverses parties prenantes telles que qu'actionnaires, salariés, pouvoirs publics.

Elle englobe la communication financière (notamment dans le cadre d'OPA ou d'opérations financières) d'introductions en bourse, de cessions, de campagnes de mobilisation de droits de votes ou d'opérations similaires. Le Groupe propose également des prestations de services visant à aider les clients à gérer, en situation de crise, la communication et les relations publiques, ainsi que d'autres événements majeurs.

> **Communication en ressources humaines** : il s'agit de campagnes de publicité aux fins de recrutement dans les médias incluant des petites annonces et des campagnes visant à améliorer l'image globale du client (notamment par voie de presse et internet) destinées aux entreprises et aux agences de recrutement en vue d'attirer les talents et candidats potentiels. Le Groupe assiste également les clients dans le cadre d'actions de communication interne, qui visent à mobiliser et fidéliser les salariés de l'entreprise.

> **Relations publiques** : l'objectif de ces opérations ou actions est de permettre au client d'établir un dialogue efficace avec la presse, des publics spécialisés ou le grand public, sur des sujets institutionnels ou commerciaux, sur l'identité du client ou sur ses produits ou services et de développer une image cohérente avec la stratégie. Ces services incluent à la fois le conseil stratégique afin d'assister le client dans son positionnement stratégique et sa stratégie de différenciation par rapport à ses concurrents, le lancement de produits ou de services ou leur re-lancement et leur positionnement auprès des consommateurs, les services de relations-média qui visent à renforcer la reconnaissance de la marque et son image, la rédaction de messages, l'organisation de prises de contacts ou d'événements, et la création de documents ou d'objets illustrant cette stratégie et ces messages.

> **Design** : conception et création d'identité visuelle et de packagings en cohérence avec la stratégie de marketing, de commercialisation et de communication du client.

En juin 2007, Publicis Groupe et Dassault Systèmes ont lancé la création d'une société commune, 3dswym, afin d'offrir des solutions marketing 3D innovantes aux annonceurs. La plateforme collaborative 3dswym fonctionne comme un moteur de recherche et développement pour concevoir et créer des produits et des lieux de vente d'une nouvelle génération impliquant directement le consommateur dans la chaîne de l'innovation.

> **Communication interactive** : création de sites internet institutionnels ou commerciaux, de sites intranet, conseil en marketing direct par internet, optimisation de la recherche de mots-clés sur les moteurs de recherche, création publicitaire sur internet (notamment bannières, fenêtres).

L'acquisition de Digitas en janvier 2007, agence de communication spécialisée en communication numérique et marketing direct (100% numérique) accélère l'alliance créative des propositions issues des media traditionnels et interactifs et confirme la place de leader du Groupe dans la communication numérique et interactive.

> **Communication événementielle** : conception et réalisation d'événements institutionnels ou commerciaux (salons, expositions, conventions, réunions, inaugurations) visant à promouvoir une image de l'entreprise en cohérence avec ses objectifs stratégiques.

> **Production et pré-presse** : moyens techniques nécessaires à l'exécution matérielle des campagnes de communication (notamment studios photo, son ou vidéo ; ateliers d'exécution, de gravure ; outils de gestion de base de données ; moyens de post-production audiovisuelle).

Structure opérationnelle

Les entités SAMS du Groupe sont soit indépendantes, soit intégrées à l'un des réseaux publicitaires. Elles travaillent avec les clients d'autres entités du Groupe et avec leurs clients propres. Elles incluent les agences suivantes :

> *Marketing direct, CRM, Promotion des ventes, Communication interactive* : **Digitas, Digitas France (ex Business Interactif) et Digitas Greater China (ex CCG), Arc Worldwide, Publicis Modem, Saatchi & Saatchi X, Moxie, Prodigious Worldwide.**

> *Communication santé* : **Publicis Healthcare Communications Group.**

> *Communication institutionnelle, financière, Relations publiques, Communication ressources humaines, Design* : **PRCC (Publicis Consultants, Manning Selvage & Lee, Freud Communications).**

> *Communication multiculturelle* : **Bromley Communications, Burrell Communications, Vigilante, Lápiz.**

> *Communication événementielle* : **Publicis Events Worldwide.**

En avril 2007, Publicis Groupe a créé Publicis Live, une joint venture distincte de Publicis Events Worldwide, les deux agences faisant partie des Agences Spécialisées et Marketing Services (SAMS). Publicis Worldwide répond à une demande de plus en plus soutenue de la part des gouvernements, des institutions et des entreprises pour l'organisation d'événements sophistiqués d'un point de vue technique.

> *Production, pré-presse* : **Capps, Mundocom, Wam, MarketForward.**

Média

Services proposés

Cette activité recouvre le conseil aux annonceurs sur l'utilisation optimale des média pour leurs campagnes de communication, puis l'achat pour leur compte des espaces publicitaires dans les média selon leurs besoins. Le Groupe a par ailleurs une activité entièrement distincte de régie publicitaire pour certains supports de publicité. Ces services sont les suivants :

> **Conseil média / Média-planning** : en s'appuyant sur des outils informatiques et d'analyse de données sur les comportements de consommateurs et sur les analyses d'audience de différents média, l'agence média construit pour l'annonceur une sélection média optimale et un plan média détaillé adaptés à sa stratégie de publicité et de communication, à ses objectifs marketing, à sa cible et à son budget.

> **Achat d'espace** : achat de tout espace publicitaire (radio, télévision, affichage, presse, internet, téléphonie mobile) pour le compte de l'annonceur en exécution du plan média accepté, au meilleur prix et dans les meilleures conditions, grâce à l'expérience du Groupe et à son pouvoir de négociation. Publicis est le deuxième groupe dans le monde pour ses activités media, et occupe la première place aux Etats-Unis et en Chine.

> **Régie publicitaire** : conseil sur les produits et espaces publicitaires (supports en plein air, presse, radio, cinéma) aux annonceurs, à leurs agences d'achat d'espaces et aux média; commercialisation des espaces pour le compte de ceux-ci.

Il peut arriver que ces services soient fournis en interne au Groupe; dans ce cas, l'opération s'effectue dans des conditions de marché et sur les mêmes bases qu'avec les autres clients.

Structure opérationnelle

> *Conseil et Achat média* : **Publicis Groupe Media (PGM)**, qui recouvre deux entités indépendantes : **ZenithOptimedia**, basé à Londres et présent dans 68 pays, avec une forte présence au Royaume-Uni, aux États-Unis, en Allemagne, en France et en Espagne, et **Starcom MediaVest Group**, basé à Chicago et implanté dans 67 pays, avec une forte présence aux États-Unis. Par ailleurs, PGM a lancé en 2006, **Denuo**, une agence spécialisée dans le conseil et la veille dans le domaine des nouvelles technologies (internet, jeux vidéos, téléphone mobile, iPods).

> *Régie publicitaire* : **Médias & Régies Europe**, qui comprend notamment les entités Métrobus (affichage en France), Régie 1 (radio en France), Médiavision (cinéma principalement en France), Médiavista (écrans placés en France et aux États-Unis dans des centres commerciaux). En 2006, Médias & Régies Europe a lancé aux États-Unis en partenariat avec Simon Malls, OnSpot Digital, une chaîne de télévision et un réseau d'écrans plasma uniquement situés dans des centres commerciaux.

Siège

Publicis Groupe SA est la société holding du Groupe dont la principale activité est d'assurer de façon permanente des prestations de conseil aux différentes sociétés du Groupe. Les coûts centraux de conseil rendu par la Société et ses filiales dédiées sont de l'ordre de 59 millions d'euros en 2007, répartis sur l'ensemble des sociétés opérationnelles du Groupe selon un mode de rémunération assis sur le coût des services rendus. Par ailleurs, la Société mère perçoit des dividendes en provenance de ses filiales pour un montant qui s'est élevé à 94 millions d'euros en 2007.

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

6.2 Principaux marchés

6.2.1 Informations par zone géographique

Le Groupe est présent dans 104 pays et plus de 200 villes dans le monde. Il intervient principalement aux États-Unis, en Europe et dans la région Asie-Pacifique. Le tableau ci-dessous présente la contribution aux revenus par zone géographique pour les années 2005, 2006 et 2007 (en millions d'euros) :

<i>Revenus</i> <i>Année</i>	<u>Europe</u>	<u>Amérique du Nord</u>	<u>Reste du monde</u>	<u>Total</u>
2007	1 799	2 016	856	4 671
2006	1 747	1 842	797	4 386
2005	1 647	1 763	717	4 127

Les informations par zone géographique figurent en note 27 des comptes consolidés reproduits au chapitre 20.1 du présent document.

6.2.2 Informations par secteur d'activité

Le Groupe n'a pas identifié de secteurs d'activité distincts (voir note 27 des comptes consolidés reproduits au chapitre 20.1 du présent document).

6.2.3 Principaux clients

Publicis Groupe dispose d'un portefeuille clients équilibré et représentatif de l'économie mondiale. Le Groupe compte parmi ses clients un grand nombre de clients occupant une position de leader mondial dans leur secteur (environ la moitié du revenu est réalisée avec des clients internationaux, c'est-à-dire dont le budget est géré dans plus de cinq pays) ou une position de leader national. Les vingt premiers clients représentent environ 43% du revenu consolidé du Groupe. Les délais de règlement sont conformes aux pratiques de marché et aux réglementations en vigueur dans chacun des pays dans lesquels le Groupe opère. La récurrence du revenu et des contrats est variable selon les clients. Toutefois, les revenus de Publicis Groupe se caractérisent par une forte proportion de clients fidèles sur de nombreuses années. La durée moyenne de rétention des dix principaux clients du Groupe s'élève à 45 ans.

Les principaux clients des grands réseaux du Groupe en 2007 sont indiqués ci-dessous :

Publicis

Cadbury-Schweppes, Citigroup, Coca-Cola, Deutsche telekom/T-Mobile, Fortune Brands, Hewlett-Packard, L'Oréal, Nestlé, Orange, Pernod Ricard, Procter & Gamble, Renault, sanofi aventis, Siemens, Telefonica, UBS, Whirlpool, Zurich Financial.

Leo Burnett

Allstate, Coca-Cola, Diageo, Disney, Fiat, General Motors, Hallmark, Kellogg, McDonald's, Nintendo, Philip Morris, Procter & Gamble, Samsung, Visa, Whirlpool Wrigley.

Saatchi & Saatchi

Citigroup, Deutsche Telekom/T-Mobile, Emirates Airline, General Mills, JC Penney, Nestlé, New Zealand Telecom Novartis, Orange, Procter & Gamble, Sony, Toyota/Lexus, Visa Europe, Wal-Mart, Wendy's.

Starcom MediaVest Group

Allstate, Coca-Cola, Disney, General Motors, Kellogg, Kraft, Mars/ Masterfoods, Morgan Stanley, Nintendo, SAB Miller, Oracle, Philip Morris, Procter & Gamble, Sara Lee, UBS, Wal-Mart,

ZenithOptimedia

Astra-Zeneca, 20th Century Fox, British Airways, Deutsche Telekom/T-Mobile, General Mills, Hewlett-Packard, JP Morgan Chase, Lloyds TSB, L'Oréal, LVMH, Nestlé, PPR- Puma, Richemont Group, sanofi aventis, Schering-Plough, Procter & Gamble, Toyota/Lexus, Verizon, Whirlpool, Zurich Financial.

6.2.4 Saisonnalité de l'activité

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

6.2.5 Concurrence

Publicis Groupe se classe depuis 2002, année de l'acquisition du groupe Bcom3, au rang de quatrième groupe mondial de communication après Omnicom, WPP et Interpublic (classement suivant le revenu ; source : communiqués des sociétés sur leurs résultats annuels).

Le tableau ci-après indique le revenu publié par chacun de ces quatre groupes pour l'année 2007 :

Omnicom (US GAAP) en millions de \$	WPP (IFRS) en millions de £	Interpublic (US GAAP) en millions de \$	Publicis Groupe (IFRS) en millions de €
12 694	6 186	6 554	4 671

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

Publicis Groupe doit également faire face à la concurrence d'un certain nombre d'agences publicitaires locales indépendantes sur des marchés du monde entier, proposant des activités SAMS qui se focalisent sur les services de communication spécialisés.

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

6.2.6 Contexte réglementaire

L'activité du Groupe est soumise aux réglementations françaises, américaines et à d'autres réglementations étrangères. En tant qu'actionnaire d'agences de publicité ayant des activités aux Etats-Unis, qui créent des publicités et les placent, sur supports écrits, à la télévision, à la radio et sur Internet, le Groupe est soumis au respect de la loi fédérale américaine. Cette loi encadre la publicité dans tous les média et requiert que les agences de publicité et les annonceurs justifient de leurs allégations publicitaires avant de diffuser les publicités. Dans l'hypothèse où une publicité créée par le Groupe se révélerait mensongère, trompeuse ou de nature à induire en erreur, le Groupe pourrait être tenu responsable sur le fondement de la loi américaine.

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

Dans de nombreux pays, la publicité et la commercialisation de certains produits sont soumis à de strictes réglementations gouvernementales et à des règles que la profession se fixe à elle-même, notamment en ce qui concerne le tabac, l'alcool, les produits pharmaceutiques, et les produits alimentaires. Les nouvelles réglementations ou normes concernant de tels produits pourraient avoir un impact défavorable sur les opérations du Groupe.

6.3 Evénements exceptionnels

Il n'existe actuellement aucun fait exceptionnel susceptible d'avoir ou ayant eu dans un passé récent une incidence significative sur l'activité de Publicis Groupe.

6.4 Eléments sur lesquels est fondée toute déclaration de la Société concernant sa position concurrentielle

Les sources des déclarations de la Société concernant sa position concurrentielle sont indiquées dans le corps du texte du présent document de référence.

6.5 Assurances et couvertures de risque

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

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

Programmes centralisés

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

Programmes locaux

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

Les couvertures ainsi souscrites s'élèvent globalement à :

- Dommages aux biens et pertes d'exploitation : jusqu'à 160 millions d'euros ;
- Responsabilité civile : de 20 à 80 millions de dollars selon les risques.

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

Ces contrats sont mis en place par l'intermédiaire de courtiers auprès de grandes compagnies internationales d'assurances telles que notamment AIG, Chubb, Zurich et Generali.

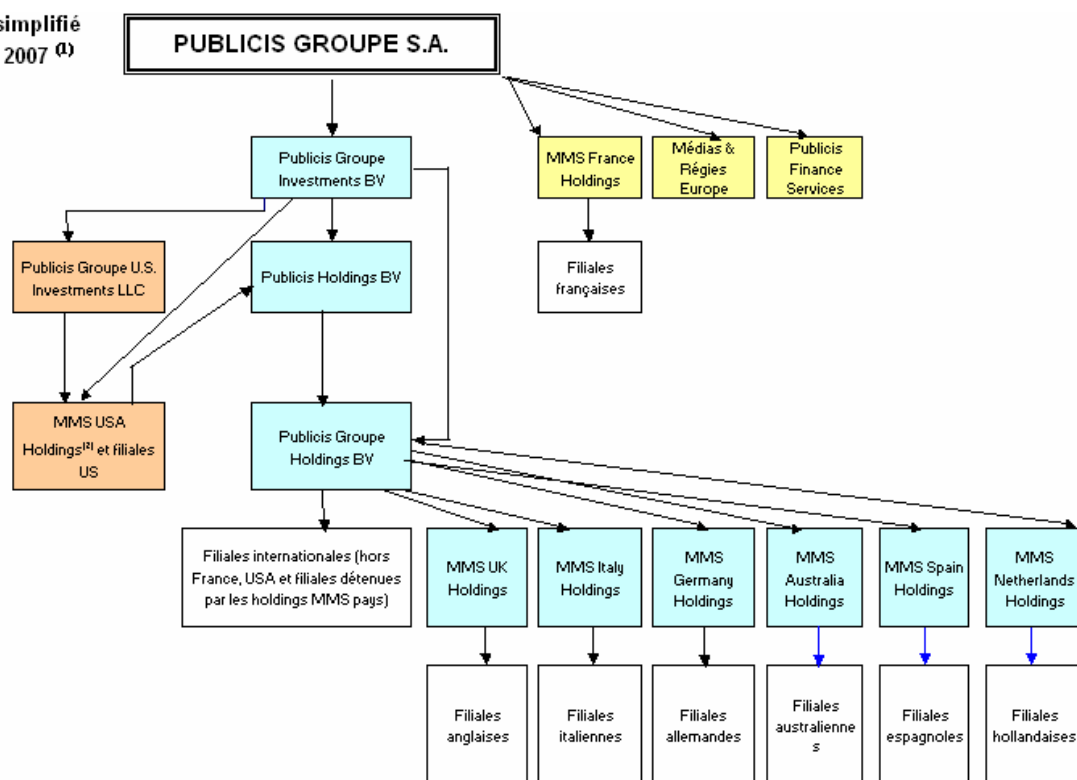
Les primes versées mondialement se sont élevées à environ 15 millions d'euros en 2007.

7. ORGANIGRAMME

7.1 Description sommaire du Groupe

Organigramme simplifié au 31 décembre 2007

Organigramme simplifié
au 31 décembre 2007 ⁽¹⁾



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

⁽²⁾ Fusionnée avec Publicis USA Holdings en novembre 2007

Les dirigeants de la société mère exercent parfois des mandats dans des filiales (voir la liste des mandats et fonctions des membres du Directoire au chapitre 14.1 – Membres du Directoire et du Conseil de Surveillance).

7.2 Liste des filiales importantes

La liste des principales sociétés consolidées au 31 décembre 2007 figure en note 31 des comptes consolidés reproduits au chapitre 20.1 du présent document.

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

Aucune des sociétés figurant dans la liste des principales sociétés consolidées au 31 décembre 2007 n'a été cédée à la date du présent document.

La majorité des filiales du Groupe est contrôlée à 90% au moins par Publicis Groupe. Certaines filiales peuvent néanmoins être détenues conjointement avec des minoritaires dont les intérêts peuvent être significatifs (allant jusqu'à 49%) et faire l'objet de pactes d'actionnaires. Toutefois, ces filiales ne possèdent pas d'actifs significatifs et ne sont pas amenées à porter de dette ni de trésorerie significatives, la dette et la trésorerie du Groupe étant en effet détenues ou contrôlées à 100% par Publicis Groupe S.A.

8. PROPRIÉTÉS IMMOBILIÈRES, USINES ET ÉQUIPEMENTS

8.1 Immobilisations corporelles importantes existantes ou planifiées et charges majeures pesant dessus

Le Groupe opère dans plus de 200 villes dans le monde. A l'exception du patrimoine immobilier mentionné ci-dessous, le Groupe est locataire de ses bureaux dans la plupart des villes où il opère. Au 31 décembre 2007, la valeur nette comptable des actifs immobiliers détenus en pleine propriété par le Groupe s'élevait à 192 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 Publicisdrugstore ainsi que deux salles de cinéma ouvertes au public.

Publicis a choisi de réévaluer cet immeuble à la juste valeur et de considérer cette valeur comme le coût par convention à la date de transition. A cette date, la juste valeur de cet immeuble s'élevait à 164 millions d'euros ce qui représente à cette date un ajustement de 159 millions d'euros par rapport à sa valeur figurant selon les normes comptables antérieures. L'évaluation a été effectuée par un expert indépendant, selon la méthode de la capitalisation des loyers.

Publicis Groupe S.A. est par ailleurs propriétaire de six étages d'un immeuble au 15, rue du Dôme à Boulogne, après l'exercice de l'option d'achat de 2 étages à l'issue de son contrat de location-financement.

Le principal actif détenu en crédit-bail, dont la valeur nette dans les comptes consolidés du Groupe s'élève à 58 millions d'euros au 31 décembre 2007, est l'immeuble Leo Burnett situé au 35 West Wacker Drive à Chicago, aux Etats-Unis (dont la valeur brute de 73 millions d'euros au 31 décembre 2007 est amortissable sur 30 ans).

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

La Société n'a pas planifié, depuis le 31 décembre 2007, d'investissement significatif en immobilisations corporelles ou incorporelles, autres que les investissements courants habituellement effectués par le Groupe dans le cours normal de ses activités.

8.2 Questions environnementales pouvant influencer l'utilisation faite par le Groupe de ses immobilisations corporelles

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.

9. EXAMEN DE LA SITUATION FINANCIÈRE ET DU RÉSULTAT

Les développements ci-après ainsi que ceux du chapitre 10 sont les éléments principaux du rapport de gestion mentionné au I de l'article L. 451-1-2 du Code monétaire et financier et à l'article 222-3 du Règlement général de l'Autorité des Marchés Financiers devant comporter les informations mentionnées aux articles L. 225-100, L. 225-100-2, L. 225-100-3 et au second alinéa de l'article L. 225-211 du Code de commerce.

Les autres informations qui correspondent à ce qui doit être inclus dans le rapport de gestion se trouvent aux chapitres 4, 18.3, 20 et 21.

L'analyse qui suit doit être lue en regard avec les comptes consolidés du Groupe et leurs notes. Elle contient des informations sur les objectifs futurs du Groupe qui impliquent des risques et des incertitudes, incluant, en particulier, ceux décrits au chapitre 4 intitulé « Facteurs de risques ».

9.1 Introduction

Résultats et situation financière du Groupe

Au cours de cette année où l'économie mondiale a été secouée par la crise financière des subprimes, Publicis Groupe s'est engagé dans une modification profonde de ses structures et de son mode de fonctionnement vers le numérique.

Malgré ce contexte économique incertain et les efforts liés à la transformation du Groupe, Publicis Groupe a réalisé des performances financières exceptionnelles. C'est avec un an d'avance que tous les objectifs annoncés en décembre 2004 pour la fin de l'année 2008 ont été atteints ou dépassés :

- la marge opérationnelle du Groupe atteint 16,7% (objectif 2008) en intégrant Digitas dont la marge bien qu'en amélioration est inférieure à la moyenne du Groupe, et malgré les coûts de restructuration liés à cette intégration et l'impact négatif des effets de change. L'amélioration continue de la rentabilité du Groupe tient à la poursuite de la réduction des charges de fonctionnement.
- la part des marchés à forte croissance a atteint 21,3%.
- la part de la publicité qui en 2004 était de 55% est tombée sous la barre des 40% des revenus consolidés du Groupe,
- les *marketing services* et le digital (qui représente 15% des revenus consolidés) atteignent 36% du total, par rapport à 23% en 2004.

Au plan financier, l'endettement moyen net du Groupe est de 1,2 milliard d'euros et inclut 764 millions dus à l'acquisition de Digitas. Le *free cash flow* s'élève à 615 millions d'euros avant variation du besoin en fonds de roulement (tel que défini au chapitre 10).

Ces performances démontrent la solidité des opérations du Groupe, la qualité des équipes et la capacité à améliorer les résultats année après année.

La seule ombre au tableau aura été la croissance organique insuffisante à 3,1%, essentiellement due à la situation particulière du secteur pharmaceutique. L'ensemble des activités, hors ce secteur, affichent une croissance annuelle de 4,3%, avec un rythme de croissance retrouvé au second semestre à 6,1%.

L'activité en terme de New Business avec plus de 5 milliards de dollars en 2007 positionne le Groupe au deuxième rang dans le monde (classement Lehman Brothers).

Parmi les principaux gains de nouveaux budgets, le Groupe compte les annonceurs suivants :

> dans les domaines de la publicité traditionnelle et des SAMS :

Allstate, Citigroup (global) Orange, Deutsche Telekom/T-Mobile Hallmark, Nintendo, Sony, Wendy's, New Zealand Telecom, Whirlpool ;

> dans le domaine des media :

Allstate, Astra-Zeneca, Deutsche Telekom/T-Mobile, General Mills Morgan Stanley, Oracle, Procter & Gamble, Schering-Plough, UBS, Wal-Mart.

Le début de l'année 2008 présage d'une bonne activité avec un montant de New Business de 1,3 milliard de dollars engrangé depuis le 1^{er} janvier. Parmi les différents gains, on peut citer des clients prestigieux tels que L'Oréal et BT respectivement dans le domaine des média en France et au Royaume-Uni, Yoplait dans le domaine de la publicité.

Les pertes de budgets pour l'année 2007 s'élèvent à 1,256 milliard de dollars. Les pertes de budgets les plus significatives incluent : *Kaplan Thaler Group (US)* : Coldwell Banker ; *Starcom MediaVest Group* : Federated Department US et Nippon Paint ; *Publicis* : Heineken, Post Office et Sprint/Nextel ; *Leo Burnett* : Snow Beer et Wrigley ; *Saatchi & Saatchi* : Sony Ericsson ; *Bartle Bogle Hegarty (BBH)* : Unilever ; *Digitas*: Washington Mutual.

9.2 Croissance organique

Lorsque le Groupe compare ses résultats d'une année sur l'autre, il estime l'impact sur le revenu de l'évolution des taux de change, des acquisitions et cessions, et de la croissance organique. La croissance organique, qui représente la croissance du revenu à périmètre et taux de change constants, se calcule comme suit :

- le revenu de l'année précédente est d'abord recalculé au taux de change moyen de la période en cours
- le revenu des acquisitions (nets de celui des sociétés cédées lorsqu'il y en a) est retranché du revenu de l'année en cours en vue de neutraliser l'impact des changements de périmètre sur la croissance.

La différence entre le revenu de l'année en cours, après déduction de revenu des acquisitions (net de celui des sociétés cédées) et le revenu de l'année précédente (reconverti au taux de change de la période en cours), est rapportée au revenu de la période précédente pour déterminer le pourcentage de croissance organique.

Le Groupe estime que l'analyse de la croissance organique du revenu fournit une meilleure appréhension de sa performance et de son évolution que celle du revenu publié car elle permet des comparaisons plus pertinentes entre le revenu de l'exercice en cours et celui des périodes précédentes. De plus, le revenu déterminé à périmètre et taux de change constants constitue également une mesure de performance communément utilisée dans son secteur d'activité.

Le revenu déterminé à périmètre et taux de change constants n'est pas audité et ne constitue pas un instrument de mesure de la performance selon les normes IFRS et peut ne pas être comparable à des données désignées de façon similaire par d'autres entreprises.

<i>en millions d'euros</i>	2007
Revenu 2006	4 386
Impact des taux de change	(180)
Revenu 2006 au taux de change 2007 (a)	4 206
Revenu 2007 avant impact des acquisitions (b) ⁽¹⁾	4 334
Revenu des acquisitions ⁽¹⁾	337
Revenu 2007	4 671
Croissance organique (b) / (a)	3,1%

⁽¹⁾ Nettes de cessions

La croissance organique s'est élevée à 3,0% pour le premier trimestre, 0,5% pour le second trimestre, et 4,6% et 4,2% respectivement pour les troisième et quatrième trimestres.

Ces taux de croissance faibles au premier semestre traduisent une base de comparaison défavorable due à des budgets perdus ou arrêtés en 2006, le fait que les gains importants de contrats de l'année n'aient commencé à créer des revenus qu'au second semestre de l'année et la poursuite de difficultés conjoncturelles dans certaines activités de la santé. Sans l'activité de Publicis Healthcare Communication Group (PHCG), la croissance organique de l'année eut été de 4,3%.

9.3 Commentaires et analyse des résultats consolidés annuels des exercices clos les 31 décembre 2006 et 2007

9.3.1 Revenus

Le revenu consolidé de Publicis Groupe au 31 décembre 2007 s'est élevé à 4 671 millions d'euros contre 4 386 millions pour l'exercice 2006, soit une progression de 6,5% malgré un impact négatif de 180 millions dû à l'évolution des taux de change. Hors effet de change la progression est de 11,1%.

Sur l'année, cette progression a principalement pour origine la croissance organique, de 3,1% en 2007 et les variations de périmètre positives de 337 millions provenant pour l'essentiel de l'intégration de Digitas sur onze mois et de diverses acquisitions réalisées au cours de l'année.

L'année 2007 a été une année record pour Saatchi & Saatchi qui a bénéficié de nouveaux contrats (JC Penney, Wendy's, SAB Miller) ainsi que de la croissance de grands clients tels que Procter&Gamble.

Publicis Worldwide a connu une année de transition en 2007 reflétée par l'amélioration très sensible observée au second semestre renouant avec la croissance après une année 2006 difficile. Publicis Conseil fait une progression remarquable avec de nombreux gains de nouveaux contrats qui donneront leur plein effet en 2008.

Malgré une très bonne croissance hors Etats-Unis, plus particulièrement au Moyen-Orient en Amérique latine, en Espagne et en Scandinavie, Leo Burnett a continué de souffrir de la perte de budgets significatifs en 2006 (US Army et Cadillac).

Publicis Groupe Media affiche une croissance exceptionnelle dans trois régions clés, aux Etats-Unis, en Europe et en Asie. Starcom MediaVest Group a pour sa part engrangé des contrats globaux très importants en 2007 (Samsung) et a connu une forte croissance organique grâce à ses grands clients traditionnels. ZenithOptimedia a également vu ses revenus croître de manière importante aux Etats-Unis et en Asie. Toutes les composantes de Publicis Groupe Media ont accéléré leur développement dans les solutions numériques que ce soit au travers de la collaboration avec les sociétés acquises récemment par Publicis Groupe (Moxie, Pôle Nord ou PhoneValley) ou au travers de partenariats conclus avec les grands leaders des media interactifs ainsi qu'à travers le développement interne de grands talents.

Digitas a clairement contribué à l'enrichissement de l'offre numérique de Publicis Groupe et a eu un rôle déterminant dans le gain d'importants contrats notamment BPG ou GM (hors Europe). L'année 2007 a confirmé l'évolution de l'état d'esprit du consommateur devenu proactif et nomade ainsi que celle des réseaux mondiaux de publicité en ligne. Anticipant ces défis et afin d'augmenter encore son efficacité auprès de ses clients globaux, Digitas a élargi ses activités grâce à deux acquisitions en Europe (Business Interactif en France) et en Asie (CCG en Chine). Modem Media a fusionné avec Publicis Dialog créant ainsi Publicis Modem. Dans le secteur de la santé, Digitas a lancé Digitas Health, une agence intégrée de la prochaine génération entièrement dédiée et réunissant la plus large palette d'offres, du conseil stratégique au marketing, en passant par la création dans le numérique. Afin de suivre l'évolution des grands réseaux de la publicité en ligne (Google, Microsoft, Yahoo ! et AOL) et de mieux collaborer avec eux, Digitas a créé Prodigious Worldwide, une unité de production alliant efficacité et coûts compétitifs. Par ailleurs l'agence a créé The Global Marketing Navigator, une nouvelle génération d'outils destinés à déchiffrer en temps réel la masse d'informations générée par les campagnes numériques. Toutes ces actions ont permis à Digitas de renforcer ses liens avec ses clients et d'en conquérir de nouveaux comme Absolut, Joost, Miller Brewing Company, Samsung ou Sarah Lee.

L'année 2007 a été une année de défis pour les activités du secteur de la santé, qui a connu l'année la plus difficile depuis très longtemps avec un très faible nombre de nouvelles molécules approuvées. Malgré la conquête de nouveaux contrats, les revenus de Publicis Healthcare Communication Group (PHCG) ont été en retrait par rapport à l'année précédente, cette baisse ayant été marquée surtout chez Publicis Selling Solutions (PSS) qui a pâti des annulations de campagnes du secteur pharmaceutique, du fait de la non approbation de nouveaux lancements sur le marché et de la fin d'un contrat significatif en février 2007. Les activités de communication continuent de croître et ont bénéficié de très bons gains de budgets.

Public Relations and Corporate Communications Group (PRCC) offre une évolution des différents réseaux très contrastée en 2007 et une croissance globale faible malgré l'excellente performance du réseau MS&L.

Revenu par type d'activité

L'évolution de la répartition du revenu du Groupe par type d'activité reflète les objectifs annoncés par le Groupe en 2004 consistant à se concentrer sur ses activités à fort potentiel de croissance, et notamment les SAMS. Ainsi, la part des SAMS dans l'activité du Groupe a augmenté en 2007, grâce notamment à l'acquisition de Digitas, de Business Interactif (devenu Digitas France) et aux acquisitions de diverses agences spécialisées. Le tableau suivant présente le poids des trois principales catégories d'activité dans le revenu global du Groupe en 2006 et 2007 :

	2007	2006
Publicité traditionnelle	39 %	44 %
SAMS	36%	30 %
Média	25 %	26 %
Total	100%	100%

Revenu par zone géographique

Le tableau suivant présente la ventilation du revenu du Groupe par zone géographique en 2006 et 2007 :

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006	Variation	
			Globale	Organique
Amérique du Nord	1 799	1 747	3,0%	1,7%
Europe	2 016	1 842	9,4%	1,7%
Asie-Pacifique	502	471	6,6%	8,6%
Amérique latine	237	214	10,7%	8,9%
Afrique et Moyen-Orient	117	112	4,5%	11,1%
Total	4 671	4 386	6,5 %	3,1 %

Les revenus du Groupe en 2007 ont progressé sur l'ensemble des zones géographiques, et surtout dans les pays émergents (Afrique/Moyen-Orient, Amérique latine, Asie-Pacifique et Europe de l'Est) qui ont représenté ensemble 21,3 % du revenu en 2007 (24% en excluant Digitas qui opère essentiellement aux Etats-Unis), contre 21,0 % en 2006.

La croissance en Europe de l'Ouest reste faible malgré la bonne performance de Publicis Groupe Media (PGM) qui montre également une forte progression en Europe du Nord où l'on note sur l'exercice une excellente croissance de Public Relations and Corporate Communications Group (PRCC). En Europe du Sud, la plupart des activités du Groupe poursuivent une très bonne croissance en Espagne, en Italie, à l'exception de Publicis Groupe Media (PGM) restant très en deçà des attentes.

La croissance organique en Amérique latine atteint 8,9% malgré une croissance décevante au Brésil (3,7%).

L'Inde et la Russie continuent à connaître des taux de croissance organique supérieurs à 20%. La Chine pour sa part affiche une croissance de 15%.

La répartition équilibrée du revenu par grands secteurs clients conjuguée à un portefeuille clients solide et à une plus grande exposition aux économies à forte croissance permettent au Groupe d'atténuer sensiblement les variations des cycles économiques.

9.3.2 Marge opérationnelle et résultat opérationnel

Marge opérationnelle globale

La marge opérationnelle avant amortissements, de 888 millions d'euros pour l'année 2007, progresse de 8,3% par rapport à un montant de 820 millions réalisé au cours de l'exercice 2006.

Les effets de change ont un impact négatif de 33 millions.

Les charges de personnel de 2 829 millions d'euros, comparées à 2 630 millions en 2006, sont en hausse de 7,6% pour l'ensemble de l'année, mais des progrès sensibles au deuxième semestre contiennent ces coûts à 60,6% du revenu annuel. Si l'on exclut l'impact des acquisitions et des effets de change des charges de personnel en 2007, ce ratio passe sous la barre des 60% du revenu.

Les autres coûts opérationnels, soit 954 millions d'euros en 2007 contre 936 millions en 2006, n'augmentent que de 1,9% malgré les coûts d'intégration de Digitas, résultat de progrès très sensibles, le poids relatif des frais de fonctionnement et des frais commerciaux étant en diminution (20,4% pour l'année 2007 à comparer à 21,3% pour l'année 2006).

La gestion de divers coûts, comme les divers coûts d'occupation, l'optimisation de coûts opérationnels, la réduction des coûts liés à la loi Sarbanes Oxley ainsi que l'optimisation de divers coûts de fonctionnement ont fortement contribué à l'amélioration de la marge opérationnelle.

Après une dotation aux amortissements pour l'exercice 2007 de 109 millions d'euros contre 107 millions en 2006, la marge opérationnelle atteint 779 millions d'euros en 2007, soit une augmentation de 9,3% comparée à 2006.

Le taux de marge opérationnelle pour l'ensemble de l'année 2007 s'élève à 16,7% en progression par rapport à un taux de marge déjà élevé de 16,3% en 2006 et avec une année d'avance sur les objectifs que le Groupe s'était fixés. Cette remarquable performance, réalisée malgré un niveau significatif de coûts d'intégration de Digitas, s'explique par les efforts continus menés en matière de gestion des coûts pour l'ensemble du Groupe et dans une moindre mesure par l'amélioration rapide de la rentabilité de Digitas.

Résultat opérationnel

Les amortissements des immobilisations incorporelles liés aux acquisitions sont en augmentation du fait de la consolidation des filiales acquises au cours de l'exercice (30 millions d'euros en 2007 contre 22 millions l'année précédente).

Une perte de valeur de 6 millions d'euros concernant principalement Fallon et une filiale de Médias & Régies Europe a été enregistrée contre 31 millions d'euros en 2006. Les produits non courants nets sont de 3 millions d'euros, provenant de cessions d'immobilisations et de participations, contre un produit de 29 millions en 2006, comprenant principalement la plus-value de cession de l'immeuble Saatchi & Saatchi sur l'Ile de la Jatte. Le résultat opérationnel s'élève à 746 millions pour l'année 2007 contre 689 millions en 2006 soit une augmentation de 8,3%.

9.3.3 Autres postes du compte de résultat

Le résultat financier, composé du coût de l'endettement financier net et d'autres charges et produits financiers, est une charge de 78 millions d'euros en 2007 contre une charge de 50 millions en 2006. Cette hausse est essentiellement imputable au coût de financement de l'acquisition de Digitas (1,3 milliard de dollars payés fin janvier 2007).

La charge d'impôt de l'année 2007 est de 201 millions d'euros, soit un taux effectif d'imposition de 30%, conforme à l'objectif du Groupe, contre 192 millions payés en 2006, représentant un taux effectif de 30,2%.

La quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence est de 9 millions d'euros comparé à 22 millions l'année précédente (2006 incluait la quote-part du Groupe dans iSe, soit 7 millions d'euros, contre moins d'1 million en 2007).

Les intérêts minoritaires se sont élevés à 24 millions d'euros contre 26 millions l'année précédente. Le résultat net, part du Groupe, s'élève à 452 millions d'euros, en progression de 2% par rapport au résultat net part du Groupe de 443 millions réalisé en 2006.

Le bénéfice net par action courant (tel que défini dans la note 9 des comptes consolidés) s'est élevé à 2,28 euros et à 2,11 euros par action en dilué, marquant des progressions de respectivement 5,6% et 5,0%. Le bénéfice par action s'est élevé à 2,18 euros et le bénéfice par action dilué à 2,02 euros, faisant ressortir des progressions de 3,3% et 2,5% respectivement.

9.3.4 Publicis Groupe (Société-mère du Groupe)

Le revenu de Publicis Groupe est composé exclusivement de loyers immobiliers et de « *management fees* » pour services d'assistance aux filiales du Groupe. Il s'est élevé à 22 millions d'euros au 31 décembre 2007, soit un montant équivalent à celui de 2006.

Les produits financiers se sont élevés à 235 millions d'euros au 31 décembre 2007 contre 229 millions d'euros en 2006.

Les charges d'exploitation se sont élevées à 26 millions d'euros contre 24 millions d'euros l'année précédente, tandis que les charges financières sont passées de 107 millions d'euros l'an passé à 251 millions d'euros. L'augmentation est essentiellement due à une dotation aux provisions sur actions propres de 40 millions d'euros à la clôture de l'exercice 2007 ainsi qu'à des pertes de change (90 millions d'euros). Ces pertes sont partiellement compensées en 2007 par des gains de change (56 millions d'euros). La perte de change nette ressort ainsi à 34 millions d'euros, et résulte essentiellement de la perte de change latente sur le prêt de 977,25 millions de dollars consenti à MMS USA Holdings, cette perte étant sans effet sur le compte de résultat consolidé du Groupe. Depuis le 28 novembre 2007 ce prêt est couvert par un emprunt en dollars d'un montant équivalent permettant de ne plus constater d'écart de conversion.

Le résultat courant avant impôts ressort en conséquence de ce qui précède en perte de 17 millions d'euros contre un bénéfice courant avant impôts de 123 millions d'euros l'année précédente.

Le résultat exceptionnel net de 2007 s'élève à 160 millions d'euros résultant principalement de la plus-value d'apport des titres détenus dans Publicis USA Holdings et MMS USA Holdings à Publicis Groupe Investissements (159 millions d'euros).

Le résultat exceptionnel 2006 était une perte de 180 millions d'euros, comprenant d'une part une moins-value de 200 millions d'euros relative au rachat de près de 80% des bons de souscription d'actions émis à l'occasion de l'acquisition de Bcom3 et d'autre part la plus-value de cession de l'immeuble de l'Ile de la Jatte à Neuilly-sur-Seine d'un montant de 20 millions d'euros.

Après prise en compte d'un effet fiscal « positif » (crédit d'impôt) de 20 millions d'euros provenant de l'intégration fiscale française (contre 17 millions en 2006), le résultat net de Publicis Groupe SA, société-mère du groupe, s'est établi à 164 millions d'euros au 31 décembre 2007 contre une perte de 39 millions d'euros au 31 décembre 2006.

9.4 Utilisation des hypothèses et des estimations dans l'établissement des comptes

Voir note 1 des comptes consolidés au chapitre 20.1 du présent document.

10. TRÉSORERIE ET CAPITAUX

10.1 Source et montant des flux de trésorerie du Groupe et description de ces flux de trésorerie

Flux de trésorerie

Les flux nets de trésorerie générés par l'activité se sont élevés à 798 millions d'euros au 31 décembre 2007 contre 593 millions en 2006. Le besoin en fonds de roulement a connu une amélioration de 106 millions d'euros, qui est à comparer à une dégradation de 21 millions d'euros en 2006. L'impôt payé a été de 197 millions d'euros au 31 décembre contre 229 millions d'euros au 31 décembre de l'année précédente principalement du fait de la baisse de l'impôt payé aux US et des effets de change. Les intérêts payés se sont élevés à 87 millions d'euros au 31 décembre 2007, contre 85 millions d'euros l'année précédente, les intérêts encaissés ressortant à 51 millions contre 74 millions en 2006.

Les flux nets liés aux opérations d'investissement comprennent les acquisitions et cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles, les acquisitions nettes d'immobilisations financières et les acquisitions et cessions de filiales. Le montant net des flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement correspond à une utilisation de trésorerie de 1 079 millions d'euros au 31 décembre 2007 contre une utilisation de 99 millions l'année précédente. Les investissements en immobilisations (nets) ont été limités à 77 millions d'euros contre 49 millions d'euros en 2006 qui incluaient le produit de la vente de l'immeuble Saatchi & Saatchi sur l'île de la Jatte. Les acquisitions de filiales nettes de cessions ont représenté un investissement de 996 millions d'euros dont la plus grande partie correspond à la trésorerie nette décaissée pour l'acquisition de Digitas (779 millions d'euros) et Business Interactif (69 millions d'euros). Les autres acquisitions nettes de cessions (notamment SAS UK, Pharmagistics, McGinn et Phonevalley) ont représenté un décaissement de 58 millions d'euros, des paiements d'*earn-out* et *buy-out* ont également été réalisés pour un montant de 90 millions d'euros au total.

Les flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement comprennent les dividendes versés, la variation des emprunts et les opérations sur les actions propres et bons de souscription d'actions (BSA) émis par la Société. Les opérations de financement se sont traduites par un besoin de 238 millions d'euros au 31 décembre 2007 contre 350 millions d'euros au 31 décembre 2006.

En 2007, il provient en grande partie des acquisitions d'actions propres, nettes des cessions réalisées suite aux levées d'options et y compris les opérations d'achat/vente du contrat de liquidité, qui ont représenté un investissement net de 162 millions d'euros. Les dividendes représentent également une part importante de ce besoin, avec 92 millions de dividendes versés en 2007 contre 66 millions en 2006.

L'important besoin de 2006 avait été généré par le rachat des BSA pour 200 millions d'euros et par des remboursements d'emprunts (essentiellement Océane 2018, suite à l'exercice partiel du *put* par certains porteurs en janvier) pour 50 millions d'euros.

Au total, la position de trésorerie du Groupe nette des soldes créditeurs de banques a diminué de 601 millions d'euros, principalement du fait des acquisitions (en particulier Digitas) et du rachat d'actions propres, contre une augmentation de 5 millions d'euros l'année précédente.

Free cash flow

Le *free cash flow* du Groupe, hors variation du besoin en fonds de roulement, augmente fortement (+8,8%), passant de 565 millions d'euros en 2006 à 615 millions en 2007.

Le *free cash flow* est un indicateur utilisé par le Groupe pour mesurer les liquidités provenant de l'activité après prise en compte des investissements en immobilisations, mais avant les opérations d'acquisition ou de cession de participations et avant les opérations de financement (y compris le financement du besoin en fonds de roulement). Le tableau ci-dessous présente le calcul du *free cash flow* du Groupe (hors variation du besoin en fonds de roulement) :

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006 ⁽¹⁾
Flux de trésorerie générés par l'activité	798	593
Investissements en immobilisations (nets)	(77)	(49)
Free cash flow	721	544
Neutralisation de la variation du BFR	(106)	21
Free cash flow hors variation du BFR	615	565

⁽¹⁾ Le *Free cash flow* (hors variation du besoin en fonds de roulement) publié pour l'année 2006 était de 544 millions d'euros.

Du fait du reclassement des frais de restructuration payés dans la variation du besoin en fonds de roulement et de l'exclusion des variations d'immobilisations financières des investissements, il a été porté à 565 millions d'euros.

10.2 Informations sur les capitaux et l'endettement du Groupe (à court et à long terme)

Les capitaux propres consolidés part du Groupe sont passés de 2 080 millions d'euros au 31 décembre 2006 à 2 198 millions d'euros au 31 décembre 2007.

La variation nette des capitaux propres depuis la clôture de l'exercice précédent est une augmentation de 118 millions d'euros. Cette augmentation est essentiellement due au résultat de l'exercice (452 millions d'euros), net de dividendes versés (92 millions d'euros) ; elle est en partie compensée par l'effet négatif sur les capitaux propres des rachats d'actions propres (nets de cession) effectués pendant l'exercice (162 millions d'euros) ainsi que celui également défavorable des variations de change (212 millions d'euros). L'acquisition de Digitas ainsi que celle de Digitas France (ex Business Interactif) ont contribué à l'augmentation des capitaux propres au travers de la valorisation des plans de stock options Digitas existants lors de l'acquisition (65 millions d'euros) et de l'augmentation de capital réalisée pour rémunérer les apports de titres Digitas France (65 millions d'euros). Les intérêts minoritaires s'élèvent à 27 millions d'euros, identiques à ceux du 31 décembre 2006.

Endettement financier net

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006
Dettes financières (long et court terme)	2 112	2 114
Juste valeur du dérivé sur couverture d'investissement net ⁽¹⁾	39	25
Juste valeur des dérivés sur prêts / emprunts intragroupe ⁽¹⁾	(1)	2
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(1 313)	(1 920)
Endettement financier net	837	221

(1) Présentées en « Autres créances et actifs courants » et « Autres dettes et passifs courants » au bilan consolidé.

L'endettement financier net est passé de 221 millions d'euros au 31 décembre 2006 à 837 millions d'euros au 31 décembre 2007 : cette augmentation de l'endettement net est la conséquence de l'utilisation de la trésorerie disponible pour financer l'acquisition de Digitas (1,3 milliard de dollars).

Le ratio dette nette / fonds propres est ainsi passé de 0,10 au 31 décembre 2006 à 0,38 au 31 décembre 2007. La dette nette moyenne du Groupe au 31 décembre 2007 était de 1 207 millions d'euros contre 652 millions d'euros au 31 décembre 2006. Si l'on exclut l'effet de l'acquisition de Digitas, la dette nette moyenne ressort à 461 millions d'euros, soit une amélioration de 175 millions d'euros par rapport à l'année précédente.

La dette brute du Groupe s'élève à 2 112 millions d'euros au 31 décembre 2007 contre 2 114 millions d'euros au 31 décembre 2006, composée de 61% d'échéances à plus d'un an et de 16% d'échéances à plus de cinq ans. (Voir note 22 des comptes consolidés au 31 décembre 2007 pour un échéancier détaillé des dettes du Groupe).

La dette financière est constituée d'emprunts à taux fixe (55% de la dette brute hors dettes sur acquisitions de titres de participation et sur engagements de rachats de minoritaires au 31 décembre 2007) dont le taux moyen pour l'année 2007 est de 6,1% (ce taux tient compte du complément d'intérêts lié à la séparation des emprunts obligataires à option de conversion Océanes et Oranes entre une partie dettes et une partie capitaux propres). La partie de la dette à taux variable (45% de la dette au 31 décembre 2007) fait ressortir un taux moyen pour l'année 2007 de 6,0%.

Suite au débouclage de la partie change du swap opéré sur l'Eurobond en fin d'année 2007, la dette financière du Groupe est désormais libellée majoritairement en euros (85% de la dette brute). La décomposition de la dette au 31 décembre 2007 par devise est la suivante : 1 795 millions d'euros libellés en euros, 166 millions d'euros libellés en dollars américains, et 151 millions d'euros libellés en autres devises.

Le Groupe a fixé, en décembre 2005, des ratios financiers optimaux appelés à guider la politique financière du Groupe (croissance externe, dividendes...). Ces ratios ont été respectés à la clôture de l'exercice, onze mois seulement après l'acquisition de Digitas, comme l'atteste le tableau ci-après :

	ratio optimal	31 décembre 2007	31 décembre 2006
Dette nette moyenne/marge opérationnelle avant amortissement	< 1,50	1,4	0,8
Dette nette / capitaux propres	< 0,5	0,4	0,1
Couverture des intérêts (marge opérationnelle avant amortissement / coût de l'endettement financier net)	> 7	12	22

10.3 Information sur les conditions d'emprunt et la structure du financement du Groupe

Pour faire face au risque de liquidité, Publicis dispose d'une part de disponibilités conséquentes (trésorerie et équivalents de trésorerie pour un total au 31 décembre 2007 de 1 313 millions d'euros) et d'autre part de lignes de crédit non utilisées (qui s'élèvent à 1 989 millions d'euros au 31 décembre 2007). La composante principale de ces lignes est un crédit syndiqué multi-devises de 1 500 millions d'euros, à échéance 2012 avec une option d'extension jusqu'à juillet 2014, après accord des banques.

Ces sommes disponibles ou mobilisables quasiment immédiatement permettent très largement de faire face à la partie à moins d'un an de la dette financière du Groupe, y compris le remboursement de l'Océane 2008 si elle n'est pas convertie et les engagements de rachat de minoritaires, inclus dans la dette financière du Groupe.

La gestion de la trésorerie du Groupe a été optimisée par la mise en place, dans les principaux pays, de centres de gestion de trésorerie centralisés (*cash-pooling* domestiques). Depuis 2006, une structure de *cash-pooling* international est en place et a pour objet de centraliser l'ensemble des liquidités au niveau du Groupe.

Il convient de préciser en outre que la grande majorité des disponibilités est détenue par des filiales situées dans des pays où les fonds sont transférables ou centralisables librement.

Depuis décembre 2005, le Groupe est noté par les deux premières agences internationales Standard & Poor's et Moodys. A la date du présent document, les notes sont : BBB+ mention outlook négatif pour Standard & Poor's et Baa2 mention stable outlook pour Moodys.

10.4 Informations concernant toute restriction à l'utilisation des capitaux ayant influé sensiblement ou pouvant influencer sensiblement, de manière directe ou indirecte, sur les opérations du Groupe

Au 31 décembre 2007, ainsi qu'à la date d'arrêté des comptes, il n'y a ni *rating trigger* ni *financial covenants* sur les lignes bancaires court terme, le crédit syndiqué ou les dettes obligataires.

Il convient par ailleurs de noter qu'il n'existe pas de restrictions légales ou économiques susceptibles de limiter ou restreindre de façon significative dans un avenir prévisible les flux financiers vers la société-mère.

10.5 Informations concernant les sources de financement attendues qui seront nécessaires pour honorer les engagements visés aux points 5.2.3 et 8.1

Compte tenu des disponibilités (1 313 millions d'euros au 31 décembre 2007) d'une part et des lignes bancaires mobilisables (1 989 millions d'euros à la même date) d'autre part, le Groupe dispose des liquidités nécessaires tant pour faire face à son cycle d'exploitation qu'à son plan d'investissement des 12 mois à venir, y compris dans l'éventualité de la non conversion de l'Océane 2008 (qui entraînerait une sortie de trésorerie de 672 millions d'euros).

10.6 Engagements hors bilan

Les engagements hors bilan du Groupe incluent notamment les engagements d'investissement décrits au paragraphe 5.2.3 du présent document. La quasi-totalité des autres engagements du Groupe est liée aux contrats de location simple, dont le montant s'est élevé à 1 335 millions d'euros au 31 décembre 2007 (voir la note 24 des comptes consolidés au chapitre 20.1 pour une description détaillée des engagements du Groupe, et notamment un échéancier).

10.7 Obligations contractuelles

Voir la note 22 des comptes consolidés au chapitre 20.1, Emprunts et Dettes Financières, Analyse par échéance de remboursement.

11. RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT, BREVETS ET LICENCES

Les différentes entités composant le Groupe ont mis au point diverses méthodologies d'analyse, d'études (notamment sur le comportement des consommateurs, les évolutions sociologiques) et des outils (logiciels ou systèmes spécifiques) utiles dans leur mission auprès des clients. La majeure partie de ces outils concerne les activités de média-planning de ZenithOptimedia et Starcom MediaVest dans leur recherche des points de contact les plus pertinents pour les cibles de leurs clients, tandis que d'autres sont intégrés au processus de planning stratégique des agences et constituent des piliers du positionnement unique de chaque marque publicitaire. Enfin, certains outils sont appliqués à la gestion numérique des données marketing pour des clients (au sein de l'entité MarketForward). Il convient de préciser que plusieurs de ces outils ont nécessité des investissements pour leur développement ou une coopération avec des sociétés d'études externes. La politique du Groupe en la matière est décrite dans la note 1.2 des comptes consolidés figurant au chapitre 20.1 du présent document.

Les principaux outils utilisés dans le domaine publicitaire sont :

> pour Publicis : Freethinking et Ignition Day Workshops ;

> pour Leo Burnett : Brand Prospect Segmentation, Brand Stock equity metrics, Brand Persona Archetypes, BrandShelter Recession analytics, Buyer strategy detection, What If mapping, Red & Blue America, The new shape of luxury, Innerview motivation analytics et HumanKind Quotient ;

> pour Saatchi & Saatchi : The Strategic Toolkit, Sisomo, Xploring, The Story Brief, Inside Lovemarks (en association avec la société QiQ), Saatchi & Saatchi Ideas SuperStore, ainsi que The Publicis Ideas IQ Protocol (développé par Saatchi & Saatchi pour le Groupe Publicis).

Dans le domaine du conseil média, ZenithOptimedia utilise les gammes d'outils Zoom et Touchpoints, y compris Touchpoints ROI Tracker, Market Prioritisation Planner, Category Analyser, Consumer Profiler, Awareness Modeller, Budget Allocator, Innovations Database, Wizard TV Planner, Zone, et Multi-Copy Planner et Starcom MediaVest utilise, entre autres, Tardiis, Innovest, Media Pathways, Battlefield, Market Contact Audit (sous la licence accordée par la société Integration), Passion Groups, Contact Destinations, Intent Tracker/Modeler, Captivation Blueprint, IPXact et Map. Denuo dispose d'un nouvel outil Word of Mouth désigné sous la dénomination Socialight et MarketForward commercialise auprès de ses clients les systèmes Siren et BrandGuard. Enfin, Digitas commercialise auprès de ses clients, entre autres, le Global Marketing Navigator.

Le Groupe ne pense pas être, de façon significative, titulaire de brevets, licences et/ou procédés de fabrication. Aucun actif nécessaire à l'activité du Groupe n'est détenu par des membres du Directoire ou du Conseil de Surveillance ou leur famille.

12. INFORMATION SUR LES TENDANCES

Les tendances développées ci-dessous ne constituent pas des prévisions ou des estimations du bénéfice au sens du Règlement Européen n° 809/2004 du 29 avril 2004 pris en application de la Directive 2003/71/00 du Parlement Européen et du Conseil du 4 novembre 2003.

Au terme d'une année 2007 caractérisée par une entrée décisive dans le monde du numérique, le renforcement en Chine et en Inde, il faut retenir de cette période une évolution de l'organisation du Groupe lui permettant de préserver une souplesse de plus en plus nécessaire dans un monde en pleine évolution : comportement des consommateurs, paysage médiatique, univers technologique et bien entendu évolution des annonceurs eux-mêmes. Ces derniers sont confrontés à de nouveaux défis qui sont autant d'opportunités pour Publicis Groupe, qui a su se préparer à ce monde nouveau.

De nouvelles organisations accompagnent la stratégie de Publicis qui est de répondre à tous les besoins des annonceurs dans un monde en changement, que ce soit en valorisant les marques ou en enrichissant le lien privilégié avec les consommateurs. Ceci est rendu possible, d'une part par la tradition de Publicis dans la publicité, dans l'art de créer le contenu qui crée le lien, mais aujourd'hui également par la capacité du Groupe à précéder les nouveaux besoins de ses clients et les attentes des consommateurs.

Malgré la crise financière, l'économie mondiale a continué de croître en 2007, tirée par les économies émergentes et par les Etats-Unis. Dans ce contexte, Publicis Groupe a su à nouveau montrer d'excellentes performances financières. Les résultats de l'année 2007 démontrent la solidité du groupe et sa capacité à améliorer ses résultats tout en gagnant de nouveaux contrats dans un contexte heurté, constituant ainsi la preuve de sa « résilience ».

C'est avec confiance que le Groupe aborde l'année 2008. Les gains de budgets engrangés depuis le début de l'année qui viennent prolonger une excellente année 2007, la bonne croissance de ses clients et les perspectives d'une économie globale en croissance constituent un environnement favorable à une croissance organique en amélioration par rapport à l'année 2007.

Dans ce contexte, le Groupe est confiant dans le développement de ses activités de communication numérique et interactive et dans son expansion dans les pays à forte croissance, confirme ses objectifs visant à avoir, à l'horizon 2010, 50% de ses revenus issus pour moitié des activités numériques et pour moitié des économies émergentes.

Parallèlement à ces objectifs, le Groupe confirme un objectif de respect des équilibres financiers en conservant des ratios financiers optimaux :

- > dette nette moyenne/marge opérationnelle avant amortissements inférieure à 1,5 ;
- > dette nette de fin d'année/capitaux propres inférieure à 0,5 et couverture des intérêts supérieure à 7 fois la marge opérationnelle avant amortissements.

13. PRÉVISIONS OU ESTIMATIONS DU BÉNÉFICE

La Société ne communique pas de prévisions ni d'estimations de bénéfices.

14. ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE ET DIRECTION GÉNÉRALE

14.1 Membres du Directoire et du Conseil de Surveillance

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

Composition du Directoire

Nom et prénom	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonctions principales exercées au sein de la Société	Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe	Fonctions principales exercées en dehors du Groupe	Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années
Monsieur Maurice Lévy	27 novembre 1987	31 décembre 2011	<i>Président du Directoire</i>	• <i>Président Directeur Général</i> de Publicis Conseil SA (France) • <i>Membre du Conseil Surveillance</i> de Médias & Régies Europe SA (France) • <i>Chairman & CEO</i> de Publicis USA Holdings, Inc. (Etats- Unis) * • <i>Director</i> de - Fallon Group, Inc. (Etats-Unis) - MMS USA Holding, Inc. (Etats-Unis) - Zenith Optimedia Group Limited (Etats-Unis) - Publicis Canada, Inc. * • <i>Member of Management Committee</i> de Honeyshe'd LLC (* Fin de mandat au cours de l'exercice 2007)	• <i>Membre du Conseil Surveillance</i> de Deutsche Bank • <i>Président</i> du Palais de Tokyo, site de création contemporaine (Association Loi 1901) (France) * (* Fin de mandat au cours de l'exercice 2007)	Mandats énumérés ci-contre.
Monsieur Kevin Roberts	14 septembre 2000	31 décembre 2011	<i>Membre du Directoire</i>	• <i>Chairman</i> et <i>CEO</i> de Saatchi & Saatchi Campton Worldwide, Inc. (Etats-Unis) • <i>Membre du Comité Exécutif</i> de Publicis Groupe (P12) • <i>Director</i> de - Saatchi & Saatchi X, Inc. (Etats-Unis) - Conill Advertising, Inc. (Etats-Unis) - Saatchi & Saatchi North America, Inc. (Etats-Unis)	• <i>Director</i> de - Rowland Communications Worldwide, Inc. (Etats-Unis) - Red Rose Limited (Nouvelle-Zélande) - Red Rose Charitable Services Limited (Nouvelle-Zélande) - NZ Edge.com Holding Limited (Nouvelle-Zélande) - USA Rugby (Etats-Unis)	Mandats énumérés ci-contre ainsi que les mandats suivants : • <i>Administrateur</i> de - Lion Nathan Plc - New Zealand Rugby Football Union - North Harbour Rugby Football Union

Nom et prénom	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonctions principales exercées au sein de la Société	Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe	Fonctions principales exercées en dehors du Groupe	Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années
Monsieur Jack Klues	7 décembre 2004 (effet au 1 ^{er} janvier 2005)	31 décembre 2011	<i>Membre du Directoire</i>	• <i>Chairman</i> de Publicis Groupe Media • <i>Membre du Comité Exécutif</i> de Publicis Groupe (P12) • <i>Administrateur</i> de Starcom Worldwide SA (France) • <i>Director</i> de Starcom Worldwide SA de CV (Mexique) • <i>Chairman, oversight Board</i> de - Leo Burnett - Starcom MediaVest Group - Digitas collaboration (Insight Factory)	Néant	Néant
Monsieur Bertrand Siguier	17 juin 1999	31 décembre 2007	<i>Membre du Directoire</i>	• <i>Membre du Comité Exécutif</i> de Publicis Groupe (P12)* • <i>Président</i> de - Multi Market Services France Holdings SAS (France) - Global Event Management* • <i>Administrateur</i> de - Publicis Technology SA (France) - Publicis Constellation SA (France) • <i>Chairman</i> de Publicis Zone Iletisim Hizmetleri AS (Turquie) • <i>Director</i> de - Publicis Canada, Inc. - Publicis Communication Limited (Nouvelle Zelande) - Publicis Hellas Advertising (Grèce) - Publicis Mojo Limited (Nouvelle Zélande) - Publicis Comunicacion Espana, SA (Espagne) - Publicis Publicidade LDA (Espagne) - Publicis Sp. z.o.o. (Pologne) - Publicis Graphics Group Holding SA (Luxembourg) - Publicis Wet Desert Sdn Bhd (Malaisie) - Publicis Communication (Pty) Limited (Afrique du Sud) - Publicis Srl (Italie) - Beacon Communications kk (Japon) - Capital Advertising Private Ltd (Inde)	• <i>Administrateur</i> de - Gantois SA (France) - HM Editions (France) - Gaumont (France)	Mandats énumérés ci-contre.

Nom et prénom	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonctions principales exercées au sein de la Société	Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe	Fonctions principales exercées en dehors du Groupe	Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années
				- Welcomm Publicis Worldwide Co, Ltd (Corée) - Saatchi & Saatchi PCI Co, Ltd (Corée) • <i>Vice Chairman</i> de - Publicis Bold İletişim Tasarımları Pazarlama ve Danışmanlık Hizmetleri Sanayi ve Ticaret AS (Turquie) - Starcom Allmedia Medya Planlama Satınalma Danışmanlık ve Pazarlama AS (Turquie) - Publicis Yorum Tanıtım Basım ve Yayın Hizmetleri AS (Turquie) • <i>Deputy Chairman</i> de iSe International Sports and Entertainment AG (Suisse) • <i>Représentant permanent</i> de Publicis Groupe dans Publicis Finance Services SA (France) • <i>Représentant légal</i> de Multi Market Services France Holdings dans : - Leo Burnett SAS (France) - Quomodo SAS (France) - Marcel SNC (France) - Global Event Management SAS * • <i>Membre du Comité de Direction</i> de Multi Market Services France Holdings SAS (* Fin de mandat au cours de l'exercice 2007)		
Madame Claudine Bienaimé	1 ^{er} janvier 2004	31 décembre 2007	<i>Membre du Directoire</i> <i>Secrétaire Général</i>	• <i>Membre du Comité Exécutif</i> de Publicis Groupe (P12)* • <i>Président</i> de Publicis Groupe Services SAS • <i>Administrateur</i> de - Publicis Conseil SA (France) - Solange Stricker ! Finincom SA (France) - Groupe ZenithOptimedia SA (France) • <i>Représentant permanent</i> de Publicis Groupe dans - Publicis Technology SA (France) • <i>Représentant permanent</i> de Publicis Conseil dans - Publicis Finance Services SA (France)	• <i>Administrateur</i> de - Gévelot SA (France) - P. C. M. SA (France) - Gévelot Extrusion SA (France) - Gurtner SA (France) • <i>Président Directeur Général</i> de la Société Immobilière du Boisdormant SA (France) • <i>Directeur Général Délégué</i> de - Rosclodan SA (France) - Sopofam SA (France)	Mandats énumérés ci-contre.

Nom et prénom	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonctions principales exercées au sein de la Société	Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe	Fonctions principales exercées en dehors du Groupe	Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années
				- Publicis EtNous SA (France) - Re:Sources France SAS (France) - Loeb & Associés SA (France) - World Advertising Movies SA (France) - Publicis Constellation SA (France) • <i>Représentant permanent</i> de Multi Market Services France Holdings SAS (France) dans - Publicis Technology SA • <i>Membre du Comité de Direction</i> de Multi Market Services France Holdings SAS • <i>Director</i> de - Publicis Groupe Investments BV (Pays-Bas) - Publicis Holdings BV (Pays-Bas) - Publicis Groupe Holdings BV (Pays-Bas) (* Fin de mandat au cours de l'exercice 2007)	• <i>Président du Comité d'Audit</i> de Gévelot SA (France) • <i>Gérant</i> de la SCI Presbourg Etoile (France)	
Monsieur David Kenny	4 décembre 2007 (effet au 1 ^{er} janvier 2008)	31 décembre 2011	<i>Membre du Directoire</i>	• <i>Chairman et CEO</i> de Digitas • <i>Membre du Comité Exécutif</i> de Publicis Groupe (P12) • <i>Membre du Conseil d'administration</i> de - Communication Central Ltd (Virgin Islands, British) - Communication Central Group Investment Ltd (Virgin Islands, British) - Communication Central Group Limited (Hong Kong) - Communication Central Holding Ltd (Hong Kong) - Communication Central Software Ltd (Virgin Islands, British) - Communication Central Software (HK) Ltd (Hong Kong) - Digitas France - Red Pepper Ltd (Virgin Islands, British)	• <i>Membre du Conseil d'administration</i> de - Akamai Technologies, Inc. (Etats-Unis) - Ad Council (Etats-Unis) - Teach for America (Etats-Unis) - The Corporate Executive Board (Etats-Unis)	Mandats énumérés ci-contre ainsi que celui de <i>Membre du Conseil d'administration</i> de Sentient Air (Etats-Unis)
Monsieur Jean-Yves Naouri	4 décembre 2007 (effet au 1 ^{er} janvier 2008)	31 décembre 2011	<i>Membre du Directoire</i>	• <i>Directeur Général Adjoint – Opérations</i> de Publicis Groupe • <i>Membre du Comité Exécutif</i> de Publicis Groupe (P12)	Néant	Néant

Nom et prénom	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonctions principales exercées au sein de la Société	Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe	Fonctions principales exercées en dehors du Groupe	Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années
				• <i>Président</i> de Re:Sources France SAS • <i>Président Directeur Général</i> de Publicis Technology • <i>Membre du Conseil de Surveillance</i> de Publicis. Net • <i>Administrateur</i> de - Digitas France - Publicis Conseil * • <i>Director</i> de - MarketForward Corporation (Etats-Unis) - Lion Resources Iberia SL (Espagne) - Re:Sources Italy srl - Re:Sources Mexico SA de CV - Leo Burnett Publicidade Ltd (Brésil) (* Fin de mandat au cours de l'exercice 2007)		

Membres du Directoire dont les mandats sont arrivés à échéance le 31 décembre 2007 sans être renouvelés

Les mandats de Madame Claudine Bienaimé et Monsieur Bertrand Siguier sont arrivés à échéance le 31 décembre 2007 et n'ont pas été renouvelés.

Composition du Conseil de Surveillance

Nom et prénom	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonctions principales exercées au sein de la Société	Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe	Fonctions principales exercées en dehors du Groupe	Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années
Madame Elisabeth Badinter	27 novembre 1987	30 juin 2012	<i>Présidente du Conseil de Surveillance</i> <i>Présidente du Comité de Nomination</i> <i>Membre du Comité de Rémunération</i>	<i>Présidente du Conseil de Surveillance</i> de Médias & Régies Europe SA (France)	Ecrivain	Néant
Madame Sophie Dulac	25 juin 1998	30 juin 2010	<i>Vice-Présidente du Conseil de Surveillance</i>	Néant	• <i>Présidente du Conseil d'administration</i> de Les Ecrans de Paris SA (France) • <i>Gérante</i> de - Sophie Dulac Productions SARL (France) - Sophie Dulac Distributions SARL (France) • <i>Présidente</i> de Association Paris Tout Court (France)	Mandats énumérés ci-contre ainsi que celui de <i>Vice-Présidente du Conseil d'administration</i> de CIM de Montmartre SA.
Monsieur Simon Badinter	17 juin 1999	30 juin 2011	<i>Membre du Conseil de Surveillance</i>	• <i>Président du Directoire</i> de Médias & Régies Europe SA (France) • <i>Chairman & CEO</i> de Médias & Régies America, Inc. (Etats-Unis) • <i>Président et CEO</i> de Omni Media Cleveland, Inc. (Etats-Unis) • <i>Président</i> de Gestion Omni Media, Inc. (Canada) • <i>Président et CEO</i> du bureau de développement de Médias et Régies Europe à Cleveland (Etats-Unis)	Néant	Néant

Nom et prénom	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonctions principales exercées au sein de la Société	Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe	Fonctions principales exercées en dehors du Groupe	Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années
				• <i>Administrateur</i> de Médiavista (France) • <i>Représentant permanent</i> de Médias & Régies Europe dans - R.P.T.P - Métrobus Publicité SA (France) - Mediavision et Jean Mineur SA (France) • <i>Member of the Board</i> de Onspot Digital (Etats-Unis) • <i>Co-General Manager</i> de Onspot Digital Network (Etats-Unis)		
Madame Monique Bercault	25 juin 1998	30 juin 2010	<i>Membre du Conseil de Surveillance</i>	<i>Conseiller Technique auprès du Président du Directoire</i> de Médias & Régies Europe	Néant	Néant
Monsieur Michel Cicurel	17 juin 1999	30 juin 2010	<i>Membre du Conseil de Surveillance</i> <i>Président du Comité de Rémunération</i> <i>Membre du Comité de Nomination</i>	Néant	• <i>Président du Directoire</i> de - La Compagnie Financière Edmond de Rothschild Banque SA (France) - Compagnie Financière Saint-Honoré SA (France) • <i>Président du Conseil d'administration</i> de - ERS SA (France) - Edmond de Rothschild SGR Spa (Italie) - Edmond de Rothschild SIM Spa (Italie) • <i>Président du Conseil de Surveillance</i> de - Edmond de Rothschild Multi Management SAS (France) - Edmond de Rothschild Corporate Finance SAS (France) • <i>Membre du Conseil de Surveillance</i> de - Edmond de Rothschild Private Equity Partners SAS - Assurances et Conseils Saint-Honoré SA - SIACI SA - Newstone Courtage SA	Mandats énumérés ci-contre ainsi que les mandats suivants : • <i>Administrateur</i> de - Bolloré Investissement SA - Cir International • <i>Président du Conseil de Surveillance</i> de - Edmond de Rothschild Private Equity Partners SAS • <i>Représentant permanent</i> de La Compagnie Financière Edmond de Rothschild Banque dans - Mobility Benefits - Edmond de Rothschild Multi Management SAS - Assurances Saint-Honoré SA - Assurances et Conseils Saint Honoré - Edmond de Rothschild Corporate Finance • <i>Représentant permanent</i> de Compagnie

Nom et prénom	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonctions principales exercées au sein de la Société	Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe	Fonctions principales exercées en dehors du Groupe	Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années
					• <i>Administrateur</i> de - Banque Privée Edmond de Rothschild SA (Suisse) - Edmond de Rothschild Limited (Royaume-Uni) - La Compagnie Financière Holding Edmond et Benjamin de Rothschild SA (Suisse) - La Compagnie Benjamin de Rothschild SA (Suisse) - Bouygues Telecom SA - Cdb Web Tech (Italie) - Société Générale SA - Rexecode (Association) • <i>Représentant permanent</i> de La Compagnie Financière Edmond de Rothschild Banque dans - Edmond de Rothschild Asset Management SAS (France) - Edmond de Rothschild Corporate Finance SAS (France) * - Edmond de Rothschild Financial Services SAS (France) - Equity Vision SA (France) - Assurances et Conseils Saint-Honoré SA (France)* • <i>Représentant permanent</i> de Compagnie Financière Saint-Honoré dans - Cogifrance SA (France) • <i>Censeur</i> de Paris-Orléans SA (France) (* Fin de mandat au cours de l'exercice 2007)	Financière Saint-Honoré dans - Compagnie de Conseils des Assurances Saint-Honoré • <i>Membre du Conseil des Commanditaires</i> de Rothschild & Compagnie Banque • <i>Censeur</i> de Francarep
Monsieur Michel David-Weill	21 juin 1990	30 juin 2008	<i>Membre du Conseil de Surveillance</i> <i>Membre du Comité d'Audit *</i>	Néant	• <i>Président du Conseil de Surveillance</i> de Eurazeo SA (France) • <i>Administrateur</i> de - Groupe Danone SA (France) - Banca Leonardo Group SPA (Italie) • <i>Gérant</i> de Parteman SNC (France) • <i>Associé Commandité</i> et	Mandats énumérés ci-contre ainsi que les mandats suivants : • <i>Chairman</i> de Lazard Group LLC (Etats-Unis) • <i>Président Directeur Général</i> de Lazard Frères Banque SA • <i>Président</i> de - Maison Lazard SAS - Malesherbes SA

Nom et prénom	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonctions principales exercées au sein de la Société	Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe	Fonctions principales exercées en dehors du Groupe	Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années
			(* Fin de mandat au cours de l'exercice 2007)		Gérant de Partena SCS (France) Président du Comité de Nomination et de Rémunération de Groupe Danone SA (France)	- Managing Director de Lazard Frères & CO. LLC (Etats-unis) - Administrateur de - Fonds Partenaires-Gestion - Rue Impériale SA - Lazard Frères Banque - Associé-Gérant de Lazard Frères SAS - Gérant de - Parteger SNC - Partemiel SNC - BCNA SNC - Liquidateur de - Partemiel SNC - BCNA SNC
Monsieur Michel Halpérin	2 mars 2006	30 juin 2008	Membre du Conseil de Surveillance	Néant	- Député du Grand Conseil de la République et Canton de Genève - Président de - Human Rights Watch, Comité International de Genève - Amis Suisses de l'Université Ben Gourion du Néguev - Vice-Président du Conseil d'administration de BNP PARIBAS SA (Suisse) - Membre du Conseil de la Fondation Genève Place Financière	Mandats énumérés ci-contre ainsi que Président du Grand Conseil de la République et Canton de Genève
Monsieur Tateo Matakai	9 septembre 2004	30 juin 2008	Membre du Conseil de Surveillance	Néant	- Chairman et CEO de Dentsu, Inc. - Representative Director de Dentsu Inc. - President de Japan Advertising Agencies Association - Vice President de Japan Marketing Association, International Advertising Association Japan Chapter - Membre de - Nippon Academy Award Association - Chambre de Commerce et	Mandats énumérés ci-contre ainsi que les mandats de : - Member of Controlling Committee de Japan Advertising Agencies Association - Vice President du Comité d'organisation des championnats du monde d'athlétisme IAAF en 2007 - President & CEO de Dentsu

Nom et prénom	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonctions principales exercées au sein de la Société	Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe	Fonctions principales exercées en dehors du Groupe	Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années
					d'Industrie de Tokyo • <i>Director</i> de Tokyo Broadcasting System Television, Inc. • <i>Corporate Advisor</i> de - Broadcasting system of Niigata, Inc. - Shinetsu Broadcasting Corporation Ltd. • <i>Advisory Director</i> de Television Nishinippon Corporation • <i>Senior Corporate Advisor</i> de Iwate Broadcasting Co., Ltd.	
Madame Léone Meyer	7 juin 2006	30 juin 2012	<i>Membre du Conseil de Surveillance</i> <i>Membre du Comité de Nomination</i>	Néant	• <i>Présidente</i> de Phison Capital, société financière et d'investissement	Mandat énuméré ci-contre ainsi que les mandats suivants : • <i>Présidente et Membre du Conseil de Surveillance</i> des Galeries Lafayette SA • <i>Présidente</i> de Sogefin • <i>Membre du Comité de Surveillance</i> du BHV • <i>Administrateur</i> de - Cofinoga - Lafayette Services-Laser - Monoprix • <i>Membre du Conseil de Surveillance</i> de Casino
Monsieur Yutaka Narita	18 juin 2002	30 juin 2008	<i>Membre du Conseil de Surveillance</i>	Néant	• <i>Principal Advisor</i> de Dentsu, Inc. • <i>Chairman</i> de - Japan Advertising Agencies Association - Japan Audit Bureau of Circulations - Dentsu Communication Institute, Inc. • <i>Member of the Foundation Board</i> de Institute for Management Development • <i>Membre</i> de la Chambre de Commerce et d'Industrie Française au Japon	Mandats énumérés ci-contre ainsi que les mandats suivants : • <i>Chairman et CEO</i> de Dentsu, Inc. • <i>Executive Director</i> de FM Japan Ltd

Nom et prénom	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonctions principales exercées au sein de la Société	Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe	Fonctions principales exercées en dehors du Groupe	Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années
					• <i>Membre</i> du Conseil stratégique pour l'attractivité de la France • <i>Professeur émérite</i> de l'Université de Pékin • <i>Chairman of the Confederation</i> de Asia Advertising Agency Associations	
Madame Hélène Ploix	25 juin 1998	30 juin 2010	<i>Membre du Conseil de Surveillance</i> <i>Membre du Comité d'Audit</i>	Néant	• <i>Présidente</i> de - Pechel Industries SAS (France) - Pechel Industries Partenaires SAS (France) - Pechel Services SAS (France) • <i>Administrateur</i> de - Lafarge SA (France) - BNP Paribas SA (France) - Alliance Boots Plc (Royaume-Uni) * - Ferring SA (Suisse) • <i>Représentant permanent</i> de Pechel Industries - Aquarelle.com Group SA (France)* - Quinette Gallay SA (France) * - VBG-Dourthe Kressman SA (France)* - CAE International CS (France) * • <i>Représentant permanent</i> de Pechel Industries Partenaires - Comple Tel Europe NV (Pays-Bas) - SVP Management et Participations SA (France) * • <i>Gérante</i> de - Hélène Ploix SARL (France) - Hélène Marie Joseph SARL (France) • <i>Observateur aux CA</i> de Ypso Holding SA (Luxembourg) (* Fin de mandat au cours de l'exercice 2007)	Mandats énumérés ci-contre ainsi que les mandats suivants : • <i>Vice Présidente</i> de CAE International SA (France) • <i>Administrateur</i> de - HRF 6 SA (France) • <i>Représentant permanent</i> de Pechel Industries - Financière d'Or SA - Histoire d'Or SA - Co Spirit SA - Panoramet SA - IDM SA - Holding Nelson SAS - Créations Nelson SA - Homerider Systems SA - Xiring SA
Monsieur Felix Rohatyn	14 juin 2001	30 juin 2013	<i>Membre du Conseil de Surveillance</i>	Néant	• <i>Président</i> de Rohatyn Associates LLC (Etats-Unis) • <i>Vice Chairman</i> de Lehman Brothers	Mandats énumérés ci-contre ainsi que les mandats suivants : • <i>Administrateur</i> de - Suez SA - Fiat Spa

Nom et prénom	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonctions principales exercées au sein de la Société	Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe	Fonctions principales exercées en dehors du Groupe	Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années
					<i>(Etats-Unis)</i> • <i>Membre du Conseil de Surveillance</i> de Lagardère Groupe SA (France) • <i>Administrateur</i> de - LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA (France) - French American Foundation (Etats-Unis) • <i>Honorary Trustee</i> de Carnegie Hall (Etats-Unis) • <i>Trustee</i> de - Center for Strategic and International Studies - (CSIS) (Etats-Unis) • <i>Membre de Trustee Board</i> de Middlebury College (Etats-Unis) • <i>Member Council on Foreign Relations</i> (Etats-Unis)	- Comcast Corporation - Rothschilds Continuation Holdings AG
Monsieur Amaury de Seze	25 juin 1998	30 juin 2010	<i>Membre du Conseil de Surveillance</i> <i>Membre du Comité de Rémunération</i>	Néant	• <i>Président du Conseil de Surveillance</i> de PAI partners SAS (France) * • <i>Vice-Président du Conseil de Surveillance</i> de Carrefour SA (France) • <i>Membre du Conseil de Surveillance</i> de Gras Savoye SCA (France) • <i>Chairman</i> de PAI partners UK Ltd (Royaume-Uni) • <i>Administrateur</i> de - Eiffage SA (France) - Erbé SA (Belgique) - Groupe Bruxelles Lambert SA (Belgique) - Groupe Industriel Marcel Dassault SA (France) - PAI Europe III General Partner NC (Guernesey) - PAI Europe IV General Partner NC (Guernesey) - PAI Europe IV UK General Partner Ltd (Royaume-Uni)	Mandats énumérés ci-contre ainsi que les mandats suivants : • <i>Président</i> de - Financière PAI SAS - Financière PAI partners SAS - PAI Management SAS - Cobepa SA • <i>Administrateur</i> de - GIB SA - NHG SAS - Sagal SA - UGC SA - IMS SA - United Biscuits Holding Ltd. - Coparex International SA - Gepeco SA (France) - Novalis SAS (France) - Novasaur SAS (France) - Vivarte SA (France) - SAECO Spa (Italie)

Nom et prénom	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonctions principales exercées au sein de la Société	Autres mandats et fonctions exercés au sein du Groupe	Fonctions principales exercées en dehors du Groupe	Mandats hors Groupe au cours des cinq dernières années
					- PAI Europe V General Partner NC (Guernesey) - PAI partners Srl (Italie) - Power Corporation du Canada Ltd. (Canada) - Pargesa SA (Suisse) (* Fin de mandat au cours de l'exercice 2007)	
Monsieur Henri-Calixte Suaudeau	27 novembre 1987	30 juin 2012	<i>Membre du Conseil de Surveillance</i> <i>Membre du Comité de Nomination</i>	Administrateur de Publicis Conseil SA	Néant	Néant
Monsieur Gérard Worms	25 juin 1998	30 juin 2010	<i>Membre du Conseil de Surveillance</i> <i>Président du Comité d'Audit</i>	Membre du Conseil de Surveillance de Médias & Régies Europe SA (France)	• Vice Chairman de Rothschild Europe (Pays-Bas) • Senior Advisor de Rothschild & Cie • Administrateur de - Editions Atlas SAS (France) - Cofide SA (Italie) * • Membre du Conseil de Surveillance de - Métropole Télévision SA (France) - Paris-Orléans SA (France) * - SIACI Saint-Honoré SA (France) • Censeur de Ondéo Degremont SA (France) (* Fin de mandat au cours de l'exercice 2007)	Mandats énumérés ci-contre ainsi que les mandats suivants : • Associé Gérant de Rothschild & Cie Banque • Associé Gérant Commandité de Rothschild & Cie • Président de SGIM SA

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

Aucun membre n'a été désigné en qualité de représentant des salariés et il n'a pas été procédé à la nomination de Censeur.

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

- aucune condamnation pour fraude n'a été prononcée contre un membre du Directoire ou du Conseil de Surveillance de Publicis Groupe,
- aucun membre du Directoire ou du Conseil de Surveillance n'a été associé à une faillite, mise sous séquestre ou liquidation,

- aucune incrimination et/ou sanction publique officielle n'a été prononcée contre ces personnes par des autorités statutaires ou réglementaires ou des organismes professionnels.

Par ailleurs, au cours des cinq dernières années, à la connaissance de la Société, aucun membre du Directoire ou du Conseil de Surveillance de Publicis Groupe n'a été empêché par un tribunal d'agir en qualité de membre d'un organe d'administration, de direction ou de surveillance d'un émetteur, ni d'intervenir dans la gestion ou la conduite des affaires d'un émetteur.

14.2 Conflits d'intérêts au niveau des organes de direction, de surveillance et de direction générale

Le Conseil de Surveillance est actuellement composé de quinze membres dont la liste figure ci-dessus (voir chapitre 14.1). Les règles en matière de gouvernement d'entreprise et les critères d'indépendance des membres du Conseil de Surveillance adoptés par la Société sont détaillés au chapitre 16.3.1.

Le règlement intérieur a repris les critères d'indépendance qui avaient été définis lors du Conseil de Surveillance du 9 mars 2004. Compte tenu de la dissociation dans la Société des fonctions de direction et de contrôle et de la structure capitalistique, il a paru pertinent au Conseil de Surveillance de considérer comme critères d'indépendance les éléments suivants :

- ne pas être salarié du Groupe ou mandataire social d'une filiale ou proche parent d'un mandataire social ;
- ne pas être de façon significative en relation d'affaires avec la Société en qualité de client ou de fournisseur ;
- ne pas avoir de lien familial ou d'affaires avec un des commissaires aux comptes de la Société.

Hormis les éléments indiqués ci-dessus ainsi qu'au chapitre 19, il n'existe pas, à la connaissance de la Société, de liens familiaux ni de conflits potentiels entre les intérêts des membres du Conseil de Surveillance ou du Directoire de la Société et leurs devoirs à l'égard de la Société. Il n'existe pas d'engagement ou d'accord conclu par la Société ou ses filiales avec des membres du Conseil de Surveillance ou du Directoire de la Société qui donnerait droit à l'attribution d'avantages à la cessation de leurs fonctions ni aucune convention conclue entre la Société, ses filiales et ces personnes, autres que ceux décrits aux chapitres 15.1 et 19. Sauf s'il en est précisé autrement dans le chapitre 19, aucune désignation d'un membre du Conseil de Surveillance ou du Directoire n'a été effectuée en application d'un engagement pris envers un actionnaire majeur, un client ou un fournisseur de la Société.

15. RÉMUNÉRATION ET AVANTAGES DES MEMBRES DES ORGANES DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE

15.1 Rémunération et avantages

La rémunération totale incluant les avantages de toute nature versée durant l'exercice clos le 31 décembre 2007 à chaque mandataire social, tant par la Société que par des sociétés contrôlées par la Société au sens de l'article L. 233-3 du Code de commerce, est indiquée ci-après. Cette rémunération comprenant, pour certains mandataires sociaux, une partie fixe et une partie variable, le montant de la partie fixe incluse dans la rémunération totale est signalé. La rémunération globale est exprimée en euros. Les montants indiqués sont les montants bruts avant prélèvements sociaux et fiscaux.

Rémunérations (en euros) versées durant l'exercice 2007 (montants bruts avant prélèvements sociaux et fiscaux)

	Rémunération brute totale 2007 dont :	Partie fixe	Partie variable ⁽⁹⁾	Jetons de présence ⁽⁹⁾	Avantages en nature ⁽¹⁰⁾	Rémunération brute totale 2006 dont :	Partie fixe
Membres du Directoire							
Maurice Lévy ⁽⁶⁾	3 600 000	900 000	2 700 000			3 300 000	900 000
Claudine Bienaimé ⁽²⁾	1 119 833	180 000	939 833			463 200	180 000
Jack Klues ⁽¹⁾	1 842 339	730 700	1 096 050		15 589	1 831 252	797 210
Kevin Roberts ^{(1) (7)}	3 001 313	730 700	2 246 903		23 710	3 647 994	797 210
Bertrand Siguier ⁽²⁾	1 634 788	400 000	1 234 788			661 953	400 000
Membres du Conseil de Surveillance							
Elisabeth Badinter	232 939	182 939		50 000		227 939	182 939
Sophie Dulac	30 000			30 000		20 000	
Robert Badinter ⁽²⁾	10 000			10 000		20 000	
Michel David-Weill	45 000			45 000		35 000	
Henri-Calixte Suaudeau	50 000			50 000		45 000	
Monique Bercault	35 000			35 000		25 000	
Hélène Ploix	70 000			70 000		55 000	
Gérard Worms	70 000			70 000		55 000	
Amaury de Seze	30 000			30 000		15 000	
Simon Badinter ^{(1) (8)}	397 055	191 443	166 539	30 000	9 073	344 956	153 064
Michel Cicurel	40 000			40 000		45 000	
Robert L. Seelert ^{(1) (3)}	5 000			5 000		299 724	239 163
Felix G. Rohatyn	25 000			25 000		10 000	
Yutaka Narita	25 000			25 000		20 000	
Tateo Mataka	15 000			15 000		15 000	
Michel Halpérin ⁽⁴⁾	20 000			20 000		-	-
Léone Meyer ⁽⁵⁾	25 000			25 000		-	-
TOTAL	12 323 267	3 315 782	8 384 113	575 000	48 372	11 137 018	3 649 586

⁽¹⁾ Rémunération déterminée et versée en dollars US. La conversion en euro est effectuée au cours moyen de 1 \$ = 0,73070 € en 2007 et de 1 \$ = 0,79721 € en 2006.

⁽²⁾ Fin de mandat et fin du contrat de travail le 31 décembre 2007. La partie variable 2007 inclut l'indemnité de mise à la retraite et l'indemnité compensatrice de congés payés calculées conformément à la Convention Collective Nationale des Entreprises de la Publicité (soit respectivement 863 056 euros et 21 732 euros pour Bertrand Siguier, 629 333 euros et 10 500 euros pour Claudine Bienaimé)

⁽³⁾ Fin de mandat le 7 juin 2006.

⁽⁴⁾ Nomination à compter du 2 mars 2006.

⁽⁵⁾ Nomination à compter du 7 juin 2006.

⁽⁶⁾ La partie fixe 2006 inclut 100 000 euros dus au 31 décembre 2006, versés en 2007.

⁽⁷⁾ La partie variable inclut un versement annuel de pension conformément au contrat.

⁽⁸⁾ Principaux critères de la partie variable : évolution des résultats de Médias & Régies Europe (2006) ; à partir de 2007 : la croissance du résultat opérationnel de Médias et Régies Europe par rapport au budget et aux objectifs ; l'atteinte d'objectifs qualitatifs.

⁽⁹⁾ Montant versé en 2007 au titre de l'exercice 2006 (sous réserve des notes (2) et(7)).

⁽¹⁰⁾ Les avantages en nature correspondant aux facilités d'utilisation d'un véhicule de fonction ne sont pas mentionnés lorsqu'ils représentent un montant négligeable.

Les conditions de collaboration des membres du Directoire sont fixées par le Conseil de Surveillance après qu'il a entendu les recommandations du Comité de Rémunération. La rémunération annuelle des membres du Directoire comporte une partie fixe (salaire et avantages en nature), et une partie variable, définie par référence au salaire fixe. Le montant de la partie variable (« bonus ») est fonction de la performance annuelle et de l'atteinte d'objectifs quantitatifs et qualitatifs, liés aux résultats de la Société ; le niveau d'atteinte des objectifs est évalué par le Comité de Rémunération à l'issue de l'exercice. La partie variable de la rémunération afférente à un exercice est donc déterminée et versée au cours de l'exercice suivant. Les

principaux critères de détermination de la rémunération variable des membres du Directoire pour les exercices 2006 et 2007 ont été les suivants :

- Monsieur Maurice Lévy : la croissance organique du revenu, et le taux de résultat net du Groupe, comparés à ceux des trois premiers groupes mondiaux de communication ; la consolidation des structures de management et la poursuite du déploiement du Groupe ;
- Monsieur Kevin Roberts : la croissance du résultat opérationnel de Saatchi & Saatchi, par rapport au budget et aux objectifs. Au bonus annuel s'ajoute un versement annuel de pension en application d'engagements pris lors de l'acquisition de Saatchi & Saatchi, qui ont été repris dans le contrat en cours décrit plus loin ;
- Monsieur Jack Klues : la croissance du résultat opérationnel de Publicis Groupe Media, par rapport au budget et aux objectifs ;
- Monsieur Bertrand Siguier : l'atteinte d'objectifs qualitatifs, dans les secteurs qui lui étaient confiés (partenariat avec Dentsu, marketing sportif, développement des activités du Groupe en Afrique, notamment) ;
- Madame Claudine Bienaimé : l'atteinte d'objectifs qualitatifs dans ses fonctions de Secrétaire Général du Groupe.

Dans le cadre de l'enveloppe globale maximum des jetons de présence votée par l'Assemblée générale des actionnaires, il a été versé en 2007 à chacun des membres du Conseil de Surveillance un montant de 5 000 euros pour chacune des réunions à laquelle il a assisté en 2006. Un montant de 5 000 euros a été versé à chacun des membres du Comité d'Audit et du Comité de Nomination et de Rémunération pour chacune des réunions à laquelle il a assisté en 2006.

Montant des rémunérations dues au titre de l'exercice 2007 :

Le 12 février 2008, après avoir entendu les recommandations du Comité de Rémunération, le Conseil de Surveillance a fixé comme suit la rémunération variable à verser en 2008 aux membres du Directoire au titre de l'exercice 2007 : Monsieur Kevin Roberts : 2 400 000 \$; Monsieur Jack Klues : 1 800 000 \$; Monsieur Bertrand Siguier : 587 000 euros ; Madame Claudine Bienaimé : 461 000 euros.

Le 17 mars 2008, après avoir entendu les recommandations du Comité de Rémunération, le Conseil de Surveillance a fixé la rémunération variable au titre de l'exercice 2007 à verser en 2008 à Monsieur Maurice Lévy à 2 500 000 euros.

Il en résulte que la rémunération brute des membres du Directoire au titre de l'année 2007, comparée à celle au titre de l'année 2006, est la suivante :

Rémunérations (en euros) au titre des exercices 2007 et 2006 (montants bruts avant prélèvements sociaux et fiscaux)

	Total au titre de 2007 dont :	Partie fixe	Partie variable	Avantages en nature ⁽⁴⁾	Total au titre de 2006 dont :	Partie fixe	Partie variable	Avantages en nature ⁽⁴⁾
Membres du Directoire								
Maurice Lévy	3 400 000	900 000	2 500 000		3 600 000	900 000	2 700 000	
Claudine Bienaimé ⁽²⁾	1 280 833	180 000	1 100 833		483 200	180 000	303 200	
Jack Klues ⁽¹⁾	2 061 549	730 700	1 315 260	15 589	2 006 638	797 210	1 195 815	13 613
Kevin Roberts ^{(1) (3)}	3 439 732	730 700	2 685 322	23 710	3 169 668	797 210	2 354 958	17 500
Bertrand Siguier ⁽²⁾	1 871 788	400 000	1 471 788		750 000	400 000	350 000	

⁽¹⁾ Rémunération déterminée et versée en dollars US. La conversion en euro est effectuée au cours moyen de 1 \$ = 0,73070 € en 2007 et de 1 \$ = 0,79721 € en 2006.

⁽²⁾ Fin de mandat et fin du contrat de travail le 31 décembre 2007. La partie variable 2007 inclut l'indemnité de mise à la retraite et l'indemnité compensatrice de congés payés calculées conformément à la Convention Collective Nationale des Entreprises de la Publicité (soit respectivement 863 056 euros et 21 732 euros pour Bertrand Siguier, 629 333 euros et 10 500 euros pour Claudine Bienaimé).

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

⁽⁴⁾ Les avantages en nature correspondant aux facilités d'utilisation d'un véhicule de fonction ne sont pas mentionnés lorsqu'ils représentent un montant négligeable.

Les fonctions opérationnelles de Messieurs Kevin Roberts et Jack Klues font l'objet de contrats conclus avec les filiales considérées, dont les principaux termes sont les suivants :

- Le contrat conclu pour la période 2005-2008 avec Monsieur Roberts (ainsi qu'un autre contrat lié au premier conclu avec une société de *consulting* détenue par Monsieur Roberts) prévoit que s'il est mis fin au contrat avant son terme normal et dans certaines circonstances, sous certaines conditions, la Société pourrait être amenée à lui verser une somme égale au total de : (i) 120% de son salaire fixe annuel, (ii) le coût annuel des avantages divers dont il bénéficie et (iii) le montant annuel maximum du bonus auquel il pourrait avoir droit. Par ailleurs, à la fin du contrat et sous certaines conditions, il sera dû à Monsieur Roberts un bonus différé calculé sur la base de 200 000 dollars par année de collaboration effective à partir du 1^{er} janvier 2005.

De plus, sur la période 2005-2009, en lieu et place de contrats de retraite complémentaire prévus lors de l'acquisition de Saatchi & Saatchi, l'engagement a été pris de verser à Monsieur Roberts une rente annuelle payée comptant sur la période 2005-2009 pour un montant total maximum de 6 133 000 dollars. Sur ce total, une somme de 3 825 000 dollars est directement conditionnée à sa présence dans le Groupe sur la période octobre 2005 - décembre 2008, et pourrait être réduite *pro rata temporis* dans le cas où Monsieur Roberts quitterait le Groupe avant la fin de cette période.

- Le contrat conclu avec Monsieur Klues prenant effet le 1^{er} juillet 2004 prévoit que s'il est mis fin du fait de la Société au contrat dans certaines circonstances, Monsieur Klues pourrait avoir droit à une somme égale à sa rémunération totale annuelle (salaire fixe et bonus de base) et au bénéfice pendant un an de certains avantages sociaux.

Dans le cadre de la fixation des conditions de rémunération de Monsieur Maurice Lévy à compter de 2003, le Conseil de Surveillance a décidé d'une rémunération complémentaire conditionnelle qui ne sera versée qu'à la cessation de ses fonctions de Président du Directoire de la Société et en échange d'un engagement de présence d'au moins sept années et demi à compter du 1^{er} janvier 2003 et du respect d'une obligation de non-concurrence d'une durée de trois ans. La rémunération conditionnelle différée sera égale au total cumulé des rémunérations variables (ou bonus) qu'il aura acquises pendant la période écoulée depuis le 1^{er} janvier 2003.

Au début de l'année 2008, le Comité de Rémunération a examiné la conformité à la loi du 21 août 2007 en faveur du travail, de l'emploi et du pouvoir d'achat (dite loi « TEPA ») des contrats ou engagements pris par la Société ou par ses filiales au bénéfice des membres du Directoire, et a fait ses recommandations au Conseil de Surveillance, qui a apporté auxdits contrats ou engagements les amendements nécessaires dont avis sera donné aux Commissaires aux comptes en tant que conventions réglementées (soumises lorsque la loi TEPA le requiert à l'approbation de l'Assemblée générale).

15.2 Montant total des sommes provisionnées ou constatées par la Société ou ses filiales aux fins du versement de pensions, de retraites ou d'autres avantages

Voir note 29 des comptes consolidés au chapitre 20.1 du présent document.

La charge totale constatée au compte de résultat consolidé du Groupe en 2007 au titre des avantages postérieurs à l'emploi et autres avantages à long terme des personnes qui sont à la clôture, ou qui ont été, au cours de l'exercice clos, membres du Conseil de Surveillance et du Directoire, s'élève à 4 millions d'euros.

Par ailleurs, le montant global provisionné au 31 décembre 2007 au titre de ces avantages s'élève à 22 millions d'euros. Ce montant était de 20 millions d'euros au 31 décembre 2006 et de 16 millions d'euros au 31 décembre 2005.

16. FONCTIONNEMENT DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION

La Société se conforme au régime de gouvernement d'entreprise des sociétés anonymes françaises de type dual. La composition du Directoire et du Conseil de Surveillance est décrite au chapitre 14.1 du présent document.

16.1 Informations sur les contrats de service des mandataires sociaux

Voir le chapitre 15.1 du présent document sur ce point.

16.2 Informations sur le Comité de Nomination et de Rémunération et sur le Comité d'Audit

Le Conseil de Surveillance a mis en place un Comité de Nomination et de Rémunération et un Comité d'Audit. A la fin de l'année 2006, sur la recommandation du Comité de Nomination et de Rémunération, le Conseil de Surveillance a décidé de transférer les attributions de ce comité à deux comités distincts et spécialisés, l'un (présidé par Madame Elisabeth Badinter), traitant des questions de nomination, l'autre (présidé par Monsieur Michel Cicurel), traitant des questions de rémunération. Le Conseil de Surveillance lors de sa réunion du 27 février 2007 a adopté la nouvelle version de son règlement intérieur prenant en compte cette modification.

Comité de Nomination

En application de l'article 16 II, dernier alinéa des statuts de la Société, il est institué par les articles 6 et suivants du règlement intérieur du Conseil de Surveillance, un Comité de Nomination qui rapporte au Conseil de Surveillance. Il est composé au minimum de trois membres et au maximum de cinq membres personnes physiques membres du Conseil de Surveillance, désignés par celui-ci. Il peut s'adjoindre à titre exceptionnel ou permanent un consultant externe dont il fixe la rémunération.

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

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

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

La mission du Comité de Nomination auprès du Conseil de Surveillance est la suivante :

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

Le Comité de Nomination est composé de Madame Elisabeth Badinter en qualité de Présidente, Madame Léone Meyer, Monsieur Michel Cicurel, Monsieur Henri-Calixte Suaudeau.

Le Comité s'est réuni sept fois au cours de l'exercice 2007 en présence de la totalité de ses membres et a rendu compte de ses travaux au Conseil de Surveillance.

Le Comité a examiné l'évolution de la composition du Conseil de Surveillance ; il a formulé ses recommandations en ce qui concerne le renouvellement du mandat de l'un des membres, arrivé à échéance en juin 2007.

Au cours de cet exercice, le Comité s'est spécialement attaché à l'examen de la composition du Directoire, dont la totalité des mandats arrivaient à échéance le 31 décembre 2007. Il a reçu et entendu plusieurs cadres de haut niveau du Groupe et sélectionné quatre candidatures potentielles pour remplacer deux membres du Directoire partant à la retraite. Il a également examiné l'opportunité de renouveler le mandat des trois autres membres du Directoire, dont le Président de celui-ci, et a fait part au Conseil de Surveillance de ses recommandations. Le Conseil a suivi ses recommandations.

Au début de l'année 2008, le Conseil a entendu les recommandations du Comité sur le renouvellement des mandats des membres du Conseil de Surveillance arrivant à échéance le 30 juin 2008.

Comité de Rémunération

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

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

Le Comité s'est réuni deux fois au cours de l'exercice 2007 en présence de la totalité de ses membres et a rendu compte de ses travaux au Conseil de Surveillance.

Le Comité de Rémunération est composé depuis le 27 février 2007 de Monsieur Michel Cicurel en qualité de Président, Madame Elisabeth Badinter, Monsieur Amaury de Seze. Monsieur Gérard Pédraglio a été désigné en qualité d'expert permanent auprès du Comité.

Le Comité a examiné la rémunération des membres du Directoire et a considéré qu'il n'y avait pas lieu d'en modifier les bases. Il a contrôlé l'application des règles de fixation de la partie variable et formulé ses recommandations sur le montant de celle-ci en fonction des performances réalisées. Le Conseil de Surveillance a approuvé ces recommandations.

Le Comité examine la rémunération des dirigeants des principales filiales ou réseaux du Groupe, et plus généralement des systèmes de rémunération incitative en vigueur pour les cadres de haut niveau dans le Groupe. D'une manière générale, la partie variable de la rémunération est liée à la performance annuelle et dépend de l'atteinte de résultats ou d'objectifs individuels définis à l'échelle de l'entité considérée, selon des modalités liées à l'histoire et aux décisions propres de ces entités. Suivant la recommandation du Comité, une harmonisation des systèmes est en cours avec la mise en place, pour la période 2006-2008, d'un nouveau système de calcul des enveloppes globales de bonus (*bonus pools*) à l'échelle des réseaux, dont le Comité a validé les principes. Les *bonus pools* sont calculés pour chaque réseau en fonction de la performance propre du réseau et de la performance d'ensemble du Groupe. Le Comité a examiné l'application du nouveau système pour la détermination des *bonus pools* relatifs à l'année 2006, puis de ceux relatifs à l'année 2007.

Le Comité examine les projets d'attributions d'options pour les membres du Directoire. En 2007, il n'y a eu aucune attribution en faveur de ces derniers. Les attributions qui ont été décidées au bénéfice des collaborateurs du Groupe en 2007 ont été réalisées dans le cadre du nouveau Plan d'*Incentive* à Long Terme (« LTIP II ») mis en place à l'échelle du Groupe en 2006. Conformément aux règles de ce Plan, les options attribuées sont conditionnelles, leur exercice étant dépendant de la réalisation d'objectifs de résultats généraux au niveau du Groupe, sur l'ensemble de la période 2006-2008. Le prix d'exercice est fixé conformément aux règles légales et ne comporte pas de décote.

Le Comité est associé aux réflexions et études actuellement menées au niveau du Groupe sur les systèmes de récompense et de fidélisation des collaborateurs, qui intégreraient les opportunités offertes par la loi notamment en matière d'attribution d'actions gratuites et d'actionnariat salarié, avec l'objectif que ces systèmes soient compétitifs sur le marché, tout en alignant l'intérêt des bénéficiaires avec ceux des actionnaires, et en minimisant leur coût pour le Groupe.

Au début de l'année 2008, le Comité a examiné la conformité à la loi du 21 août 2007 en faveur du travail, de l'emploi et du pouvoir d'achat (dite loi « TEPA ») des contrats ou engagements pris par la Société ou par ses filiales au bénéfice des membres du Directoire, et a fait ses recommandations au Conseil de Surveillance, qui a apporté aux-dits contrats ou engagements les amendements nécessaires.

Comité d'Audit

En application de l'article 16 II, dernier alinéa, des statuts de la Société, il est institué par les articles 5 et suivants du règlement intérieur du Conseil de Surveillance, un Comité d'Audit qui rapporte au Conseil de Surveillance. Il est composé au minimum de trois membres et au maximum de cinq membres du Conseil de Surveillance indépendants, désignés par celui-ci. Il peut s'adjoindre à titre exceptionnel ou permanent un consultant externe dont il fixe la rémunération. Les membres sont choisis pour leur compétence et leur expertise dans le domaine d'intervention du Comité. Ils sont désignés pour la durée de leur mandat de membre du Conseil de Surveillance et peuvent être rééligibles dans les mêmes conditions que celles prévues à l'article 13 des statuts. Le Comité d'Audit élit en son sein un président qui dirige les travaux du Comité et en rend compte au Conseil de Surveillance. Les membres du Comité d'Audit sont révocables ad nutum par le Conseil de Surveillance, sans qu'il soit besoin de justifier la révocation. La nomination comme la révocation sont communiquées par lettre simple adressée à l'ensemble des membres du Comité. La rémunération des membres du Comité d'Audit est fixée par l'Assemblée générale.

Le Comité d'Audit était composé jusqu'au mois de juin 2007 de Monsieur Gérard Worms, Président, Madame Hélène Ploix, et Monsieur Michel David-Weill qui a fait part à cette date de son souhait de démissionner de ses fonctions ; Monsieur Jean-Paul Morin a été désigné par le Comité en qualité d'expert permanent. Tous les membres du Comité sont considérés comme membres indépendants.

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

Le Comité s'est réuni sept fois au cours de l'exercice 2007 avec un taux de participation de 96 %.

Le Comité a entendu, lors de chacune de ces réunions, le responsable de l'audit interne sur l'avancement de ses travaux en matière d'audit interne et de mise en œuvre d'environnements de contrôle ainsi que sur les problèmes rencontrés.

La Direction financière du Groupe a présenté au Comité d'Audit les comptes préalablement à leur soumission au Conseil de Surveillance.

Le Comité a recueilli l'avis des Commissaires aux comptes sur la fiabilité des comptes hors la présence du Directeur financier et de la Direction générale.

Enfin, il a arrêté tant avec les Commissaires aux comptes qu'avec les auditeurs internes le plan d'audit pour l'exercice à venir.

Lors de chaque réunion du Conseil de Surveillance examinant les comptes, le Président du Comité a fait part au Conseil de l'opinion du Comité sur la qualité des chiffres présentés.

Le 8 février 2008, avant la réunion du Directoire sur l'arrêté des comptes, le Comité a examiné les comptes de l'exercice 2007, entendu le Directeur financier et le responsable de l'audit interne. Il a également entendu les Commissaires aux comptes hors la présence des membres de la Direction.

Le Comité a constaté que les services comptables ont continué à améliorer le calendrier de clôture des comptes et la qualité du suivi des informations.

Le Comité a également constaté que les Commissaires aux comptes ne formulaient pas de réserve ni d'observation sur l'arrêté des comptes consolidés. Il a examiné l'ensemble des sujets importants tels que l'utilisation des provisions constituées lors de l'acquisition de Bcom3, les provisions pour pension, les *impairment tests* et autres postes appelant une attention particulière. Le Comité a été en mesure d'indiquer au Conseil de Surveillance qu'il n'avait pas d'observation à formuler.

Le Comité constate que la poursuite du programme de simplification des structures juridiques et de réduction des entités ayant notamment pour but d'améliorer l'efficacité du contrôle interne s'est traduite par la suppression de 67 entités en 2007. Le Comité a pris bonne note de la continuation de ce programme en 2008 et les années suivantes.

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

Au titre de mes fonctions de Présidente du Conseil de Surveillance et conformément à l'article L. 225-68 alinéa 7 du Code de commerce, je dois vous rendre compte des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil, ainsi que des procédures de contrôle interne mises en place au sein de notre Groupe.

16.3.1 Conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil de Surveillance

Depuis le 27 novembre 1987, Publicis Groupe S.A. a adopté le mode d'administration à Directoire et Conseil de Surveillance, permettant de dissocier les pouvoirs de gestion de ceux de contrôle et d'instaurer un véritable équilibre des pouvoirs. Le Directoire est l'instance collégiale décisionnaire de la Société. Les statuts prévoyaient que, pour les opérations visées aux alinéas 13 à 16 de son article 12, l'assentiment préalable du Conseil de Surveillance était nécessaire. L'Assemblée générale du 4 juin 2007 a modifié les statuts de la Société pour permettre au Conseil de Surveillance de déterminer chaque année les opérations visées à l'article 12 des statuts qui devront être soumises à l'assentiment préalable du Conseil de Surveillance. Lors de sa séance du 4 juin 2007, le Conseil de Surveillance a décidé que l'acquisition ou la cession de tout bien immobilier, l'acquisition ou la cession d'entreprises pour une valeur supérieure à 5% des capitaux propres de la Société ainsi que tout emprunt, toute émission d'obligations, et d'actions dépassant ce même pourcentage des capitaux propres, seront soumis à l'assentiment préalable du Conseil de Surveillance.

Conformément aux statuts de la Société, ces limitations ont été réexaminées et reconduites lors de la réunion du Conseil de Surveillance du 12 février 2008 qui avait notamment pour objet l'examen des comptes annuels de l'exercice écoulé.

Ces dispositions sont reprises dans le règlement intérieur adopté par le Conseil de Surveillance le 29 mars 2005 et le 17 mars 2008 dans sa dernière version, au même titre que des règles fondamentales comme celles touchant à l'indépendance des membres du Conseil, aux conflits d'intérêt, à la confidentialité. Le règlement fixe également les modalités de fonctionnement du Conseil et ses relations avec le Directoire. Dans le cadre de la prévention des délits d'initié, les règles restrictives établies par le Directoire à l'intention des initiés permanents du Groupe quant aux périodes autorisées pour les opérations sur les titres de la Société s'appliquent au premier chef aux membres du Conseil de Surveillance. Le règlement intérieur du Conseil de Surveillance est disponible sur le site internet du Groupe à l'adresse www.publicisgroupe.com.

En 2007, le Conseil de Surveillance était composé de 15 membres, dont plus d'un tiers répondaient aux critères d'indépendance prévus par le document commun MEDEF-AFEP d'octobre 2003 sur le gouvernement d'entreprise des sociétés cotées, et tels que transposés dans le règlement intérieur. Le Conseil délibère en français et une équipe d'interprètes en japonais et en anglais est à la disposition des membres qui le souhaitent. Il s'est réuni cinq fois au cours de l'année avec un taux d'assiduité de 91 %. La durée moyenne des réunions est proche de quatre heures. Les documents nécessaires à l'examen des points à l'ordre du jour parviennent normalement aux membres du Conseil une semaine à l'avance ; le Directoire se tient à la disposition de tout membre du Conseil qui souhaiterait des éclaircissements ou des informations complémentaires. Afin de faciliter la participation des membres, notamment ceux résidant à l'étranger, le Conseil de Surveillance a prévu dans son règlement intérieur la possibilité pour un ou plusieurs membres de participer aux réunions du Conseil par visioconférence. La composition du Conseil de Surveillance est décrite au chapitre 14.1 du document de référence établi pour l'exercice 2007.

Le Conseil de Surveillance a effectué lors de sa réunion du 12 février 2008 une auto-évaluation de ses travaux, dont il a examiné la synthèse et tiré les enseignements. Pour procéder à cette évaluation, chacun des membres du Conseil a répondu à un questionnaire ; les résultats ont été synthétisés et commentés. Le Conseil a pu constater que le nombre de points pour lesquels une amélioration était attendue en 2006 a diminué en 2007.

Trois comités spécialisés, Comité de Nomination, Comité de Rémunération et Comité d'Audit, aident le Conseil de Surveillance dans l'accomplissement de ses missions dans le but d'améliorer ainsi le gouvernement d'entreprise au sein du Groupe. Les règles de fonctionnement de ces trois comités ont été précisées dans le règlement intérieur.

Comité de Nomination

Le Comité de Nomination est composé depuis le 27 février 2007 de Madame Elisabeth Badinter, Présidente de ce Comité, Madame Léone Meyer, Monsieur Michel Cicurel, Monsieur Henri-Calixte Suaudeau. Le Comité a pour rôle principal d'examiner et proposer la nomination des mandataires sociaux de notre Société. Le Comité de Nomination s'est réuni sept fois au cours de l'exercice 2007 en présence de la totalité de ses membres. Le Comité a examiné le renouvellement du mandat d'un membre du Conseil de Surveillance arrivé à échéance en juin 2007, et, de manière approfondie, la question portant sur la composition du Directoire, dont le mandat de tous les membres arrivait à échéance au 31 décembre 2007. Le Comité a rencontré plusieurs cadres de haut niveau du Groupe et sélectionné les candidatures potentielles. Au terme de ce processus, il a proposé au Conseil de Surveillance, lors de sa réunion du 4 décembre 2007, le renouvellement du mandat de trois membres du Directoire (dont celui de son Président), et la nomination de deux nouveaux membres en remplacement de deux membres partant à la retraite. Le Conseil de Surveillance a suivi les recommandations du Comité.

Au début de l'année 2008, le Conseil a entendu les recommandations du Comité sur le renouvellement des mandats des membres du Conseil de Surveillance qui viennent à échéance lors de la présente Assemblée.

Comité de Rémunération

Le Comité de Rémunération est composé depuis le 27 février 2007 de Monsieur Michel Cicurel, Président de ce Comité, Madame Elisabeth Badinter et Monsieur Amaury de Seze, Monsieur Gérard Pédraglio étant expert permanent. Le Comité a pour rôle principal d'examiner et proposer la rémunération des mandataires sociaux de notre Société, et de valider les politiques générales du Groupe en matière de rémunération et d'attribution d'options ou de tout autre instrument de rémunération.

Le Comité de Rémunération s'est réuni deux fois au cours de l'exercice 2007 en présence de la totalité de ses membres. Le Conseil de Surveillance a entendu ses recommandations sur les rémunérations des membres du Directoire. Les principes et les règles arrêtés par le Conseil de Surveillance pour déterminer les rémunérations et avantages de toute nature accordés aux mandataires sociaux sont décrits au chapitre 15 du document de référence établi pour l'exercice 2007.

Au début de l'année 2008, le Comité a examiné la conformité à la loi du 21 août 2007 en faveur du travail, de l'emploi et du pouvoir d'achat (dite loi « TEPA ») des contrats ou engagements pris par la Société ou par ses filiales au bénéfice des membres du Directoire, et a fait ses recommandations au Conseil de Surveillance, qui a apporté aux dits contrats ou engagements les amendements nécessaires.

Comité d'Audit

Le Comité d'Audit est composé depuis le mois de juillet 2005 de Monsieur Gérard Worms, Président de ce Comité, Madame Hélène Ploix, Monsieur Michel David-Weill - Monsieur Jean-Paul Morin étant désigné par le Comité en qualité d'expert permanent. Au mois de juin 2007, Monsieur Michel David-Weill a fait part de son souhait de démissionner de ses fonctions. Le Comité supervise l'organisation et la mise en œuvre de l'audit du Groupe, veille à la qualité de son contrôle interne et s'assure de la régularité et de la sincérité des comptes. Il suit la mise en œuvre des recommandations faites par les auditeurs externes et donne son opinion sur les budgets consacrés à l'audit externe du Groupe.

Le Comité d'Audit s'est réuni sept fois au cours de l'exercice 2007 avec un taux d'assiduité de 96 %. Le Conseil de Surveillance a entendu le Comité d'Audit qui a émis son opinion sur l'arrêté des comptes, et plus généralement sur les procédures de contrôle interne qui font l'objet de la seconde partie de ce rapport.

16.3.2 Procédures de contrôle interne au sein du Groupe

Organisation générale du contrôle interne

Le dispositif de contrôle interne mis en place a vocation à couvrir l'intégralité du Groupe, la société mère et les sociétés intégrées dans les comptes consolidés. Le dispositif, mis en œuvre par le Directoire et relayé à tous les échelons du Groupe, est destiné à fournir une assurance raisonnable quant à la réalisation d'objectifs relatifs à :

- la réalisation et l'optimisation des opérations,
- la fiabilité des informations financières,
- la conformité aux lois et réglementations en vigueur.

La méthodologie adoptée par le Groupe Publicis s'appuie sur le référentiel COSO (*Committee Of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*).

Le Conseil de Surveillance et le Comité d'Audit du Groupe ont fixé pour objectif l'amélioration et le renforcement continu du dispositif de contrôle interne existant, après le désenregistrement du Groupe du New York Stock Exchange fin 2007.

Procédure de contrôle interne relative à l'information financière et comptable

Axe essentiel de son dispositif de contrôle interne, le Groupe a continué en 2007 la mise en place des centres de services partagés. Ces centres sont la clé de voûte des fonctions support : comptabilité, trésorerie, fiscalité, technologies de l'information, juridique, gestion des ressources humaines, achats, immobilier, assurances. Ils constituent un élément de contrôle essentiel indépendant des réseaux, rapportant aux services centraux du siège. En 2007, ces centres sont déployés ou en cours de déploiement dans 25 pays. Dans les petits pays émergents, une version simplifiée des centres de services partagés permet la mise en commun progressive des fonctions de support de plusieurs réseaux.

Le Groupe a également poursuivi son programme de simplification des structures juridiques et de réduction du nombre des entités, qui s'est traduit par la suppression de 67 entités en 2007.

La communication des *Publicis Corporate Policies* au sein du Groupe a été accompagnée d'actions de formation des collaborateurs à ces règles.

Descriptif du contrôle interne

Le Groupe a poursuivi la rationalisation de ses activités de contrôle en s'appuyant sur une approche par les risques visant à hiérarchiser les zones de risque et à se concentrer sur les processus clés permettant de les couvrir. Cette démarche permet de renforcer les contrôles en place selon une méthodologie adaptée au niveau de risque.

Le pilotage de l'amélioration du dispositif de contrôle interne est réalisé à trois niveaux :

- le Directoire et les directions fonctionnelles,
- la direction opérationnelle des réseaux,
- le Comité d'Audit et l'audit interne.

Audit Interne

L'audit interne participe à l'analyse des risques permettant de cibler les actions d'amélioration et de renforcement du contrôle interne. Dans le cadre de son plan d'audit, validé par le Comité d'Audit, l'audit interne intervient également pour évaluer la fiabilité des contrôles en place.

Les missions d'audit réalisées font l'objet d'un rapport communiqué à la Direction générale du Groupe et d'un suivi des recommandations et plans d'actions. Une synthèse de toutes les missions réalisées, y compris les missions spéciales, est présentée lors de chaque Comité d'Audit.

Le responsable de l'audit interne est rattaché hiérarchiquement au Secrétaire Général du Groupe et dispose d'un accès permanent au Président du Comité d'Audit. Il s'appuie sur des équipes localisées en Europe, aux Etats-Unis et en Asie pour réaliser les missions programmées.

Synthèse 2007

Nos discussions en Conseil de Surveillance ainsi que les rapports qui me sont faits sur les actions prises ou en cours m'indiquent que le dispositif de contrôle interne a été l'objet d'une mobilisation prioritaire des dirigeants du Groupe. Le Directoire ainsi que le Comité d'Audit ont été régulièrement informés du déroulement des travaux, des besoins en ressources et des résultats.

Le Groupe va poursuivre l'amélioration de son dispositif de contrôle interne, notamment par la mise en oeuvre d'un programme de contrôle interne intégré faisant intervenir des équipes dédiées au sein des réseaux, en coordination avec les équipes d'audit interne.

Paris, le 12 février 2008

Elisabeth Badinter

Présidente du Conseil de Surveillance

16.4 Rapport des commissaires aux comptes sur le rapport de la Présidente du Conseil de Surveillance

Rapport des commissaires aux comptes, établi en application de l'article L. 225-235 du Code de commerce, sur le rapport de la présidente du Conseil de Surveillance de la société Publicis Groupe S.A, pour ce qui concerne les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière

En notre qualité de commissaires aux comptes de la société Publicis Groupe S.A et en application des dispositions de l'article L. 225-235 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par la présidente de votre société conformément aux dispositions de l'article L. 225-68 du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2007.

Il appartient à la présidente de rendre compte, dans son rapport, notamment des conditions de préparation et d'organisation des travaux du conseil de surveillance et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de la société.

Il nous appartient de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations contenues dans le rapport de la présidente, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Nous avons effectué nos travaux conformément à la norme d'exercice professionnel applicable en France. Celle-ci requiert la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations contenues dans le rapport de la présidente, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière. Ces diligences consistent notamment à :

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

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

Fait à Neuilly-sur-Seine et Courbevoie, le 20 février 2008.

Les commissaires aux comptes

Mazars & Guérard

Philippe Castagnac

Isabelle Massa

Ernst & Young et Autres

Jean Bouquot

Valérie Desclève

16.5 Code de déontologie

Le Groupe a adopté un code de déontologie qui a vocation à s'appliquer principalement aux membres du Directoire, au Directeur Financier, et aux autres principaux dirigeants chargés des fonctions financières, ainsi qu'un autre code de déontologie qui a vocation à s'appliquer à l'ensemble des salariés. Ces codes de déontologie sont disponibles sur la page du site internet du Groupe www.publicisgroupe.com, sous la rubrique « Responsabilité sociale » et « Principes ».

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

17. SALARIÉS

17.1 Nombre de salariés

Voir note 3 des comptes consolidés figurant dans le chapitre 20.1 du présent document pour plus de détails.

17.2 Participations et stock-options des mandataires sociaux

Participation dans le capital social des mandataires sociaux :

Au 31 décembre 2007, aucun des membres du Conseil de Surveillance et du Directoire ne détient plus de 1% des actions de la Société, sous réserve de ce qui est mentionné au chapitre 18.1, de Madame Léone Meyer qui détient directement ou indirectement 8 841 829 actions de la Société, soit environ 4,37 % du capital de la Société, et de Monsieur Maurice Lévy, qui détient directement ou indirectement 4 722 854 actions de la Société, soit environ 2,33% du capital de la Société, dont 2 920 000 actions sont détenues à travers des sociétés civiles appartenant à Monsieur Lévy et à sa famille.

Au 31 décembre 2007, les membres du Conseil de Surveillance et du Directoire (à l'exclusion de Madame Elisabeth Badinter et de ses enfants) détiennent directement et indirectement 16 277 752 actions, soit 8,04% du capital de la Société, dont 2,33 % contrôlés par Monsieur Maurice Lévy (voir chapitre 18.1). Les membres du Directoire, détiennent également au 31 décembre 2007, 2 599 418 options de souscription ou options d'achat d'actions de la Société, dont 1 549 418 sont exerçables. L'exercice de 950 000 de ces options est conditionné à la réalisation d'objectifs selon un plan étalé sur une période de trois ans. Le prix d'exercice des options se situe entre 8,66 euros et 33,18 euros par action et le terme de ces options expirera entre 2008 et 2016 (voir note 28 des comptes consolidés).

Le tableau suivant présente, au 31 décembre 2007, la participation de chaque mandataire social dans le capital de la Société en nombre d'actions et de droits de vote, ainsi que le nombre d'actions que chaque mandataire social a la faculté d'acquérir en exerçant des options de souscription d'actions nouvelles et d'achat d'actions existantes.

Mandataire social	Nombre d'actions de Publicis Groupe	Nombre de droits de vote de Publicis Groupe ⁽¹⁾	Nombre d'actions pouvant être acquises par exercice d'options de souscription d'actions	Actions pouvant être acquises par exercice d'options d'achat d'actions		Prix moyen pondéré
				Nombre total	Dont options conditionnelles ⁽²⁾	
Membres du Directoire						
Maurice Lévy ⁽³⁾	4 722 854	9 250 208		1 396 275	300 000	28,07
Jack Klues ⁽⁴⁾	0	0		338 164	170 000	27,05
Kevin Roberts ⁽⁵⁾	0	0		497 840	300 000	27,50
Claudine Bienaimé ⁽⁶⁾	63 298	123 596	12 500	150 449	90 000	26,49
Bertrand Siguier ⁽⁷⁾	85 000	170 000		204 190	90 000	27,55
Membres du Conseil de Surveillance						
Elisabeth Badinter	20 072 339	40 144 678				
Sophie Dulac	2 469 460	4 938 920				
Michel David-Weill	1 000	2 000				
Henri-Calixte Suaudeau	80 381	160 762				
Monique Bercault	840	1 680				
Léone Meyer	8 841 829	8 841 829				
Hélène Ploix	8 950	17 900				
Gérard Worms	340	680				
Michel Halpérin	1 500	1 500				
Amaury de Seze	350	550				
Simon Badinter	350	700				
Michel Cicurel	200	400				
Felix G. Rohatyn	1 000	2 000				
Yutaka Narita	200	400				
Tateo Mataka	200	400				

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

⁽²⁾ La levée de ces options est conditionnée à la réalisation d'objectifs dans le cadre du plan de 3 ans dit « LTIP II » (2006-2008).

⁽³⁾ Monsieur Maurice Lévy détient directement 1 802 854 actions et indirectement 2 920 000 actions de la Société par l'intermédiaire de sociétés civiles, représentant au total 9 250 208 droits de vote.

Options détenues au titre des tranches 11, 15, 16, 19, 21 et 22.

⁽⁴⁾ Options détenues au titre des tranches 17 et 22.

⁽⁵⁾ Options détenues au titre des tranches 19 et 22.

⁽⁶⁾ Options détenues au titre des tranches 8, 9, 11, 13, 17 et 22.

⁽⁷⁾ Options détenues au titre des tranches 11, 13, 16, 19 et 22.

Le Groupe dispose de divers plans de stock options en faveur des membres du Directoire, des dirigeants et de divers salariés. En outre, Digitas avait mis en place des plans de stock options en faveur de ses dirigeants et salariés avant son acquisition par le Groupe, qui ont été convertis en options d'achat ou de souscription d'actions de Publicis Groupe (voir note 28 des comptes consolidés).

L'Assemblée générale extraordinaire du 4 juin 2007 de la Société, dans sa vingtième résolution, a autorisé le Directoire, dans le cadre des articles L. 225-177 et suivants du Code de commerce, pour une durée de trente-huit mois, à consentir aux membres du personnel salariés ainsi qu'aux mandataires sociaux, ou à certains d'entre eux, de la Société ou des sociétés ou groupements d'intérêt économique qui lui sont liés dans les conditions visées à l'article L. 225-180 du Code de commerce, des options donnant droit à la souscription d'actions nouvelles de la Société à émettre à titre d'augmentation de capital et/ou des options donnant droit à l'achat d'actions acquises par la Société dans les conditions légales.

Le nombre total des options ainsi attribuées ouvertes et non levées ne pourra donner droit à souscrire à un nombre d'actions supérieur à 10% du capital social. Elle comporte, au profit des bénéficiaires des options de

souscription, renonciation des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises au fur et à mesure des levées d'options. Le prix de souscription ou d'achat des actions sera fixé par le Directoire à la date à laquelle les options seront consenties, dans les limites et selon les modalités prévues par la loi. Les options pourront être exercées par les bénéficiaires dans un délai de dix ans à compter du jour où elles auront été consenties.

En vertu de l'autorisation donnée par l'Assemblée générale, le Directoire dispose des pouvoirs nécessaires notamment pour fixer les dates auxquelles seront consenties les options, déterminer les dates de chaque attribution, fixer les conditions dans lesquelles seront consenties les options, arrêter la liste des bénéficiaires des options et décider du nombre d'actions que chacun pourra souscrire ou acquérir, fixer les conditions d'exercice des options et notamment le prix, la ou les périodes d'exercice des options, et déterminer, sans qu'il puisse excéder dix ans, le délai pendant lequel les bénéficiaires pourront exercer leurs options ainsi que les périodes d'exercice des options, décider les conditions dans lesquelles le prix et le nombre d'actions à souscrire ou à acheter seront ajustés dans les cas prévus par la loi.

L'autorisation du 4 juin 2007 a mis fin à l'autorisation du 1^{er} juin 2005, sur la base de laquelle le Directoire avait mis en place le Plan d'Incentive à Long Terme dit « LTIP II » en 2006.

Options de souscription ou d'achat d'actions consenties aux mandataires sociaux et options levées par ces derniers entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2007

	Nombre d'options attribuées / souscrites ou achetées	Type d'options	Prix moyen (en euros)	Date limite de levée	Plan
Options consenties entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2007					
Monsieur Maurice Lévy	-				
Monsieur Kevin Roberts	-				
Monsieur Bertrand Siguier	-				
Monsieur Jack Klues	-				
Madame Claudine Bienaimé	-				
Options levées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2007					
Monsieur Maurice Lévy	195 500	S	10,24	2008	9 ^{ème} tranche
Monsieur Kevin Roberts	-				
Monsieur Bertrand Siguier	6 000	S	10,24	2008	9 ^{ème} tranche
Monsieur Jack Klues	-				
Madame Claudine Bienaimé	3 000	S	5,63	2007	7 ^{ème} tranche

Le nombre total des options attribuées aux mandataires sociaux restant à lever au 31 décembre 2007 est de 2 599 418 options (dont 950 000 conditionnelles dans le cadre du Plan 2006-2008 dit «LTIP II») au prix moyen de 27,69 euros.

Le Groupe n'a pas provisionné de somme significative au titre du respect des ses engagements en matière de retraite ou d'avantages similaires pour les membres du Directoire pendant l'exercice 2007, à l'exception des provisions relatives aux engagements décrits au chapitre 15.1 et à la note 29 des comptes consolidés. Le montant global provisionné par le Groupe au 31 décembre 2007 pour couvrir l'ensemble des dispositions concernant les avantages dont bénéficient les membres du Conseil de Surveillance et du Directoire postérieurement à leur mandat et sur le long terme, en ce compris les pensions de retraite ou autres avantages similaires qui leur sont consentis s'élève à 22 millions d'euros.

17.3 Participation des salariés au capital

Le nombre d'options de souscription ou d'achat d'actions de Publicis Groupe S.A. consenties aux dix premiers salariés non mandataires sociaux attributaires et d'options levées par ces derniers est le suivant :

	Nombre d'options attribuées / souscrites ou achetées	Prix moyen pondéré (€)	Plan
Options consenties entre le 1er janvier et le 31 décembre 2007, 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)	258 000	31,31	23 ^{ème} tranche ⁽¹⁾
Options détenues sur l'émetteur et les sociétés visées précédemment, levées entre le 1 ^{er} janvier et le 31 décembre 2007, 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)	918 304	12,14	17/20 ^{ème} tranches et plans Digitas à l'origine

⁽¹⁾ La levée de ces options est conditionnée par la réalisation d'objectifs dans le cadre du plan de 3 ans dit « LTIP II » (2006-2008).

Le nombre total des options restant à lever au 31 décembre 2007 par les dix salariés ci-dessus, bénéficiaires des attributions 2007 les plus élevées, est de 413 580 au prix moyen de 29,77 euros. Sur ce nombre total, 336 000 options sont conditionnelles.

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 2007 n'est pas significative.

Il convient d'observer que le FCPE Publicis Groupe SA détenait, au 31 décembre 2007, 577 304 actions Publicis Groupe SA. En conséquence, les collaborateurs du Groupe Publicis détenaient, à travers le FCPE, à la même date, 0,28 % du capital.

Le nombre total d'options de souscription ou d'achat d'actions Publicis Groupe qui ont été, durant l'exercice 2007, attribuées et/ou levées ainsi que le nombre d'options de souscription ou d'achat d'actions Publicis Groupe qui restaient à lever au 31 décembre 2007 figurent à la note 28 des comptes consolidés reproduits au chapitre 20.1 du présent document.

Les tableaux ci-dessous présentent un historique des options attribuées au cours des dix dernières années :

	1998*	1998*	2000	Plans d'origine Nelson ⁽¹⁾	Plans d'origine Saatchi ⁽²⁾	2001	2001	2002	2002	2002
Date d'autorisation par l'AGE	Publicis Communication A.G.E. du 16/12/1994		A. G. E. du 29/08/2000			A. G. E. du 29/08/2000				
Date du Conseil d'administration ou du Directoire	11/03/98	4/11/98	7/09/00			23/04/01	26/11/01	18/01/02	10/06/02	8/07/02
Nombre total d'options de souscription (S) ou d'achat (A) attribuées	6 600 S	33 150 S	100 000 A	699 367 ⁽¹⁾ A	4 253 507 ⁽²⁾	380 000 A	2 943 135 ⁽⁴⁾ A	104 600 A	5 000 A	220 000 A
dont mandataires sociaux :	-	21 850	100 000	-		220 000	278 057 ⁽⁴⁾	15 000	-	220 000
dont dix premiers attributaires salariés :	6 600	5 300	-	-		712 705 ⁽⁴⁾		75 100		-
Point de départ d'exercice des options	11/03/03	4/11/03	par tiers 07/09/01 07/09/02 07/09/03	⁽¹⁾	⁽³⁾ 08/09/00	23/04/05	26/11/05	18/01/06	10/06/06	8/07/06
Date d'expiration	10/03/08	3/11/08	6/09/10	2008 à 2009	20/04/06	22/04/11	25/11/11	17/01/12	9/06/12	7/07/12
Prix de souscription ou d'achat en FF/€	568 FF 86,60 €	672 FF 102,44 €	43,55 €	⁽¹⁾		33,18 €	29,79 €	29,79 €	32,43 €	29,79 €
Prix de souscription ou d'achat en € au 31/12/07	8,66	10,24	43,55	⁽¹⁾		33,18	29,79	29,79	32,43	29,79
Nombre total d'options de souscription ou d'achat attribuées ajusté au 31/12/07	66 000	331 500	100 000	⁽¹⁾		380 000	2 943 135 ⁽⁴⁾	104 600	5 000	220 000
Nombre total d'actions souscrites ou achetées au 31/12/07	45 000	277 000	-	381 339	4 218 415	-	-	-	-	-
Nombre total d'options de souscription ou d'achat annulées au 31/12/07	-	-	-	318 028	35 092	20 000	2 943 135 ⁽⁴⁾	16 400	-	-
Nombre d'options de souscription ou d'achat restantes au 31/12/07	21 000	54 500	100 000	0	0	360 000	0	88 200	5 000	220 000

* Les plans 1998 sont à l'origine des plans Publicis Communication, devenus Publicis Groupe SA du fait de la fusion de Publicis Communication avec Publicis Groupe SA le 11 décembre 1998. Le nombre issu de la conversion initiale a été multiplié par dix suite à la division par 10 du nominal de l'action Publicis Groupe SA en 2000.

⁽¹⁾ Plans (principalement 1998 et 1999) de souscription d'actions Nelson Communication. Ces options ont été transformées en options d'achat d'actions Publicis Groupe SA (au prix unitaire de 24,40 \$ pour les plans 1998 et 1999) au moment de l'acquisition de Nelson Communication en novembre 2000. A fin décembre 2000, le nombre d'options restant à lever était de 699 367.

⁽²⁾ Les options attribuées en application des plans d'options Saatchi&Saatchi qui existaient lors de l'offre publique d'échange de Publicis Groupe SA sur les titres de la société Saatchi&Saatchi en 2000 ont donné lieu à conversion des actions Saatchi&Saatchi reçues lors de l'exercice de ces options en actions Publicis selon le ratio retenu pour l'échange d'actions au moment de l'acquisition, soit 18,252 actions de Publicis Groupe SA pour 100 actions Saatchi&Saatchi.

⁽³⁾ Date de l'Assemblée générale de Publicis Groupe SA ayant décidé l'acquisition de Saatchi & Saatchi.

⁽⁴⁾ Options conditionnelles dont la levée était liée à la réalisation d'objectifs dans le cadre d'un plan de 3 ans. Les objectifs du plan du 26/11/01 n'ont pas été atteints et l'ensemble des options du plan a été annulé.

	2003	2003	2004	2004	2005	2006	2006	2007	Plans d'origine Digitas ⁽⁴⁾
Date d'autorisation par l'AGE	A. G. E. du 29/08/2000					AGE du 01/06/05			
Date du Conseil d'administration ou du Directoire	28/08/03	28/08/03	28/09/04	28/09/04	24/05/05	21/08/06	21/08/06	24/08/07	
Nombre total d'options de souscription (S) ou d'achat (A) attribuées	517 067 A	9 498 000 ⁽¹⁾ A	11 000 A	1 959 086 ⁽¹⁾ A	935 192 ⁽¹⁾ A	100 000 A	10 256 050 ⁽¹⁾ A	1 574 400 ⁽¹⁾ A	3 199 756 A
dont mandataires sociaux :	415 000	-	-	575 000 ⁽¹⁾	-	100 000	950 000 ⁽¹⁾	-	-
dont dix premiers attributaires salariés :	970 000 ⁽¹⁾		442 580 ⁽¹⁾		210 000 ⁽¹⁾	-	738 000 ⁽¹⁾	258 000 ⁽¹⁾	-
Point de départ d'exercice des options	28/08/07	50% 2006 ⁽²⁾ 50% 25/04/07 ⁽²⁾	28/09/08	50% 2006 ⁽²⁾ 50% 25/04/07 ⁽²⁾	50% 2006 ⁽²⁾ 50% 25/04/07 ⁽²⁾	21/08/10	50% 2009 ⁽³⁾ 50% 2010 ⁽³⁾	50% 2009 ⁽³⁾ 50% 2010 ⁽³⁾	31/01/07
Date d'expiration	27/08/13	27/08/13	27/09/14	27/09/14	23/05/15	20/08/16	20/08/16	23/08/17	2009 à 2017
Prix de souscription ou d'achat en FF/€	24,82 €	24,82 €	24,82 €	24,82 €	24,76 €	29,27 €	29,27 €	31,31 €	
Prix de souscription ou d'achat en € au 31/12/07	24,82	24,82	24,82	24,82	24,76	29,27	29,27	31,31	2,47 à 58,58
Nombre total d'options de souscription ou d'achat attribuées ajusté au 31/12/07	517 067	9 498 000 ⁽¹⁾	11 000	1 959 086 ⁽¹⁾	935 192 ⁽¹⁾	100 000	10 256 050 ⁽³⁾	1 574 400 ⁽¹⁾	3 199 756
Nombre total d'actions souscrites ou achetées au 31/12/07	-	2 236 559	-	340 150	319 307	-	-	-	852 089
Nombre total d'options de souscription ou d'achat annulées au 31/12/07	32 000	3 262 093	11 000	367 477	140 230	-	1 048 000	10 000	197 569
Nombre d'options de souscription ou d'achat restantes au 31/12/07	485 067	3 999 348	0	1 251 459	475 655	100 000	9 208 050	1 564 400	2 150 098

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

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

⁽³⁾ La période d'exercice commencera en 2009, lorsque le niveau d'atteinte des objectifs et par conséquent le nombre des options exerçables auront été déterminés. La moitié du nombre total exerçable pourra être levée à partir de cette date, l'autre moitié un an plus tard.

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

18. PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

18.1 Actionnaires significatifs et droits de vote

Au 31 décembre 2007, aucun actionnaire, à la connaissance de la Société, ne détenait, directement ou indirectement, individuellement ou de concert, une participation égale ou supérieure à 5% de son capital (une telle personne étant désignée comme un « actionnaire significatif »), à l'exception des personnes décrites ci-dessous. Les statuts prévoient que chaque actionnaire bénéficie d'un nombre de droits de vote proportionnel au nombre d'actions qu'il détient, à l'exception des actions détenues par le même actionnaire en la forme nominative depuis au moins deux ans qui comportent un droit de vote double. Aucune action de préférence et aucun titre sans droit de vote n'a été émis par la Société.

Répartition et historique du capital et des droits de vote de la Société :

Au 31 décembre 2007	Actions détenues	% ⁽⁴⁾ du capital	Droits de vote	% ⁽⁵⁾ des droits de vote
A/ Actionnaires détenant plus de 5% du capital				
Elisabeth Badinter ⁽¹⁾	20 072 339	9,92	40 144 678	16,79
Dentsu Inc ⁽²⁾	17 918 915	8,85	35 837 830	14,99
SEP Dentsu-Badinter ⁽³⁾	10 771 961	5,32	17 193 922	7,19
Harris Associates L.P	10 304 798	5,09	10 304 798	4,31
B/ Actions auto détenues	18 786 943	9,28	-	-
C/ Public (nominatif et porteur)	124 532 398	61,54	135 586 326	56,72
Total	202 387 354	100,00	239 067 554	100,00

Au 31 décembre 2006	Actions détenues	% ⁽⁴⁾ du capital	Droits de vote	% ⁽⁵⁾ des droits de vote
A/ Actionnaires détenant plus de 5% du capital				
Elisabeth Badinter ⁽¹⁾	20 072 339	10,10	40 144 678	16,75
Dentsu Inc ⁽²⁾	18 248 963	9,18	36 155 894	15,09
SEP Dentsu-Badinter ⁽³⁾	10 783 945	5,43	17 217 890	7,19
B/ Actions auto détenues	15 105 351	7,60	-	-
C/ Public (nominatif et porteur)	134 498 631	67,69	146 084 577	60,97
Total	198 709 229	100,00	239 603 039	100,00

Au 31 décembre 2005	Actions détenues	% ⁽⁴⁾ du capital	Droits de vote	% ⁽⁵⁾ des droits de vote
A/ Actionnaires détenant plus de 5% du capital				
Elisabeth Badinter ⁽¹⁾	20 072 339	10,18	40 144 678	17,17
Dentsu Inc ⁽²⁾	17 710 413	8,99	35 101 288	15,01
SEP Dentsu-Badinter ⁽³⁾	10 980 463	5,57	10 980 464	4,70
B/ Actions auto détenues	13 039 764	6,62	-	-
C/ Public (nominatif et porteur)	135 306 031	68,64	147 614 406	63,12
Total	197 109 010	100,00	233 840 836	100,00

⁽¹⁾ Madame Elisabeth Badinter détient 3,36% d'actions en pleine propriété (représentant 5,69% des droits de vote) et 6,56% d'actions en usufruit, la nue-propriété étant détenue par ses enfants (représentant 11,10% des droits de vote).

⁽²⁾ Ces chiffres n'incluent pas les actions détenues par la SEP et dont Dentsu peut être considérée comme le propriétaire effectif au titre du pacte d'actionnaires conclu entre Elisabeth Badinter et Dentsu (voir le chapitre « Pacte d'actionnaires conclu entre Elisabeth Badinter et Dentsu » pour plus de détails). A ce titre, Dentsu serait le propriétaire effectif de 28 690 875 actions, représentant 14,17% du capital de la Société et 22,18% des droits de vote (en tenant compte des droits de vote double).
Les droits de vote de Dentsu sont limités par convention à 15%.

⁽³⁾ Cette société en participation a été créée en septembre 2004 par Dentsu et Mme Badinter afin de mettre en œuvre la limitation des droits de vote de Dentsu à 15% (voir le chapitre 19 « Pacte d'actionnaires conclu entre Elisabeth Badinter et Dentsu » pour plus de détails).

⁽⁴⁾ Les pourcentages sont calculés sur le nombre total d'actions émises par la Société, y compris les actions autodétenues.

⁽⁵⁾ Les pourcentages sont calculés sur le nombre total d'actions émises par la Société, abstraction faite des actions autodétenues qui sont privées du droit de vote, et tiennent compte du droit de vote double attaché à certaines actions.

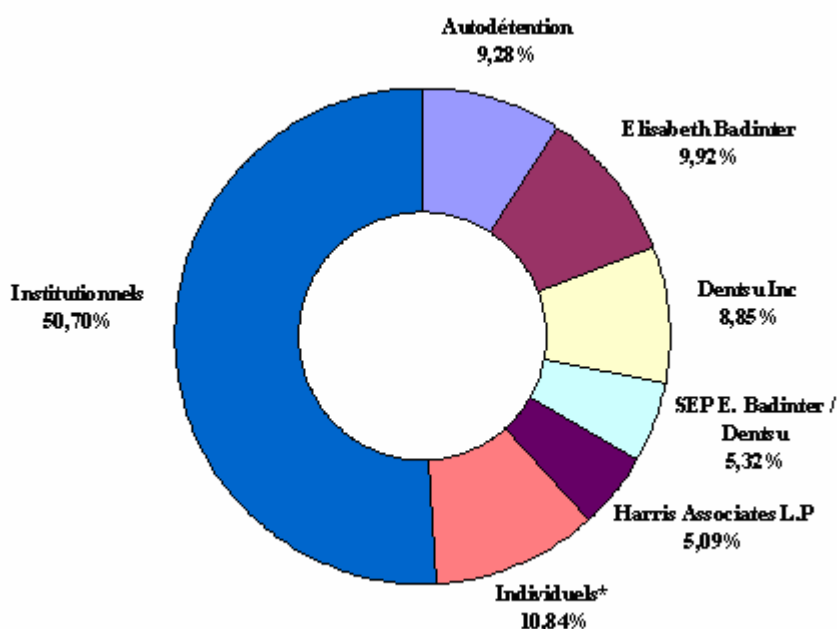
Au cours de l'année 2007, la Société a été informée du franchissement de seuil légal de 5% par la société Morgan Stanley & Co. International Plc. qui a déclaré à l'Autorité des Marchés Financiers avoir franchi le seuil légal de 5% à la hausse le 29 juin 2007 et à la baisse le 4 juillet 2007. La société Harris Associates L.P. a également déclaré avoir franchi en hausse, le 9 novembre 2007, le seuil de 5 % du capital de Publicis Groupe SA, puis avoir franchi en hausse, le 25 janvier 2008, le seuil de 5% des droits de vote de la Société et détenir ainsi 6,46% du capital et 5,47% des droits de vote.

Le nombre approximatif d'actionnaires selon le dernier recensement exhaustif disponible en date du 31 décembre 2007, qui correspond au TPI (Titres au Porteur Identifiables) croisé avec les informations sur les actions nominatives gérées par CACEIS Corporate Trust, était de plus de 51 153.

La répartition du capital et des droits de vote de la Société, au 31 décembre 2007 après prise en compte de la dilution maximale induite par les valeurs mobilières convertibles, échangeables ou assorties de bons de souscription est indiquée au chapitre 21.1.4 du présent document.

Répartition du capital par type d'actionnaires au 31 décembre 2007

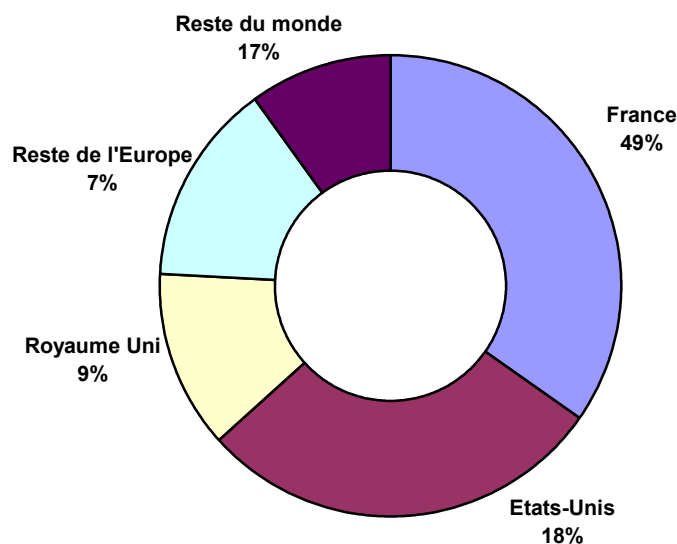
(en % du capital)



* dont salariés du Groupe et anciens actionnaires de Bcom3
Source: Euroclear - 31/12/2007

Répartition de l'actionnariat institutionnel par zone géographique au 31 décembre 2007

(en % du capital)



Source: Euroclear / Capital Precision – 31/12/2007

18.2 Contrôle de la Société

Dans la mesure où, dans un souci de transparence et d'information du public, la Société prend en compte les recommandations du document commun MEDEF – AFEP d'octobre 2003 sur le gouvernement d'entreprise des sociétés cotées, qui inspirent notamment le règlement intérieur du Conseil de Surveillance dont la dernière version a été approuvée le 27 février 2007, la composition du Conseil de Surveillance et du Directoire de la Société assure que le contrôle exercé par Mme Elisabeth Badinter et Dentsu (voir chapitre 19) n'est pas susceptible d'être exercé de manière préjudiciable à la Société.

Enfin, à la connaissance de la Société, à l'exception des accords mentionnés au chapitre 19, la Société ne fait pas l'objet d'autre accord ou engagement liant un ou plusieurs actionnaires, société, gouvernement étranger ou autre personne morale ou personne physique agissant individuellement ou conjointement portant sur la détention directe ou indirecte de son capital ou sur son contrôle, et il n'existe aucun accord dont la mise en œuvre pourrait entraîner à une date ultérieure un changement de contrôle de la Société.

18.3 Accords concernant un éventuel changement de contrôle ou susceptibles d'avoir une influence en cas d'offre publique d'acquisition

A la connaissance de la Société, il n'existe aucun accord pouvant entraîner un changement de contrôle.

Les informations requises par l'article L. 225-100-3 du Code de commerce figurent dans le présent document de référence comme suit : la mention de l'existence d'autorisations consenties par l'Assemblée générale de la Société au Directoire relatives à l'émission d'actions (figurant au chapitre 4), la structure du capital (décrite au chapitre 18.1), les pactes d'actionnaires (décrits au chapitre 19) et l'existence de droits de vote double (prévus par les statuts de la Société et décrits au chapitre 21.2).

Il est en outre précisé qu'à la connaissance de la Société, il n'existe aucun accord prévoyant des indemnités, autres que celles décrites au chapitre 15.1, pour les membres du Directoire ou les salariés si leur emploi prend fin en raison d'une offre publique ni aucun accord conclu par la Société qui pourrait être modifié ou prendre fin en cas de changement de contrôle de la Société.

19. OPERATIONS AVEC DES APPARENTÉS

Termes et conditions des transactions réalisées avec des apparentés

Certains membres du Conseil de Surveillance de Publicis Groupe (Messieurs Michel David-Weill, Felix Rohatyn, Gérard Worms et Michel Cicurel et Madame Hélène Ploix) exercent des fonctions de direction au sein d'établissements financiers qui pourraient avoir des relations d'affaires avec la Société. A cet égard, la Société a conclu avec la Banque Rothschild un contrat de liquidité sur ses propres titres mentionné au chapitre 21.1.3. Néanmoins, tous ces membres du Conseil de Surveillance ont été considérés comme indépendants au regard des critères appliqués par la Société.

Le 30 novembre 2003, Publicis Groupe S.A. et Dentsu ont conclu un accord dans le cadre de l'accord de fusion intervenu le 7 mars 2002 entre Publicis Groupe S.A. et ses filiales Philadelphia Merger Corp. et Philadelphia Merger LLC, d'une part, et Bcom3 Group, Inc., d'autre part, aux termes duquel Philadelphia Merger Corp. a absorbé, par voie de fusion-absorption, Bcom3.

L'accord comprend des clauses relatives à la gestion de Publicis Groupe S.A., à la composition du Conseil de Surveillance, au changement de forme sociale et de représentation de Dentsu au Comité d'Audit, ainsi que des clauses relatives au transfert d'actions et de bons de souscription d'actions de Publicis Groupe S.A., détenues par Dentsu, incluant un plafonnement de la participation de Dentsu à 15% des droits de vote de Publicis Groupe S.A. En outre, cet accord comprend une clause anti-dilution au bénéfice de Dentsu et une clause relative à la prise en compte comptable de la participation de Dentsu dans le Groupe selon la méthode de mise en équivalence. Le terme de cet accord est fixé au 12 juillet 2012, sauf prorogation entre les parties pour une durée de 10 ans. Il a fait l'objet d'une Décision et Information de l'Autorité des Marchés Financiers le 9 janvier 2004 sous le numéro 204C0036.

Rémunération des membres du Directoire et du Conseil de Surveillance

La rémunération des personnes physiques membres du Directoire et du Conseil de Surveillance au 31 décembre 2007, ou au titre d'une période de l'année 2007 est décrite au chapitre 15.1.

A l'exception de ce qui est décrit au chapitre 14.2, au présent chapitre 19 et au chapitre 22, la Société, ainsi que ses filiales, n'a pas, depuis le 1^{er} janvier 2007, conclu d'autres opérations significatives avec des apparentés, ni ne s'est engagée à en conclure.

Les opérations suivantes ont été réalisées avec des apparentés au cours de l'exercice 2007 (en millions d'euros) :

	Revenu auprès des apparentés ⁽¹⁾	Dotation aux provisions sur créances
Dentsu	5	-

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

Les soldes des comptes avec les sociétés apparentées au bilan du 31 décembre 2007 étaient les suivants (en millions d'euros) :

	Créances/prêts sur les apparentés	Provisions sur créances	Dettes envers les apparentés
Dentsu	3	-	2
Somupi	12	-	-
Onspot Digital	-	-	2
Bromley	2	-	-

Pacte d'actionnaires entre Dentsu et Publicis

Le 30 novembre 2003, Dentsu et Publicis ont conclu un pacte d'actionnaires relatif à certaines conditions de participation de Dentsu dans Publicis (le « Pacte d'actionnaires entre Dentsu et Publicis »).

Le Pacte d'actionnaires entre Dentsu et Publicis annule et remplace le protocole d'accord conclu le 7 mars 2002 avec Dentsu. Ce pacte a été conclu suivant la procédure applicable aux conventions réglementées.

Au terme du Pacte d'actionnaires, Dentsu sera représenté par deux membres au sein du Conseil de Surveillance de Publicis tant que Dentsu disposera d'au moins 10% du capital (calculés de façon spécifique), étant entendu que ce nombre de représentants augmentera dans le cas d'une augmentation du nombre total de membres du Conseil de Surveillance de Publicis afin que Dentsu conserve une représentation proportionnelle aux droits de vote dont il dispose. Les deux membres actuels du Conseil de Surveillance de Publicis Groupe désignés en application du Pacte d'actionnaires entre Dentsu et Publicis sont Messieurs Yutaka Narita et Tateo Mataka.

Dentsu s'interdit, jusqu'au 1er juillet 2012, de disposer d'une participation qui lui conférerait plus de 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 souscrire en exerçant 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 portant sur les titres de Publicis, Publicis veillera à ce que la réglementation boursière (et notamment les dispositions du Règlement Général de l'Autorité des Marchés Financiers relatives aux offres publiques) soit respectée y compris en ce qui concerne cet engagement d'incessibilité.

Le 24 septembre 2004, Publicis et Dentsu ont conclu un amendement au Pacte d'actionnaires à l'effet de refléter l'accord intervenu entre Dentsu et Elisabeth Badinter le 4 septembre 2004 décrit ci-après.

Le Pacte d'actionnaires entre Dentsu et Publicis prendra fin le 1^{er} juillet 2012 sauf accord intervenu entre les parties pour proroger les effets du pacte pour une nouvelle période de dix ans.

Pacte d'actionnaires entre Dentsu et Madame Elisabeth Badinter

Le 2 décembre 2003, Elisabeth Badinter et Dentsu ont conclu un pacte d'actionnaires qui gouverne leurs relations en tant qu'actionnaires de Publicis (le « Pacte d'actionnaires entre Dentsu et Mme Badinter »).

Aux termes du Pacte d'actionnaires entre Dentsu et Mme Badinter, Dentsu s'engage en tant qu'actionnaire de Publicis, à élire ou maintenir en fonction les membres du Conseil de Surveillance désignés par Madame Elisabeth Badinter.

Dentsu s'engage au sein du Conseil de Surveillance de Publicis, à :

- voter en faveur de la désignation de Madame Elisabeth Badinter, ou de toute personne qu'elle se substituerait, comme Président du Conseil de Surveillance de Publicis ;
- élire ou maintenir en fonction les membres du Conseil de Surveillance désignés par Madame Elisabeth Badinter ; et
- voter en faveur des désignations des membres du management (notamment des membres du Directoire) proposés par Madame Elisabeth Badinter après consultation de Dentsu.

Le Pacte d'actionnaires prévoit la création d'un comité stratégique, *Special Committee*, dont les membres seront désignés par Madame Elisabeth Badinter et Dentsu (Madame Elisabeth Badinter

disposant du pouvoir de désigner la majorité des membres), dont le rôle consistera à : examiner les décisions stratégiques à prendre en Conseil de Surveillance et en Assemblée générale, déterminer le sens du vote de Dentsu s'agissant des décisions sur lesquelles Dentsu s'est engagée à voter dans le même sens que Madame Elisabeth Badinter ; et en cas de réunion convoquée à la demande de Dentsu, examiner d'autres questions soulevées par un membre du comité désigné par Dentsu.

En outre, Dentsu s'engage à suivre les instructions de vote de Mme Badinter sur un certain nombre de questions, notamment celles relatives à des projets de fusion ou à des rapprochements de Publicis avec d'autres entités. Dentsu s'est également engagé à ne pas procéder à un transfert d'actions Publicis (ou de tout bon de souscription attribué dans le cadre de l'acquisition par Publicis de Bcom3) jusqu'au 12 juillet 2012 (sauf exceptions limitativement énumérées), et à se soumettre à des restrictions particulières en cas de transfert d'actions ou de bons, ainsi qu'à l'agrément de Mme Badinter pour tout transfert réalisé postérieurement au 12 juillet 2012.

Après consultation de Madame Elisabeth Badinter, Dentsu s'engage à voter en Assemblée générale de Publicis dans le même sens que Madame Elisabeth Badinter sur les décisions suivantes :

- modification des statuts de Publicis concernant les éléments suivants : raison sociale, siège social, nombre de membres du Directoire et du Conseil de Surveillance, durée du mandat et nombre d'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 ;
- distribution de dividendes d'un montant raisonnable pour autant que ceux-ci n'excèdent pas 40% du bénéfice distribuable ;
- augmentation 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 ; et
- réduction de capital résultant du rachat d'actions par la Société.

Après consultation de Madame 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 ; et
- approbation de toute transaction impliquant Madame 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 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, sous réserve de certains cas limitativement énumérés, Dentsu s'engage à ne pas user de ses droits de vote au-dessus du seuil de 15%.

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 l'Autorité des Marchés Financiers sur les offres publiques) soit respectée y compris en ce qui concerne cet engagement d'incessibilité.

A compter du 12 juillet 2012, Madame 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.

Dentsu s'interdira de conclure tout accord relatif à la direction et au management de Publicis sans l'accord préalable de Madame Elisabeth Badinter. Madame 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 Madame Elisabeth Badinter de cet engagement donnera le droit à Dentsu de résilier le pacte.

Madame 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 ne pourrait souscrire ne exerçant ses droits préférentiels de souscription.

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 Madame 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 24 septembre 2004, Mme Badinter et Dentsu ont créé une société en participation (la « SEP ») et ont procédé à l'adoption de ses statuts. Aux termes des statuts, l'objet de la SEP consiste en l'exercice des droits de vote attachés aux actions pour lesquelles le droit de vote a été conféré à la SEP.

Le 24 septembre 2004, Dentsu a conféré à la SEP le droit d'exercer les droits de vote de 11 181 399 actions ordinaires de Publicis, et le 1^{er} octobre 2004, Mme Badinter a conféré à la SEP le droit d'exercer les droits de vote de une (1) action ordinaire de Publicis. Le terme de la SEP expire à la première des dates suivantes : le 24 septembre 2014, ou lors de la survenance du terme du Pacte d'actionnaires conclu entre Mme Badinter et Dentsu, sauf en cas de prorogation ou de dissolution anticipée, d'un commun accord entre Dentsu et Mme Badinter. Les statuts prévoient que Dentsu apportera à la SEP, pendant sa durée d'existence, le droit d'exercer les droits de vote attachés aux actions que Dentsu détiendrait en sus de 15% des droits de vote. En conséquence, le nombre des actions ainsi apportées s'élève à 10 771 960 au 31 décembre 2007. Les statuts prévoient également la désignation d'un gérant de la SEP qui est nommé et révoqué d'un commun accord entre Mme Badinter et Dentsu ; cette fonction est exercée initialement par Mme Badinter. Le gérant est en charge de la gestion de la SEP et a notamment le pouvoir d'exercer les droits de vote attachés aux actions détenues par la SEP.

Le 24 septembre 2004, Mme Badinter et Dentsu sont convenus d'amender le Pacte d'actionnaires entre Dentsu et Mme Badinter, afin de prévoir un droit de préemption au bénéfice de Mme Badinter portant sur toute action ordinaire de Publicis pour laquelle le droit d'exercer le droit de vote a été conféré par Dentsu à la SEP et dont Dentsu souhaite disposer ou que Dentsu souhaite transférer à une partie tierce autre que ses filiales détenues à 100%, sous réserves d'exceptions spécifiques.

Le pacte prendra fin douze ans à compter de sa signature, sauf accord des deux parties pour le renouveler pour une même durée.

La communication des pactes mentionnés ci-dessus à l'Autorité des Marchés Financiers a donné lieu à la publication d'un résumé détaillé dans les décisions et informations AMF n° 204C0036 du 9 janvier 2004 et n° 204C1206 du 11 novembre 2004.

Par ailleurs, la Société a prorogé le 28 juin 2007 avec la société Deutsche Bank un contrat qui est arrivé à son terme le 30 novembre 2007 et par lequel avait été confié à cette dernière le rachat pour son compte de ses actions, dans le cadre de l'autorisation donnée par l'Assemblée générale du 4 juin 2007 dans sa dixième résolution, programme dont il est fait état au 21.1.3 du présent document.

Les informations relatives aux conventions visées à l'article L. 225-86 du Code de commerce et conclues par la Société figurent dans les documents de référence 2005, 2006 et 2007 de la Société :

- année 2007 : au présent chapitre 19 ;
- année 2006 : document déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 30 mars 2007 (sous le n° D.07-0255) à la page 86 ;
- année 2005 : document déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 31 mars 2006 (sous le numéro D.06-0196) à la page 81.

Voir également la note 29 des comptes consolidés figurant dans le chapitre 20.1 du présent document.

Rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions et engagements réglementés

Exercice clos le 31 décembre 2007

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

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

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention ni d'aucun engagement conclus au cours de l'exercice et soumis aux dispositions de l'article L. 225-86 du Code de Commerce.

Par ailleurs, en application du Code de commerce, nous avons été informés que l'exécution des conventions et engagements suivants, approuvés au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

Pacte entre Publicis Groupe S.A. et Dentsu Inc.

Actionnaire concerné : *Dentsu Inc*

Nature et objet et modalités

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

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

Cette convention n'a pas eu d'incidence sur les comptes de la société Publicis Groupe S.A. sur l'exercice clos au 31 décembre 2007.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

Fait à Neuilly-sur-Seine et Courbevoie, le 20 février 2008

Les commissaires aux comptes

Mazars & Guérard

Philippe Castagnac

Isabelle Massa

Ernst & Young et Autres

Jean Bouquot

Valérie Desclève

La société n'a pas eu connaissance de nouvelles conventions visées à l'article L.225-86 du Code de Commerce qui auraient été conclues depuis la clôture de l'exercice 2007, à l'exception de celles mentionnées au chapitre 15 et dont avis sera donné aux commissaires aux comptes.

20. INFORMATIONS FINANCIERES CONCERNANT LE PATRIMOINE, LA SITUATION FINANCIERE ET LES RÉSULTATS DE L'ÉMETTEUR

20.1 Comptes consolidés

Compte de résultat consolidé

<i>en millions d'euros</i>	<i>Notes</i>	2007	2006	2005
Revenu		4 671	4 386	4 127
Charges de personnel	3	(2 829)	(2 630)	(2 454)
Autres charges opérationnelles	4	(954)	(936)	(908)
Marge opérationnelle avant amortissements		888	820	765
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	5	(109)	(107)	(116)
Marge opérationnelle		779	713	649
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	5	(30)	(22)	(23)
Perte de valeur	5	(6)	(31)	(33)
Autres produits et charges non courants	6	3	29	59
Résultat opérationnel		746	689	652
Coût de l'endettement financier net	7	(73)	(36)	(78)
Autres charges et produits financiers	7	(5)	(14)	(14)
Résultat avant impôt des entreprises consolidées		668	639	560
Impôt sur le résultat	8	(201)	(192)	(157)
Résultat net des entreprises consolidées		467	447	403
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	13	9	22	11
Résultat net		476	469	414
Dont intérêts minoritaires		24	26	28
Dont part du Groupe		452	443	386

Données par action (en euros)	9			
<i>Nombre d'actions</i>		<i>207 599 301</i>	<i>209 611 690</i>	<i>210 415 990</i>
Bénéfice net par action		2,18	2,11	1,83
<i>Nombre d'actions dilué</i>		<i>239 365 113</i>	<i>240 064 428</i>	<i>233 816 994</i>
Bénéfice net par action – dilué		2,02	1,97	1,76

Bilan consolidé

<i>en millions d'euros</i>	<i>Notes</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006 ⁽¹⁾	31 décembre 2005 ⁽¹⁾
Actif				
Écarts d'acquisition nets	10	3 546	2 840	2 883
Immobilisations incorporelles nettes	11	826	693	763
Immobilisations corporelles nettes	12	501	511	580
Impôts différés actifs	8	148	186	230
Titres mis en équivalence	13	49	44	33
Autres actifs financiers	14	112	118	118
Actifs non courants		5 182	4 392	4 607
Stocks et en-cours de production	15	391	430	436
Clients et comptes rattachés	16	4 926	4 550	4 289
Autres créances et actifs courants	17	432	413	446
Trésorerie et équivalents de trésorerie	18	1 313	1 920	1 980
Actifs courants		7 062	7 313	7 151
Total de l'actif		12 244	11 705	11 758

Passif				
Capital		81	79	79
Réserves consolidées, part du Groupe		2 117	2 001	1 977
Capitaux propres, part du Groupe	19	2 198	2 080	2 056
Intérêts minoritaires		27	27	20
Total capitaux propres		2 225	2 107	2 076
Dettes financières à plus d'un an	22	1 293	1 911	1 913
Impôts différés passifs	8	240	216	220
Provisions à long terme	20	449	509	582
Passifs non courants		1 982	2 636	2 715
Fournisseurs et comptes rattachés		5 662	5 270	5 030
Dettes financières à moins d'un an	22	819	203	224
Dettes d'impôts sur les sociétés		99	149	263
Provisions à court terme	20	107	116	120
Autres dettes et passifs courants	23	1 350	1 224	1 330
Passifs courants		8 037	6 962	6 967
Total du passif		12 244	11 705	11 758

(1) Après impact des retraitements détaillés dans la Note 1.6.

Tableau des flux de trésorerie consolidés

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006 ⁽²⁾	2005 ⁽²⁾
I- Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net	476	469	414
Impôt sur le résultat	201	192	157
Coût de l'endettement financier net	73	36	78
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(3)	(27)	(58)
Dotation aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	145	160	172
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	22	16	20
Autres produits et charges calculés	9	11	11
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	(9)	(22)	(11)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	11	19	9
Impôt payé	(197)	(229)	(167)
Intérêts financiers payés	(87)	(85)	(93)
Intérêts financiers encaissés	51	74	44
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité ⁽¹⁾	106	(21)	44
Flux net de trésorerie généré par l'activité	798	593	620
II- Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(88)	(81)	(83)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	11	32	8
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(6)	(3)	7
Acquisitions de filiales ⁽³⁾	(1 006)	(58)	(71)
Cessions de filiales	10	11	98
Flux net de trésorerie lié aux opérations investissement	(1 079)	(99)	(41)
III- Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Augmentation de capital	2		
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(92)	(66)	(55)
Dividendes versés aux minoritaires des sociétés consolidées	(26)	(23)	(19)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	12	19	747
Remboursement des emprunts	(24)	(52)	(460)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et de BSA	(162)	(264)	7
Encaissements provenant des opérations de couverture	52	36	-
Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement	(238)	(350)	220
IV- Incidence des variations de taux de change	(82)	(139)	72
Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)	(601)	5	871
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	1 920	1 980	1 186
Soldes créditeurs de banques au 1 ^{er} janvier	<u>(30)</u>	<u>(95)</u>	<u>(172)</u>
Trésorerie à l'ouverture	1 890	1 885	1 014
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 31 décembre	1 313	1 920	1 980
Soldes créditeurs de banques au 31 décembre	<u>(24)</u>	<u>(30)</u>	<u>(95)</u>
Trésorerie à la clôture	1 289	1 890	1 885
Variation de la trésorerie consolidée	(601)	5	871

⁽¹⁾ Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité

Variation des stocks et en-cours de production	32	(46)	40
Variation des créances clients et autres créances	(689)	(526)	(528)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	<u>763</u>	<u>551</u>	<u>532</u>
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	106	(21)	44

(2) Après impact des retraitements détaillés dans la Note 1.6 et reclassement des frais de restructuration payés dans la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité.

(3) Après déduction de 191 millions d'euros de trésorerie nette acquise chez Digitas et 9 millions d'euros pour les autres acquisitions.

Tableau de variation des capitaux propres

Nombre d'actions	<i>en millions d'euros</i>	Capital social	Réserves liées au capital	Réserves et résultats consolidés	Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	Total part du Groupe	Intérêts mino-ritaires	Total capitaux propres
182 088 218	31 décembre 2004	78	2 537	(1 024)	30	1 621	31	1 652
	Gains et (pertes) enregistrés en capitaux propres				88	88	5	93
	Résultat net de l'exercice			386		386	28	414
	Total des produits et (charges) de la période			386	88	474	33	507
1 637 949	Augmentation de capital de Publicis Groupe	1	47	(48)				
	Dividendes versés			(55)		(55)	(19)	(74)
	Rémunérations fondées sur des actions			20		20		20
	Rachat de bons de souscription d'actions			(2)		(2)		(2)
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(2)		(2)		(2)
	Rachat partiel de la partie option de l'Océane 2018			(9)		(9)		(9)
	Effet de périmètre et des engagements de rachats de minoritaires						(25)	(25)
343 079	Achats/Ventes d'actions propres			9		9		9
184 069 246	31 décembre 2005	79	2 584	(725)	118	2 056	20	2 076
	Gains et (pertes) enregistrés en capitaux propres				(103)	(103)	(4)	(107)
	Résultat net de l'exercice			443		443	26	469
	Total des produits et (charges) de la période			443	(103)	340	22	362
1 600 219	Augmentation de capital de Publicis Groupe	-	47	(47)				
	Dividendes versés			(66)		(66)	(23)	(89)
	Rémunérations fondées sur des actions			16		16		16
	Rachat de bons de souscription d'actions			(201)		(201)		(201)
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(1)		(1)		(1)
	Effet de périmètre et des engagements de rachats de minoritaires						8	8
(2 065 587)	Achats/Ventes d'actions propres			(64)		(64)		(64)
183 603 878	31 décembre 2006	79	2 631	(645)	15	2 080	27	2 107
	Gains et (pertes) enregistrés en capitaux propres				(229)	(229)	(3)	(232)
	Résultat net de l'exercice			452		452	24	476
	Total des produits et (charges) de la période			452	(229)	223	21	244
3 678 125	Augmentation de capital de Publicis Groupe	2	111	(48)		65		65
	Dividendes versés			(92)		(92)	(26)	(118)
	Rémunérations fondées sur des actions			22		22		22
	Juste valeur des stock-options intégrées dans le coût d'acquisition de Digitas et Business Interactif			65		65		65
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(3)		(3)		(3)
	Effet de périmètre et des engagements de rachats de minoritaires						5	5
(3 681 592)	Achats/Ventes d'actions propres			(162)		(162)		(162)
183 600 411	31 décembre 2007	81	2 742	(411)	(214)	2 198	27	2 225

Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres

a/ Variations de la période

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006	2005
Réévaluation des titres disponibles à la vente	(16)	11	(16)
Couverture d'investissements nets	(1)	(8)	9
Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies	8	2	(21)
Impôts différés sur stock options	(8)	2	-
Réserve de conversion	(212)	(110)	116
Total des gains et (pertes) de la période enregistrés directement en capitaux propres	(229)	(103)	88

b/ Soldes à la clôture

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Réévaluations d'immobilisations corporelles	105	105	105
Réévaluation des titres disponibles à la vente	19	35	24
Couverture d'investissements nets	-	1	9
Gains et pertes actuariels sur régimes à prestations définies	(19)	(27)	(29)
Impôts différés sur stock options	(6)	2	-
Réserve de conversion	(313)	(101)	9
Solde de clôture des gains et pertes enregistrés directement en capitaux propres	(214)	15	118

Notes annexes aux états financiers consolidés

1. Règles et méthodes comptables

1.1. Principes et méthodes de consolidation

En application du règlement européen N° 1606/2002 du 19 juillet 2002 sur les normes internationales, les comptes consolidés au titre de l'exercice 2007 ont été établis selon les normes comptables internationales IAS /IFRS applicables au 31 décembre 2007 telles qu'approuvées par l'Union Européenne.

Les comptes de l'exercice 2007 sont présentés avec deux exercices comparatifs au titre des exercices 2006 et 2005 également établis selon le même référentiel IAS/IFRS. Les options comptables liées à la première adoption des IFRS sont présentées au paragraphe 1.4 ci-dessous.

Les comptes ont été arrêtés par le Directoire en date du 8 février 2008 et examinés par le Conseil de Surveillance en date du 12 février 2008. Ils seront soumis à l'approbation des actionnaires, qui ont le pouvoir de modifier les comptes présentés, lors de l'Assemblée Générale du 3 juin 2008.

Monnaie de présentation des comptes consolidés

Publicis arrête et publie ses comptes consolidés en euros.

Participations dans les filiales

Les états financiers consolidés comprennent les états financiers de Publicis Groupe S.A. et de ses filiales préparés au 31 décembre de chaque année. Les filiales sont consolidées à compter de la prise de contrôle par le Groupe et jusqu'à la date à laquelle ce contrôle est transféré à l'extérieur du Groupe.

Le contrôle est le pouvoir de diriger les politiques financière et opérationnelle d'une entreprise afin d'obtenir des bénéfices de ses activités. Ce contrôle est présumé exister lorsque le Groupe détient directement ou indirectement par l'intermédiaire de filiales plus de la moitié des droits de vote. Dans le cas où le Groupe détient directement ou indirectement moins de la moitié des droits de vote, le contrôle peut néanmoins provenir des statuts, d'un accord contractuel, du pouvoir de nommer ou de révoquer la majorité des membres de l'organe de direction ou du pouvoir de réunir la majorité des droits de vote.

Participations dans les entreprises associées

La participation du Groupe dans les entreprises associées est comptabilisée selon la méthode de la mise en équivalence. Une entreprise associée est une entreprise dans laquelle le Groupe a une influence notable, présumée dès lors que le pourcentage de détention est au moins égal à 20%, et qui n'est ni une filiale ni une coentreprise (entreprise sous contrôle conjoint) du Groupe.

Une participation dans une entreprise associée est comptabilisée au bilan au coût d'acquisition augmenté ou diminué des variations de la quote-part du Groupe dans l'actif net de l'entreprise détenue depuis l'acquisition. La participation du Groupe inclut l'écart d'acquisition, traité conformément à la méthode comptable présentée ci-dessous. Le compte de résultat reflète la quote-part du Groupe dans le résultat après impôt de l'entreprise associée.

Opérations en devises étrangères

Les opérations en monnaies étrangères sont enregistrées au taux de change en vigueur à la date de l'opération. Les actifs et passifs monétaires libellés en monnaies étrangères sont convertis au taux de change en vigueur à la date de clôture. Tous les écarts sont enregistrés dans le compte de résultat à l'exception des écarts sur les prêts ou emprunts qui en substance font partie de l'investissement net dans une entité étrangère. Ceux-ci sont directement inscrits dans les capitaux propres jusqu'à la sortie de l'investissement net, date à laquelle ils sont reconnus en résultat.

Conversion des états financiers exprimés en devises étrangères

La monnaie de fonctionnement de chacune des entités du Groupe est la monnaie de l'environnement économique dans lequel l'entité opère. Les comptes des filiales situées à l'extérieur de la zone euro exprimés en devises locales sont convertis en euros, monnaie de présentation des comptes consolidés, de la façon suivante :

- les actifs et les passifs sont convertis au cours de clôture ;
- le compte de résultat est converti au cours moyen de l'année ;
- les écarts de conversion résultant de l'application de ces différents taux sont inscrits, pour la part revenant au Groupe, dans le poste « Gains et pertes enregistrés en capitaux propres – Réserve de conversion » et pour la part des tiers, dans le poste « Intérêts minoritaires ».

L'écart d'acquisition et les ajustements à la juste valeur d'actifs et de passifs résultant de la comptabilisation d'une acquisition d'une entité étrangère sont exprimés dans la monnaie de fonctionnement de l'entreprise acquise et convertis au cours de clôture.

Éliminations des opérations internes au Groupe

Les opérations réalisées entre des filiales consolidées sont éliminées en totalité, ainsi que les créances et dettes qui en résultent. De même, les résultats internes au Groupe (résultats de cessions et dividendes internes, provisions sur filiales) sont éliminés du résultat consolidé, sauf en cas de perte de valeur.

1.2 Principes et méthodes comptables

Études, recherche et développement

Publicis comptabilise les dépenses d'études et de recherche en charges de l'exercice au cours duquel elles sont engagées. Ces dépenses se rapportent principalement aux éléments suivants : études et tests relatifs aux campagnes publicitaires, programmes de recherche sur le comportement des consommateurs et les besoins des annonceurs dans différents domaines, études et modélisations visant à optimiser l'achat d'espace des clients du Groupe.

Les dépenses de développement encourues sur un projet individuel sont activées quand sa recouvrabilité future peut raisonnablement être considérée comme assurée. Toute dépense activée est amortie sur la durée attendue des revenus futurs relatifs au projet.

Écarts d'acquisition

L'écart d'acquisition représente la différence constatée entre le coût d'acquisition des titres (y compris les éventuels compléments de prix qui sont enregistrés en dettes financières 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, passifs et passifs éventuels identifiés à la date d'acquisition.

Les écarts d'acquisition inscrits au bilan ne sont pas amortis mais font l'objet de tests de dépréciation sur une base annuelle. Le test de dépréciation est réalisé pour la ou les unités génératrices de trésorerie auxquelles l'écart d'acquisition a été affecté en comparant la valeur recouvrable et la valeur comptable de la ou des unités génératrices de trésorerie. Le Groupe considère que l'unité génératrice de trésorerie est l'agence ou un regroupement d'agences.

La valeur recouvrable d'une unité génératrice de trésorerie est la valeur la plus élevée entre la juste valeur (généralement le prix de marché), nette des coûts de cession, et la valeur d'utilité. La valeur d'utilité est déterminée à partir des flux de trésorerie futurs actualisés. Les calculs s'appuient sur des prévisions de flux de trésorerie à cinq ans, un taux de croissance des flux à l'infini et une actualisation de l'ensemble des flux. Le taux d'actualisation retenu reflète les appréciations actuelles du marché de la valeur temps de l'argent et les risques spécifiques à l'unité génératrice de trésorerie.

Si les valeurs comptables de l'unité génératrice de trésorerie excèdent la valeur recouvrable, les actifs de l'unité génératrice de trésorerie sont dépréciés pour être ramenés à leur valeur recouvrable. Les pertes de valeur sont imputées en priorité à l'écart d'acquisition et enregistrées au compte de résultat.

Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles acquises séparément sont comptabilisées à leur coût d'acquisition. Les immobilisations incorporelles acquises dans le cadre d'un regroupement d'entreprises sont enregistrées pour leur juste valeur à la date d'acquisition, séparément de l'écart d'acquisition si elles remplissent l'une des deux conditions suivantes :

- elles sont identifiables, c'est à dire qu'elles résultent de droits légaux ou contractuels,
- elles sont séparables de l'entité acquise.

Les immobilisations incorporelles sont constituées essentiellement de marques, de relations contractuelles avec les clients, de technologie, de bases de données d'e-mails et de logiciels

Les marques, considérées comme à durée d'utilité indéfinie, ne sont pas amorties. Elles font l'objet d'un test de dépréciation sur une base annuelle qui consiste à comparer leur valeur recouvrable et leur valeur comptable. Toute perte de valeur est comptabilisée au compte de résultat.

Les relations contractuelles avec les clients, dont la durée d'utilité est déterminable, sont amorties sur leur durée d'utilisation, qui se situe généralement entre 10 et 40 ans. Elles font également l'objet d'un test de dépréciation en cas d'indice de perte de valeur.

La technologie résulte de l'engagement du Groupe dans les activités interactives. Elle est amortie sur une période de 3 à 4 ans.

Les bases de données d'adresses e-mails sont utilisées dans le cadre de campagne d'e-mailing direct. Ces bases sont amorties sur 2 ans.

La méthode utilisée pour la dépréciation des actifs incorporels est basée sur les flux de trésorerie futurs actualisés. Plus précisément pour les marques, le Groupe recourt à la méthode des "royalty savings" qui prend en compte les flux de trésorerie futurs que générerait la marque en terme de royalties en supposant qu'un tiers serait prêt à payer pour l'utilisation de cette marque. En ce qui concerne les relations contractuelles avec les clients, la méthode prend en compte les flux de trésorerie futurs actualisés générés par les clients. Les évaluations sont effectuées par des experts indépendants. Les paramètres utilisés sont cohérents avec ceux utilisés pour l'évaluation des écarts d'acquisition.

Les logiciels immobilisés comprennent des logiciels à usage interne ainsi que des logiciels à usage commercial, évalués soit à leur coût d'acquisition (achat externe) soit à leur coût de production (développement interne). Ils sont amortis sur leur durée d'utilité, sans jamais excéder trois ans.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont évaluées au coût diminué du cumul des amortissements et des pertes de valeur. Publicis a choisi de réévaluer l'immeuble situé au 133, avenue des Champs-Élysées à sa juste valeur à la date de transition aux IFRS et de considérer cette valeur comme le coût par convention à la date de transition.

Le cas échéant, le coût total d'un actif est réparti entre ses différents éléments constitutifs qui ont des durées d'utilité différentes, chaque élément étant comptabilisé séparément et amorti sur une durée distincte.

L'amortissement est calculé selon la méthode linéaire sur la durée d'utilité estimée de chaque immobilisation. Les durées d'amortissement des immobilisations corporelles les plus couramment pratiquées sont les suivantes (amortissements linéaires) :

- Constructions : 20 à 70 ans,
- Agencements des constructions, installations générales : 10 ans,

- Matériel de bureau, mobilier de bureau : 5 à 10 ans,
- Matériel de transport : 4 ans,
- Matériel informatique : 2 à 4 ans.

S'il existe un indice de perte de valeur, la valeur recouvrable des actifs corporels ou unités génératrices de trésorerie auxquels appartiennent les actifs est comparée à la valeur comptable. Toute perte de valeur est comptabilisée au compte de résultat.

Contrats de location

Les contrats de location financement, qui transfèrent au Groupe la quasi-totalité des risques et avantages inhérents à la propriété de l'actif loué, sont comptabilisés au bilan dès l'origine du contrat de location pour le montant le plus faible entre la juste valeur du bien loué et de la valeur actualisée des paiements minimaux. Ces biens sont enregistrés en immobilisations corporelles, avec inscription en contrepartie d'une dette financière. Ils sont amortis sur la durée la plus courte entre la durée du contrat et la durée d'utilité retenue pour un actif similaire détenu en pleine propriété. Au compte de résultat, les redevances de location financement sont remplacées par les intérêts d'emprunt et l'amortissement du bien. L'impact fiscal de ce retraitement de consolidation est pris en compte.

Les contrats de location dans lesquels le bailleur ne transfère pas la quasi-totalité des risques et avantages inhérents à la propriété de l'actif sont classés en tant que contrats de location simple. Les paiements au titre des contrats de location simple sont comptabilisés en charge dans le compte de résultat sur une base linéaire jusqu'à l'échéance du contrat.

Investissements

Tous les investissements sont initialement comptabilisés au coût qui correspond au prix payé ou à la juste valeur des biens remis en paiement.

Après la comptabilisation initiale, les investissements classés dans les catégories "actifs détenus à des fins de transaction" ou "actifs disponibles à la vente" sont évalués à la juste valeur à la date de clôture. Les profits et pertes sur investissements détenus à des fins de transaction sont enregistrés en résultat. Les profits et pertes sur investissements disponibles à la vente sont comptabilisés en capitaux propres, sur une ligne spécifique, jusqu'à ce que l'investissement soit vendu ou jusqu'à ce qu'il soit démontré que l'investissement a perdu de la valeur.

Les autres investissements à long terme destinés à être détenus jusqu'à leur échéance, tels que les obligations, sont par la suite évalués au coût amorti en utilisant la méthode du taux d'intérêt effectif. Pour les investissements comptabilisés au coût amorti, les profits et pertes sont reconnus en résultat lorsque les investissements sont sortis de l'actif ou qu'ils ont perdu de la valeur, ainsi qu'au travers du processus d'amortissement.

Pour les investissements qui sont négociés activement sur des marchés financiers organisés, la juste valeur est déterminée par référence au prix de marché publié à la date de clôture. Pour les investissements pour lesquels il n'y a pas de prix de marché publié sur un marché actif, la juste valeur est déterminée par référence à la valeur de marché actuelle d'un autre instrument quasiment identique ou calculée sur la base des flux de trésorerie attendus de l'investissement.

Créances rattachées à des participations

Ce poste comprend les créances à caractère financier détenues par le Groupe sur des entreprises associées ou non consolidées.

Une provision pour dépréciation est constituée, le cas échéant, lorsqu'il existe, en raison de la situation financière des entités concernées, un risque de non recouvrement. Cette provision figure alors dans le poste "Provision sur autres actifs financiers non courants".

Stocks et en-cours de production

Dans ce poste figurent principalement les travaux en cours liés à l'activité publicitaire. Ceux-ci correspondent aux travaux techniques de création et de production (graphique, TV, radio, édition...) facturables au client mais non encore facturés. Ils sont enregistrés sur la base des coûts engagés et dépréciés lorsque leur valeur nette de réalisation devient inférieure à leur coût. Les travaux non facturables ou les coûts engagés pour le gain de nouveaux clients ne sont pas activés, sauf si la refacturation de ces coûts de réponse aux appels d'offre est prévue contractuellement. Pour apprécier la valeur nette de réalisation, les en-cours sont examinés au cas par cas et dépréciés en fonction de critères comme l'existence de litiges avec le client.

Créances clients

Les créances sont enregistrées pour le montant initial de la facture. Celles qui présentent un risque de non recouvrement font l'objet d'une provision pour dépréciation. Les créances clients sont dépréciées au cas par cas en fonction de divers critères comme l'existence de difficultés de recouvrement, de litiges ou de la situation du débiteur.

Compte tenu des activités du Groupe, les créances clients sont à court terme. Néanmoins, toute créance dont l'échéance serait lointaine serait évaluée en calculant sa valeur actualisée.

Instruments financiers dérivés

Le Groupe utilise des instruments financiers dérivés tels que des contrats de couverture sur des devises étrangères et sur les taux d'intérêts pour couvrir ses positions actuelles ou futures contre le risque de change et de taux. Ces instruments financiers dérivés sont évalués à leur juste valeur qui est déterminée par référence aux prix de marché disponibles à la clôture.

Dès lors qu'elles sont qualifiées comptablement de couverture, il convient de distinguer :

- les couvertures de juste valeur, qui couvrent l'exposition aux variations de la juste valeur d'un actif ou d'un passif comptabilisé,
- les couvertures de flux de trésorerie, qui couvrent l'exposition aux variations de flux de trésorerie futurs,
- les couvertures d'investissement net.

Concernant les couvertures relatives à un actif ou un passif comptabilisé, tout profit ou perte résultant de la réévaluation de l'instrument de couverture à sa juste valeur est comptabilisé immédiatement au compte de résultat. Parallèlement tout profit ou perte sur l'élément couvert vient modifier la valeur comptable de cet élément en contrepartie d'un impact au compte de résultat.

Concernant les couvertures utilisées pour couvrir des engagements fermes et qui remplissent les conditions pour l'application de la comptabilité de couverture (couverture de flux de trésorerie futurs), la partie du profit ou de la perte réalisée sur l'instrument de couverture qui est déterminée comme étant une couverture efficace est comptabilisée directement en capitaux propres. La partie inefficace est comptabilisée immédiatement en résultat. Les profits et les pertes qui ont été comptabilisés en capitaux propres sont rapportés au compte de résultat de la période au cours de laquelle l'engagement ferme couvert affecte le résultat, par exemple lorsque la vente prévue survient effectivement.

Concernant les couvertures d'un investissement net dans une activité à l'étranger, y compris la couverture d'un élément monétaire comptabilisé comme faisant partie de l'investissement net, le principe de comptabilisation est similaire aux couvertures de flux de trésorerie futurs. Le profit ou la perte correspondant à la partie efficace de l'instrument de couverture est comptabilisé directement en capitaux propres, alors que la partie inefficace est comptabilisée en résultat. Lors de la sortie de l'activité à l'étranger, la valeur cumulée des profits et des pertes qui a été comptabilisée directement en capitaux propres est comptabilisée en résultat.

Pour les dérivés qui ne satisfont pas aux critères de qualification pour la comptabilité de couverture, tout profit ou perte résultant des variations de juste valeur est comptabilisé directement dans le résultat de l'exercice.

Les variations de juste valeur des instruments dérivés qui sont qualifiés de couverture de juste valeur sont comptabilisées en autres charges et produits financiers, comme les variations de valeur des éléments sous-jacents. La juste valeur des instruments dérivés est comptabilisée en autres actifs et autres passifs courants.

Trésorerie et équivalents de trésorerie

La trésorerie et les équivalents de trésorerie comprennent la trésorerie en banque, la caisse, les dépôts à court terme ayant une échéance initiale de moins de trois mois et les Sicav et fonds communs de placement monétaires soumis à un risque négligeable de changement de valeur, c'est à dire qui respectent les critères suivants : sensibilité au risque de taux inférieur ou égal à 0,25 et volatilité historique à 12 mois proche de zéro.

Pour les besoins du tableau des flux de trésorerie consolidés, la trésorerie comprend la trésorerie et les équivalents de trésorerie tels que définis ci-dessus, nets des soldes créditeurs de banques.

Actions propres

Les actions propres quelle que soit leur destination sont comptabilisées en déduction des capitaux propres.

Emprunts obligataires

- *Emprunts obligataires simples :*

Les emprunts obligataires sont initialement enregistrés à la juste valeur, qui correspond au montant reçu, net des coûts d'émission.

Postérieurement à la comptabilisation initiale, les emprunts obligataires sont évalués au coût amorti, en utilisant la méthode du taux d'intérêt effectif, qui prend en compte tous les coûts d'émission et toute décote ou prime de remboursement.

- *Emprunts obligataires avec option de conversion et emprunts remboursables en actions :*

Pour les emprunts obligataires convertibles en actions (Océanes), les emprunts remboursables en actions (Oranes) ou les emprunts avec bons de souscription d'actions (OBSA), la composante dette et la composante capitaux propres sont séparées dès leur comptabilisation initiale. La juste valeur de la composante dette à l'émission est déterminée en actualisant les flux de trésorerie futurs contractuels en utilisant le taux de marché applicable pour un emprunt obligataire qui aurait été souscrit par la société aux mêmes conditions mais sans option de conversion.

La valeur de la composante capitaux propres est déterminée à l'émission par différence entre la juste valeur de la composante dette et la juste valeur de l'emprunt obligataire. La valeur de l'option de conversion n'est pas revue au cours des exercices ultérieurs.

Les frais d'émission sont répartis entre la part dette et la part capitaux propres sur la base de leurs valeurs comptables respectives au moment de l'émission.

La composante dette est ensuite évaluée sur la base du coût amorti.

Engagements de rachat de minoritaires

Publicis a consenti à des actionnaires de ses filiales consolidées par intégration globale des options de vente de leurs participations minoritaires.

Dans l'attente d'une interprétation IFRIC ou d'une norme IFRS spécifique, le traitement comptable suivant a été retenu en application des normes IFRS en vigueur :

- lors de la comptabilisation initiale, ces engagements sont comptabilisés en dettes financières pour la valeur actualisée du montant de rachat, avec pour contrepartie les intérêts minoritaires et pour le solde, l'écart d'acquisition,

- la variation ultérieure de la valeur de l'engagement est comptabilisée par ajustement du montant de l'écart d'acquisition,
- à l'échéance de l'engagement, si le rachat n'est pas effectué, les écritures antérieurement comptabilisées sont contre-passées ; si le rachat est effectué, le montant constaté en dettes financières est soldé par contrepartie du décaissement lié au rachat de la participation minoritaire.

Provisions

Les provisions sont comptabilisées lorsque :

- le Groupe a une obligation actuelle (juridique ou implicite) résultant d'un événement passé,
- il est probable qu'une sortie de ressources représentative d'avantages économiques sera nécessaire pour éteindre l'obligation,
- le montant de l'obligation peut être estimé de manière fiable.

Si l'effet de la valeur temps est significatif, les provisions sont actualisées, l'augmentation de la provision liée à l'écoulement du temps étant comptabilisée en charge financière.

Les passifs éventuels ne sont pas comptabilisés et sont décrits en annexe lorsqu'ils sont significatifs, sauf dans le cas de regroupement d'entreprise où ils constituent des éléments identifiables.

- *Provisions pour litiges*

Le Groupe constitue une provision chaque fois qu'un risque lié à un procès ou litige de toute nature (commerciale, réglementaire, fiscale ou sociale) est identifié, qu'il est probable qu'une sortie de ressources sera nécessaire pour éteindre ce risque et qu'une estimation fiable du coût lié à ce risque est possible. Dans de tels cas, le montant de la provision (y compris les pénalités liées) est déterminé par les agences et leurs experts, sous la supervision des services centraux du Groupe, sur la base de la meilleure estimation des coûts probables liés au procès ou litige.

- *Provisions pour restructuration*

Le coût des actions de restructuration est intégralement provisionné dans l'exercice lorsque ces mesures ont été décidées et annoncées.

Dans le cadre d'une acquisition, les plans de restructuration qui ne sont pas des passifs pour l'entreprise acquise lors de l'acquisition sont comptabilisés en charges.

Ce coût correspond essentiellement aux indemnités de licenciement, aux préretraites, au coût des préavis non réalisés comptabilisés en charges de personnel, ainsi qu'aux éventuelles mises au rebut d'immobilisations et d'autres actifs.

- *Provisions sur engagements immobiliers*

Une provision est constituée pour le montant des loyers et frais annexes à payer, net des recettes estimées de sous-locations, sur tout bien immobilier si le bien est sous-loué ou vacant, et n'est pas destiné à être utilisé dans le cadre des activités principales.

Une provision est également constituée dans le cadre d'une acquisition en cas d'existence de contrats de location immobilière conclus à des conditions moins favorables que les conditions de marché constatées à la date d'acquisition.

- *Pensions et autres avantages postérieurs à l'emploi*

Le Groupe comptabilise les engagements liés aux pensions et autres avantages postérieurs à l'emploi en fonction de la qualification de ces régimes :

- à cotisations définies : les montants des contributions du Groupe à ces cotisations versées sont comptabilisés en charges de la période.
- à prestations définies : le coût des prestations définies est déterminé séparément pour chaque régime en utilisant la méthode actuarielle des unités de crédit projetées. Les gains et pertes actuariels générés durant l'exercice sont comptabilisés directement en capitaux propres. L'effet de la désactualisation des engagements de retraite, net des rendements attendus des actifs en couverture, est constaté en « Autres charges et produits financiers ».

Fournisseurs et comptes rattachés

Ce poste comprend toutes les dettes d'exploitation (y compris les effets à payer et factures à recevoir) liées à l'acquisition de biens et services ainsi que celles relatives aux opérations d'achat d'espace en qualité de mandataire. Ces dettes ont une échéance de moins d'un an. Toutefois toute dette dont l'échéance serait lointaine serait actualisée.

Revenu

Un accord écrit du client (bon de commande, courrier, contrat client...) indiquant la nature et le montant des travaux est nécessaire en préalable à la reconnaissance du revenu. Les principes de reconnaissance du revenu sont les suivants :

- *Contrats à la commission (hors production) :*

Le revenu des prestations de création publicitaire et des services d'achat d'espace est reconnu à la date de diffusion ou de publication.

- *Honoraires (contrat ponctuel, contrat à honoraires fixes, contrat sur base de temps passés...) :*

Le revenu est comptabilisé lorsque la prestation a été réalisée. Le revenu des contrats à honoraires fixes est comptabilisé sur une base linéaire qui reflète la nature et l'étendue des services rendus. Le revenu des contrats sur base de temps passé est reconnu en fonction des travaux effectués.

- *Honoraires basés sur des critères de performance :*

Le revenu est comptabilisé lorsque les critères de performance sont atteints et font l'objet d'une confirmation par le client.

Plan d'options de souscription ou d'achat d'actions Publicis

La juste valeur des options attribuées est comptabilisée en charges de personnel sur la période d'acquisition des droits. Elle est déterminée par un expert indépendant, selon le modèle Black-Scholes.

Pour les plans où la levée est liée à la réalisation d'objectifs, le Groupe estime la probabilité de réalisation de ces objectifs et en tient compte dans la détermination du nombre d'actions à émettre.

Autres produits et charges non courants

Publicis présente en "Autres produits et charges non courants" les produits et charges inhabituels afin de faciliter la compréhension de la performance opérationnelle du Groupe. Sont notamment incluses sous cette rubrique les plus ou moins-values de cession d'actif.

Coût de l'endettement financier net et autres produits et charges financières

Le coût de l'endettement financier net inclut les charges d'intérêts sur les dettes financières et les produits d'intérêts sur la trésorerie et les équivalents de trésorerie.

Les autres produits et charges financiers comprennent principalement les effets de la désactualisation des provisions immobilières à long terme et des provisions pour retraites (nets du rendement des actifs), les variations de juste valeur des dérivés ainsi que les gains et pertes de change.

Impôt sur les bénéfices

Les bénéfices sont taxés selon les réglementations propres aux pays dans lesquels ils sont réalisés. Les impôts différés sont comptabilisés, en utilisant la méthode bilancielle du report variable, pour les différences temporelles existant à la date de clôture entre la base fiscale des actifs et passifs et leur valeur comptable au bilan.

Des actifs d'impôt différé sont comptabilisés pour les différences temporelles déductibles, reports en avant de pertes fiscales et crédits d'impôt non utilisés, dans la mesure où il est probable qu'un bénéfice imposable (résultant du renversement de différences temporelles imposables ou de l'existence d'un bénéfice imposable

général par l'entité) sera disponible, sur lequel ces différences temporelles déductibles, reports en avant de pertes fiscales et crédits d'impôt non utilisés pourront être imputés.

La valeur comptable des actifs d'impôt différé est revue à chaque date de clôture et réduite dans la mesure où il n'est plus probable qu'un bénéfice imposable suffisant sera disponible pour permettre l'utilisation de l'avantage de tout ou partie de cet actif d'impôt différé. Les actifs d'impôts différés non reconnus sont appréciés à chaque date de clôture et sont reconnus dans la mesure où il devient probable qu'un bénéfice futur permettra de les recouvrer.

Les actifs et passifs d'impôt différé sont évalués au taux d'impôt dont l'application est attendue sur l'exercice au cours duquel l'actif sera réalisé ou le passif réglé, sur la base des taux d'impôt qui ont été adoptés ou quasi adoptés à la date de clôture.

Bénéfice par action et bénéfice dilué par action (BNPA et BNPA dilué)

Le bénéfice de base par action est calculé en divisant le résultat net de l'exercice attribuable aux actions ordinaires par le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation au cours de l'exercice y compris l'effet du remboursement des Oranes en actions, les Oranes étant contractuellement remboursables en actions ordinaires.

Le bénéfice dilué par action est calculé en divisant le résultat net de l'exercice attribuable aux actions ordinaires après neutralisation des intérêts sur les emprunts remboursables ou convertibles en actions par le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation au cours de l'exercice ajusté des effets des options dilutives, des bons de souscription d'actions dilutifs et de la conversion des obligations convertibles en actions (Océanes).

Pour le calcul du bénéfice dilué par action, seuls sont pris en considération les instruments ayant un effet dilutif sur ce dernier, c'est à dire qui ont pour effet de réduire le bénéfice par action.

Pour les options de souscription ou d'achat d'actions Publicis et les bons de souscription d'actions, la méthode utilisée est précisée ci-après.

Pour calculer le bénéfice dilué par action, les options dilutives et les bons de souscription d'actions dilutifs sont supposés avoir été exercés.

Le produit résultant de l'exercice de ces instruments est considéré comme ayant été perçu lors de l'émission d'actions ordinaires au cours moyen de marché des actions ordinaires pendant la période (réputée valorisée à la juste valeur, cette émission sans effet dilutif ni relatif n'est pas prise en compte dans le calcul du BNPA dilué). La différence entre le nombre d'actions ordinaires émises et le nombre d'actions ordinaires qui auraient été émises au cours moyen de marché doit être traitée comme une émission d'actions ordinaires sans contrepartie financière, donc ayant un effet dilutif ; ce nombre est pris en compte dans le dénominateur du bénéfice dilué par action.

De ce fait, les options et les bons de souscription d'actions n'ont un effet dilutif que lorsque le cours moyen de marché des actions ordinaires pendant la période excède le prix d'exercice des options ou des bons de souscription d'actions (c'est-à-dire qu'elles sont «dans la monnaie»).

Outre ce bénéfice par action (de base et dilué), le Groupe calcule et communique habituellement un BNPA « courant » de base et dilué, qui est similaire à celui décrit ci-dessus, sauf pour ce qui est du résultat retenu, qui exclut :

- la ligne «perte de valeur » et « dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions »,
- certains produits et charges à caractère inhabituel (enregistrés sur la ligne « Autres produits et charges non courants »), spécifiquement désignés.

1.3 Principales sources d'incertitude relatives aux estimations

La situation financière et les résultats du Groupe dépendent des méthodes comptables, hypothèses, estimations et jugements retenus lors de l'élaboration des comptes consolidés. Le Groupe fonde ses estimations sur son expérience passée ainsi que sur un ensemble d'autres hypothèses jugées raisonnables au regard des circonstances afin d'évaluer les valeurs à retenir pour les actifs et passifs du Groupe. Les réalisations pourraient néanmoins différer de façon significative des estimations retenues.

Les caractéristiques des principales méthodes comptables, les jugements et autres incertitudes affectant l'application de ces méthodes comptables, ainsi que la sensibilité des résultats aux changements des conditions et hypothèses, sont des facteurs à prendre en compte. En effet, le Groupe élabore des estimations et des hypothèses concernant le futur. Les estimations comptables ainsi obtenues seront, par définition, rarement égales aux réalisations.

Les principales hypothèses concernant des événements futurs et les autres sources d'incertitude liées au recours à des estimations à la date de clôture pour lesquelles il existe un risque significatif de modifications des valeurs nettes comptables d'actifs et de passifs au cours d'un exercice ultérieur concernent :

- la juste valeur attribuée aux actifs et passifs intégrés lors d'un regroupement d'entreprises,
- la dépréciation des écarts d'acquisition et des immobilisations incorporelles,
- les provisions pour risques et charges,
- les provisions pour créances douteuses,
- l'évaluation de la juste valeur des options attribuées dans le cadre des plans d'options de souscription d'actions de Publicis Groupe S.A.
- la reconnaissance d'impôts différés actifs.

Des éléments détaillés figurent dans les Notes 5, 20, 21 et 28 de la présente annexe.

1.4 Options comptables liées à la première adoption des IFRS

Les informations financières IFRS 2004 ont été établies conformément aux dispositions de la norme IFRS 1. L'application rétrospective sur le bilan d'ouverture des principes comptables retenus pour l'établissement des informations financières IFRS constitue le principe général de retraitement. L'incidence de ces ajustements est comptabilisée directement en contrepartie des capitaux propres.

Les exceptions facultatives à l'application rétrospective des normes IFRS prévues par la norme IFRS 1 retenues lors de l'établissement du bilan d'ouverture sont les suivantes :

Regroupement d'entreprises

Publicis a opté pour la possibilité de ne pas retraiter la classification et les méthodes antérieures de comptabilisation des regroupements d'entreprises intervenus avant la date de transition. A compter de cette date, les regroupements d'entreprises sont traités conformément aux dispositions de la norme IFRS 3.

Par ailleurs, la valeur brute des écarts d'acquisition en IFRS au 1er janvier 2004 est réputée être égale à la valeur nette de ces écarts en normes françaises.

Écarts de conversion

Publicis a choisi de ne pas procéder à l'identification et à la reconstitution des écarts de conversion cumulés pour comptabilisation en tant que composante distincte des capitaux propres à la date de transition aux IFRS. De ce fait, les écarts de conversion cumulés provenant de la conversion des comptes des sociétés étrangères ont été annulés à la date de transition aux IFRS et les gains ou pertes sur une cession ultérieure de ces entités étrangères n'incluront que les écarts de conversion générés depuis la date de transition aux IFRS.

Écarts actuariels sur engagements de retraite

Publicis a choisi de comptabiliser l'intégralité des écarts actuariels relatifs aux régimes d'avantages au personnel à la date de transition aux IFRS. Ce traitement avait déjà été appliqué dans les comptes consolidés 2004 établis selon les principes comptables français.

Évaluation de certains actifs corporels à la juste valeur comme coût présumé

Publicis a choisi de réévaluer l'immeuble situé au 133, avenue des Champs-Élysées à Paris, à sa juste valeur et de considérer cette valeur comme coût présumé à la date de transition.

La juste valeur de cet immeuble à la date de transition s'élève à 164 millions d'euros ce qui représente à cette date un ajustement de 159 millions d'euros par rapport à sa valeur figurant selon les normes comptables antérieures. L'évaluation a été effectuée par un expert indépendant selon la méthode de la capitalisation des loyers.

Plans d'options de souscription ou d'achat d'actions Publicis

Publicis applique la norme IFRS 2 relative aux paiements en actions et assimilés, uniquement pour les plans octroyés après le 7 novembre 2002 et dont les droits ne sont pas encore acquis au 1er janvier 2005.

Désignation des instruments financiers à la juste valeur par résultat ou disponibles à la vente

Publicis a choisi l'option de désignation des instruments financiers à la juste valeur par résultat ou en titres disponibles à la vente à la date de transition.

1.5 Impact des normes IFRS et interprétations de l'IFRIC publiées et non encore en vigueur

Le Groupe a analysé les normes IFRS, amendements et interprétations de l'IFRIC publiés et approuvés par l'Union Européenne au 31 décembre 2007 et applicables au plus tard au 1^{er} janvier 2008 ainsi que ceux publiés mais non encore approuvés par l'Union Européenne au 31 décembre 2007. Le Groupe s'attend à ce que l'adoption de ces textes n'ait pas d'impact significatif sur ses états financiers pour la période de leur première application.

1.6 Changements de méthodes comptables

Effet des normes et interprétations IFRS applicables à compter du 1^{er} janvier 2007

Au cours de l'exercice, le Groupe a adopté les nouvelles normes et amendements IFRS ainsi que les nouvelles interprétations IFRIC présentées ci-dessous :

- IFRS 7 sur les informations à fournir sur les instruments financiers,
- amendement d'IAS 1 sur la présentation des états financiers,
- IFRIC 7 sur les modalités pratiques de retraitement des états financiers selon IAS 29 lorsqu'une entité doit appliquer IAS 29 pour la première fois au cours d'une période (pas d'hyperinflation au cours de la période précédente),
- IFRIC 8 qui confirme l'application d'IFRS 2 aux transactions par lesquelles des actionnaires d'une entité ont contracté l'obligation de transférer de la trésorerie ou d'autres actifs pour des montants fondés sur le prix ou la valeur de l'action ou d'autres instruments de capitaux propres de l'entité,
- IFRIC 9 sur l'identification des dérivés incorporés,
- IFRIC 10 qui précise que les pertes de valeur comptabilisées lors des arrêts intermédiaires ne doivent pas être reprises lors d'arrêts ultérieurs.

L'application des ces normes ou interprétations n'a pas eu d'effet significatif sur les comptes.

Retraitement des périodes antérieures

Le classement des coûts de revient des espaces publicitaires livrés mais non encore facturés a été précisé et harmonisé dans le Groupe. Ces coûts sont présentés en "Clients et comptes rattachés" par contrepartie des "dettes fournisseurs et comptes rattachés".

Impacts sur les comptes 2006

Bilan

<i>En millions d'euros</i>	Bilan au 31 décembre 2006 publié	Reclassements	Bilan au 31 décembre 2006 après reclassements
Stocks et en-cours de production	688	(258)	430
Clients et comptes rattachés	4 214	336	4 550
Fournisseurs et comptes rattachés	5 192	78	5 270

Tableau des flux de trésorerie

<i>En millions d'euros</i>	31 décembre 2006 publié ⁽¹⁾	Reclassements	31 décembre 2006 après reclassements
Variation des stocks et en-cours de production	(152)	106	(46)
Variation des créances clients et autres créances	(338)	(188)	(526)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	469	82	551
<i>Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</i>	(21)	-	(21)

⁽¹⁾ Après reclassement des frais de restructuration payés en « Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions ».

Impacts sur les comptes 2005

Bilan

<i>En millions d'euros</i>	Bilan au 31 décembre 2005 publié	Reclassements	Bilan au 31 décembre 2005 après reclassements
Stocks et en-cours de production	580	(144)	436
Clients et comptes rattachés	4 145	144	4 289

Tableau des flux de trésorerie

<i>En millions d'euros</i>	31 décembre 2005 publié ⁽¹⁾	Reclassements	31 décembre 2005 après reclassements
Variation des stocks et en-cours de production	(97)	137	40
Variation des créances clients et autres créances	(391)	(137)	(528)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	532	-	532
<i>Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</i>	44	-	44

⁽¹⁾ Après reclassement des frais de restructuration payés en « Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions ».

2. Variations du périmètre de consolidation

2.1 Acquisitions de l'exercice

Digitas

Au cours du mois de décembre 2006, Publicis Groupe a lancé une offre publique d'achat amicale sur Digitas Inc. (USA), leader dans le domaine des services marketing et de communication digitale et

interactive. En conséquence de cette offre, qui a expiré le 29 janvier 2007, le Groupe s'est porté acquéreur, au travers d'une de ses filiales américaines, de plus de 90% du capital de Digitas.

Cette opération a été suivie d'une fusion à l'issue de laquelle MMS USA Holdings détient désormais 100% de Digitas. Le financement de cette acquisition s'est fait par utilisation de la trésorerie disponible des filiales américaines du Groupe.

La date de première consolidation de Digitas a été fixée au 25 janvier 2007, date de la prise de contrôle. L'allocation du prix d'acquisition se présente comme suit (en millions d'euros) :

Prix d'acquisition des titres Digitas	947
Coûts liés à la transaction	7
Juste valeur des stock-options, nette d'impôt	40
Coût d'acquisition (A)	994
Actifs non courants ⁽¹⁾	42
Actifs courants	293
Total de l'actif (B)	335
Passifs non courants	(20)
Passifs courants	(230)
Total du passif (C)	(250)
Situation nette acquise avant ajustements de juste valeur ⁽¹⁾ (D =B+C)	85
Relations contractuelles avec les clients	127
Marques	91
Ajustement des en-cours à la juste valeur	10
Provisions sur engagements immobiliers	(12)
Provisions pour risques fiscaux	(2)
Autres ajustements	(3)
Impact fiscal des ajustements ci-dessus	(81)
Reconnaissance d'impôts différés sur pertes fiscales reportables non reconnus par Digitas	46
Reconnaissance d'impôts différés sur différences temporelles non reconnus par Digitas	17
Total des ajustements de juste valeur (E)	193
Situation nette acquise après ajustements de juste valeur (F =D+E)	278
Ecart d'acquisition (G=A-F)	716

⁽¹⁾ A l'exclusion des écarts d'acquisition et des actifs incorporels liés aux acquisitions réalisées par Digitas.

Le revenu et le résultat net de Digitas pour la période entre le 25 janvier et le 31 décembre s'élèvent à respectivement 312 millions et 11 millions d'euros.

Si l'acquisition avait été réalisée au 1^{er} janvier 2007, le revenu et le résultat net-part du Groupe combinés (Publicis et Digitas) de l'exercice représenteraient respectivement 4 691 et 452 millions d'euros.

Business Interactif

Le 14 juin 2007, Publicis Groupe a annoncé son intention d'acquérir Business Interactif, premier groupe français indépendant de communication digitale et interactive et coté sur l'Eurolist d'Euronext Paris. Au terme d'une offre de rachat conclue avec succès, le Groupe a déposé une offre de retrait obligatoire finalisée au mois de novembre 2007.

Le Groupe détient 100% du capital de Business Interactif au 31 décembre 2007. La date de première consolidation de Business Interactif a été fixée au 9 juillet 2007, date de la prise de contrôle.

L'allocation préliminaire du prix d'acquisition se présente comme suit (en millions d'euros) :

Prix d'acquisition des titres Business Interactif rémunérés en numéraire	68
Prix d'acquisition des titres Business Interactif rémunérés par augmentation de capital de Publicis Groupe	63
Coûts liés à la transaction	2
Juste valeur des stock-options, nette d'impôt	-
Coût d'acquisition (A)	133
Actifs non courants ⁽¹⁾	4
Actifs courants	20
Total de l'actif (B)	24
Passifs non courants	3
Passifs courants	23
Total du passif (C)	26
Situation nette acquise avant ajustements de juste valeur ⁽¹⁾ (D = B+C)	(2)
Relations contractuelles avec les clients	6
Technologie	5
Marque	2
Loyers différés	1
Impact fiscal des ajustements ci-dessus	(5)
Total des ajustements de juste valeur (E)	9
Situation nette acquise après ajustements de juste valeur (F = D+E)	7
Ecart d'acquisition (G=A-F)	126

⁽¹⁾ A l'exclusion des écarts d'acquisition et des actifs incorporels liés aux acquisitions réalisées par Business Interactif.

Le revenu de Business Interactif pour la période entre le 9 juillet et le 31 décembre 2007 s'élève à 15 millions d'euros. Le résultat net pour la même période est à l'équilibre.

Si l'acquisition avait été réalisée au 1^{er} janvier 2007, le revenu et le résultat net-part du Groupe combinés (Publicis et Business Interactif) de l'exercice représenteraient respectivement 4 686 et 447 millions d'euros.

Ces écarts d'acquisition traduisent les perspectives de développement du Groupe dans le domaine de la communication interactive offertes par le rapprochement avec des acteurs majeurs de ce secteur. Il inclut notamment les synergies liées aux regroupements d'entreprises ainsi que le savoir-faire développé par le personnel de Digitas et de Business Interactif.

Les autres acquisitions de l'exercice prises dans leur ensemble représentent moins de 1% du revenu consolidé et du résultat net consolidé (part du Groupe).

2.2 Cessions de l'exercice

Aucune cession significative n'est intervenue au cours de la période.

La contribution des sociétés cédées au revenu et au résultat net (part du Groupe) consolidés de l'exercice n'excède pas 0,5%.

3. Charges de personnel et effectifs

Les charges de personnel incluent les salaires, appointements, commissions, primes, bonus, intéressements, congés payés ainsi que les charges liées aux plans d'options de souscription ou d'achat d'actions et les charges liées aux retraites (hors effet net de désactualisation présenté en autres produits et charges financiers).

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006	2005
Rémunérations	2 254	2 104	1 964
Charges sociales	350	333	316
Avantages postérieurs à l'emploi	71	69	63
Charge relative aux stock-options	22	16	20
Intérimaires et « free-lance »	132	108	91
Total	2 829	2 630	2 454

Évolution et répartition des effectifs

Par zone géographique :

	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Europe	15 904	15 258	14 412
Amérique du Nord	14 347	11 990	12 158
Reste du monde	13 557	12 691	12 040
Total	43 808	39 939	38 610

Par fonction (en%) :

	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Commercial	22%	23%	23%
Création	18%	17%	18%
Production et activités spécialisées	16%	15%	15%
Média et Recherche	22%	23%	22%
Administration/Gestion	17%	17%	16%
Autres	5%	5%	6%
Total	100%	100%	100%

4. Autres charges opérationnelles

Ce poste regroupe toutes les charges externes autres que les achats de production et de médias. Il comprend notamment les loyers, charges locatives et autres charges liées à l'occupation des locaux pour 258 millions d'euros en 2007 contre 257 millions d'euros en 2006 et 236 millions d'euros en 2005 ; 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.

5. Dotations aux amortissements et perte de valeur

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006	2005
Amortissement des autres immobilisations incorporelles (hors incorporels liés aux acquisitions)	(15)	(16)	(19)
Amortissement des immobilisations corporelles	(94)	(91)	(97)
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(109)	(107)	(116)
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(30)	(22)	(23)
Perte de valeur sur incorporels liés aux acquisitions	(2)	(1)	(11)
Perte de valeur sur écarts d'acquisition	(4)	(30)	(6)
Perte de valeur sur immobilisations corporelles	-	-	(16)
Perte de valeur	(6)	(31)	(33)
Total des dotations aux amortissements et perte de valeur	(145)	(160)	(172)

Perte de valeur sur incorporels liés aux acquisitions

Les tests de dépréciation ont été réalisés sur toutes les marques du Groupe, à savoir les marques reconnues lors de l'acquisition de Bcom3 (Leo Burnett, Starcom, MS&L et Medicus) et les marques Fallon et ZenithOptimedia. Les relations contractuelles avec les clients de Fallon, Publicis Healthcare Communications Group, Leo Burnett et MS&L ont également fait l'objet d'un test de dépréciation. L'intégralité des évaluations nécessaires aux tests de dépréciation a été réalisée par un expert indépendant.

Les taux d'actualisation après impôt retenus lors de l'évaluation se situent entre 8,5% et 11% (entre 10,5% et 18,7% avant impôt).

Ces tests ont conduit le Groupe à constater une perte de valeur sur les relations contractuelles avec les clients de Fallon pour un montant de 2 millions d'euros.

Cette charge a été déterminée sur la base d'un taux d'actualisation de 11% après impôt (18,7% avant impôt).

Perte de valeur sur écarts d'acquisition

Les tests de dépréciation ont été réalisés sur les unités génératrices de trésorerie, constituées d'agences ou de regroupements d'agences.

L'évaluation nécessaire au test sur l'écart d'acquisition de Leo Burnett (résultant de l'allocation de l'écart d'acquisition de Bcom3) a été réalisée par un expert indépendant. Les autres tests ont été réalisés par le Groupe.

Les taux d'actualisation après impôt retenus se situent entre 9% (12,6% avant impôt) et 10% (13,6% avant impôt). La croissance à l'infini utilisée dans les projections se situe entre 0% et 3%.

Ces tests ont conduit le Groupe à constater une perte de valeur de 2 millions d'euros sur l'écart d'acquisition d'une filiale de Médias et Régies Europe.

Par ailleurs, le Groupe a bénéficié d'une économie fiscale de 2 millions d'euros résultant de déficits fiscaux reportables existant lors de l'acquisition de Bcom3 et non reconnus au bilan. En conséquence, une perte de valeur de l'écart d'acquisition de Bcom3 a été constatée pour le même montant.

En outre, les valeurs nettes de l'écart d'acquisition et de la marque allouées à Leo Burnett s'élèvent respectivement à 996 millions d'euros (soit 28% du montant total des écarts d'acquisition nets) et 209 millions d'euros (soit 51% du montant total des marques) au 31 décembre 2007.

Le test de dépréciation sur l'écart d'acquisition de Leo Burnett a été effectué sur la base de la valeur d'utilité de cette unité génératrice de trésorerie déterminée à partir de son business plan à 5 ans (2008-2012) et des hypothèses suivantes :

- un taux d'actualisation des flux de trésorerie futurs de 9% après impôt (12,6% avant impôt),
- un taux de croissance des revenus sur la période 2008-2012 en ligne avec la croissance moyenne attendue des réseaux d'agences créatives,
- un taux de croissance à l'infini de 2,5%,
- une marge constante sur la période du business plan et au-delà.

La valeur d'utilité ainsi déterminée est supérieure à la valeur comptable de l'unité génératrice de trésorerie Leo Burnett. Aucune perte de valeur n'est donc à constater. L'utilisation d'un taux d'actualisation de 1% supérieur conduit à la même conclusion. Il en est de même pour un taux de croissance à l'infini de 1% inférieur.

6. Autres produits et charges non courants

Ce poste regroupe les produits et charges inhabituels. Sont notamment incluses sous cette rubrique les plus ou moins-values de cession d'actif.

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006	2005
Plus-values (moins-values) sur cessions d'actifs ⁽¹⁾	3	27	80
Plus-values (moins-values) sur rachat d'instruments de financement ⁽²⁾	-	-	(22)
Autres produits et charges non courants	-	2	1
Autres produits et charges non courants	3	29	59

(1) En 2006, il s'agit principalement de la plus-value de cession de l'immeuble de Saatchi et Saatchi situé à Neuilly-sur-Seine, France. En 2005, il s'agit essentiellement de la plus-value de cession des titres JC Decaux Netherlands, VKM, Sopact ainsi que de 33% du capital de Metrobus.

(2) En 2005, il s'agit de la moins-value sur rachat de 62,36% de l'Océane 2018.

7. Charges et produits financiers

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006	2005
Charges d'intérêts sur emprunts et découverts bancaires	(115)	(107)	(114)
Charges d'intérêts sur contrats de location financement	(9)	(10)	(10)
Produits financiers	51	81	46
Coût de l'endettement financier net	(73)	(36)	(78)
Pertes et gains de change	-	7	(51)
Variation de la juste valeur des dérivés	2	(10)	47
Coût financier lié à l'actualisation des provisions immobilières à long terme (au taux de 5%)	(5)	(7)	(7)
Coût financier net, lié à l'actualisation des provisions pour retraites	(4)	(5)	(4)
Dividendes reçus hors groupe	2	1	1
Autres charges et produits financiers	(5)	(14)	(14)
Total (charges) et produits financiers nets	(78)	(50)	(92)

8. Impôt sur le résultat

Analyse de la charge d'impôt sur les bénéfices

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006	2005
Charge d'impôt exigible	(213)	(232)	(233)
Déficits fiscaux et crédits d'impôts ayant réduit la charge d'impôt exigible et non activés au titre d'un exercice antérieur	49	59	43
Total charge d'impôt exigible	(164)	(173)	(190)
Charge nette d'impôt différé liée à la création et à la reprise des différences temporelles	(31)	(18)	33
Variation des provisions sur impôts différés actifs et activation d'impôts différés actifs	(6)	(1)	-
Total produit (charge) net d'impôt différé	(37)	(19)	33
Impôt sur le résultat	(201)	(192)	(157)

Analyse de l'impôt imputé sur les capitaux propres au cours de l'exercice

Les impôts imputés directement sur les capitaux propres au cours de l'exercice sont relatifs au swap sur l'Eurobond 2012 (Voir Note 22), aux gains et pertes actuariels sur engagement de retraite et aux stock options. Ces mouvements sont détaillés ci-après :

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006	2005
Swap sur Eurobond 2012	-	(2)	2
Gains et pertes actuariels	(1)	(4)	9
Stock options	(8)	2	-
Impôts différés actifs enregistrés directement en capitaux propres	(9)	(4)	11
Swap sur Eurobond 2012	-	(9)	9
Gains et pertes actuariels	2	-	-
Impôts différés passifs enregistrés directement en capitaux propres	2	(9)	9

Taux d'impôt effectif

Le taux d'impôt effectif ressort à :

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006	2005
Résultat avant impôt des entreprises consolidées	668	639	560
Plus-value sur cessions de JCDecaux Netherlands, VKM, Sopact et de 33 % de Metrobus	-	-	(87)
Plus-value sur cession immeuble Saatchi & Saatchi	-	(27)	-
Perte de valeur sur écarts d'acquisition à l'exclusion de la perte liée à l'utilisation de pertes fiscales non reconnues lors de l'acquisition Bcom3	2	23	1
Perte de valeur sur immobilisations corporelles	-	-	16
Résultat avant impôt retraité	670	635	490
Taux d'imposition français	34,43%	34,43%	33,83%
Impôt attendu :	(231)	(219)	(166)
Incidence des :			
- différences de taux d'imposition	(1)	(3)	(4)
- résultats taxés à taux réduit	2	-	-
- utilisation des pertes fiscales antérieures et reconnaissance d'impôts différés actifs sur pertes antérieures	49	59	43
- pertes de l'exercice non activées et provisions sur impôts différés actifs	(54)	(17)	(22)
- différences permanentes	34	(12)	(8)
Impôt constaté au compte de résultat :	(201)	(192)	(157)
Taux d'impôt effectif	30,0%	30,2%	32,0%

Déficits reportables

Suite à l'acquisition de Saatchi & Saatchi, le Groupe disposait d'environ 503 millions d'euros de déficits reportables issus d'opérations de Saatchi antérieures à l'acquisition. Au 31 décembre 2007, le montant des déficits reportables non reconnu d'un point de vue comptable s'élève à 54 millions d'euros.

En plus des pertes reportables de Saatchi & Saatchi, le Groupe dispose d'un montant de 424 millions d'euros au 31 décembre 2007 de déficits reportables (dont 368 millions d'euros indéfiniment 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 d'utilisation de ces derniers.

L'économie fiscale sur les pertes reportables du groupe Bcom3 existantes lors de l'acquisition et utilisées au cours de l'exercice 2007 a été imputée sur le goodwill de Bcom3 pour un montant de 2 millions d'euros conformément à la norme IFRS 3.

Impôts différés constatés au bilan

Les actifs et passifs d'impôts différés sont les suivants au 31 décembre :

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Partie à court terme	75	46	70
Partie à long terme	250	315	368
Effet de la compensation des impôts différés actifs et passifs par groupes fiscaux	(177)	(175)	(208)
Total impôts différés actifs	148	186	230
Partie à court terme	(39)	(17)	(31)
Partie à long terme	(378)	(374)	(397)
Effet de la compensation des impôts différés actifs et passifs par groupes fiscaux	177	175	208
Total impôts différés passifs	(240)	(216)	(220)
Impôts différés actifs (passifs), nets	(92)	(30)	10

Origine des impôts différés

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Impôts différés actifs liés à des différences temporelles (hors Bcom3)	213	230	249
Impôts différés sur les emprunts obligataires hybrides	10	11	13
Impôts différés actifs liés aux restructurations et engagements immobiliers liés à l'acquisition Bcom3	42	71	104
Impôts différés actifs liés à des reports déficitaires	60	49	72
Effet de la compensation des impôts différés actifs et passifs par groupes fiscaux	(177)	(175)	(208)
Total impôts différés actifs	148	186	230
Impôts différés passifs liés à des différences temporelles (hors instruments financiers composés)	(49)	(61)	(61)
Impôts différés sur les emprunts obligataires hybrides	(7)	(19)	(31)
Impôts différés passifs liés à la réévaluation des actifs et passifs effectuée à l'occasion d'une acquisition	(308)	(257)	(282)
Impôt différé lié à la juste valeur comme coût présumé de l'immeuble des Champs-Élysées	(53)	(54)	(54)
Effet de la compensation des impôts différés actifs et passifs par groupes fiscaux	177	175	208
Total impôts différés passifs	(240)	(216)	(220)
Impôts différés actifs (passifs), nets	(92)	(30)	10

Les impôts différés passifs comprennent l'impôt sur la réévaluation pratiquée sur les actifs incorporels à l'occasion des acquisitions de Zenith (30 millions d'euros), Bcom3 (188 millions d'euros) et Digitas (72 millions d'euros), ainsi que les impôts différés liés à la séparation des emprunts obligataires composés (Océanes, Oranes) et l'impôt différé lié à la juste valeur comme coût présumé de l'immeuble sur les Champs-Élysées à la date de transition aux IFRS.

9. Bénéfice net par action

Bénéfice net par action (de base et dilué)

		2007	2006	2005
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA				
<i>(en millions d'euros)</i>				
Résultat net part du Groupe	a	452	443	386
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt ⁽¹⁾		32	31	25
Résultat net part du Groupe – dilué	b	484	474	411
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA				
Nombre d'actions moyen en circulation		183 125 947	183 576 207	182 818 378
Actions à remettre en remboursement des Oranes		24 473 354	26 035 483	27 597 612
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	207 599 301	209 611 690	210 415 990
<i>Impact des instruments dilutifs : ⁽²⁾</i>				
- Effet des levées de stock-options dilutives		2 941 554	1 736 783	228 591
- Effet de l'exercice des Bons de Souscription d'Actions (BSA)		167 511	59 208	-
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles ⁽¹⁾		28 656 747	28 656 747	23 172 413
Nombre d'actions dilué	d	239 365 113	240 064 428	233 816 994
<i>(en euros)</i>				
Bénéfice net par action	a/c	2,18	2,11	1,83
Bénéfice net par action – dilué	b/d	2,02	1,97	1,76

(1) En 2005, seule l'Océane 2008 est prise en compte dans le calcul du BNPA dilué ; en 2006 et 2007, les deux Océanes 2008 et 2018 sont prises en compte dans le calcul.

(2) Seuls les BSA et stock-options ayant un effet dilutif, c'est à dire dont le prix d'exercice est inférieur au cours moyen de l'exercice, sont pris en considération.

Bénéfice net courant par action (de base et dilué)

		2007	2006	2005
Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant ⁽¹⁾ <i>(en millions d'euros)</i>				
Résultat net part du Groupe		452	443	386
<i>Eléments exclus :</i>				
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt		18	13	14
- Perte de valeur, nette d'impôt		4	23	24
- Cession de l'immeuble Saatchi & Saatchi (Ile de la Jatte)		-	(27)	-
- Plus-value sur cessions de JCDecaux Netherlands, VKM, Sopact et de 33 % de Metrobus, nette d'impôt		-	-	(87)
- Moins-value sur remboursement anticipé Océane 2018, nette d'impôt		-	-	16
Résultat net courant part du Groupe	e	474	452	353
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt		32	31	25
Résultat net courant part du Groupe – dilué	f	506	483	378
Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA				
Nombre d'actions moyen en circulation		183 125 947	183 576 207	182 818 378
Actions à remettre en remboursement des Oranes		24 473 354	26 035 483	27 597 612
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	207 599 301	209 611 690	210 415 990
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Effet des levées de stock-options dilutives		2 941 554	1 736 783	228 591
- Effet de l'exercice des Bons de Souscription d'Actions (BSA)		167 511	59 208	-
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles		28 656 747	28 656 747	23 172 413
Nombre d'actions dilué	d	239 365 113	240 064 428	233 816 994

(en euros)

Bénéfice net par action courant ⁽¹⁾	e/c	2,28	2,16	1,68
Bénéfice net par action courant - dilué ⁽¹⁾	f/d	2,11	2,01	1,62

(1) BNPA avant amortissement des incorporels liés aux acquisitions, perte de valeur, plus(moins)-value sur opérations de cession immeuble ile de la Jatte, JCDecaux Netherlands et de 33 % de Metrobus, Océane 2018.

10. Ecarts d'acquisition

Publicis a opté pour la possibilité de ne pas retraiter la classification et les méthodes antérieures de comptabilisation des regroupements d'entreprises intervenus avant la date de transition. A compter de cette date, les regroupements d'entreprises sont traités conformément aux dispositions de la norme IFRS 3 et les écarts d'acquisition et les immobilisations incorporelles à durée de vie indéfinie ne sont plus amortis.

Au 1^{er} janvier 2004, date de transition, la valeur brute comptable des écarts d'acquisition en IFRS est égale à la valeur brute des écarts d'acquisition en normes françaises diminuée des amortissements cumulés.

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

<i>en millions d'euros</i>	Europe	Amérique du Nord	Reste du monde	Total
Valeurs nettes 31 décembre 2006	1 024	1 348	468	2 840
Année 2007 :				
- Ecart d'acquisition bruts existants au 1 ^{er} janvier 2007	1 093	1 372	508	2 973
- Variation de l'exercice (y compris change)	161	532	2	695
Total valeurs brutes	1 254	1 904	510	3 668
Perte de valeur	(72)	(10)	(40)	(122)
Total valeurs nettes au 31 décembre 2007	1 182	1 894	470	3 546

Variation des écarts d'acquisition

<i>en millions d'euros</i>	Valeur Brute	Perte de valeur	Valeur nette
1^{er} janvier 2005	2 732	(109)	2 623
Acquisitions	72	-	72
Perte de valeur	-	(6)	(6)
Variations liées à la comptabilisation des engagements de rachats de minoritaires (1)	50	-	50
Cessions et sorties d'actif	(8)	-	(8)
Change et divers	160	(8)	152
31 décembre 2005	3 006	(123)	2 883
Acquisitions	110	-	110
Perte de valeur	-	(30)	(30)
Variations liées à la comptabilisation des engagements de rachats de minoritaires (1)	39	-	39
Cessions et sorties d'actif	(13)	13	-
Change et divers	(169)	7	(162)
31 décembre 2006	2 973	(133)	2 840
Acquisitions (2)	947	-	947
Perte de valeur	-	(4)	(4)
Variations liées à la comptabilisation des engagements de rachats de minoritaires (1)	22	-	22
Cessions et sorties d'actif	(25)	11	(14)
Change et divers	(249)	4	(245)
31 décembre 2007	3 668	(122)	3 546

(1) Dans l'attente d'une interprétation de l'IFRIC ou d'une norme IFRS spécifique, les engagements de rachats de minoritaires sont comptabilisés en dettes financières avec pour contrepartie les intérêts minoritaires, le solde étant comptabilisé en écart d'acquisition. Tout mouvement ultérieur des intérêts minoritaires ainsi que toute réévaluation de l'engagement modifie l'écart d'acquisition.

(2) Dont 716 millions d'euros liés à l'acquisition de Digitas et 126 millions d'euros liés à l'acquisition de Business Interactif (Voir Note 2).

Au 31 décembre 2007, la valeur brute de l'écart d'acquisition résultant de l'acquisition de Digitas est de 631 millions d'euros, compte tenu des effets de change depuis l'acquisition. A cette date, la valeur brute de l'écart d'acquisition résultant de l'acquisition de Bcom3 s'établit à 1 649 millions d'euros. La perte de valeur cumulée constatée sur cet écart d'acquisition s'élève à 18 millions d'euros au 31 décembre 2007. Elle correspond au montant des économies fiscales sur les pertes reportables de Bcom3 utilisées depuis 2004.

11. Immobilisations incorporelles nettes

Variation des immobilisations incorporelles à durée de vie définie

<i>en millions d'euros</i>	Relations contractuelles avec les clients			Logiciels, technologie et divers		
	Valeur Brute	Amortissement / Perte de valeur	Valeur nette	Valeur Brute	Amortissement / Perte de valeur	Valeur nette
1^{er} janvier 2005	534	(172)	362	99	(63)	36
Acquisitions	-	-	-	32	-	32
Amortissement	-	(23)	(23)	-	(19)	(19)
Perte de valeur	-	(11)	(11)	-	-	-
Cessions et sorties d'actif	(3)	3	-	(7)	6	(1)
Change et divers	61	(31)	30	(7)	(4)	(11)
31 décembre 2005	592	(234)	358	117	(80)	37
Acquisitions	-	-	-	8	-	8
Amortissement	-	(22)	(22)	-	(16)	(16)
Perte de valeur	-	(1)	(1)	-	-	-
Cessions et sorties d'actif	-	-	-	(6)	6	-
Change et divers	(46)	25	(21)	(2)	2	-
31 décembre 2006	546	(232)	314	117	(88)	29
Acquisitions (1)	133	-	133	26	-	26
Amortissement	-	(28)	(28)	-	(16)	(16)
Perte de valeur	-	(2)	(2)	-	-	-
Cessions et sorties d'actif	-	-	-	(4)	4	-
Change et divers	(56)	21	(35)	(5)	(1)	(6)
31 décembre 2007	623	(241)	382	134	(101)	33

(1) dont 14 millions d'euros de logiciels, technologie et divers provenant des filiales acquises durant l'exercice.

Variation des immobilisations incorporelles à durée de vie indéfinie et du total des immobilisations incorporelles

<i>en millions d'euros</i>	Marques			Total des immobilisations incorporelles		
	Valeur Brute	Perte de valeur	Valeur nette	Valeur Brute	Amortissement / Perte de valeur	Valeur nette
1^{er} janvier 2005	368	(26)	342	1 001	(261)	740
Acquisitions	-	-	-	32	-	32
Amortissement	-	-	-	-	(42)	(42)
Perte de valeur	-	-	-	-	(11)	(11)
Cessions et sorties d'actif	-	-	-	(10)	9	(1)
Change et divers	30	(4)	26	84	(39)	45
31 décembre 2005	398	(30)	368	1 107	(344)	763
Acquisitions	-	-	-	8	-	8
Amortissement	-	-	-	-	(38)	(38)
Perte de valeur	-	-	-	-	(1)	(1)
Cessions et sorties d'actif	-	-	-	(6)	6	-
Change et divers	(17)	(1)	(18)	(65)	26	(39)
31 décembre 2006	381	(31)	350	1 044	(351)	693
Acquisitions	93	-	93	252	-	252
Amortissement	-	(1)	(1)	-	(45)	(45)
Perte de valeur	-	-	-	-	(2)	(2)
Cessions et sorties d'actif	-	-	-	(4)	4	-
Change et divers	(35)	4	(31)	(96)	24	(72)
31 décembre 2007	439	(28)	411	1196	(370)	826

Evaluation des immobilisations incorporelles

Les tests de valeur réalisés par un expert indépendant à la clôture de l'exercice 2007 ont conduit à constater une perte de valeur de 2 millions d'euros sur les relations clientèle de Fallon (Voir Note 5).

12. Immobilisations corporelles nettes

<i>en millions d'euros</i>	Terrains et constructions	Autres	Total
Valeurs brutes au 1er janvier 2005	301	903	1 204
Augmentations	-	69	69
Diminutions	(2)	(106)	(108)
Variations de périmètre	-	(58)	(58)
Change et divers	52	54	106
Valeurs brutes au 31 décembre 2005	351	862	1 213
Augmentations	-	71	71
Diminutions	(36)	(59)	(95)
Variations de périmètre	-	9	9
Change et divers	(13)	(54)	(67)
Valeurs brutes au 31 décembre 2006	302	829	1 131
Augmentations	-	77	77
Diminutions	(2)	(46)	(48)
Variations de périmètre	-	40	40
Change et divers	(11)	(52)	(63)
Valeurs brutes au 31 décembre 2007	289	848	1 137
Amortissements cumulés au 31 décembre 2006	(39)	(581)	(620)
Augmentations	(4)	(90)	(94)
Diminutions	1	43	44
Variations de périmètre	-	(2)	(2)
Change et divers	3	33	36
Amortissements cumulés au 31 décembre 2007	(39)	(597)	(636)
Valeurs nettes au 31 décembre 2007	250	251	501

Terrains et constructions

Au 31 décembre 2007, Publicis dispose en pleine propriété d'un patrimoine immobilier, qui figure au bilan pour une valeur nette de 192 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 Publicisdrugstore ainsi que deux salles de cinéma ouvertes au public.

Publicis a choisi de réévaluer cet immeuble à la juste valeur et de considérer cette valeur comme le coût par convention à la date de transition. A cette date, la juste valeur de cet immeuble s'élevait à 164 millions d'euros ce qui représente à cette date un ajustement de 159 millions d'euros par rapport à sa valeur figurant selon les normes comptables antérieures. L'évaluation a été effectuée par un expert indépendant, selon la méthode de la capitalisation des loyers.

Publicis Groupe S.A. est par ailleurs propriétaire de six étages d'un l'immeuble situé au 15, rue du Dôme à Boulogne, après l'exercice de l'option d'achat de deux étages à l'expiration de son contrat de location-financement fin 2007.

Autres immobilisations corporelles

Le Groupe dispose notamment d'importants équipements informatiques dédiés à la création et à la production publicitaire, à la gestion de l'achat d'espace et aux travaux administratifs.

Immobilisations en location-financement

Le montant net total de ces biens inscrit au bilan consolidé s'élève à 58 millions d'euros au 31 décembre 2007.

Il s'agit essentiellement de l'immeuble Leo Burnett au 35 West Wacker Drive à Chicago (Etats-Unis). Le contrat de location-financement de ce dernier représente une valeur d'immobilisation brute de 73 millions d'euros amortie sur 30 ans.

Les immobilisations corporelles incluent les montants suivants au titre des biens en location-financement :

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Valeur brute des constructions	81	99	131
Amortissements	(23)	(27)	(28)
Valeur nette	58	72	103

13. Participations dans des entreprises associées

Les titres mis en équivalence s'élèvent à 49 millions d'euros au 31 décembre 2007 (contre 44 millions d'euros au 31 décembre 2006 et 33 millions d'euros au 31 décembre 2005).

<i>en millions d'euros</i>	Valeur au bilan
Montant au 1^{er} janvier 2005	17
Entrées de périmètre	12
Sorties de périmètre	(3)
Quote-part de résultat	11
Dividendes versés	(9)
Effet de change et autres	5
Montant au 31 décembre 2005	33
Entrées de périmètre	15
Sorties de périmètre	(2)
Quote-part de résultat	22
Dividendes versés	(19)
Effet de change et autres	(5)
Montant au 31 décembre 2006	44
Entrées de périmètre	7
Sorties de périmètre	-
Quote-part de résultat	9
Dividendes versés	(11)
Effet de change et autres	-
Montant au 31 décembre 2007	49

Les principaux éléments du bilan et du compte de résultat des entreprises associées sont les suivants :

<i>en millions d'euros</i>	Au 31 décembre 2007	Au 31 décembre 2006	Au 31 décembre 2005
<i>Quote-part dans le bilan des entreprises associées</i>			
Actifs non courants	33	22	108
Actifs courants	155	78	122
Total actif	188	100	230
Passifs non courants	8	3	7
Passifs courants	131	53	190
Total passif	139	56	197
Actifs nets	49	44	33

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006	2005
<i>Quote-part dans le résultat des entreprises associées</i>			
Revenu	105	200	55
Résultat	9	22	11
Valeur comptable de l'investissement	49	44	33

Les principales sociétés mises en équivalence sont Bartle Bogle Hegarty (BBH), Bromley Communications, International Sports and Entertainment (iSe) et Burrell Communications. Les valeurs au bilan de BBH, Bromley Communications, iSe et Burrell Communications s'élèvent respectivement à 17 millions, 7 millions, 7 millions et 6 millions d'euros.

iSe, société créée en 2003 conjointement entre Publicis (45%) et Dentsu (45%), a géré le programme « Hospitality and Prestige Ticketing » de la coupe du monde de football 2006. Ses actionnaires ayant décidé la liquidation de la société, les actifs et passifs restant au 31 décembre 2007 et au 31 décembre 2006 ont été considérés comme courants.

14. Autres actifs financiers

Les autres actifs financiers comprennent notamment les investissements classés dans la catégorie "disponibles à la vente".

La partie à moins d'un an des autres actifs financiers non courants a été classée en actifs courants.

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Actifs financiers disponibles à la vente			
- Titres IPG	29	49	43
- Autres	8	8	10
Créances rattachées à des participations	13	5	6
Autres actifs financiers non courants	88	82	86
Valeur brute	138	144	145
Provisions	(26)	(26)	(27)
Valeur nette	112	118	118

Publicis détient 1,13% de Interpublic Group (IPG) au 31 décembre 2007, participation non consolidée classée en titres "disponibles à la vente".

Informations résumées sur IPG (derniers chiffres consolidés publiés) :

<i>en millions de dollars</i>	2006
Revenu	6 191
Résultat net	(79)
Capitaux propres au 31 décembre	1 941

15. Stocks et en-cours de production

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006 ⁽¹⁾	31 décembre 2005 ⁽¹⁾
Valeur brute	397	435	441
Provisions pour dépréciation des en-cours	(6)	(5)	(5)
Valeur nette	391	430	436

(1) Après impact des retraitements détaillés dans la note 1.6.

Sur l'exercice 2007, la dotation aux provisions pour dépréciation des stocks et encours s'élève à 3 millions d'euros et l'utilisation de provisions à 1 million d'euros.

16. Clients et comptes rattachés

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006 ⁽¹⁾	31 décembre 2005 ⁽¹⁾
Créances clients	4 955	4 578	4 314
Effets à recevoir	46	38	51
Valeur brute	5 001	4 616	4 365
Provisions pour dépréciation à l'ouverture	(66)	(76)	(52)
Dotation	(24)	(18)	(37)
Utilisations	18	17	14
Variations de périmètre	(4)	-	-
Change et divers	1	11	(1)
Provisions pour dépréciation à la clôture	(75)	(66)	(76)
Valeur nette	4 926	4 550	4 289

(1) Après impact des retraitements détaillés dans la note 1.6.

Ces créances ont une échéance inférieure à un an.

17. Autres créances et actifs courants

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Etat, impôts et taxes	176	172	171
Avances et acomptes versés aux fournisseurs	114	58	36
Charges constatées d'avance	53	62	68
Dérivés sur couverture d'actifs et passifs courants	4	1	1
Dérivés sur prêts et emprunts intragroupe	4	-	12
Dérivé sur couverture d'investissement net	-	8	26
Autres créances et autres actifs courants	85	114	156
Valeur brute	436	415	470
Provisions pour dépréciation	(4)	(2)	(24)
Valeur nette	432	413	446

18. Trésorerie et équivalents de trésorerie

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Banques et caisses	679	551	767
Placements liquides à court terme	634	1 369	1 213
Total	1 313	1 920	1 980

Les placements liquides à court terme sont essentiellement composés de dépôts bancaires au jour le jour ou avec des échéances très courtes

19. Capitaux propres, part du Groupe

Le tableau de variation des capitaux propres est présenté avec les autres états financiers consolidés.

Capital social de la société mère

Le capital de Publicis Groupe a été augmenté de 1 471 250 euros au cours de l'exercice 2007, correspondant à 3 678 125 actions de 0,40 euro nominal :

- 1 889 026 actions émises en rémunération de l'apport des actions Digitas France (ex Business Interactif)
- 1 562 129 actions émises en remboursement de la troisième tranche de l'Orane,
- 226 970 actions émises au titre des levées d'options.

Le capital social s'élève au 31 décembre 2007 à 80 954 942 euros, divisé en 202 387 354 actions de 0,40 euro nominal.

Neutralisation des actions propres existantes au 31 décembre 2007

Les actions propres détenues en portefeuille à la clôture, y compris celles détenues dans le cadre du contrat de liquidité sont portées en déduction des capitaux propres.

Le portefeuille d'actions auto détenues a évolué comme suit au cours des années 2005, 2006 et 2007 :

<i>en millions d'euros (sauf les actions)</i>	Nombre d'actions	Valeur brute
Actions propres détenues au 31 décembre 2004 ⁽¹⁾	13 382 843	332
Acquisitions (hors contrat de liquidité)	48 469	1
Cessions (levées de stock-options)	(64 548)	(2)
Mouvements réalisés dans le cadre du contrat de liquidité	(327 000)	(8)
Actions propres détenues au 31 décembre 2005 ⁽¹⁾	13 039 764	323
Acquisitions (hors contrat de liquidité)	3 020 496	88
Cessions (levées de stock-options)	(914 909)	(23)
Mouvements réalisés dans le cadre du contrat de liquidité	(40 000)	(1)
Actions propres détenues au 31 décembre 2006 ⁽¹⁾	15 105 351	387
Acquisitions (hors contrat de liquidité)	6 396 490	202
Cessions (levées de stock-options)	(3 262 398)	(85)
Mouvements réalisés dans le cadre du contrat de liquidité	547 500	18
Actions propres détenues au 31 décembre 2007 ⁽¹⁾	18 786 943	522

⁽¹⁾ Y compris actions détenues au titre du contrat de liquidité (547 500 au 31 décembre 2007)

Dividendes votés et proposés

<i>en millions d'euros (sauf données par action en €)</i>	Par action	Total
Dividendes payés dans l'année 2007 (exercice 2006)	0,50	92
Dividendes proposés à l'assemblée générale (exercice 2007)	0,60	121 ⁽¹⁾

⁽¹⁾ Montant pour l'ensemble des actions existantes au 31 décembre 2007, y compris actions propres.

La distribution proposée au titre de l'exercice 2007 ne sera assortie d'aucun impact fiscal pour la société.

20. Provisions pour risques et charges

<i>en millions d'euros</i>	Restructuration	Engagements immobiliers	Sous-Total	Engagements de retraite et autres avantages postérieurs à l'emploi	Litiges	Autres	Total
1^{er} janvier 2005	56	176	232	255	46	123	656
Dotations	10	8	18	22	5	32	77
Utilisations	(35)	(21)	(56)	(22)	-	(14)	(92)
Autres reprises	-	-	-	-	-	(1)	(1)
Variations de périmètre	-	-	-	-	-	(4)	(4)
Pertes (gains) actuariels	-	-	-	30	-	-	30
Change et divers	3	19	22	1	(3)	16	36
31 décembre 2005	34	182	216	286	48	152	702
Dotations	11	10	21	27	4	47	99
Utilisations	(9)	(21)	(30)	(30)	(6)	(31)	(97)
Autres reprises	-	(5)	(5)	-	-	-	(5)
Variations de périmètre	-	-	-	(5)	-	1	(4)
Pertes (gains) actuariels	-	-	-	(5)	-	-	(5)
Change et divers	(12)	(30)	(42)	(17)	(10)	4	(65)
31 décembre 2006	24	136	160	256	36	173	625
Dotations	10	3	13	31	8	31	83
Utilisations	(10)	(20)	(30)	(40)	(7)	(38)	(115)
Autres reprises	-	(17)	(17)	-	(1)	-	(18)
Variations de périmètre	3	25	28	4	-	4	36
Pertes (gains) actuariels	-	-	-	(11)	-	-	(11)
Change et divers	(2)	(18)	(20)	(17)	(9)	2	(44)
31 décembre 2007	25	109	134	223	27	172	556
Dont à court terme	19	18	37	32	17	21	107
Dont à long terme	6	91	97	191	10	151	449

Provisions pour restructuration et engagements immobiliers

La majeure partie des provisions pour restructuration et engagements immobiliers est relative à l'acquisition de Bcom3.

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 2007 (principalement indemnités de licenciement). Les plans, détaillés par projet et par nature, ont fait l'objet d'un processus préalable d'approbation par la direction générale. Ces plans sont suivis de manière centralisée de façon à consommer la provision en fonction des coûts effectivement encourus et à justifier le solde restant à la clôture en fonction des dépenses restant à effectuer.

Provisions sur engagements immobiliers

Les provisions sur engagements immobiliers se composent principalement d'une provision relative à l'acquisition de Bcom3 de 70 millions d'euros au 31 décembre 2007 et de provisions chez Saatchi & Saatchi. Elles concernent essentiellement la ville de New York pour un montant total de 63 millions d'euros dont 37 millions d'euros pour le contrat de location du 375 Hudson Street à New York. Les évaluations ont été effectuées sur la base de l'actualisation, au taux de 5% annuel, des loyers à payer diminués des produits attendus des sous-locations.

Obligations au titre des avantages du personnel

Les obligations au titre des avantages du personnel (Voir Note 21) comprennent :

- les plans de retraite à prestations définies,
- les plans de couverture médicale post emploi,
- les autres avantages post-emploi comme les rémunérations différées et les médailles du travail.

21. Engagements de retraite à prestations définies et couverture médicale post-emploi

Le Groupe a des obligations dans un certain nombre de plans de retraite à prestations définies (indemnités de retraite et couverture médicale). Les régimes significatifs font l'objet d'une évaluation annuelle réalisée selon la norme IAS19.

Les valorisations de plans de retraite à prestations définies ont été réalisées par des experts indépendants pour les Etats-Unis, l'Angleterre, l'Allemagne, la France et le Japon.

Variation de la dette actuarielle

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007			31 décembre 2006			31 décembre 2005		
	Retraite	Médical	Total	Retraite	Médical	Total	Retraite	Médical	Total
Dette actuarielle en début d'exercice	(454)	(24)	(478)	(445)	(45)	(490)	(348)	(38)	(386)
Coût des services rendus	(18)	-	(18)	(19)	-	(19)	(16)	(1)	(17)
Intérêts sur la dette actuarielle	(22)	(1)	(23)	(20)	(2)	(22)	(20)	(2)	(22)
Cotisations des participants au régime	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Modifications du régime	-	-	-	-	14	14	(1)	-	(1)
Acquisitions, cessions	-	-	-	(8)	(2)	(10)	(15)	-	(15)
Réductions d'effectifs et fermetures de plans	2	-	2	7	-	7	-	-	-
Gains (pertes) actuariels	6	(1)	5	(7)	5	(2)	(42)	-	(42)
Prestations versées	30	3	33	24	2	26	28	2	30
Ecart de change	36	2	38	14	4	18	(31)	(6)	(37)
Dette actuarielle en fin d'exercice	(420)	(21)	(441)	(454)	(24)	(478)	(445)	(45)	(490)

Variation de la juste valeur des placements

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007			31 décembre 2006			31 décembre 2005		
	Retraite	Médical	Total	Retraite	Médical	Total	Retraite	Médical	Total
Juste valeur des placements début d'exercice	277	-	277	261	-	261	218	-	218
Rendement effectif des actifs du régime	25	-	25	24	-	24	31	-	31
Cotisations employeur	23	-	23	23	-	23	14	-	14
Cotisations des participants au régime	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Modifications de régime	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Acquisitions, cessions	-	-	-	1	-	1	1	-	1
Réductions d'effectifs et fermetures de plans	-	-	-	(4)	-	(4)	-	-	-
Prestations versées	(24)	-	(24)	(19)	-	(19)	(22)	-	(22)
Ecarts de change	(27)	-	(27)	(9)	-	(9)	19	-	19
Juste valeur des placements fin d'exercice	274	-	274	277	-	277	261	-	261

Couverture financière	(146)	(21)	(167)	(177)	(24)	(201)	(184)	(45)	(229)
Etalement du coût des services passés non constaté	-	(10)	(10)	-	(13)	(13)	-	-	-
Provision nette sur engagements de retraite à prestations définies et couverture médicale post-emploi	(146)	(31)	(177)	(177)	(37)	(214)	(184)	(45)	(229)
Provision sur autres avantages à long-terme	(46)	-	(46)	(42)	-	(42)	(57)	-	(57)
Total Provision sur engagements de retraite et autres avantages postérieurs à l'emploi	(192)	(31)	(223)	(219)	(37)	(256)	(241)	(45)	(286)

Charge de pension

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007			31 décembre 2006			31 décembre 2005		
	Retraite	Médical	Total	Retraite	Médical	Total	Retraite	Médical	Total
Coût des services rendus au cours de l'exercice	(18)	-	(18)	(19)	-	(19)	(17)	(1)	(18)
Intérêts sur la dette actuarielle ⁽¹⁾	(22)	(1)	(23)	(20)	(2)	(22)	(20)	(2)	(22)
Rendement attendu des actifs en couverture ⁽¹⁾	19	-	19	17	-	17	18	-	18
Amortissement du coût des services passés non constaté	-	2	2	-	1	1	-	-	-
Réductions d'effectifs et fermeture de plans	2	-	2	3	-	3	-	-	-
Coût des régimes à prestations définies	(19)	1	(18)	(19)	(1)	(20)	(19)	(3)	(22)
Coût des autres régimes (y compris régimes à cotisations définies)	(57)	-	(57)	(54)	-	(54)	(45)	-	(45)
Coût total des retraites	(76)	1	(75)	(73)	(1)	(74)	(64)	(3)	(67)

⁽¹⁾ D'où une charge financière nette de 4 millions d'euros en 2007 classée en « Autres charges et produits financiers » (Voir Note 7).

Hypothèses actuarielles (Taux moyens pondérés)

31 décembre 2007	Régimes de retraite				Couverture médicale postérieure à l'emploi			Total Groupe
	Amérique du Nord	Europe	Reste du monde	Total	Amérique du Nord	Europe	Total	
Taux d'actualisation	6,00%	5,64%	1,75%	5,75%	6,0%	5,75%	5,94%	5,76%
Rendement attendu des actifs ⁽¹⁾	7,70%	6,81%	n/a	7,17%	n/a	n/a	n/a	7,17%
Augmentations futures des salaires	n/a	4,18%	2,00%	4,16%	5,00%	n/a	5,00%	4,92%
Augmentations futures des retraites	n/a	3,09%	n/a	3,09%	n/a	n/a	n/a	3,09%

31 décembre 2006	Régimes de retraite				Couverture médicale postérieure à l'emploi			Total Groupe
	Amérique du Nord	Europe	Reste du monde	Total	Amérique du Nord	Europe	Total	
Taux d'actualisation	5,75%	4,77%	2,25%	5,18%	5,75%	5,00%	5,61%	5,20%
Rendement attendu des actifs ⁽¹⁾	7,70%	6,85%	n/a	7,22%	n/a	n/a	n/a	7,22%
Augmentations futures des salaires	n/a	4,01%	2,25%	3,99%	5,00%	n/a	5,00%	4,07%
Augmentations futures des retraites	n/a	2,86%	n/a	2,86%	n/a	n/a	n/a	2,86%

31 décembre 2005	Régimes de retraite				Couverture médicale postérieure à l'emploi			Total Groupe
	Amérique du Nord	Europe	Reste du monde	Total	Amérique du Nord	Europe	Total	
Taux d'actualisation	5,50%	4,76%	2,00%	5,07%	5,50%	5,00%	5,00%	5,10%
Rendement attendu des actifs ⁽¹⁾	7,50%	6,58%	n/a	6,85%	n/a	n/a	n/a	6,85%
Augmentations futures des salaires	n/a	3,85%	1,50%	3,82%	5,00%	n/a	5,00%	4,08%
Augmentations futures des retraites	n/a	2,69%	1,00%	2,68%	n/a	n/a	n/a	2,69%

⁽¹⁾ Le rendement de chaque portefeuille d'actifs est déterminé en fonction du rendement attendu et du poids de chaque catégorie d'actifs le composant. Le rendement de chaque investissement est fonction du taux d'actualisation majoré ou minoré d'une prime appliquée selon son profil de risque.

Allocation des actifs de couverture

	2007	2006	2005
Actions	61,0%	68,5%	60,6%
Obligations	34,9%	28,5%	37,0%
Immobilier	2,0%	1,2%	0,2%
Autres	2,1%	1,8%	2,2%
Total	100%	100%	100%

Estimation de la contribution employeur et des prestations futures à payer

<i>en millions d'euros</i>	Retraite	Médical	Total
<u>Estimation de la contribution employeur</u>			
2008 estimée au 31 décembre 2007	21	-	21
2007 estimée au 31 décembre 2006	24	-	24
2006 estimée au 31 décembre 2005	21	-	21

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007		
	Retraite	Médical	Total
<u>Estimation des prestations futures à payer</u>			
2008	29	2	31
2009	34	2	36
2010	29	2	31
2011	29	2	31
2012	29	3	32
Exercices 2013 à 2017	170	10	180
Total sur les 10 prochains exercices	320	21	341

Répartition entre les plans US et les plans non US

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007			31 décembre 2006			31 décembre 2005		
	US	Non US	Total	US	Non US	Total	US	Non US	Total
Dette actuarielle en fin d'exercice	(163)	(278)	(441)	(188)	(290)	(478)	(228)	(262)	(490)
Juste valeur des placements en fin d'exercice	110	164	274	113	164	277	114	147	261
Couverture financière	(53)	(114)	(167)	(75)	(126)	(201)	(114)	(115)	(229)
Etalement du coût des services passés non constaté	(10)	-	(10)	(13)	-	(13)	-	-	-
Provisions nettes sur engagements de retraite à prestations définies	(63)	(114)	(177)	(88)	(126)	(214)	(114)	(115)	(229)

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007			31 décembre 2006			31 décembre 2005		
	US	Non US	Total	US	Non US	Total	US	Non US	Total
Coût des services rendus au cours de l'exercice	(9)	(9)	(18)	(10)	(9)	(19)	(14)	(4)	(18)
Intérêts sur la dette actuarielle	(10)	(13)	(23)	(10)	(12)	(22)	(11)	(11)	(22)
Rendement attendu des actifs en couverture	8	11	19	7	10	17	10	8	18
Amortissement du coût des services passés non constaté	2	-	2	1	-	1	-	-	-
Réductions d'effectifs et fermeture de plans	-	2	2	-	3	3	-	-	-
Coût des régimes à prestations définies	(9)	(9)	(18)	(12)	(8)	(20)	(15)	(7)	(22)
Coût des autres régimes (y compris régimes à cotisations définies)	(30)	(27)	(57)	(26)	(28)	(54)	(25)	(20)	(45)
Coût total des retraites	(39)	(36)	(75)	(38)	(36)	(74)	(40)	(27)	(67)

Evolution des frais médicaux

Le taux d'augmentation des frais médicaux retenu pour l'exercice 2007 est de 9,3 % avec une baisse progressive vers un taux de 4,8 % atteint en 2008 et retenu pour les exercices suivants.

Une variation de 1 % dans l'augmentation estimée des coûts médicaux aurait les effets suivants :

<i>en millions d'euros</i>	Augmentation de 1%	Diminution de 1%
Effet sur le total du coût des services rendus et des intérêts sur la dette actuarielle	-	-
Effet sur la dette actuarielle en fin d'exercice	(1)	1

22. Emprunts et dettes financières

Nombre de titres	<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
	Emprunts obligataires (hors intérêts courus) émis par Publicis Groupe :			
750 000	Eurobond 4,125% - janvier 2012 (Taux d'intérêt effectif 4,30%)	736	742	750
5 484 334	Océane 2,75% - janvier 2018 (Taux d'intérêt effectif 2,75%)	238	234	278
23 172 413	Océane 0,75% - juillet 2008 (Taux d'intérêt effectif 6,61%)	652	615	580
1 562 129	Oranes 0,82% révisable - septembre 2022 (Taux d'intérêt effectif 8,50%)	30	33	36
	Emprunt obligataire 2% échangeable en titres IPG – janvier 2007	-	7	7
	Autres emprunts et dettes :			
	Intérêts courus	16	16	15
	Autres emprunts et lignes de crédit	37	38	23
	Soldes créditeurs de banques	24	30	95
	Dettes liées à l'immobilisation des contrats de location-financement	73	83	112
	Dettes sur acquisitions de titres de participation	149	140	87
	Dettes sur engagements de rachats de minoritaires	157	176	154
	Total des emprunts et dettes financières	2 112	2 114	2 137
	Dont à court terme	819	203	224
	Dont à long terme	1 293	1 911	1 913

Les emprunts obligataires émis par Publicis Groupe sont à taux fixe et en euros.

En janvier 2005, un swap euro/dollar a été mis en place dès l'émission de l'Eurobond, pour couvrir les actifs nets du Groupe en dollars américains et ainsi réduire significativement la sensibilité des fonds propres du Groupe aux variations futures de taux de change entre l'euro et le dollar américain.

A la suite d'une modification des termes du swap intervenue au cours de l'exercice 2006, l'émission réalisée à taux fixe (nominal 4,125%) se trouvait swapée à taux variable. A cette occasion, une soulte de 30 millions d'euros avait été encaissée et le produit correspondant a été enregistré en capitaux propres.

Au regard de la norme IAS 39, le swap taux fixe euro/taux variable dollar été qualifié de :

- couverture d'investissement net entraînant l'inscription en capitaux propres des variations de juste valeur des dérivés pour la partie change,
- couverture de la juste valeur de la dette Eurobond pour la partie taux. Dans ce contexte, la partie de la dette Eurobond swapée en taux variable a été réévaluée en juste valeur à la clôture de l'exercice.

Au cours de l'exercice 2007, la partie change du swap a été dénouée, le Groupe ayant à cette occasion encaissé une soulte de 52 millions d'euros sans impact sur le compte de résultat consolidé (la partie change

étant qualifiée de couverture d'investissement net entraînant l'inscription en capitaux propres des variations de juste valeur des dérivés).

Au 31 décembre 2007, la juste valeur du swap est inscrite en autres dettes et passifs courants pour 39 millions d'euros.

En outre, le 2 janvier 2007, date d'échéance prévue de remboursement de l'emprunt obligataire échangeable en titres IPG, les 750 obligations restantes ont été remboursées.

Les dettes sur engagements de rachat de minoritaires ainsi que les clauses de complément de prix sont recensées de manière centralisée et estimées à la clôture d'après les clauses contractuelles et les dernières données disponibles ainsi que les projections des données concernées sur la période.

L'évolution des dettes sur engagements de rachats de minoritaires est présentée ci-après :

En millions d'euros	Dettes sur engagements de rachats de minoritaires
Au 31 décembre 2005	154
Dettes contractées durant l'exercice	39
Rachats exercés	(17)
Réévaluation de la dette et change	-
Au 31 décembre 2006	176
Dettes contractées durant l'exercice	26
Rachats exercés	(38)
Réévaluation de la dette et change	(7)
Au 31 décembre 2007	157

Les rachats de l'exercice ont été réalisés en numéraire. Il en sera de même pour les rachats à intervenir sur la dette existante au 31 décembre 2007.

Analyse par échéance de remboursement

en millions d'euros	31 décembre 2007						
	Total	Echéance					
		2008	2009	2010	2011	2012	+ 5 ans
Emprunts obligataires et autres dettes bancaires	1 733	730	5	3	3	739	253
Dettes liées à l'immobilisation des contrats de location-financement	73	-	-	-	-	-	73
Dettes sur acquisitions de titres de participation	149	43	31	37	36	1	1
Dettes sur engagements de rachats de minoritaires	157	46	13	45	25	10	18
Total	2 112	819	49	85	64	750	345

en millions d'euros	31 décembre 2006			
	Total	Echéance		
		- 1 an	1 à 5 ans	+ 5 ans
Emprunts obligataires et autres dettes bancaires	1 715	87	634	994
Dettes liées à l'immobilisation des contrats de location-financement	83	-	-	83
Dettes sur acquisitions de titres de participation	140	59	71	10
Dettes sur engagements de rachats de minoritaires	176	57	94	25
Total	2 114	203	799	1 112

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2005			
	Total	Echéance		
		- 1 an	1 à 5 ans	+ 5 ans
Emprunts obligataires et autres dettes bancaires	1 784	173	611	1 000
Dettes liées à l'immobilisation des contrats de location-financement	112	-	-	112
Dettes sur acquisitions de titres de participation	87	29	46	12
Dettes sur engagements de rachats de minoritaires	154	22	93	39
Total	2 137	224	750	1 163

Analyse par devise

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Euros	1 795	1 024	1 037
Dollars américains	166	913	956
Autres devises	151	177	144
Total	2 112	2 114	2 137

Suite au débouclage de la partie change du swap sur l'Eurobond 2012 intervenu au cours de l'exercice 2007, l'Eurobond, qui était précédemment considéré comme une dette en Dollars américains, est désormais classé en dette en Euros.

Analyse par catégorie de taux

La dette financière est constituée d'emprunts à taux fixe (55% de la dette brute hors dettes sur acquisitions de titres de participation et sur engagements de rachats de minoritaires au 31 décembre 2007) dont le taux moyen pour l'année 2007 est de 6,1% (ce taux tient compte du complément d'intérêts lié à la séparation des emprunts obligataires à option de conversion Océanes et Oranes entre une partie dettes et une partie capitaux propres). La partie de la dette à taux variable (45% de la dette au 31 décembre 2007) fait ressortir un taux moyen pour l'année 2007 de 6,0%.

Exposition au risque de liquidité

Les paiements futurs relatifs à la dette financière hors effets de l'actualisation (à l'exclusion des dettes liées à l'immobilisation des contrats de location-financement) se présentent comme suit :

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007						
	Total	Echéance					
		2008	2009	2010	2011	2012	+ 5 ans
Emprunts obligataires et autres dettes bancaires	2 126	798 ⁽¹⁾	47	44	50	800	387
Dettes sur acquisitions de titres de participation	165	44	34	42	43	1	1
Dettes sur engagements de rachats de minoritaires	185	48	15	51	31	13	27
Total	2 476	890	96	137	124	814	415

⁽¹⁾ dont 672 millions d'euros (hors intérêts) relatifs à l'Océane à échéance juillet 2008 qui devront être remboursés si les obligations ne sont pas converties en actions (Voir Note 24).

Pour faire face au risque de liquidité, Publicis dispose d'une part de disponibilités conséquentes (trésorerie et équivalents de trésorerie pour un total au 31 décembre 2007 de 1 313 millions d'euros) et d'autre part de lignes de crédit non utilisées (qui s'élèvent à 1 989 millions d'euros au 31 décembre 2007). La composante principale de ces lignes est un crédit syndiqué multi-devises de 1 500 millions d'euros, à échéance 2012 avec une option d'extension jusqu'à juillet 2014, après accord des banques. Il n'y a pas, au 31 décembre 2007, ni à la date d'arrêté des comptes annuels, d'autres lignes de crédit en cours de négociation.

Ces sommes disponibles ou mobilisables quasiment immédiatement permettent très largement de faire face à la partie à moins d'un an de la dette financière du Groupe, (y compris le remboursement de l'Océane 2008 si elle n'est pas convertie et les engagements de rachat de minoritaires, inclus dans la dette financière du Groupe).

Les emprunts obligataires émis par le Groupe, qui composent l'essentiel de la dette si l'on exclut les découverts bancaires, ne comportent pas de « covenants ». Les clauses d'exigibilité anticipée (« credit default events ») sont de type standard (liquidation, cessation des paiements, défaut de paiement de la dette elle-même ou de remboursement d'une autre dette d'un montant supérieur à un seuil défini) et sont applicables généralement au-delà d'un seuil de 25 millions d'euros. Les seules options de remboursement anticipé par les porteurs sont relatives à l'Océane 2018 et exerçables successivement en janvier 2010 et 2014.

Le Groupe n'a pas mis en place de dérivés de crédit à ce jour.

23. Autres dettes et passifs courants

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Avances et acomptes reçus	372	335	410
Dettes envers le personnel	323	316	312
Dettes fiscales (hors impôt société)	175	188	171
Produits constatés d'avance	242	134	146
Dérivés sur couverture d'actifs et passifs courants	5	1	1
Dérivés sur prêts et emprunts intragroupe	3	2	3
Dérivé sur couverture d'investissement net	39	33	85
Autres passifs courants	191	215	202
Total	1 350	1 224	1 330

Les autres dettes et passifs courants sont à échéance à moins d'un an. Toutefois, toute dette ou passif courant dont l'échéance serait lointaine serait actualisé.

24. Engagements hors bilan

Contrats de location simple

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007						
	Total	Echéance					
		2008	2009	2010	2011	2012	+ 5 ans
Engagements donnés							
Contrats de location simple ⁽¹⁾	1 335	225	196	168	147	142	457
Engagements reçus							
Contrats de sous-locations immobilières ⁽¹⁾	42	10	10	8	6	6	2

(1) Les charges de location (nettes des revenus des sous-locations) se sont élevées à 189 millions d'euros en 2007, 193 millions en 2006 et 179 millions d'euros en 2005.

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2006						
	Total	Echéance					
		2007	2008	2009	2010	2011	+ 5 ans
Engagements donnés							
Contrats de location simple	1 325	198	196	182	160	140	449
Engagements reçus							
Contrats de sous-locations immobilières	73	18	14	12	10	9	10

	31 décembre 2005						
<i>en millions d'euros</i>	Total	Echéance					
		2006	2007	2008	2009	2010	+ 5 ans
Engagements donnés							
Contrats de location simple	1 309	290	199	184	160	133	343
Engagements reçus							
Contrats de sous-locations immobilières	58	10	10	9	8	7	14

Contrats de location financement

Le rapprochement entre les paiements futurs minimaux au titre des contrats de location financement et la valeur actualisée des paiements minimaux nets au titre des locations se présente de la façon suivante :

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007						
	Total	Echéance					
		2008	2009	2010	2011	2012	+ 5 ans
Paielements minimaux	241	7	8	8	8	8	202
Effets de l'actualisation	(168)	(7)	(8)	(8)	(8)	(8)	(129)
Valeur actualisée des paiements minimaux	73	-	-	-	-	-	73

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2006						
	Total	Echéance					
		2007	2008	2009	2010	2011	+ 5 ans
Paielements minimaux	280	8	8	9	9	9	237
Effets de l'actualisation	(197)	(8)	(8)	(9)	(9)	(9)	(154)
Valeur actualisée des paiements minimaux	83	-	-	-	-	-	83

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2005						
	Total	Echéance					
		2006	2007	2008	2009	2010	+ 5 ans
Paielements minimaux	345	10	10	10	10	11	294
Effets de l'actualisation	(233)	(10)	(10)	(10)	(10)	(11)	(182)
Valeur actualisée des paiements minimaux	112	-	-	-	-	-	112

Autres engagements

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007			
	Total	Echéance		
		- 1 an	1 à 5 ans	+ 5 ans
Engagements donnés				
Engagements de cession de titres de participation détenus	8	8	-	-
Cautions et garanties ⁽¹⁾	184	74	41	69
Autres engagements ⁽²⁾	64	33	31	-
Total	256	115	72	69
Engagements reçus				
Lignes de crédit non utilisées	1 989	489	1 500	-
Autre engagements	7	6	-	1
Total	1 996	495	1 500	1

(1) Au 31 décembre 2007, les cautions et garanties comprennent une garantie de paiement des taxes immobilières et des charges relatives à l'immeuble de Leo Burnett à Chicago, pour un montant total de 110 millions d'euros étalés jusqu'en 2019. Elles comprennent également environ 46 millions d'euros de garanties sur opérations d'achat d'espaces.

(2) Il s'agit, à hauteur de 46 millions d'euros, de redevances minimum garanties dans le cadre de contrats d'exploitation d'espaces publicitaires.

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2006			
	Total	Echéance		
		- 1 an	1 à 5 ans	+ 5 ans
Engagements donnés				
Engagements de cession de titres de participation détenus	8	8	-	-
Cautions et garanties	180	53	44	83
Autres engagements	46	24	22	-
Total	234	85	66	83
Engagements reçus				
Lignes de crédit non utilisées	1 546	511	1 035	-
Ligne de crédit dédiée à l'acquisition de Digitas ⁽¹⁾	759	759	-	-
Autre engagements	2	1	1	-
Total	2 307	1 271	1 036	-

(1) Cette ligne de crédit s'élevait à 1 milliard de dollars au 31 décembre 2006. Le Groupe a finalement renoncé officiellement à utiliser cette ligne de crédit fin janvier 2007, la trésorerie disponible et les lignes de crédit s'avérant suffisantes pour financer l'acquisition.

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2005			
	Total	Echéance		
		- 1 an	1 à 5 ans	+ 5 ans
Engagements donnés				
Engagements de cession de titres de participation détenus	8	8	-	-
Cautions et garanties	113	50	42	21
Autres engagements	-	-	-	-
Total	121	58	42	21
Engagements reçus				
Lignes de crédit non utilisées	1 609	574	1 035	-

Obligations liées aux emprunts et aux Oranes

• Oceane 2018 – 2,75% actuariel janvier 2018

Dans le cadre de l'Oceane 2018, les porteurs d'obligations peuvent demander la conversion des obligations, à raison d'une action par obligation (d'une valeur de 39,15 euros à l'émission), à tout moment depuis le 18 janvier 2002 jusqu'au 7ème jour ouvré précédant la date de maturité (janvier 2018). Compte tenu des remboursements anticipés intervenus en février 2005 et en janvier 2006, Publicis Groupe a un engagement

de livrer, en cas de demande de conversion, 5 484 334 actions qui peuvent être au choix de Publicis Groupe, soit des actions nouvelles à émettre, soit des actions existantes qu'elle détiendrait en portefeuille.

De plus, les porteurs ont la possibilité de demander le remboursement anticipé en numéraire de tout ou partie des obligations dont ils sont propriétaires le 18 janvier 2010 et 18 janvier 2014. Le prix de remboursement anticipé est calculé de telle sorte que le rendement brut actuariel annuel de l'obligation à la date de remboursement soit égal à 2,75%.

- **Oceane 2008 – 0,75% actuariel juillet 2008**

Dans le cadre de l'Oceane 2008, les porteurs d'obligations peuvent demander la conversion des obligations, à raison d'une action par obligation (d'une valeur de 29 euros à l'émission), à tout moment depuis le 26 août 2003 jusqu'au 7ème jour ouvré précédant la date de maturité (juillet 2008). Publicis Groupe a donc un engagement de livrer, en cas de demande de conversion, 23 172 413 actions qui peuvent être au choix de Publicis Groupe, soit des actions nouvelles à émettre, soit des actions existantes qu'elle détiendrait en portefeuille.

- **Oranes - Obligations remboursables en actions nouvelles ou existantes – septembre 2022**

Après le remboursement des trois premières tranches de l'emprunt en septembre 2005, 2006 et 2007, chaque Orane donne droit à recevoir 15 actions Publicis Groupe nouvelles ou existantes, à raison d'une par an jusqu'au 20^{ème} anniversaire de l'emprunt. Publicis Groupe a donc un engagement de livrer 1 562 129 actions chaque année, de l'année 2008 à 2022, soit 23 431 935 actions au total, qui peuvent être au choix de Publicis Groupe, soit des actions nouvelles à émettre, soit des actions existantes qu'elle détiendrait en portefeuille.

Obligations liées aux Bons de souscription d'actions

L'exercice des bons de souscription, qui peut intervenir à tout moment entre le 24 septembre 2013 et le 24 septembre 2022, entraînera une augmentation de capital de Publicis Groupe. Après annulation de bons de souscription rachetés au cours des exercices 2005 et 2006, Publicis Groupe est engagé à créer (dans l'hypothèse où la totalité des BSA seraient exercés) 5 602 699 actions de 0,40 euro de nominal et 30,1 euros de prime.

Autres engagements

Au 31 décembre 2007, 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.

25. Instruments financiers

Bilan par catégorie d'instruments financiers

en millions d'euros	31 décembre 2007								
	Valeur au bilan	Juste Valeur		Juste valeur par résultat	Actifs disponibles à la vente	Prêts et créances	Actifs détenus jusqu'à l'échéance	Dettes au coût amorti	Instruments dérivés
Autres actifs financiers	112	112		-	34	64	14	-	-
Clients et comptes rattachés	4 926	4 926		-	-	4 926	-	-	-
Autres créances et actifs courants ⁽¹⁾	89	89		-	-	81	-	-	8
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 313	1 313		1 313	-	-	-	-	-
Actifs	6 440	6 440		1 313	34	5 071	14	-	8

Dettes financières à plus d'un an	1 293	1 437		-	-	-	-	1 293	-
Fournisseurs et comptes rattachés	5 662	5 662		-	-	5 662	-	-	-
Dettes financières à moins d'un an	819	827		-	-	-	-	819	-
Autres dettes et passifs courants ⁽²⁾	238	238		-	-	191	-	-	47
Passifs	8 012	8 164		-	-	5 853	-	2 112	47

en millions d'euros	31 décembre 2006								
	Valeur au bilan	Juste Valeur		Juste valeur par résultat	Actifs disponibles à la vente	Prêts et créances	Actifs détenus jusqu'à l'échéance	Dettes au coût amorti	Instru-ments dérivés
Autres actifs financiers	118	118		-	54	48	16	-	-
Clients et comptes rattachés	4 550	4 550		-	-	4 550	-	-	-
Autres créances et actifs courants ⁽¹⁾	121	121		-	-	112	-	-	9
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 920	1 920		1 920	-	-	-	-	-
Actifs	6 709	6 709		1 920	54	4 710	16	-	9

Dettes financières à plus d'un an	1 911	2 025		-	-	-	-	1 911	-
Fournisseurs et comptes rattachés	5 270	5 270		-	-	5 270	-	-	-
Dettes financières à moins d'un an	203	203		-	-	-	-	203	-
Autres dettes et passifs courants ⁽²⁾	251	251		-	-	215	-	-	36
Passifs	7 635	7 749		-	-	5 485	-	2 114	36

en millions d'euros	31 décembre 2005								
	Valeur au bilan	Juste Valeur		Juste valeur par résultat	Actifs disponibles à la vente	Prêts et créances	Actifs détenus jusqu'à l'échéance	Dettes au coût amorti	Instruments dérivés
Autres actifs financiers	118	118		-	48	42	28	-	-
Clients et comptes rattachés	4 289	4 289		-	-	4 289	-	-	-
Autres créances et actifs courants ⁽¹⁾	171	171		-	-	132	-	-	39
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 980	1 980		1 980	-	-	-	-	-
Actifs	6 558	6 558		1 980	48	4 463	28	-	39

Dettes financières à plus d'un an	1 913	2 105		-	-	-	-	1 913	-
Fournisseurs et comptes rattachés	5 030	5 030		-	-	5 030	-	-	-
Dettes financières à moins d'un an	224	224		-	-	-	-	224	-
Autres dettes et passifs courants ⁽²⁾	291	291		-	-	202	-	-	89
Passifs	7 458	7 650		-	-	5 232	-	2 137	89

(1) A l'exception des créances fiscales, des avances et acomptes versés aux fournisseurs et des charges constatées d'avance (Voir Note 17).

(2) A l'exception des avances et acomptes reçus, des dettes envers le personnel, des dettes fiscales et des produits constatés d'avance (Voir Note 23).

Compte de résultat par catégorie d'instruments financiers

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007								
	Valorisation à la juste valeur	Intérêts sur actifs réévalués à la juste valeur	Dividendes sur actifs disponibles à la vente	Dépréciation sur actifs détenus jusqu'à l'échéance	Dette au coût amorti		Prêts et créances		Variation de valeur des dérivés
					Effets de change	Intérêts	Effets de change	Dépréciations et autres reprises	
Résultat opérationnel	-	-	-	(1)	-	-	-	(26)	-
Coût de l'endettement financier net	(1)	51	-	-	1	(124)	-	-	-
Autres charges et produits financiers ⁽¹⁾	-	-	2	-	-	-	-	-	2

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2006								
	Valorisation à la juste valeur	Intérêts sur actifs réévalués à la juste valeur	Dividendes sur actifs disponibles à la vente	Dépréciation sur actifs détenus jusqu'à l'échéance	Dette au coût amorti		Prêts et créances		Variation de valeur des dérivés
					Effets de change	Intérêts	Effets de change	Dépréciations et autres reprises	
Résultat opérationnel	-	-	-	(1)	-	-	-	(20)	-
Coût de l'endettement financier net	(17)	81	-	-	17	(117)	-	-	-
Autres charges et produits financiers ⁽¹⁾	-	-	1	-	-	-	7	-	(10)

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2005								
	Valorisation à la juste valeur	Intérêts sur actifs réévalués à la juste valeur	Dividendes sur actifs disponibles à la vente	Dépréciation sur actifs détenus jusqu'à l'échéance	Dette au coût amorti		Prêts et créances		Variation de valeur des dérivés
					Effets de change	Intérêts	Effets de change	Dépréciations et autres reprises	
Résultat opérationnel	-	-	-	(5)	-	-	-	(58)	-
Coût de l'endettement financier net	-	46	-	-	-	(124)	-	-	-
Autres charges et produits financiers ⁽¹⁾	-	-	1	-	-	-	(51)	-	47

(1) A l'exclusion du coût financier lié à l'actualisation des provisions immobilières à long terme et aux provisions pour retraites (Voir Note 7).

Juste valeur

Le tableau ci-dessous présente une comparaison par catégorie des valeurs comptables et de la juste valeur de tous les instruments financiers du Groupe, hors créances et dettes liées à l'exploitation.

Les actifs financiers classés dans les catégories "détenus à des fins de transaction" ou "disponibles à la vente" sont déjà évalués à la juste valeur dans les comptes.

Les dettes financières sont évaluées dans les comptes au coût amorti selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

<i>en millions d'euros</i>	31 décembre 2007		31 décembre 2006		31 décembre 2005	
	Valeur nette comptable	Juste valeur	Valeur nette comptable	Juste valeur	Valeur nette comptable	Juste valeur
Actifs financiers hors créances liées à l'exploitation:						
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 313	1 313	1 920	1 920	1 980	1 980
Actifs financiers disponibles à la vente (IPG et autres)	34	34	54	54	48	48
Autres actifs financiers	78	78	64	64	70	70
Dérivés actifs	8	8	9	9	39	39
Passifs financiers hors dettes liées à l'exploitation :						
Emprunts obligataires avec option de conversion - (Océanes, partie dette)	890	861	849	852	858	912
Oranes (partie dette)	30	117	33	43	36	48
Eurobond	736	767	742	776	750	804
Dettes liées à des contrats de location-financement	73	136	83	150	112	184
Engagements de rachat de minoritaires et compléments de prix sur acquisition de titres de participations	306	306	316	316	241	241
Autres emprunts	77	77	91	91	140	140
Dérivés passifs	47	47	36	36	89	89

La juste valeur de l'Eurobond et des emprunts obligataires avec option de conversion et des Oranes pour la partie dette a été calculée par actualisation des flux de trésorerie futurs attendus aux taux d'intérêt du marché.

26. Gestion des risques de marché

Exposition au risque de taux

La répartition des dettes entre taux fixe et taux variable est décidée par la direction du Groupe et revue périodiquement en fonction de l'évolution prévisible des taux d'intérêts.

A fin 2007, la dette financière brute du Groupe (hors dettes sur acquisitions de titres de participation et sur engagements de rachats de minoritaires) se trouve composée :

- à hauteur de 55% par des emprunts à taux fixe dont le taux moyen 2007 a été de 6,1%,
- à hauteur de 45% par des emprunts à taux variable dont le taux moyen 2007 a été de 6,0%.

L'endettement à taux variable au 31 décembre 2007, après déduction des liquidités disponibles ou placées à très court terme (trésorerie ou équivalents de trésorerie) et autres actifs financiers, fait apparaître une position excédentaire de près de 594 millions d'euros. Une variation à la hausse de 1% des taux à court terme aurait, sur cette base, un impact favorable de 6 millions d'euros sur le résultat du Groupe avant impôt.

Une hausse de 1% des taux à court terme appliquée à la position à taux variable à court terme représente un impact favorable de 13 millions d'euros sur le résultat du Groupe avant impôt.

Le tableau suivant présente la valeur comptable au 31 décembre 2007 par échéance des instruments financiers du Groupe qui sont exposés au risque de taux d'intérêt :

<i>en millions d'euros</i>	Total au 31 décembre 2007	Echéances		
		- 1 an	1 à 5 ans	+ 5 ans
Taux fixe				
Eurobond	736	-	736	-
Océanes (partie dette)	890	652	-	238
Oranes (partie dette)	30	3	12	15
Dettes liées à des contrats de location financement	73	-	-	73
Passif (actif) net à taux fixe avant gestion	1 729	655	748	326
Effet du swap sur Eurobond	(736)	-	(736)	-
Passif (actif) net à taux fixe après gestion	993	655	12	326
Taux variable				
Emprunts bancaires	37	35	2	-
Soldes créditeurs de banques	24	24	-	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(1 313)	(1 313)	-	-
Autres actifs financiers	(78)	-	-	(78)
Passif (actif) net à taux variable avant gestion	(1 330)	(1 254)	2	(78)
Effet du swap sur Eurobond	736	-	736	-
Passif (actif) net à taux variable après gestion	(594)	(1 254)	738	(78)

Exposition au risque de change

Le tableau ci-après présente l'actif net du Groupe au 31 décembre 2007 ventilé sur les principales devises :

<i>en millions d'euros</i>	Total au 31 décembre 2007	Euro ⁽¹⁾	Dollar US	Livre Sterling	Autres
Actifs	12 244	3 010	5 559	977	2 698
Passifs	(10 019)	(3 741)	(3 774)	(713)	(1 791)
Actif net	2 225	(731)	1 785	264	907

(1) Monnaie de fonctionnement.

Par ailleurs, l'évolution des cours des devises par rapport à l'euro, monnaie dans laquelle les comptes du Groupe sont présentés, est susceptible d'avoir une incidence sur le bilan et le compte de résultat consolidés du Groupe.

La répartition des revenus du Groupe par devise dans laquelle ces revenus sont réalisés est présentée ci-après :

	2007	2006	2005
Euro	23%	24%	25%
Dollar US	43%	41%	42%
Livre Sterling	10%	10%	10%
Autres	24%	25%	23%
Total des revenus	100%	100%	100%

L'impact d'une baisse de 1% du cours de l'euro par rapport au Dollar US et à la Livre Sterling serait (impact favorable) :

- de 25 millions d'euros sur le revenu consolidé 2007,
- de 5 millions d'euros sur la marge opérationnelle 2007.

Les transactions commerciales sont majoritairement effectuées dans les devises locales des pays au sein desquels elles sont réalisées. De ce fait, les risques de change en découlant sont peu significatifs et font l'objet ponctuellement d'opérations de couverture.

En ce qui concerne les opérations de prêt/emprunt intragroupe, celles-ci font l'objet de couvertures appropriées, dès lors qu'elles présentent une exposition significative nette au risque de change. Il convient toutefois de noter que la plupart des besoins de trésorerie des entités étant financés au niveau des pays dans le cadre de la centralisation de trésorerie, les opérations transfrontalières sont limitées à la fois en nombre et en durée.

Les instruments financiers dérivés utilisés sont en général des contrats de change à terme.

Le tableau suivant résume les contrats de couverture de change en cours à la clôture de l'exercice 2007, tant en ce qui concerne les couvertures d'actifs et de passifs que celles de flux futurs. Il convient de signaler que Publicis, compte tenu de leurs impacts non significatifs, enregistre les variations de juste valeur des dérivés relatifs à des couvertures de flux futurs en résultat.

Devise vendue	Devise achetée	Montant nominal de la devise vendue (monnaie locale en millions)	Montant nominal de la devise achetée (monnaie locale en millions)	Juste valeur de la couverture (en millions d'euros)
EUR	GBP	(27,3)	19,2	(0,7)
SGD	EUR	(2,1)	1,0	-
EUR	USD	(206,5)	306,6	1,6
AUD	USD	(60,8)	53,1	-
CHF	GBP	(0,5)	0,2	-
GBP	CZK	(0,1)	2,9	-
GBP	DKK	(0,2)	1,8	-
GBP	NOK	(0,3)	3,7	-
GBP	SEK	(0,4)	5,5	-
USD	GBP	(21,1)	10,3	(0,2)
AUD	EUR	(23)	13,8	0,1
DKK	EUR	(27,9)	3,7	-
NOK	EUR	(47,3)	5,8	(0,1)
NZD	EUR	(29)	15,1	0,2
SEK	EUR	(50)	5,3	-
THB	EUR	(30,3)	0,7	-
DKK	USD	(33,5)	6,6	-
SEK	USD	(218,3)	33,7	(0,3)
USD	AUD	(3,2)	4,0	0,3
Total				0,9

Exposition au risque de crédit client

Le Groupe analyse ses créances clients en se focalisant notamment sur l'amélioration de ses délais de recouvrement, dans le cadre de la gestion de son besoin en fonds de roulement renforcée par le programme « Focus on cash ».

Les dépréciations éventuelles sont évaluées sur une base individuelle et prennent en compte différents critères comme la situation du client et les retards de paiement. Aucune dépréciation n'est passée sur une base globale.

Les tableaux ci-dessous détaillent l'antériorité des créances clients facturées, sur les trois derniers exercices :

<i>en millions d'euros</i>		31 décembre 2007						
Créances clients nettes	Créances non échues	Créances échues						
		Total	Jusqu'à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 à 120 jours	Plus de 120 jours	Provisions pour dépréciation
3 835	3 152	683	447	110	48	33	120	(75)

<i>en millions d'euros</i>		31 décembre 2006						
Créances clients nettes	Créances non échues	Créances échues						
		Total	Jusqu'à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 à 120 jours	Plus de 120 jours	Provisions pour dépréciation
3 849	2 912	937	580	156	84	45	138	(66)

<i>en millions d'euros</i>		31 décembre 2005						
Créances clients nettes	Créances non échues	Créances échues						
		Total	Jusqu'à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 à 120 jours	Plus de 120 jours	Provisions pour dépréciation
3 824	3 011	813	464	148	69	76	132	(76)

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 Interpublic Group (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, classées en titres disponibles à la vente, une diminution de 10% de la valeur de marché de ces titres n'aurait pas d'impact sur le résultat mais aurait un impact sur les capitaux propres au 31 décembre 2007.

Impact d'une baisse de 10% de la valeur de marché des actions détenues par Publicis :

	Actions propres	Autres (titres IPG)
Effet sur l'actif du bilan	n/a	(3)
Effet sur les capitaux propres	-	(3)
Effet sur le résultat	-	-

27. Information sectorielle

Information par zone géographique

Les informations sont déterminées sur la base de la localisation des agences.

<i>en millions d'euros</i>	Europe	Amérique du Nord	Reste du monde	Total
Exercice 2007				
Informations concernant le compte de résultat :				
Revenu ⁽¹⁾	1 799	2 016	856	4 671
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(42)	(50)	(17)	(109)
Marge opérationnelle	269	398	112	779
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(8)	(19)	(3)	(30)
Perte de valeur	(3)	(2)	(1)	(6)
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	6	3	-	9
Informations concernant le bilan :				
Ecarts d'acquisitions et immobilisations incorporelles nets	1 396	2 418	558	4 372
Immobilisations corporelles nettes	283	174	44	501
Impôts différés actifs	38	87	23	148
Titres mis en équivalence	28	19	2	49
Autres actifs financiers	40	54	18	112
Actifs (passifs) courants ⁽²⁾	(139)	(1 196)	(134)	(1 469)
Impôts différés passifs	(146)	(91)	(3)	(240)
Provisions à long terme	(182)	(215)	(52)	(449)
Informations concernant le tableau des flux de trésorerie :				
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(35)	(38)	(15)	(88)
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(8)	-	2	(6)
Acquisitions de filiales	(142)	(815)	(49)	(1 006)
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	7	12	3	22
Autres produits et charges calculés	4	5	-	9

<i>en millions d'euros</i>	Europe	Amérique du Nord	Reste du monde	Total
Exercice 2006				
Informations concernant le compte de résultat :				
Revenu ⁽¹⁾	1 747	1 842	797	4 386
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(43)	(46)	(18)	(107)
Marge opérationnelle	277	332	104	713
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(6)	(15)	(1)	(22)
Perte de valeur	(16)	(14)	(1)	(31)
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	20	2	-	22
Informations concernant le bilan :				
Ecarts d'acquisitions et immobilisations incorporelles nets	1 176	1 805	552	3 533
Immobilisations corporelles nettes	292	169	50	511
Impôts différés actifs	42	125	19	186
Titres mis en équivalence	27	15	2	44
Autres actifs financiers	30	72	16	118
Actifs (passifs) courants ⁽²⁾	(95)	(1 139)	(132)	(1 366)
Impôts différés passifs	(147)	(68)	(1)	(216)
Provisions à long terme	(197)	(284)	(28)	(509)
Informations concernant le tableau des flux de trésorerie :				
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(38)	(27)	(16)	(81)
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	7	(7)	(3)	(3)
Acquisitions de filiales	(31)	(2)	(25)	(58)
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	6	7	3	16
Autres produits et charges calculés	3	8	-	11

<i>en millions d'euros</i>	Europe	Amérique du Nord	Reste du monde	Total
Exercice 2005				
Informations concernant le compte de résultat :				
Revenu ⁽¹⁾	1 647	1 763	717	4 127
Dotation aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(49)	(49)	(18)	(116)
Marge opérationnelle	250	307	92	649
Dotation aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(7)	(13)	(3)	(23)
Perte de valeur	(20)	(11)	(2)	(33)
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	9	1	1	11
Informations concernant le bilan :				
Ecarts d'acquisitions et immobilisations incorporelles nets	1 209	1 890	547	3 646
Immobilisations corporelles nettes	299	225	56	580
Impôts différés actifs	50	162	18	230
Titres mis en équivalence	21	10	2	33
Autres actifs financiers	36	70	12	118
Actifs (passifs) courants ⁽²⁾	(188)	(1 111)	(273)	(1 572)
Impôts différés passifs	(104)	(75)	(41)	(220)
Provisions à long terme	(202)	(375)	(5)	(582)
Informations concernant le tableau des flux de trésorerie :				
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(38)	(30)	(15)	(83)
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	4	2	1	7
Acquisitions de filiales	(46)	(12)	(13)	(71)
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	8	8	4	20
Autres produits et charges calculés	2	9	-	11

(1) *Compte tenu du mode de détermination de cet indicateur (différence entre les ventes et les achats externes liés aux ventes) il n'y a pas d'éliminations entre les différentes zones.*

(2) *Les actifs (passifs) courants sont composés des postes de bilan suivants : stocks et en-cours de production, clients et comptes rattachés, autres créances et actifs courants, fournisseurs et comptes rattachés, dettes d'impôts sur les sociétés, provisions à court terme et autres dettes et passifs courants.*

Informations par secteur d'activité

Après analyse détaillée des risques et des rentabilités par secteur d'activité selon la norme IAS 14 Information sectorielle, le Groupe considère opérer dans un seul segment d'activité.

L'organisation opérationnelle du Groupe ne coïncide pas avec un regroupement cohérent de sociétés, par métier ou activité homogène. Cette organisation qui se développe depuis plusieurs années est conçue pour assurer aux clients du Groupe une prestation de communication globale et holistique imbriquant toutes les disciplines. Une présentation segmentée par métier ou activité homogène ne correspond pas à l'organisation actuelle du Groupe.

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

Description des plans existants

Les plans d'options de souscription ou d'acquisition d'actions en cours au 31 décembre 2007 ont les caractéristiques suivantes :

- Plan d'incentive à long terme dit « LTIP » 2006-2008 (vingt-deuxième tranche en 2006 et vingt-troisième tranche en 2007) :

Les options attribuées dans le cadre de ce plan ont un prix d'exercice égal à la moyenne des cours de bourse de l'action Publicis pendant les 20 jours précédant la date d'attribution. Sur le nombre total attribué, le nombre qui pourra être exercé dépendra du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité sur l'ensemble de la période 2006-2008. La période d'exercice commencera en 2009 lorsque le nombre des options exerçables aura été déterminé. La moitié du nombre qui sera déclaré exerçable pourra être levée à partir de cette date ; l'autre moitié pourra être levée un an plus tard en 2010. La période d'exercice se termine dix ans après la date d'attribution.

- Plan attribué en 2006 (vingt et unième tranche) :

Dans le cadre de ce plan, chaque option accordée donne le droit d'acquérir une action, avec un prix d'exercice égal à la moyenne des cours de bourse de l'action Publicis pendant les 20 jours précédant la date d'attribution. Les options sont exerçables après une période de quatre ans et expirent 10 ans après la date d'attribution.

- Plan d'incentive à long terme dit « LTIP » 2003-2005 (dix-septième tranche en 2003, dix-neuvième tranche en 2004, vingtième tranche en 2005) :

Les options attribuées dans le cadre de ce plan ont un prix d'exercice égal au prix de revient moyen des actions propres en portefeuille à la date d'attribution. Sur le nombre total attribué, le nombre d'options exerçables a été déterminé en avril 2006 en fonction du niveau d'atteinte d'objectifs de croissance et de rentabilité sur l'ensemble de la période 2003-2005. Pour la moitié du nombre exerçable, la période d'exercice a commencé en 2006, et pour l'autre moitié, pourra être levée à partir du 25 avril 2007. La période d'exercice se termine dix ans après la date d'attribution.

- Plan attribué en 2004 (dix-huitième tranche) ; Plan attribué en 2003 (seizième tranche) ; Plans attribués en 2002 (treizième tranche, quatorzième tranche et quinzième tranche) :

Dans le cadre de ces plans, chaque option accordée donne le droit d'acquérir une action, avec un prix d'exercice égal au prix de revient moyen des actions propres en portefeuille à la date d'attribution. Les options sont exerçables après une période de quatre ans et expirent 10 ans après la date d'attribution.

- Plan attribué en 2001 (onzième tranche) :

Dans le cadre de ce plan, chaque option accordée donne le droit d'acquérir une action, avec un prix d'exercice égal à la moyenne des cours de bourse de l'action Publicis pendant les 20 jours précédant la date d'attribution. Les options sont exerçables après une période de quatre ans et expirent 10 ans après la date d'attribution.

- Plan attribué en 2000 (dixième tranche) :

Dans le cadre de ce plan, chaque option accordée donne le droit d'acquérir une action, avec un prix d'exercice égal à la moyenne des cours de bourse de l'action Publicis pendant les 20 jours précédant la date d'attribution. Les options sont exerçables après une période de cinq ans et expirent 10 ans après la date d'attribution.

Plans ex-Publicis Communication (huitième à neuvième tranches) :

Les plans octroyés avant 2000 étaient à l'origine des plans Publicis Communication, qui sont devenus des plans Publicis Groupe du fait de la fusion de Publicis Communication avec Publicis Groupe le 11 décembre 1998. Chaque option donne le droit de souscrire une action, avec un prix d'exercice égal à la valeur de marché des actions à la date d'attribution. Les options sont exerçables immédiatement et expirent 10 ans après la date d'attribution.

1- Plans d'options Publicis à l'origine

Caractéristiques des plans de stock-options Publicis en cours au 31/12/2007

Actions de 0,40 euro nominal	type d'option	date d'attribution	prix d'exercice des options (€)	Nombre options à lever au 31/12/07	dont exerçables au 31/12/07	date limite de levée	durée de vie contractuelle résiduelle (en années)
8ème tranche	Souscription	11/03/1998	8,66	21 000	21 000	2008	0,19
9ème tranche	Souscription	04/11/1998	10,24	54 500	54 500	2008	0,84
10ème tranche	Acquisition	07/09/2000	43,55	100 000	100 000	2010	2,68
11ème tranche	Acquisition	23/04/2001	33,18	360 000	360 000	2011	3,31
13ème tranche	Acquisition	18/01/2002	29,79	88 200	88 200	2012	4,05
14ème tranche	Acquisition	10/06/2002	32,43	5 000	5 000	2012	4,44
15ème tranche	Acquisition	08/07/2002	29,79	220 000	220 000	2012	4,52
16ème tranche	Acquisition	28/08/2003	24,82	485 067	485 067	2013	5,65
17ème tranche ⁽¹⁾	Acquisition	28/08/2003	24,82	3 999 348	3 999 348	2013	5,65
19ème tranche ⁽¹⁾	Acquisition	28/09/2004	24,82	1 251 459	1 251 459	2014	6,74
20ème tranche ⁽¹⁾	Acquisition	24/05/2005	24,76	475 655	475 655	2015	7,39
21ème tranche	Acquisition	21/08/2006	29,27	100 000		2016	8,64
22ème tranche ⁽²⁾	Acquisition	21/08/2006	29,27	9 208 050		2016	8,64
23ème tranche ⁽²⁾	Acquisition	24/08/2007	31,31	1 564 400		2017	9,64
Total des tranches				17 932 679	7 060 229		
Prix moyen exercice				27,99	25,57		

⁽¹⁾ Options conditionnelles dont la levée est liée à la réalisation d'objectifs dans le cadre d'un plan à trois ans (LTIP 2003-2005)

⁽²⁾ Options conditionnelles dont la levée est liée à la réalisation d'objectifs dans le cadre d'un plan à trois ans (LTIP 2006-2008)

Mouvements sur plans de stock-options Publicis au cours de l'exercice 2007

Actions de 0,40 euros nominal	prix d'exercice des options (euros)	nombre d'options restant à lever au 31/12/2006	options attribuées en 2007	options levées en 2007	options annulées ou prescrites en 2007	nombre d'options restant à lever au 31/12/2007
7ème tranche	5,63	17 510	-	(9 470)	(8 040)	0
8ème tranche	8,66	27 000	-	(6 000)	-	21 000
9ème tranche	10,24	266 000	-	(211 500)	-	54 500
10ème tranche	43,55	100 000	-	-	-	100 000
11ème tranche	33,18	367 000	-	-	(7 000)	360 000
13ème tranche	29,79	93 400	-	-	(5 200)	88 200
14ème tranche	32,43	5 000	-	-	-	5 000
15ème tranche	29,79	220 000	-	-	-	220 000
16ème tranche	24,82	496 067	-	-	(11 000)	485 067
17ème tranche	24,82	5 679 827	-	(1 547 680)	(132 799)	3 999 348
18ème tranche	24,82	11 000	-	-	(11 000)	-
19ème tranche	24,82	1 517 004	-	(201 608)	(63 937)	1 251 459
20ème tranche	24,76	779 761	-	(264 769)	(39 337)	475 655
21ème tranche	29,27	100 000	-	-	-	100 000
22ème tranche	29,27	10 097 850	-	-	(889 800)	9 208 050
23ème tranche	31,31	-	1 574 400	-	(10 000)	1 564 400
total tranches		19 777 419	1 574 400	(2 241 027)	(1 178 113)	17 932 679
prix moyen d'exercice		27,21	31,31	23,31	28,17	27,99
cours moyen de levée		-	-	31,44	-	-

Mouvements sur plans de stock-options Publicis au cours de l'exercice 2006

Actions de 0,40 euros nominal	prix d'exercice des options (euros)	nombre d'options restant à lever au 31/12/2005	options attribuées en 2006	options levées en 2006	options annulées ou prescrites en 2006	nombre d'options restant à lever au 31/12/2006
6ème tranche	4,91	12 870	-	-	(12 870)	-
7ème tranche	5,63	25 600	-	(8 090)	-	17 510
8ème tranche	8,66	40 500	-	(13 500)	-	27 000
9ème tranche	10,24	282 500	-	(16 500)	-	266 000
10ème tranche	43,55	100 000	-	-	-	100 000
11ème tranche	33,18	380 000	-	-	(13 000)	367 000
13ème tranche	29,79	104 600	-	-	(11 200)	93 400
14ème tranche	32,43	5 000	-	-	-	5 000
15ème tranche	29,79	220 000	-	-	-	220 000
16ème tranche	24,82	517 067	-	-	(21 000)	496 067
17ème tranche	24,82	7 010 200	-	(688 879)	(641 494)	5 679 827
18ème tranche	24,82	11 000	-	-	-	11 000
19ème tranche	24,82	1 832 186	-	(138 542)	(176 640)	1 517 004
20ème tranche	24,76	887 975	-	(54 538)	(53 676)	779 761
21ème tranche	29,27	-	100 000	-	-	100 000
22ème tranche	29,27	-	10 256 050	-	(158 200)	10 097 850
total tranches		11 429 498	10 356 050	(920 049)	(1 088 080)	19 777 419
prix moyen d'exercice		24,92	29,27	24,15	25,38	27,21
cours moyen de levée		-	-	30,72	-	-

Mouvements sur plans de stock-options Publicis au cours de l'exercice 2005

Actions de 0,40 euros nominal	prix d'exercice des options (euros)	nombre d'options restant à lever au 31/12/2004	options attribuées en 2005	options levées en 2005	options annulées ou prescrites en 2005	nombre d'options restant à lever au 31/12/2005
5ème tranche	6,63	34 220	-	(9 880)	(24 340)	-
6ème tranche	4,91	27 420	-	(14 550)	-	12 870
7ème tranche	5,63	44 990	-	(19 390)	-	25 600
8ème tranche	8,66	58 500	-	(18 000)	-	40 500
9ème tranche	10,24	296 500	-	(14 000)	-	282 500
10ème tranche	43,55	100 000	-	-	-	100 000
11ème tranche	33,18	380 000	-	-	-	380 000
13ème tranche	29,79	104 600	-	-	-	104 600
14ème tranche	32,43	5 000	-	-	-	5 000
15ème tranche	29,79	220 000	-	-	-	220 000
16ème tranche	24,82	517 067	-	-	-	517 067
17ème tranche	24,82	8 014 000	-	-	(1 003 800)	7 010 200
18ème tranche	24,82	11 000	-	-	-	11 000
19ème tranche	24,82	1 959 086	-	-	(126 900)	1 832 186
20ème tranche	24,76	-	935 192	-	(47 217)	887 975
total tranches		11 772 383	935 192	(75 820)	(1 202 257)	11 429 498
prix moyen d'exercice		24,77	24,76	7,19	24,45	24,92
cours moyen de levée		-	-	25,52	-	-

Détermination de la juste valeur des options attribuées au cours de l'exercice

Le tableau ci-joint récapitule les principales hypothèses et calculs relatifs à la 23^{ème} tranche attribuée le 24 aout 2007 :

	23 ^{ème} tranche	
	(a)	(b)
Nombre d'options attribuées au cours de l'exercice	787 200	787 200
Valorisation initiale de l'option attribuée en euros	5,98	7,02
Hypothèses :		
Prix de l'action à la date d'attribution (en euros)	31,31	31,31
Prix d'exercice (en euros)	31,31	31,31
Volatilité de l'action Publicis	25,00%	25,00%
Durée de vie moyenne de l'option (en années)	2,8	3,8
Taux de rendement des dividendes	1,60%	1,60%
Taux sans risque	4,39%	4,43%

(a) Options conditionnelles dont la levée est liée à la réalisation d'objectifs dans le cadre d'un plan à 3 ans, exerçables à compter de mai 2009

(b) Options conditionnelles dont la levée est liée à la réalisation d'objectifs dans le cadre d'un plan à 3 ans, exerçables à compter de mai 2010

2- Plans d'options Digitas à l'origine

Lors de l'acquisition de Digitas, ces plans ont été transformés en plans d'achat d'actions Publicis en appliquant le rapport existant entre le prix d'achat fixé dans l'offre publique pour l'action Digitas (converti en euros) et le cours de l'action Publicis à la date de réalisation de la fusion. Le prix de souscription a été ajusté en conséquence.

Caractéristiques des plans de stock-options Digitas en cours au 31 décembre 2007

actions Publicis de 0,40 euros nominal	date d'attribution		prix d'exercice des options (€)		nombre d'options à lever au 31/12/07	dont exerçables au 31/12/07	date limite de levée		durée de vie contractuelle résiduelle (en années)
	<u>min</u>	<u>max</u>	<u>min</u>	<u>max</u>			<u>min</u>	<u>max</u>	
Plans Digitas :									
1999	01/12/1999	10/03/2000	21,36	21,36	34 263	34 263	01/12/2009	10/03/2010	1,99
2000	03/04/2000	01/02/2001	13,73	58,58	72 895	72 895	03/04/2010	01/02/2011	2,70
2001	01/03/2001	24/01/2007	4,59	35,42	926 287	605 226	01/03/2011	24/01/2017	6,65
2005 UK	01/06/2005	01/12/2006	20,24	35,42	14 430	5 640	01/06/2015	01/12/2016	8,39
Plans Modem Media :									
1997	26/03/1997	29/09/2004	13,74	20,19	7 130	7 130	01/01/2008	29/09/2014	5,23
1999	12/04/2000	22/06/2004	2,62	54,05	7 409	7 409	12/04/2010	22/06/2014	5,06
2000	12/10/2000	25/05/2004	11,16	19,18	1 191	1 191	12/10/2010	25/05/2014	2,78
Plans B.S.H ⁽¹⁾ :									
1998a	01/05/1999	01/06/1999	6,16	6,16	1 040 199	1 040 199	01/05/2009	01/06/2009	1,01
1998b	06/01/1999	06/01/1999	2,47	2,47	46 294	46 294	06/01/2009	06/01/2009	1,01
Total des tranches					2 150 098	1 820 247			
Prix moyen d'exercice (€)					14,50	12,16			

⁽¹⁾ Bronner Slosberg Humphrey

Mouvements du 25 janvier au 31 décembre 2007 sur plans de stock-options Digitas

actions Publicis de 0,40 euros nominal	prix d'exercice des options (€)		nombre d'options restant à lever à la date d'acquisition	options levées sur la période	options annulées ou prescrites sur la période	nombre d'options restant à lever au 31/12/2007
	<u>min</u>	<u>max</u>				
Plans Digitas :						
1999	21,36	21,36	40 059	(5 513)	(283)	34 263
2000	13,73	58,58	103 243	(6 349)	(23 999)	72 895
2001	4,59	35,42	1 462 941	(376 008)	(160 646)	926 287
2005 UK	20,24	35,42	24 655	-	(10 225)	14 430
Plans Modem Media :						
1997	13,74	20,19	22 446	(13 632)	(1 684)	7 130
1999	2,62	54,05	25 815	(17 762)	(644)	7 409
2000	11,16	19,18	5 690	(4 411)	(88)	1 191
Plans B.S.H ⁽¹⁾ :						
1998a	6,16	6,16	1 152 414	(112 215)	-	1 040 199
1998b	2,47	2,47	362 493	(316 199)	-	46 294
Total des tranches			3 199 756	(852 089)	(197 569)	2 150 098
Prix moyen d'exercice (€)			14,16	9,76	29,41	14,50
Cours moyen de levée (€)				31,44		

⁽¹⁾ *Bronner Slosberg Humphrey*

Par ailleurs un plan d'attribution de « Restricted Shares » Digitas, mis en œuvre entre le 4 janvier 2005 et le 23 janvier 2007, est en cours de réalisation. Il a été converti en actions Publicis en utilisant les mêmes coefficients que pour les plans de stock options ordinaires (voir ci-dessus). Au jour de l'acquisition, le nombre de Restricted Shares Digitas en équivalent Publicis s'élevait à 396 654.

Pour les 290 434 Restricted Shares encore existantes au 31 décembre 2007, la date de fin d'indisponibilité des actions s'étale jusqu'au 23 janvier 2010. Une fois cette période terminée et sous réserve du respect des conditions de présence, les 290 434 Restricted Shares existantes au 31 décembre 2007 seront assimilées à des actions Publicis Groupe ordinaires.

Impact des plans de souscription ou d'achat d'actions sur le résultat de l'exercice

Dans le cadre du nouveau « Long Term Incentive Plan » 2006-2008, une nouvelle tranche a été attribuée (23^{ème} tranche) en août 2007. Une probabilité de réalisation des objectifs de 75% a été retenue pour le calcul de la charge 2007 relative à ce plan.

Au total, l'impact des plans d'options de souscription ou d'achat d'actions Publicis sur le compte de résultat de l'exercice 2007 s'élève à 22 millions d'euros hors impôt et charges sociales contre 16 millions d'euros en 2006 (Voir Note 3).

29. Informations relatives aux parties liées

Les opérations suivantes ont été réalisées avec des parties liées sur l'exercice 2007 :

	2007		2006		2005	
<i>en millions d'euros</i>	Revenu ⁽¹⁾	Dotation aux provisions sur créances	Revenu ⁽¹⁾	Dotation aux provisions sur créances	Revenu ⁽¹⁾	Dotation aux provisions sur créances
Dentsu	5	-	5	-	(27)	-

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

	2007			2006			2005		
<i>en millions d'euros</i>	Créances et Prêts	Provisions sur créances et Prêts	Dettes fournisseurs et financières	Créances et Prêts	Provisions sur créances et Prêts	Dettes fournisseurs et financières	Créances et Prêts	Provisions sur créances et Prêts	Dettes fournisseurs et financières
Dentsu	3	-	2	23	-	6	9	-	9
iSe	-	-	-	1	-	-	-	-	-
Onspot Digital	-	-	2	-	-	7	-	-	-
Somupi	12	-	-	-	-	-	-	-	-
Bromley	2	-	-	-	-	-	-	-	-

Termes et conditions des transactions avec les parties liées

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

Le pacte comprend des clauses relatives à la direction de Publicis Groupe (composition du Conseil de surveillance, changement de la forme sociale et représentation de Dentsu au Comité d'Audit), des clauses concernant le transfert des actions et des bons de souscription d'actions Publicis Groupe S.A. détenues par Dentsu avec notamment une limitation de la participation de Dentsu à 15 % des droits de vote de Publicis Groupe S.A. Il prévoit en outre une clause antidilution en faveur de Dentsu et une clause relative au maintien de mise en équivalence comptable de la participation du Groupe Publicis par Dentsu. Ce pacte prendra fin le 12 juillet 2012 sauf accord des parties pour le reconduire dix ans. Il a fait l'objet d'une communication au travers des « Décisions et Informations de l'AMF » en date du 9 janvier 2004 sous le numéro 204C0036.

- Certains membres du Conseil de Surveillance du Groupe exercent des fonctions de direction au sein d'établissements financiers qui pourraient avoir des relations d'affaires avec le Groupe. A cet égard, ce dernier a conclu avec la Banque Rothschild un contrat de liquidité sur ses propres titres.
- Le Groupe a signé le 28 juin 2007 avec Deutsche Bank un contrat par lequel était confié à cette dernière le rachat pour son compte de ses actions propres. Ce contrat a pris fin le 30 novembre 2007.

Rémunération des dirigeants

Les dirigeants comprennent les personnes qui sont à la clôture, ou qui ont été, au cours de l'exercice clos, membres du Conseil de Surveillance et du Directoire.

<i>en millions d'euros</i>	2007	2006	2005
Rémunération brute totale ⁽¹⁾	12	11	9
Avantages postérieurs à l'emploi ⁽²⁾	1	1	(1)
Indemnités de départ ou de fin de contrat ⁽³⁾	-	-	-
Autres avantages à long terme ⁽⁴⁾	3	4	-
Païement en actions ⁽⁵⁾	3	2	2

⁽¹⁾ Rémunérations, primes, indemnités, jetons de présence et avantages en nature payés au cours de l'exercice.

⁽²⁾ Variation des provisions pour retraites (impact net sur le compte de résultat). En 2005, l'impact est une reprise nette compte tenu des montants versés, qui sont inclus dans la ligne ⁽¹⁾.

⁽³⁾ Charge enregistrée au compte de résultat au titre des provisions pour indemnités de départ ou de fin de contrat.

⁽⁴⁾ Charge enregistrée au compte de résultat au titre des provisions pour rémunérations et bonus conditionnels différés.

⁽⁵⁾ Charge enregistrée au compte de résultat au titre des plans d'options de souscription ou d'achat d'actions de Publicis Groupe.

Par ailleurs, le montant global provisionné au 31 décembre 2007 au titre des avantages postérieurs à l'emploi et autres avantages à long terme concernant les dirigeants s'élève à 22 millions d'euros (ce montant était de 20 millions d'euros au 31 décembre 2006 et de 16 millions d'euros au 31 décembre 2005).

30. Événements postérieurs à la clôture

Aucun événement significatif survenu après la clôture de l'exercice n'est à signaler.

31. Liste des principales sociétés consolidées au 31 décembre 2007

A) Sociétés consolidées par intégration globale

Les sociétés ci-dessous sont les sociétés opérationnelles ayant un revenu d'au moins 10 millions d'euros

Dénomination	% contrôle	% intérêt	Pays
Publicis Conseil	99,61%	99,61%	France
Publicis Constellation	99,84%	99,45%	France
Global Event Management	100,00%	99,61%	France
Publicis Dialog	100,00%	99,61%	France
Publicis Consultants I France	99,97%	99,97%	France
Saatchi & Saatchi	100,00%	100,00%	France
Leo Burnett	100,00%	100,00%	France
SCAP	100,00%	99,61%	France
Groupe ZenithOptimedia	99,95%	99,95%	France
Metrobus	67,00%	67,00%	France
Médiavision Et Jean Mineur	66,63%	66,63%	France
Business Interactif (2)	100,00%	100,00%	France
Publicis Frankfurt	100,00%	100,00%	Allemagne
Publicis Hamburg	100,00%	100,00%	Allemagne
BMZ + more	100,00%	100,00%	Allemagne
Publicis Kommunikations agentur Erlangen	100,00%	100,00%	Allemagne
Saatchi & Saatchi	100,00%	100,00%	Allemagne
Leo Burnett	100,00%	100,00%	Allemagne
Zenithmedia Dusseldorf	100,00%	100,00%	Allemagne
Touchworks Dusseldorf (1.a)	100,00%	100,00%	Allemagne
ZenithOptimedia Australia (1.b)	100,00%	63,00%	Australie
Saatchi & Saatchi Communications Australia	100,00%	100,00%	Australie
Leo Burnett	100,00%	100,00%	Australie
Starcom MediaVest Group (1.c)	100,00%	100,00%	Australie
Publicis Mojo (2)	100,00%	63,00%	Australie
Duval Guillaume	100,00%	100,00%	Belgique
Publicis Brasil Comunicaçao	99,99%	99,99%	Brésil
Finance Nazca Publicidade	51,00%	51,00%	Brésil
Leo Burnett Publicidade	99,99%	99,99%	Brésil
Publicis Canada	70,00%	70,00%	Canada
Leo Burnett Company	100,00%	100,00%	Canada
TMG MacManus Canada	100,00%	100,00%	Canada
Saatchi & Saatchi Great Wall Advertising	100,00%	100,00%	Chine
Leo Burnett	100,00%	100,00%	Chine
Leo Burnett Shanghai Advertising	70,00%	70,00%	Chine
Publicis Advertising	85,00%	85,00%	Chine
Leo Burnett Colombiana	99,99%	99,99%	Colombie
Welcomm Publicis Worldwide	90,00%	90,00%	Corée
Publicis Comunicacion Espana	100,00%	100,00%	Espagne
Vitruvio-Leo Burnett	100,00%	100,00%	Espagne
Group K/Arc	100,00%	100,00%	Espagne
Starcom Worldwide Media Estrategia	100,00%	100,00%	Espagne
Optimedia	99,73%	99,73%	Espagne
Zenith Media	100,00%	100,00%	Espagne
Publicis USA	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Publicis & Hal Riney	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Publicis NY	96,69%	96,69%	Etats-Unis
Saatchi & Saatchi North America	100,00%	100,00%	Etats-Unis

Dénomination	% contrôle	% intérêt	Pays
Conill Advertising	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Thompson Murray	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Leo Burnett USA	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Leo Burnett Detroit	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Martin Retail Group	70,00%	70,00%	Etats-Unis
Arc Worldwide	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Fallon Group	100,00%	100,00%	Etats-Unis
The Kaplan Thaler Group	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Manning Selvage & Lee	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Capps Digital	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Nelson Communications	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Medicus Group International	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Saatchi & Saatchi Healthcare Com	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Publicis Selling Solutions	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Science Oriented Solutions	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Starcom MediaVest Group	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Media Vest Worldwide	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Optimedia International U.S.	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Zenith Media Services	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Spark Communications (2)	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Digitas LLC (2)	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Digitas Philadelphia (2)	100,00%	100,00%	Etats-Unis
Modem Media (2)	100,00%	100,00%	Etats-Unis
McGinn MS&L (2)	80,00%	80,00%	Etats-Unis
European Advertising Organisation SA of Advertisements Promotion & Publications	100,00%	100,00%	Grèce
TLG India	79,28%	87,57%	Inde
Publicis	100,00%	100,00%	Italie
Saatchi & Saatchi	100,00%	100,00%	Italie
Leo Burnett Company	100,00%	100,00%	Italie
Starcom Mediavest Group Italia	100,00%	100,00%	Italie
Beacon Communications	66,00%	66,00%	Japon
Medicus	100,00%	100,00%	Japon
Publicis Arredondo de Haro	88,80%	88,80%	Mexique
Starcom Worldwide	100,00%	100,00%	Mexique
Olabuenaga/Chemistri	75,00%	75,00%	Mexique
Saatchi & Saatchi	100,00%	100,00%	Nouvelle-Zélande
Publicis Amsterdam	100,00%	100,00%	Pays-Bas
Publicis	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
Publicis Dialog	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
Publicis Blue Print	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
Zed Media	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
Publicis Productif	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
Saatchi & Saatchi Group	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
The Facilities Group	70,00%	70,00%	Royaume-Uni
Leo Burnett	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
Arc Integrated Marketing	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
Fallon London	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
Manning Selvage & Lee	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
Publicis Healthcare Communications Group	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
Starcom Motive	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
ZenithOptimedia	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
Zenith Optimedia International	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
Freud Communications	100,00%	50,01%	Royaume-Uni
Modem Media London	100,00%	100,00%	Royaume-Uni
Leo Burnett Moscow	100,00%	100,00%	Russie
Publicis United	100,00%	100,00%	Russie

Dénomination	% contrôle	% intérêt	Pays
MMS Communications Singapore (2)	100,00%	100,00%	Singapour
JKL Stockholm	100,00%	100,00%	Suède
Publicis Werbeagentur	100,00%	100,00%	Suisse
Saatchi & Saatchi Simko	100,00%	100,00%	Suisse
Star Reachers Group	100,00%	100,00%	Thaïlande
Leo Burnett	100,00%	100,00%	EAU
Starcom MediaVest Group	100,00%	100,00%	EAU

B) Sociétés consolidées par mise en équivalence

Dénomination	% contrôle	% intérêt	Pays
BBH Communications	49,00%	49,00%	Royaume-Uni
Bromley Communications	49,00%	49,00%	Etats-Unis
iSe-Hospitality	45,00%	45,00%	Suisse
Burrell Communications	49,00%	49,00%	Etats-Unis

1) Changement de dénomination sociale :

Dénomination 2007	Dénomination 2006	Pays
(a) Touchworks Dusseldorf	Optimedia Gesellschaft für Media-Services	Allemagne
(b) ZenithOptimedia Australia	Optimedia Australia	Australie
(c) Starcom MediaVest Group	Starcom Worldwide Australia	Australie

2) Sociétés figurant dans la liste 2007 et ne figurant plus dans la liste 2006 :

- Sociétés acquises en 2007 :
Business Interactif, Digitas LLC, Digitas Philadelphia, Modem Media (Etats-Unis), McGinn MS&L, Modem Media London.
- Entités dont le revenu de l'exercice est devenu supérieur au seuil de publication :
Publicis Mojo (Australie), Spark Communications, MMS Communications Singapore.

Comptes sociaux de Publicis Groupe S.A. (société mère) – Exercice 2007

Compte de résultat

<i>en milliers d'euros</i>	<i>Note</i>	2007	2006	2005
Production vendue (biens et services)	3	22 498	22 275	25 574
Reprises sur provisions et transferts de charges		2 324	2 038	101
Autres produits		0	46	181
Total des produits d'exploitation		24 822	24 359	25 856
Autres achats et charges externes		(11 899)	(12 909)	(16 701)
Impôts, taxes et versements assimilés		(1 282)	(1 581)	(1 362)
Charges de personnel		(5 643)	(4 322)	(2 609)
Dotations aux amortissements et aux provisions		(6 202)	(4 394)	(8 030)
Autres charges		(557)	(618)	(834)
Total des charges d'exploitation		(25 583)	(23 824)	(29 536)
Résultat d'exploitation		(761)	535	(3 680)
Produits financiers de participations		161 095	177 557	667 357
Intérêts et autres produits financiers		63 003	50 642	11 837
Reprises de provisions financières & transferts de charges		10 630	908	93 475
Total des produits financiers		234 728	229 107	772 669
Dotations aux amortissements et aux provisions		(66 498)	(14 969)	(10 282)
Intérêts et autres charges financières		(184 986)	(91 827)	(68 682)
Total des charges financières		(251 484)	(106 796)	(78 964)
Quote-part de résultats de sociétés de personnes		900	723	435
Résultat financier	4	(15 856)	123 034	694 140
Résultat courant avant impôts		(16 617)	123 569	690 460
Produits exceptionnels sur opérations de gestion		0	9	5
Produits exceptionnels sur opérations en capital		770 107	33 026	1 095 339
Reprises sur provisions et transferts de charges		0	0	0
Total des produits exceptionnels		770 107	33 035	1 095 344
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion		0	0	0
Charges exceptionnelles sur opérations en capital		(610 251)	(212 893)	(1 565 313)
Dotations aux amortissements et aux provisions		0	0	0
Total des charges exceptionnelles		(610 251)	(212 893)	(1 565 313)
Résultat exceptionnel	5	159 856	(179 858)	(469 969)
Impôts sur le résultat	6	20 454	17 293	33 554
Résultat net de l'exercice		163 693	(38 996)	254 045

Bilan au 31 décembre

<i>en milliers d'euros</i>	<i>Note</i>	2007	2006	2005
ACTIF				
Immobilisations incorporelles :				
Concessions et fonds de commerce		2 989	2 989	14 274
Amortissements		(398)	(358)	(318)
Immobilisations corporelles :	<i>7.1</i>			
Terrains		3 627	3 627	3 627
Constructions		11 463	8 529	10 623
Installations techniques, matériel et outillage industriels		6 704	6 583	6 583
Autres		9 225	8 567	8 744
Amortissements sur immobilisations corporelles		(19 666)	(19 069)	(20 647)
Immobilisations financières :				
Participations	<i>7.2</i>	5 670 717	4 635 288	4 635 300
Créances rattachées à des participations	<i>7.3</i>	1 077 420	1 157 414	1 186 967
Autres titres immobilisés	<i>7.4</i>	503 985	387 478	322 285
Prêts et autres immobilisations financières		514	589	964
Provisions sur immobilisations financières		(35 993)	(6 840)	(6 840)
Actif immobilisé		7 230 587	6 184 797	6 161 562
Avances et acomptes versés sur commandes		6	5	233
Clients et comptes rattachés		3 154	2 768	1 920
Autres créances		20 328	23 372	36 838
Valeurs mobilières de placement	<i>8</i>	15 054	18 698	1 180 823
Disponibilités		14	28 635	2 700
Actif circulant		38 556	73 478	1 222 514
Charges constatées d'avance		113	871	9
Charges à répartir sur plusieurs exercices	<i>9</i>	5 172	6 665	9 215
Primes de remboursement des obligations	<i>10</i>	53 482	58 416	75 679
Ecarts de conversion actif	<i>11</i>	19 446	7 981	807
TOTAL DE L'ACTIF		7 347 356	6 332 208	7 469 786

Bilan au 31 décembre

<i>en milliers d'euros</i>	<i>Note</i>	2007	2006	2005
PASSIF				
Capital social		80 955	79 484	78 843
Prime d'émission et de fusion		2 742 960	2 631 610	2 584 274
Réserve légale		7 884	7 884	7 819
Report à nouveau		419 087	550 037	362 119
Capitaux propres avant résultat		3 250 886	3 269 015	3 033 055
Résultat de l'exercice		163 693	(38 996)	254 045
Capitaux propres	<i>13</i>	3 414 579	3 230 019	3 287 100
Produits des émissions de titres participatifs (Orane)		714 674	762 319	809 964
Autres fonds propres	<i>14</i>	714 674	762 319	809 964
Provisions pour risques et charges	<i>15</i>	88 000	67 668	58 413
Emprunts obligataires	<i>16</i>	1 726 577	1 733 541	1 793 921
Banques et dettes auprès des établissements de crédit	<i>17</i>	144	836	51
Emprunts et dettes financières divers	<i>18</i>	1 388 006	512 369	1 421 006
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		6 971	9 236	11 097
Dettes fiscales et sociales		4 065	3 592	3 321
Autres dettes		1 183	167	243
Produits constatés d'avance		0	0	0
Dettes		3 126 946	2 259 741	3 229 639
Ecart de conversion passif	<i>11</i>	3 157	12 461	84 670
TOTAL DU PASSIF		7 347 356	6 332 208	7 469 786

Tableau des flux de trésorerie

<i>en milliers d'euros</i>	2007	2006	2005
FLUX DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE			
Résultat net de l'exercice	163 693	(38 996)	254 045
Plus ou moins values de cession d'actif	(158 856)	180 047	461 416
Dotations aux amortissements et provisions	138 490	9 227	(87 212)
Transfert au compte de charges à répartir, net d'amortissements	2 649	2 549	7 349
Amortissement prime de remboursement Oceane et Eurobond	4 935	4 975	6 511
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT	150 911	157 802	642 109
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(11 316)	14 786	64 024
Flux nets de trésorerie liés à l'activité (I)	139 595	172 588	706 133
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(987)	(292)	(378)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	0	26 966	0
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	(24 694)	(48 952)	(359 567)
Acquisitions de filiales	(943 688)	0	(66 166)
Cessions de filiales	131 052	26	0
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement (II)	(838 317)	(22 252)	(426 111)
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT			
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(91 954)	(66 137)	(54 722)
Augmentation de capital en numéraire	2 271	331	545
Nouveaux emprunts obligataires	536	194	750 605
Remboursements des emprunts obligataires	(7 500)	(48 289)	(464 081)
Augmentation des autres emprunts	963 847	0	644 252
Diminution des autres emprunts	(88 210)	(907 839)	0
Rachat de bons de souscription d'actions	0	(200 197)	0
Rachat d'actions propres	(202 340)	(88 078)	0
Cession d'actions propres	90 499	22 704	1 600
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement (III)	667 149	(1 287 311)	878 199
VARIATION DE LA TRESORERIE (I +II +III)	(31 573)	(1 136 975)	1 158 221
Trésorerie à l'ouverture	46 497	1 183 472	25 251
Trésorerie à la clôture	14 924	46 497	1 183 472
VARIATION DE LA TRESORERIE	(31 573)	(1 136 975)	1 158 221

Notes annexes aux comptes de Publicis Groupe S.A.

La société a pour activité principale la gestion de ses participations et a également pour objet de rendre des prestations de service à l'ensemble des sociétés du groupe.

A titre accessoire, la société perçoit des loyers provenant de la location des biens immobiliers qu'elle possède.

1. Faits caractéristiques de l'exercice

Au cours de l'exercice 2007, les événements significatifs suivants sont intervenus :

- Le crédit syndiqué multidevises dont dispose la société a été porté en juillet 2007, suite à la signature d'un avenant au contrat initial, de 1 035 millions d'euros à 1 500 millions d'euros. L'échéance 2009 à l'origine a été prorogée à juillet 2012 avec une option d'extension jusqu'à juillet 2014 après accord des banques.
- Au mois de septembre 2007, Publicis Groupe a débouclé la partie change du swap sur l'Eurobond de 750 millions d'euros qui faisait l'objet depuis 2006 d'une couverture de change et de taux.
- Au second semestre 2007, Publicis Groupe a pris le contrôle à 100% de la société Business Interactif (devenue depuis Digitas France), société cotée sur l'Eurolist, pour une valeur de 131 052 milliers d'euros. Cet investissement a été réalisé à hauteur de 68 148 milliers d'euros en numéraire et à hauteur de 62 904 milliers d'euros en actions Publicis Groupe par le biais d'une offre publique mixte qui faisait suite à l'acquisition d'un premier bloc de contrôle. Le 28 décembre 2007, Publicis Groupe a cédé Digitas France à sa filiale MMS France Holdings, qui détient l'ensemble des participations françaises.
- En décembre 2007, Publicis Groupe a levé l'option d'achat dont elle disposait sur deux étages de l'immeuble situé rue du Dôme, qui faisaient l'objet d'un contrat de crédit bail. Ces surfaces ont été immobilisées pour une valeur de près de 3 millions d'euros. Déjà propriétaire de quatre étages du même immeuble, Publicis Groupe se trouve après cette opération propriétaire de la totalité de l'immeuble (à l'exception de quelques places de parking).
- Publicis Groupe a procédé en novembre 2007 à une restructuration juridique du Groupe portant notamment sur la réorganisation de ses activités américaines. Dans ce cadre, la société a apporté les titres qu'elle détenait dans ses filiales Publicis USA Holdings et MMS USA Holdings à sa filiale Publicis Groupe Investments. L'apport ayant été fait sur la base des valeurs vénales, un résultat exceptionnel de 158 930 milliers d'euros a été dégagé à cette occasion.

2. Principes, règles et méthodes comptables

Les comptes annuels de l'exercice 2007 sont établis conformément au Plan Comptable Général et dans le respect des textes légaux et réglementaires en vigueur en France.

Comparabilité des comptes annuels

Les méthodes d'évaluation retenues pour l'établissement des comptes de l'exercice 2007 sont restées inchangées par rapport à celles utilisées pour établir les comptes de l'exercice précédent.

Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles amortissables sont constituées par la concession de places de parkings, qui font l'objet d'un amortissement sur 75 ans (durée de la concession) et par le fonds de commerce du cinéma Publicis, complètement amorti.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations sont évaluées à leur coût net d'acquisition et font l'objet d'un amortissement annuel calculé de manière linéaire selon les durées suivantes :

- 50 ans Bâtiment avenue des Champs-Élysées à Paris,
- 25 ans Bâtiment rue du Dôme à Boulogne-Billancourt,
- 20 à 10 ans Agencements des constructions, installations générales,
- 10 ans Matériels et outillage,
- 4 ans Matériel de transport,
- 3 ans Matériel informatique.

Immobilisations financières

La valeur brute des participations est constituée par le coût d'achat des titres hors frais accessoires. Les titres acquis en devises sont enregistrés au prix d'acquisition converti en euros au cours du jour de l'opération.

Les titres de participation font, le cas échéant, l'objet de provisions pour dépréciation lorsque leur valeur d'usage est inférieure à leur valeur comptable. La valeur d'usage est déterminée selon des critères objectifs, tels que l'actif net réévalué, la capitalisation des résultats ou encore la capitalisation boursière, étayés le cas échéant par des critères plus subjectifs, comme les indicateurs ou ratios sectoriels déterminés, dans le cadre d'hypothèses économiques et de l'évolution prévisionnelle de l'activité de la société, à partir des flux de trésorerie futurs actualisés, ainsi que du caractère stratégique de la participation pour le Groupe.

Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement font, le cas échéant, l'objet de provisions à la clôture si leur valeur actuelle est inférieure à leur valeur comptable. La valeur actuelle correspond, pour les titres cotés, au cours moyen du dernier mois de l'exercice et pour les titres non cotés à la valeur probable de négociation.

Emprunts obligataires

Les emprunts obligataires sont enregistrés à leur valeur nominale.

Dans le cas où il existe une prime de remboursement, la dette est augmentée du montant de la totalité de la prime. La contrepartie de cette prime est inscrite à l'actif et est amortie selon la méthode actuarielle sur la durée de l'emprunt.

En cas de prime d'émission, la dette est inscrite à la valeur nominale et la prime est inscrite à l'actif ; celle-ci fait l'objet d'un amortissement sur la durée de l'emprunt.

Les Oranes (Obligations remboursables en actions nouvelles ou existantes) sont de par leur nature inscrites en autres fonds propres.

Provisions pour risques et charges

Ces provisions sont constituées pour faire face à des passifs prévisibles mais imprécis quant à leur montant.

Ces provisions incluent notamment :

- une provision pour indemnités de fin de carrière. Les engagements de retraite sont comptabilisés depuis le 31 décembre 2006 sur la base d'une évaluation actuarielle réalisée par des experts indépendants, en application de la recommandation du CNC 2003 R-01,
- une provision pour autres engagements conditionnels à long terme envers le personnel,
- une provision pour impôt sur la plus-value d'apport déagée à l'occasion de la réorganisation des activités sur le territoire américain en 2000,
- une provision pour risques destinée à couvrir la perte potentielle, appréciée tranche par tranche, correspondant à la différence entre le prix moyen des titres auto-détenus en portefeuille à la clôture et le prix d'exercice des stock-options,

- une provision pour risques pour des travaux à réaliser impérativement dans l'immeuble du siège social à Paris,
- une provision pour perte de change sur le prêt consenti à MMS UK en livres sterling.

Résultat financier

Les revenus financiers sont appréhendés en application des règles usuelles en la matière, à savoir :

- dividendes en provenance de sociétés françaises : lors de la décision de mise en distribution votée par l'Assemblée Générale,
- dividendes en provenance de sociétés étrangères : à la date de mise en paiement ou d'inscription en compte courant,
- produits financiers sur comptes courants, dépôts à terme et obligations : au fur et à mesure de l'acquisition des fruits,
- coupons et dividendes sur valeurs mobilières de placement : à la date d'encaissement.

Les charges financières liées à l'emprunt Eurobond 2012 sont présentées nettes de produits d'intérêts provenant du swap de taux d'intérêts.

La quote-part de résultats des sociétés de personnes inscrite au compte de résultat représente la part revenant à notre société dans les résultats 2007 de Régie 1 (49%), conformément aux stipulations expresses de ses statuts.

Résultat exceptionnel

Il comprend les plus et moins-values de cession d'immobilisations corporelles, incorporelles et financières et notamment les moins-values correspondant au prix de rachat des bons de souscription d'actions et les plus et moins-values résultant du remboursement anticipé des dettes financières.

De plus, afin de ne pas affecter la lisibilité du résultat courant, la société comptabilise en résultat exceptionnel les dotations (reprises) de provisions sur titres de participations qui présenteraient, de par leur nature et leur montant, un caractère exceptionnel.

3. Chiffre d'affaires

La production vendue se compose essentiellement :

- des loyers perçus sur les immeubles situés 133 Avenue des Champs Elysées à Paris, 15 rue du Dôme à Boulogne, et de l'indemnité d'occupation refacturée aux locataires de l'immeuble de l'Ile de la Jatte à Neuilly sur Seine,
- de facturations de services à des sociétés du groupe.

4. Résultat financier

<i>en milliers d'euros</i>	2007	2006	2005
Dividendes ⁽¹⁾	93 759	111 356	616 000
Autres produits de participations	67 336	66 201	51 357
Produits financiers de participations	161 095	177 557	667 357
Autres produits financiers ⁽²⁾	6 843	44 051	11 720
Gains de change ⁽³⁾	56 160	6 591	117
Intérêts et autres produits financiers	63 003	50 642	11 837
Reprise de provision sur portefeuille titres	6 808	0	86 439
Reprise de provision pour dépréciation sur actions propres	0	0	6 017
Reprise de provision pour risque sur actions propres	1 842	0	0
Reprise sur autres provisions financières	1 980	908	1 019
Reprises de provisions financières & transfert de charges	10 630	908	93 475
Total des produits financiers	234 728	229 107	772 669
Provision pour dépréciation sur actions propres	(40 189)	0	0
Provision pour risque sur actions propres	0	(7 088)	0
Dotation aux amortissements des emprunts obligataires	(7 121)	(7 190)	(8 685)
Dotation aux provisions pour perte de change	(18 146)	-	(11)
Dotation aux autres provisions financières	(1 042)	(691)	(1 586)
Dotations aux amortissements et aux provisions	(66 498)	(14 969)	(10 282)
Charges sur emprunts obligataires	(61 315)	(61 830)	(51 509)
Autres charges financières	(33 940)	(23 990)	(16 987)
Pertes de change	(89 731)	(6 007)	(186)
Intérêts et autres charges financières	(184 986)	(91 827)	(68 682)
Total des charges financières	(251 484)	(106 796)	(78 964)
Quote-part de résultats de sociétés de personnes	900	723	435
Résultat financier	(15 856)	123 034	694 140

⁽¹⁾ En 2005, 526 millions d'euros de dividendes exceptionnels ont été perçus (304 millions d'euros en provenance de Publicis USA Holdings et 222 millions d'euros de Publicis Groupe Investments).

⁽²⁾ En 2006, un montant de 30 millions d'euros a été enregistré en produits financiers, correspondant à la soulte encaissée lors de la modification des termes du swap sur l'Eurobond intervenue courant 2006.

⁽³⁾ En 2007, un montant de 52 millions d'euros a été enregistré en gains de change, correspondant à la soulte encaissée lors du débouclage de la partie change du swap sur l'Eurobond intervenue courant 2007.

5. Résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel 2007 fait ressortir un produit net de 159 856 milliers d'euros, composé principalement de la plus-value d'apport des titres détenus dans Publicis USA Holdings et MMS USA Holdings à Publicis Groupe Investments, qui s'élève à 158 930 milliers d'euros.

En 2006, le résultat exceptionnel correspondait à une perte nette de 179 858 milliers d'euros, composée principalement :

- d'une plus-value nette de 20 318 milliers d'euros liée à la cession de l'immeuble de l'Ile de la Jatte à Neuilly (comprenant 11 285 milliers d'euros de charge exceptionnelle résultant du mali de fusion

affecté à l'immeuble et dégagé lors de la transmission du patrimoine de Saatchi & Saatchi),

- d'une charge exceptionnelle liée au rachat des bons de souscriptions d'actions pour un montant de 200 197 milliers d'euros.

En 2005, le résultat exceptionnel se soldait par une perte nette de 469 969 milliers d'euros, composée principalement :

- d'une moins-value de 464 080 milliers d'euros dégagée lors du rachat par la société Publicis USA Holdings de ses propres titres et de l'apport par Publicis Groupe SA à MMS USA holdings (détenue à 100% par le Groupe) d'une partie des titres Publicis USA Holdings restants,
- d'une moins-value nette de 16 099 milliers d'euros liée au remboursement anticipé de 62,36% de l'Océane 2018,
- d'une plus-value de 17 508 milliers d'euros sur l'apport du fonds de commerce de l'activité Metrobus.

6. *Impôt sur le résultat*

L'exercice 2007 fait ressortir pour la société seule, mère du groupe fiscal France (qui comprend 35 filiales), un déficit fiscal de 122 715 milliers d'euros.

Le gain d'intégration fiscale reconnu au titre de l'exercice 2007 par Publicis Groupe s'élève à 20 454 milliers d'euros. Ce boni d'intégration fiscale est, conformément aux conventions d'intégration fiscale signées avec les sociétés membres, enregistré en résultat dans les comptes de la société mère du groupe fiscal.

Le montant des déficits reportables, sans limitation dans le temps, du groupe fiscal France s'élève à 335 123 milliers d'euros au 31 décembre 2007.

7. *Actif immobilisé*

7.1 *Immobilisations corporelles*

En décembre 2007, Publicis a exercé l'option d'achat du contrat de crédit bail relatif à deux étages de l'immeuble de la rue du Dôme dont elle était titulaire. Un montant de 2 921 milliers d'euros a été immobilisé à ce titre.

Après cette opération, Publicis est propriétaire de la totalité de l'immeuble (à l'exception de quelques places de parking), qui figure dans les comptes pour une valeur nette totale de 5 285 milliers d'euros.

7.2 *Participations*

Le montant brut des titres de participation a augmenté de 1 035 429 milliers d'euros. Cette augmentation résulte :

- de l'apport des titres de Publicis USA Holdings et MMS USA Holdings en faveur de Publicis Groupe Investments, qui a entraîné une baisse des titres de 436 645 milliers d'euros et une augmentation de la participation dans Publicis Groupe Investments de 595 575 milliers d'euros.
- de la participation à hauteur de 833 060 milliers d'euros à une augmentation de capital de Publicis Groupe Investments.

Par ailleurs, il a été consenti, dans le cadre de l'acquisition de Digitas France, des engagements de rachat au profit des bénéficiaires de stock options et actions gratuites non exerçables à la clôture de l'offre obligatoire de retrait. Ces engagements représentent un montant de 1 031 milliers d'euros au 31 décembre 2007, qui a été inscrit en titres de participation à la clôture.

La provision pour dépréciation de 6 808 milliers d'euros qui existait au 31 décembre 2006 sur les titres Publicis USA Holdings a été reprise sur l'exercice 2007 suite à la cession de ces titres à Publicis Groupe Investments.

7.3 Créances rattachées à des participations

Les créances rattachées à des participations s'élèvent au 31 décembre 2007 à 1 077 420 milliers d'euros et sont essentiellement constituées de deux prêts accordés à des sociétés du Groupe :

- MMS USA Holdings (anciennement Publicis USA Holdings) pour 728 722 milliers d'euros
- MMS UK Holdings pour 288 609 milliers d'euros

Ces créances représentaient 1 157 414 milliers d'euros au 31 décembre 2006. La diminution de ce poste en 2007 s'explique principalement l'impact de la variation des taux de change pour 106 110 milliers d'euros sur les prêts en devises inclus dans ce poste et par l'augmentation de 39 652 milliers d'euros du compte courant ouvert avec MMS France Holdings au titre du cash-pool français.

7.4 Autres titres immobilisés

Les autres titres immobilisés sont essentiellement composés d'actions propres (hors celles détenues dans le cadre du contrat de liquidité).

La valeur historique de ces titres au 31 décembre 2007 est de 503 985 milliers d'euros. La valeur de marché, évaluée sur la base du cours moyen de décembre 2007 de 25,66 euros, ressort à 468 024 milliers d'euros. Par conséquent, une provision pour dépréciation a été constituée à hauteur de 35 961 milliers d'euros afin d'ajuster la valeur du portefeuille sur sa valeur de marché.

Par ailleurs, ces actions étant destinées à être cédées dans le cadre de l'exercice des stock-options, une provision pour risque a été constituée pour couvrir, dans le cas où ces options viendraient à être exercées, le différentiel, apprécié tranche par tranche, entre le prix d'exercice des options et le prix moyen des actions en portefeuille (net de dépréciation éventuelle des titres). Au 31 décembre 2007, cette provision s'élève à 5 246 milliers d'euros.

Les mouvements de l'exercice et la situation à la clôture sont résumés dans le tableau suivant :

<i>(en milliers d'euros sauf les actions)</i>	Nombre d'actions	Valeur brute au bilan	Provision pour dépréciation	Valeur nette au bilan
Actions propres détenues au 31 décembre 2006	15 105 351	387 478	-	387 478
Rachat d'actions	6 396 490	202 340	-	202 340
Levées d'options	(3 262 398)	(85 833)	-	(85 833)
Provision pour dépréciation			(35 961)	(35 961)
Actions propres détenues au 31 décembre 2007	18 239 443	503 985	(35 961)	468 024

Les actions propres acquises dans le cadre du contrat de liquidité sont inscrites en valeurs mobilières de placement. Au 31 décembre 2007, 547 500 actions étaient détenues à ce titre (voir paragraphe 8 ci-dessous).

8. Valeurs mobilières de placement

Au 31 décembre 2007, Publicis détient 547 500 actions propres acquises dans le cadre du contrat de liquidité.

Une provision a été constituée à hauteur de 4 227 milliers d'euros afin d'ajuster la valeur au bilan des actions détenues sur sa valeur de marché.

Les valeurs mobilières de placement se décomposent comme suit au 31 décembre 2007 :

<i>en milliers d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Sicav monétaires	-	-	959 794
Dépôts à terme	-	-	203 207
<i>Dans le cadre du contrat de liquidité :</i>			
Sicav monétaires	1 005	18 698	16 645
Actions propres	18 276	-	1 177
Provision pour dépréciation sur actions propres	(4 227)	-	-
Total des valeurs mobilières de placement (valeur nette)	15 054	18 698	1 180 823

9. Charges à répartir sur plusieurs exercices

Ce poste inclut les frais liés à l'émission des emprunts obligataires et le coût de mise en place du crédit syndiqué, pour le montant restant à amortir sur la durée de vie résiduelle des dettes et lignes de crédit.

Au 31 décembre 2007, les charges à répartir sont composées de :

- 3 460 milliers d'euros au titre des frais liés à l'émission des emprunts obligataires
- 1 712 milliers d'euros au titre des frais liés à la mise en place du crédit syndiqué

10. Primes d'émission et de remboursement des obligations

Elles s'élèvent respectivement à (valeur nette au 31 décembre 2007) :

- 50 436 milliers d'euros pour l'Océane 2018
- 3 046 milliers d'euros pour l'Eurobond

11. Ecart de conversion actif et passif

<i>en milliers d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Ecart de conversion actif	19 446	7 981	807
dont:			
- sur prêt à MMS UK de 211 652 milliers de livres	18 146	-	-
- sur prêt à MMS USA Holdings de 977 250 milliers de dollars ⁽¹⁾	-	7 981	-
Ecart de conversion passif	3 157	12 461	84 670
dont:			
- sur prêt à MMS UK de 211 652 milliers de livres	-	8 437	-
- sur prêt à MMS USA Holdings de 977 250 milliers de dollars	-	-	78 388

⁽¹⁾ Au 31 décembre 2007, aucun écart de conversion n'est constaté sur ce prêt car il est adossé à un refinancement du même montant effectué auprès de Publicis Finance Services, filiale qui gère le cash pool international du groupe.

12. Effectif moyen

L'effectif moyen de la société a été de 3 cadres.

13. Capitaux propres

Le capital social de Publicis Groupe a évolué comme suit au cours des cinq derniers exercices :

Dates		Opérations sur le capital	Montant des variations de capital Actions de 0,4 euros de nominal			Montants successifs du capital	Nombre cumulé d'actions de la société
			Nombre d'actions	Nominal <i>en milliers d'euros</i>	Prime d'émission et de fusion <i>en milliers d'euros</i>		
Situation au 1 ^{er} janvier 2003						78 432	196 081 129
2003	Réduction de capital lié à la fusion par absorption de Somarel, MLMS et MLMS2	(784 804)	(314)	(14 298)	78 118	195 296 325	
	Levées d'options Saatchi & Saatchi	36 958	15	1 570	78 133	195 333 283	
	Levées d'options plan Publicis	44 970	18	298	78 151	195 378 253	
2004	Levées d'options Saatchi & Saatchi	37 928	15	1 612	78 166	195 416 181	
	Levées d'options plan Publicis	54 880	22	304	78 188	195 471 061	
2005	Levées d'options plan Publicis	75 820	30	515	78 218	195 546 881	
	Remboursement Oranes (1 ^{ère} tranche)	1 562 129	625	47 020	78 843	197 109 010	
2006	Levées d'options plan Publicis	38 090	16	316	78 859	197 147 100	
	Remboursement Oranes (2 ^{ème} tranche)	1 562 129	625	47 020	79 484	198 709 229	
2007	Levées d'options plan Publicis	226 970	91	2 180	79 575	198 936 199	
	Remboursement Oranes (3 ^{ème} tranche)	1 562 129	625	47 020	80 200	200 498 328	
	Rémunération de l'apport des titres Digitas France	1 889 026	755	62 149	80 955	202 387 354	
Situation au 31 décembre 2007						80 955	202 387 354

L'évolution des capitaux propres entre le 1^{er} janvier 2007 et le 31 décembre 2007 s'analyse comme suit :

<i>en milliers d'euros</i>	1 ^{er} janvier 2007	Augmentation de capital	Affectation du résultat 2006	Distribution de dividendes	Résultat 2007	31 décembre 2007
Capital social	79 484	1 471				80 955
Prime d'émission et de fusion	2 631 609	111 350				2 742 959
Réserve légale	7 884					7 884
Report à nouveau	550 038		(38 996)	(91 954)		419 088
<i>Sous-total</i>	3 269 015	112 821	(38 996)	(91 954)	0	3 250 886
Résultat de l'exercice	(38 996)		38 996		163 693	163 693
Total	3 230 019	112 821	0	(91 954)	163 693	3 414 579

14. *Autres fonds propres*

Les autres fonds propres sont constitués de l'emprunt obligataire, d'une durée de 20 ans, remboursable en actions nouvelles ou existantes (Oranes) émis le 24 septembre 2002 dans le cadre de l'acquisition du Groupe Bcom3.

D'un montant initial de 857 812 milliers d'euros, cet emprunt a été réduit à 714 674 milliers d'euros suite au remboursement des trois premières tranches en septembre 2005, 2006 et 2007. Au 31 décembre 2007, il reste 1 562 129 Oranes de 457,50 euros nominal, donnant droit à recevoir 15 actions Publicis Groupe nouvelles ou existantes, à raison d'une par an du 1er septembre 2008 au 1^{er} septembre 2022, soit un total de 23 431 935 actions à émettre. Corrélativement, la valeur unitaire de chaque Orane sera réduite de 30,5 euros par an à ces mêmes échéances.

Les Oranes portent intérêt au taux minimum de 0,82% du nominal. Cet intérêt a été revu pour la deuxième fois à l'occasion de l'échéance du 1er septembre 2008, sur la base de 110% de la moyenne des dividendes des trois derniers exercices ; le nouveau coupon, fixé pour la période septembre 2007- septembre 2010, représente un intérêt annuel de 1,69 %.

15. *Provisions pour risques et charges*

<i>en milliers d'euros</i>	Montant au 1 ^{er} janvier 2007	Dotation 2007	Reprise 2007 (provision utilisée)	Reprise 2007 (provision non utilisée)	Montant au 31 décembre 2007
Provision pour impôts ⁽¹⁾	39 867	-	-	-	39 867
Provision pour indemnités de fin de carrière	4 206	802	(569)	-	4 439
Provision pour engagements conditionnels à long terme envers le personnel	10 953	3 301	-	-	14 254
Provision pour risque sur actions propres ⁽²⁾	7 088	-	-	(1 842)	5 246
Provision pour perte de change	-	18 146	-	-	18 146
Autres provisions pour risques ⁽³⁾	5 554	1 800	(1 306)	-	6 048
TOTAL	67 668	24 049	(1 875)	(1 842)	88 000

⁽¹⁾ Il s'agit de la provision pour impôt sur les plus-values d'apport dégagées sur les opérations de transfert de titres à Publicis USA Holdings, réalisées en mars 2000 en sursis d'imposition en vertu des dispositions de l'article 210-A du Code Général des Impôts.

⁽²⁾ voir note 7.4 – Autres titres immobilisés

⁽³⁾ Ces provisions incluent une provision pour des travaux de mise en conformité à réaliser dans l'immeuble du siège social à Paris qui s'élève à 3 800 milliers d'euros au 31 décembre 2007.

16. *Emprunts obligataires*

(en milliers d'euros)

Nombre de titres	Catégorie d'emprunt	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
5 484 334	Echangeable IPG 2% - janvier 2007	-	7 500	7 500
	Oceane 2,75% - actuariel - janvier 2018	214 710	214 710	259 716
	Oceane 2,75% - prime de remboursement	74 268	74 268	89 836
23 172 413	Oceane 0,75% - juillet 2008	672 000	672 000	672 000
750 000	Eurobond 4,125% - janvier 2012	750 000	750 000	750 000
	Total hors intérêts courus	1 710 978	1 718 478	1 779 052
	Intérêts courus	15 599	15 063	14 869
	Total au bilan	1 726 577	1 733 541	1 793 921

- **Emprunt obligataire échangeable Interpublic Group (IPG) – 2% janvier 2007**

Le 2 janvier 2007, date d'échéance prévue de remboursement de l'emprunt obligataire échangeable en titres IPG, les 750 obligations restantes de cet emprunt ont été remboursées.

- **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 à l'origine de 690 millions d'euros (hors prime) et une durée de 16 ans était composé de 17 624 521 obligations de 39,15 euros (représentant une prime de 35% par rapport au cours de référence de l'action Publicis au moment de l'émission), émises au pair, et portant intérêt au taux de 1% l'an. Les obligations sont remboursables en totalité à leur date d'échéance, le 18 janvier 2018, pour un montant égal au pair majoré d'une prime de remboursement de 34,59%. Ces obligations ont été remboursées à hauteur de 62,36% en février 2005 et de 6,52% en février 2006, ramenant la dette globale à 215 millions d'euros. Les obligations restantes seront remboursées en totalité à leur date d'échéance, le 18 janvier 2018, pour un montant correspondant à 134,59% du pair. Toutefois, elles peuvent être amorties de façon anticipée, soit par rachat en bourse, soit par offres publiques d'achat ou d'échange, et cela à tout moment depuis le 18 janvier 2007. Les porteurs d'obligations auront la faculté de demander le remboursement anticipé les 18 janvier 2010 et 2014. De plus, Publicis Groupe dispose d'un droit de procéder à un amortissement anticipé depuis le 18 janvier 2007, dans l'hypothèse où le cours de l'action dépasserait 125% du prix de remboursement anticipé. Les porteurs d'obligations peuvent demander la conversion ou l'échange des obligations à tout moment depuis le 18 janvier 2002 jusqu'au septième jour ouvré précédant la date de maturité, à raison d'une action par obligation. Les actions émises pourront être, au choix de la société, des actions nouvelles ou existantes.

- **Oceanes – 0.75% juillet 2008**

L'emprunt obligataire convertible en actions nouvelles ou existantes (Oceanes), émis le 8 juillet 2003 pour un montant total de 672 millions d'euros et une durée de 5 ans, est composé de 23 172 413 obligations de 29 euros, émises au pair, et portant intérêt au taux de 0,75% l'an.

Ces obligations seront remboursées en totalité à leur date d'échéance, le 17 juillet 2008, au pair. Toutefois, elles peuvent être amorties de façon anticipée soit par rachat en bourse, soit par offre publique d'achat ou d'échange, et cela à tout moment depuis le 18 juillet 2003.

De plus, Publicis Groupe dispose d'un droit de procéder à un amortissement anticipé à compter du 15 décembre 2005, dans l'hypothèse où le cours de l'action dépasserait 130% du prix de remboursement anticipé.

Les porteurs d'obligations peuvent demander la conversion ou l'échange des obligations à tout moment depuis le 26 août 2003 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.

- **Eurobond - 4,125% janvier 2012**

L'emprunt obligataire classique émis le 28 janvier 2005, d'un montant de 750 millions d'euros au taux de 4,125 %, à échéance 2012, est composé de 750 000 obligations de 1 000 euros de valeur nominale. Emis à 99,3% de la valeur nominale, il est assorti d'une prime d'émission d'un montant total de 5 millions d'euros, amortie sur la durée de l'emprunt.

Les obligations seront remboursées au pair en totalité à leur date d'échéance, le 31 janvier 2012.

17. *Banques et dettes auprès des établissements de crédit*

Ce poste est exclusivement composé de soldes créditeurs de banques.

18. Emprunts et dettes financières divers

<i>en milliers d'euros</i>	31 décembre 2007	31 décembre 2006	31 décembre 2005
Emprunt à long terme auprès de Publicis Finance Services ⁽¹⁾	663 847	-	-
Emprunt à long terme auprès de Publicis Groupe Holdings ⁽²⁾	300 000	-	-
Comptes courants - emprunts à court terme auprès des filiales et intérêts courus	419 335	506 167	1 416 481
Autres dettes	4 824	6 202	4 525
Total	1 388 006	512 369	1 421 006

⁽¹⁾ Le 28 novembre 2007, Publicis Groupe a contracté un emprunt de 977 250 milliers de dollars auprès de Publicis Finance Services, filiale du groupe qui gère le cash pool international, afin d'assurer une partie du financement du rachat auprès de Publicis Finance Services d'un prêt accordé à la filiale MMS USA Holdings pour l'acquisition de la société Digitas Inc en début d'année 2007.

⁽²⁾ L'emprunt de 300 000 milliers d'euros est un emprunt subordonné participatif accordé par Publicis Groupe Holdings le 5 octobre 2007 et d'une durée de 55 années.

19. Etat des échéances des créances et des dettes

Les créances de l'actif circulant sont toutes exigibles à moins d'un an.

L'échéancier des dettes est présenté ci-dessous :

<i>en milliers d'euros</i>	Total	Moins d'1 an	de 1 à 5 ans	Plus de 5 ans
Emprunts obligataires	1 726 577	687 599		1 038 978
Banques et dettes auprès des établissements de crédit	144	144	-	-
Emprunts et dettes financières divers	1 388 006	423 045	1 114	963 847
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	6 971	6 971	-	-
Dettes fiscales et sociales	4 065	4 065	-	-
Autres dettes	1 183	1 183	-	-
Total des dettes	3 126 946	1 123 007	1 114	2 002 825

20. Éléments concernant les entreprises liées et les participations.

<i>en milliers d'euros</i>	Montant concernant les entreprises	
	liées	avec lesquelles la société a un lien de participation
Bilan :		
Participations	5 667 727	2 989
Créances rattachées à des participations	1 077 420	
Créances clients et comptes rattachés	3 059	
Autres créances	12 393	
Emprunts et dettes financières divers	1 387 914	
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	581	
Compte de résultat :		
Production vendue (biens et services)	22 238	
Produits financiers de participation	93 759	
Intérêts et autres produits financiers	68 911	
Reprises de provisions financières	6 808	
Quote-part de résultats de société de personnes- produit	900	
Intérêts et autres charges financières	(30 896)	
Produits exceptionnels	769 107	
Charges exceptionnelles	(610 251)	

21. Engagements hors bilan

Engagements hors bilan donnés

Obligations liées aux emprunts obligataires et aux Oranes

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

Dans le cadre de l'Oceane 2018, les porteurs d'obligations peuvent demander la conversion des obligations, à raison d'une action par obligation (d'une valeur de 39,15 euros à l'émission), à tout moment à compter du 18 janvier 2002 jusqu'au 7^{ème} jour ouvré précédant la date de maturité (janvier 2018). Compte tenu des remboursements anticipés intervenus en février 2005 et en janvier 2006, Publicis Groupe a un engagement de livrer, en cas de demande de conversion, 5 484 334 actions qui peuvent être au choix de Publicis Groupe, soit des actions nouvelles à émettre, soit des actions existantes qu'elle détiendrait en portefeuille.

De plus, les porteurs ont la possibilité de demander le remboursement anticipé en numéraire de tout ou partie des obligations dont ils sont propriétaires le 18 janvier 2010 et 18 janvier 2014. Le prix de remboursement anticipé est calculé de telle sorte que le rendement brut actuariel annuel de l'obligation à la date de remboursement soit égal à 2,75%.

- **Oceane 2008 – 0,75% actuariel juillet 2008**

Dans le cadre de l'Oceane 2008, les porteurs d'obligations peuvent demander la conversion des obligations, à raison d'une action par obligation (d'une valeur de 29 euros à l'émission), à tout moment à compter du 26 août 2003 jusqu'au 7^{ème} jour ouvré précédant la date de maturité (juillet 2008). Publicis Groupe a donc un engagement de livrer, en cas de demande de conversion, 23 172 413 actions qui peuvent être au choix de Publicis Groupe, soit des actions nouvelles à émettre, soit des actions existantes qu'elle détiendrait en portefeuille.

- **Oranes - Obligations remboursables en actions nouvelles ou existantes – septembre 2022**

Après le remboursement des trois premières tranches de l'emprunt en septembre 2005, 2006 et 2007, chaque Orane donne droit à recevoir 15 actions Publicis Groupe nouvelles ou existantes, à raison d'une par an jusqu'au 20^{ème} anniversaire de l'emprunt. Publicis Groupe a donc un engagement de livrer 1 562 129 actions chaque année, de l'année 2008 à 2022, soit 23 431 935 actions au total, qui peuvent être au choix de Publicis Groupe, soit des actions nouvelles à émettre, soit des actions existantes qu'elle détiendrait en portefeuille.

- **Emprunt obligataire Eurobond 2012**

En janvier 2005, Publicis Groupe a consenti un prêt long terme de 977 millions de dollars au profit de MMS USA Holdings (ex Publicis USA Holdings), filiale détenue à 100 % par le Groupe.

Afin de se couvrir contre les variations futures du taux de change USD/euro, Publicis Groupe a procédé en janvier 2005 au swap de son émission obligataire Eurobond de 750 millions d'euros en un montant de 977 millions de dollars US.

Suite à la modification des termes du swap intervenue au cours de l'exercice 2006, l'émission à l'origine réalisée en taux fixe euro (nominal 4,125%) a été swapée en taux variable dollar (6,33% pour les deux derniers mois de l'exercice 2006). En septembre 2007, la partie change du swap a été débouclée dans le cadre global de la gestion de l'exposition d'actifs nets du groupe au risque de change.

Obligations liées aux Bons de souscription d'actions (BSA)

L'exercice des bons de souscription, qui peut intervenir à tout moment entre le 24 septembre 2013 et le 24 septembre 2022, entraînera une augmentation de capital de Publicis Groupe. Après annulation de bons de souscription rachetés au cours des exercices 2005 et 2006, Publicis Groupe est engagé à créer (dans l'hypothèse où la totalité des BSA seraient exercés) 5 602 699 actions de 0,40 euro de nominal et 30,1 euros de prime.

Plans d'options

a- Plans d'options Publicis à l'origine

Caractéristiques des plans de stock option Publicis en cours au 31 décembre 2007

Actions de 0,40 euro nominal	type d'option	date d'attribution	prix d'exercice des options (€)	Nombre options à lever au 31/12/07	dont exerçables au 31/12/07	date limite de levée	durée de vie contractuelle résiduelle (en années)
8ème tranche	Souscription	11/03/1998	8,66	21 000	21 000	2008	0,19
9ème tranche	Souscription	04/11/1998	10,24	54 500	54 500	2008	0,84
10ème tranche	Acquisition	07/09/2000	43,55	100 000	100 000	2010	2,68
11ème tranche	Acquisition	23/04/2001	33,18	360 000	360 000	2011	3,31
13ème tranche	Acquisition	18/01/2002	29,79	88 200	88 200	2012	4,05
14ème tranche	Acquisition	10/06/2002	32,43	5 000	5 000	2012	4,44
15ème tranche	Acquisition	08/07/2002	29,79	220 000	220 000	2012	4,52
16ème tranche	Acquisition	28/08/2003	24,82	485 067	485 067	2013	5,65
17ème tranche ⁽¹⁾	Acquisition	28/08/2003	24,82	3 999 348	3 999 348	2013	5,65
19ème tranche ⁽¹⁾	Acquisition	28/09/2004	24,82	1 251 459	1 251 459	2014	6,74
20ème tranche ⁽¹⁾	Acquisition	24/05/2005	24,76	475 655	475 655	2015	7,39
21ème tranche	Acquisition	21/08/2006	29,27	100 000	-	2016	8,64
22ème tranche ⁽²⁾	Acquisition	21/08/2006	29,27	9 208 050	-	2016	8,64
23ème tranche ⁽²⁾	Acquisition	24/08/2007	31,31	1 564 400	-	2017	9,64
Total des tranches				17 932 679	7 060 229		
Prix moyen exercice				27,99	25,57		

⁽¹⁾ Options conditionnelles dont la levée est liée à la réalisation d'objectifs dans le cadre d'un plan à trois ans (LTIP 2003-2005)

⁽²⁾ Options conditionnelles dont la levée est liée à la réalisation d'objectifs dans le cadre d'un plan à trois ans (LTIP 2006-2008)

Mouvements sur plans de stock-options Publicis au cours de l'exercice 2007

Actions de 0,40 euros nominal	prix d'exercice des options (euros)	nombre d'options restant à lever au 31/12/2006	options attribuées en 2007	options levées en 2007	options annulées ou prescrites en 2007	nombre d'options restant à lever au 31/12/2007
7ème tranche	5,63	17 510	-	(9 470)	(8 040)	0
8ème tranche	8,66	27 000	-	(6 000)	-	21 000
9ème tranche	10,24	266 000	-	(211 500)	-	54 500
10ème tranche	43,55	100 000	-	-	-	100 000
11ème tranche	33,18	367 000	-	-	(7 000)	360 000
13ème tranche	29,79	93 400	-	-	(5 200)	88 200
14ème tranche	32,43	5 000	-	-	-	5 000
15ème tranche	29,79	220 000	-	-	-	220 000
16ème tranche	24,82	496 067	-	-	(11 000)	485 067
17ème tranche	24,82	5 679 827	-	(1 547 680)	(132 799)	3 999 348
18ème tranche	24,82	11 000	-	-	(11 000)	-
19ème tranche	24,82	1 517 004	-	(201 608)	(63 937)	1 251 459
20ème tranche	24,76	779 761	-	(264 769)	(39 337)	475 655
21ème tranche	29,27	100 000	-	-	-	100 000
22ème tranche	29,27	10 097 850	-	-	(889 800)	9 208 050
23ème tranche	31,31	-	1 574 400	-	(10 000)	1 564 400
total tranches		19 777 419	1 574 400	(2 241 027)	(1 178 113)	17 932 679
prix moyen d'exercice		27,21	31,31	23,31	28,17	27,99
cours moyen de levée		-	-	31,44	-	-

Mouvements sur plans de stock-options Publicis au cours de l'exercice 2006

Actions de 0,40 euros nominal	prix d'exercice des options (euros)	nombre d'options restant à lever au 31/12/2005	options attribuées en 2006	options levées en 2006	options annulées ou prescrites en 2006	nombre d'options restant à lever au 31/12/2006
6ème tranche	4,91	12 870	-	-	(12 870)	-
7ème tranche	5,63	25 600	-	(8 090)	-	17 510
8ème tranche	8,66	40 500	-	(13 500)	-	27 000
9ème tranche	10,24	282 500	-	(16 500)	-	266 000
10ème tranche	43,55	100 000	-	-	-	100 000
11ème tranche	33,18	380 000	-	-	(13 000)	367 000
13ème tranche	29,79	104 600	-	-	(11 200)	93 400
14ème tranche	32,43	5 000	-	-	-	5 000
15ème tranche	29,79	220 000	-	-	-	220 000
16ème tranche	24,82	517 067	-	-	(21 000)	496 067
17ème tranche	24,82	7 010 200	-	(688 879)	(641 494)	5 679 827
18ème tranche	24,82	11 000	-	-	-	11 000
19ème tranche	24,82	1 832 186	-	(138 542)	(176 640)	1 517 004
20ème tranche	24,76	887 975	-	(54 538)	(53 676)	779 761
21ème tranche	29,27	-	100 000	-	-	100 000
22ème tranche	29,27	-	10 256 050	-	(158 200)	10 097 850
total tranches		11 429 498	10 356 050	(920 049)	(1 088 080)	19 777 419
prix moyen d'exercice		24,92	29,27	24,15	25,38	27,21
cours moyen de levée		-	-	30,72	-	-

Mouvements sur plans de stock-options Publicis au cours de l'exercice 2005

Actions de 0,40 euros nominal	prix d'exercice des options (euros)	nombre d'options restant à lever au 31/12/2004	options attribuées en 2005	options levées en 2005	options annulées ou prescrites en 2005	nombre d'options restant à lever au 31/12/2005
5ème tranche	6,63	34 220	-	(9 880)	(24 340)	-
6ème tranche	4,91	27 420	-	(14 550)	-	12 870
7ème tranche	5,63	44 990	-	(19 390)	-	25 600
8ème tranche	8,66	58 500	-	(18 000)	-	40 500
9ème tranche	10,24	296 500	-	(14 000)	-	282 500
10ème tranche	43,55	100 000	-	-	-	100 000
11ème tranche	33,18	380 000	-	-	-	380 000
13ème tranche	29,79	104 600	-	-	-	104 600
14ème tranche	32,43	5 000	-	-	-	5 000
15ème tranche	29,79	220 000	-	-	-	220 000
16ème tranche	24,82	517 067	-	-	-	517 067
17ème tranche	24,82	8 014 000	-	-	(1 003 800)	7 010 200
18ème tranche	24,82	11 000	-	-	-	11 000
19ème tranche	24,82	1 959 086	-	-	(126 900)	1 832 186
20ème tranche	24,76	-	935 192	-	(47 217)	887 975
total tranches		11 772 383	935 192	(75 820)	(1 202 257)	11 429 498
prix moyen d'exercice		24,77	24,76	7,19	24,45	24,92
cours moyen de levée		-	-	25,52	-	-

b- Plans d'options Digitas

Lors de l'acquisition de Digitas, ces plans ont été transformés en plans d'achat d'actions Publicis en appliquant le rapport existant entre le prix d'achat fixé dans l'offre publique pour l'action Digitas (converti en euros) et le cours de l'action Publicis à la date de réalisation de la fusion. Le prix de souscription a été ajusté en conséquence.

Caractéristiques des plans de stock-options Digitas en cours au 31 décembre 2007

Actions Publicis de 0,40 euros nominal	date d'attribution		prix d'exercice des options (€)		nombre d'options à lever au 31/12/07	dont exerçables au 31/12/07	date limite de levée		durée de vie contractuelle résiduelle (en années)
	min	max	min	max			min	max	
Plans Digitas :									
1999	01/12/1999	10/03/2000	21,36	21,36	34 263	34 263	01/12/2009	10/03/2010	1,99
2000	03/04/2000	01/02/2001	13,73	58,58	72 895	72 895	03/04/2010	01/02/2011	2,70
2001	01/03/2001	24/01/2007	4,59	35,42	926 287	605 226	01/03/2011	24/01/2017	6,65
2005 UK	01/06/2005	01/12/2006	20,24	35,42	14 430	5 640	01/06/2015	01/12/2016	8,39
Plans Modem Media :									
1997	26/03/1997	29/09/2004	13,74	20,19	7 130	7 130	01/01/2008	29/09/2014	5,23
1999	12/04/2000	22/06/2004	2,62	54,05	7 409	7 409	12/04/2010	22/06/2014	5,06
2000	12/10/2000	25/05/2004	11,16	19,18	1 191	1 191	12/10/2010	25/05/2014	2,78
Plans B.S.H ⁽¹⁾ :									
1998a	01/05/1999	01/06/1999	6,16	6,16	1 040 199	1 040 199	01/05/2009	01/06/2009	1,01
1998b	06/01/1999	06/01/1999	2,47	2,47	46 294	46 294	06/01/2009	06/01/2009	1,01
Total des tranches					2 150 098	1 820 247			
Prix moyen d'exercice (€)					14,50	12,16			

(1) Bronner Slosberg Humphrey

Mouvements du 25 janvier au 31 décembre 2007 sur plans de stock-options Digitas

actions Publicis de 0,40 euros nominal	prix d'exercice des options (€)		nombre d'options restant à lever à la date d'acquisition	options levées sur la période	options annulées ou prescrites sur la période	nombre d'options restant à lever au 31/12/2007
	<u>min</u>	<u>max</u>				
Plans Digitas :						
1999	21,36	21,36	40 059	(5 513)	(283)	34 263
2000	13,73	58,58	103 243	(6 349)	(23 999)	72 895
2001	4,59	35,42	1 462 941	(376 008)	(160 646)	926 287
2005 UK	20,24	35,42	24 655	-	(10 225)	14 430
Plans Modem Media :						
1997	13,74	20,19	22 446	(13 632)	(1 684)	7 130
1999	2,62	54,05	25 815	(17 762)	(644)	7 409
2000	11,16	19,18	5 690	(4 411)	(88)	1 191
Plans B.S.H ⁽¹⁾ :						
1998a	6,16	6,16	1 152 414	(112 215)	-	1 040 199
1998b	2,47	2,47	362 493	(316 199)	-	46 294
Total des tranches			3 199 756	(852 089)	(197 569)	2 150 098
Prix moyen d'exercice (€)			14,16	9,76	29,41	14,50
Cours moyen de levée (€)				31,44		

⁽¹⁾ Bronner Slosberg Humphrey

Par ailleurs un plan d'attribution de « Restricted Shares » Digitas, mis en œuvre entre le 4 janvier 2005 et le 23 janvier 2007, est encore en cours de réalisation. Il a été converti en actions Publicis en utilisant les mêmes coefficients que pour les plans de stock options ordinaires (voir ci-dessus). Au jour de l'acquisition, le nombre de Restricted Shares Digitas en équivalent Publicis s'élevait à 396 654.

Pour les 290 434 Restricted Shares encore existantes au 31 décembre 2007, la date de fin d'indisponibilité des actions s'étale jusqu'au 23 janvier 2010. Une fois cette période terminée et sous réserve du respect des conditions de présence, les 290 434 Restricted Shares existantes au 31 décembre 2007 seront assimilées à des actions Publicis ordinaires.

Garanties contractuelles données

- Garantie jusqu'en 2019 pour le compte de Leo Burnett USA au profit du propriétaire des locaux du 35 West Wacker Drive à Chicago, à hauteur d'un montant maximum de 145 145 milliers de dollars pour le paiement des loyers et à hauteur d'un montant maximum de 161 677 milliers de dollars pour le paiement des taxes immobilières et des charges locatives relatives à l'immeuble.
- Garantie jusqu'en 2016 pour le compte de Zenith Optimedia Ltd (UK) au profit du propriétaire des locaux du 24 Percy Street à Londres, à hauteur d'un montant maximum de 22 821 milliers de livres pour le paiement des loyers et à hauteur d'un montant maximum de 3 073 milliers de livres pour le paiement des charges locatives relatives à l'immeuble.
- Garantie jusqu'en 2022 pour le compte de Fallon London Limited (UK) au profit du propriétaire des locaux du 20-30 Great Titchfield Street à Londres, à hauteur de 28 915 milliers de livres pour le paiement des loyers et à hauteur d'un montant maximum de 2 963 milliers de livres pour le paiement des charges locatives relatives à l'immeuble.
- Garantie conjointe et solidaire des dettes des sociétés Publicis Groupe Holdings, Publicis Holdings, Publicis Groupe Investments.

Engagements donnés dans le cadre d'opérations de couverture de prêts en devises consentis à certaines filiales (autres que le swap de l'Eurobond décrit ci-dessus) :

Montant en devises (en milliers d'unités)	USD 17 448	USD 12 462	GBP 9 741	USD 9 243
Type de contrat	Couverture vendeuse	Couverture vendeuse	Couverture vendeuse	Couverture acheteuse
Devises	USD/EUR	USD/EUR	GBP/EUR	USD/EUR
Date d'échéance	31/03/2008	31/01/2008	02/01/2008	31/01/2008
Cours à terme	1,4527	1,4465	0,6830	1,4723
Contrepartie en milliers d'euro	12 011	8 616	14 262	6 278
Valeur de marché au 31 décembre 2007 (en milliers d'euros)	11 853	8 465	13 283	6 278

Engagements hors bilan reçus

- Lignes de crédit non utilisées 1 500 millions d'euros dans le cadre du crédit syndiqué multidevises à échéance juillet 2012 avec une option d'extension, après accord des banques, jusqu'à juillet 2014.
- Lignes de crédit bilatérales de 201 millions d'euros non utilisées au 31 décembre 2007

22. Evénements postérieurs à la clôture

Aucun événement significatif n'est intervenu postérieurement à la clôture.

23. Tableau des filiales et des participations au 31 décembre 2007

(chiffres en milliers d'euros, sauf pour les capitaux propres déclarés dans la monnaie locale)

A – Filiales et participations dont la valeur d'inventaire excède 1% du capital de Publicis Groupe

Sociétés	Capital	Réserves et report à nouveau	% de participation	Valeur d'inventaire brute	Valeur d'inventaire nette	Prêts et avances	Chiffre d'affaires	Résultat net	Dividendes encaissés
1- Filiales									
Publicis Groupe Investments B.V. Prof. W.H. Keesomlaan 12 1183 DJ Amstelveen Pays-Bas	69 742	5 985 160	100,00	5 375 438	5 375 438	0	0	1 579 597	29 320
MMS France Holdings 133, Champs-Élysées 75008 Paris SIREN 444 714 786	114 607	110 862	99,61	248 670	248 670	0	0	28 362	22 831
Médias et Régies Europe 9/11 rue Blaise Pascal 92 200 Neuilly sur Seine SIREN 353 938 905	24 150	12 012	99,99	25 508	25 508	0	15 074	1 868	30 026
Metrobus 9/11 rue Blaise Pascal 92 200 Neuilly sur Seine SIREN 327 096 426	1 840	22 596	32,30	17 508	17 508	0	149 087	2 574	1 938
2- Participations									
Europe 1 Immobilier 26bis, rue François 1er 75008 Paris SIREN 622 009 959	1 050	4 942	10,00	1 959	1 959	0	11 527	(34)	0

B - Renseignements globaux sur toutes les filiales et participations

	Filiales		Participations	
	françaises	étrangères	françaises	étrangères
Valeur comptable des titres détenus				
- brute	292 282	5 375 438	2 996	0
- nette	292 282	5 375 438	2 996	0
Montant des prêts accordés	900	0	0	0
Montant des dividendes encaissés	60 334	34 148	0	0

Inventaire des valeurs mobilières au 31 décembre 2007

	% de participation	Valeur nette comptable (en milliers d'euros)
I- Participations		
A. Participations françaises		
380 517 041 actions MMS France Holdings	99,61%	248 670
1 609 989 actions Médias et Régies Europe	99,99%	25 507
37 146 actions Metrobus	32,30%	17 508
7 000 actions Europe 1 Immobilier	10,00%	1 959
245 000 actions Régie 1	49,00%	373
9 097 actions Publicis Finance Services	99,97%	186
3 700 actions Publicis Groupe Services	100,00%	37
Digitas France	(1)	1 031
Participations dont la valeur est inférieure à 15 000 euros, ensemble		7
Total des participations françaises		295 278
B. Participations étrangères		
153 023 parts Publicis Groupe Investments	100,00%	5 375 438
Participations dont la valeur est inférieure à 15 000 euros, ensemble		-
Total des participations étrangères		5 375 438
Total des participations		5 670 716
II- Autres titres immobilisés		
C. Titres français		
18 239 443 actions propres Publicis Groupe (2)		468 024
Total des autres titres immobilisés		468 024
III- Autres titres		
D. Autres titres de sociétés françaises		
547 500 actions propres Publicis Groupe (3)		14 049
SICAV monétaires		986
Participations dont la valeur est inférieure à 15 000 euros, ensemble		5
E. Autres titres étrangers		14
Total des autres titres		15 054
Total des valeurs mobilières		6 153 794

(1) actions à racheter dans le cadre des contrats de liquidité (voir note 7.2 sur les participations)

(2) actions détenues dans le cadre des programmes de rachat d'actions, hors contrat de liquidité

(3) actions détenues dans le cadre du contrat de liquidité

(2) (3) au total, les actions propres auto détenues représentent 9,28% du capital de Publicis Groupe

Résultats de la société Publicis Groupe S.A. au cours des cinq derniers exercices

	2007	2006	2005	2004	2003
Capital en fin d'exercice					
Capital social (en milliers d'euros)	80 955	79 484	78 844	78 188	78 151
Nombre d'actions émises	202 387 354	198 709 229	197 109 010	195 471 061	195 378 253
Nombre maximal d'actions futures à créer :					
- Par exercice d'options de souscription attribuées	75 500	310 510	361 470	441 440	525 080
- Par l'exercice de bons de souscription d'actions ⁽¹⁾	5 602 699	5 602 699	-	-	-
- Par conversion d'obligations ⁽²⁾	52 088 682	53 650 811	56 362 527	68 921 934	68 921 934
Opérations et résultats de l'exercice (en milliers d'euros)					
Chiffre d'affaires hors taxes	22 498	20 898	25 574	31 011	17 914
Résultat avant impôts, amortissements et provisions	203 161	(39 537)	143 611	417 618	(559 520)
Impôts sur les bénéfices (crédit)	(20 454)	(17 293)	(33 554)	(1 857)	(8 399)
Résultat après impôts, amortissements et provisions	163 693	(38 996)	254 045	418 108	25 677
Résultat distribué	121 432	91 954	66 137	54 722	50 803
Résultat par action (en euros)					
Résultat après impôts, mais avant amortissements et provisions	1,10	(0,11)	0,90	2,15	(2,82)
Résultat après impôts, amortissements et provisions	0,81	(0,20)	1,29	2,14	0,13
Dividende attribué à chaque action	0,60	0,50	0,36	0,30	0,26
Personnel (en milliers d'euros sauf effectif)					
Effectif moyen des salariés	3	3	3	9	9
Montant de la masse salariale	4 075	2 951	1 938	2 550	3 183
Montant des avantages sociaux (sécurité sociale, œuvres sociales...)	1 568	1 370	671	699	1 561

⁽¹⁾ les BSA (bons de souscriptions d'actions) n'ont pas été pris en considération les années 2005 et antérieures car leur cours d'exercice de 30,5 euro était sur ces périodes supérieur au cours de bourse de l'action Publicis

⁽²⁾ il a été retenu comme hypothèse que des actions nouvelles seront émises tant dans le cadre du remboursement des Océanes que des Oranes

⁽³⁾ estimation sur la base des actions existant au 31 décembre 2007, y compris les actions propres

Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés

Exercice clos le 31 décembre 2007

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 Société relatifs à l'exercice clos le 31 Décembre 2007, 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.

I - Opinion sur les comptes consolidés

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 de l'exercice sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la note 1.6 aux états financiers consolidés qui expose les changements de méthodes comptables intervenus au cours de l'exercice suite à la précision au sein du groupe du classement des coûts de revient des espaces publicitaires livrés mais non encore facturés. Dans le cadre de notre appréciation des principes comptables suivis par votre société, nous avons examiné le correct retraitement sur les comptes 2005 et 2006 et l'information donnée à ce titre dans la note 1.6 aux états financiers consolidés.

II - Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les points suivants :

- La note 1.2 "Principes et méthodes comptables" des notes annexes aux états financiers consolidés expose notamment les règles et méthodes comptables relatives à la reconnaissance du revenu. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre Groupe, nous avons notamment vérifié le caractère approprié des méthodes comptables relatives à la reconnaissance du revenu et nous nous sommes assurés de la correcte application de ces méthodes.

- Votre société a constitué des provisions tel que décrit en note 20 "Provisions pour risques et charges" et en note 21 "Engagements de retraite à prestations définies et couverture médicale post-emploi" des notes annexes aux états financiers consolidés. Ces notes exposent notamment les modalités de détermination et d'évaluation des provisions pour restructuration, provisions sur engagements immobiliers, provisions pour litiges et provisions pour obligations au titre des avantages au personnel.

Notre appréciation de l'évaluation des provisions s'est fondée sur des tests liés à la procédure suivie par la direction pour procéder à l'évaluation de ces éléments et sur la revue d'évaluations indépendantes effectuées à dire d'experts.

- Votre société procède à des tests de dépréciation sur la valeur des immobilisations incorporelles et des écarts d'acquisition et des immobilisations corporelles selon les modalités décrites en note 1.2 "Principes et méthodes comptables" et en note 5 "Dotations aux amortissements et perte de valeur" des notes annexes aux états financiers consolidés. Nous avons examiné les modalités de mise en oeuvre de ces tests de dépréciation ainsi que les prévisions de flux de trésorerie et hypothèses utilisées par la société et les experts indépendants.

- Votre société a déterminé la juste valeur des options attribuées dans le cadre des plans d'options de souscription d'actions Publicis Groupe S.A. tel qu'exposé en note 28 "Plans d'options de souscription d'actions Publicis Groupe S.A." des notes annexes aux états financiers consolidés. Nos travaux ont consisté à examiner les données utilisées et à apprécier les hypothèses retenues par la société et l'expert indépendant.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes consolidés, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

III – Vérification spécifique

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 Neuilly-sur-Seine et Courbevoie, le 20 février 2008.

Les commissaires aux comptes

Mazars & Guérard

Philippe Castagnac

Isabelle Massa

Ernst & Young et Autres

Jean Bouquot

Valérie Desclève

Rapport général des commissaires aux comptes sur les comptes annuels

Exercice clos le 31 décembre 2007

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 2007, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société Publicis Groupe SA, tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- la justification de nos appréciations,
- les vérifications 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 - Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants.

Votre société procède à la revue de la valeur d'usage des titres de participation tel qu'exposé dans la partie « Immobilisations financières » en note 2 « Principes règles et méthodes comptables » de l'annexe. Nous avons procédé à l'appréciation des approches retenues par la société et nous nous sommes assurés du caractère raisonnable des estimations retenues.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

III - Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes 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,
- la sincérité des informations données dans le rapport de gestion relatives aux rémunérations et avantages versés aux mandataires sociaux concernés ainsi qu'aux engagements consentis en leur faveur à l'occasion de la prise, de la cessation ou du changement de fonctions ou postérieurement à celles-ci.

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 vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Fait à Neuilly-sur-Seine et Courbevoie, le 20 février 2008.

Les commissaires aux comptes

Mazars & Guérard

Philippe Castagnac

Isabelle Massa

Ernst & Young et Autres

Jean Bouquot

Valérie Desclève

20.4 Politique de distribution de dividendes

Dividende versé au titre de l'exercice	Nombre de titres effectivement rémunérés	Dividende unitaire (en euros)	Distribution totale (en millions d'euros)	Cours au 31 décembre (en euros)	Rendement net
2003	182 379 530	0,26	47,4	25,70	1,01%
2004	182 406 052	0,30	54,7	23,85	1,25%
2005	183 713 196	0,36	66,1	29,40	1,22%
2006	198 709 229	0,50	99,4	31,95	1,56%
2007	202 387 354 *	0,60 **	121,4	26,78	2,24%

(*) nombre de titres, y compris les actions propres, existant au 31 décembre 2007.

(**) dividende proposé à l'AGO du 3 juin 2008.

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

La politique de distribution de la Société a été, au cours des dernières années, d'assurer le service d'un dividende régulier à ses actionnaires, en ligne avec les pratiques du secteur, tout en préservant une capacité d'autofinancement suffisante pour assurer le développement du Groupe.

L'intention de la Société pour le futur est de poursuivre une croissance régulière du dividende versé à ses actionnaires. Ainsi, après quatre années de croissance soutenue du dividende unitaire, il sera proposé une nouvelle augmentation très significative du dividende unitaire au titre des résultats 2007.

20.5 Procédures judiciaires et arbitrage

Il n'existe pas de procédures judiciaire ou d'arbitrage, y compris toute procédure dont le Groupe a connaissance, qui est en suspens ou dont elle est menacée, susceptible d'avoir ou ayant eu au cours des douze derniers mois un effet significatif sur la situation financière ou la rentabilité de la Société et/ou du Groupe.

20.6 Changement significatif de la situation financière ou commerciale

Aucun changement significatif de la situation financière du Groupe n'est intervenu depuis le 31 décembre 2007.

Aucun changement significatif de la situation commerciale du Groupe n'est intervenu depuis le 31 décembre 2007.

21. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

21.1 Capital social

21.1.1 Capital souscrit et catégories d'actions

Composition du capital social

Au 31 décembre 2007, le capital social s'élevait à 80 954 941,60 euros et était divisé en 202 387 354 actions de 0,40 euro de nominal, entièrement libérées, dont 55 467 143 actions à droits de vote double.

Capital autorisé non émis

L'Assemblée générale extraordinaire du 4 juin 2007 :

- dans sa douzième résolution, a délégué au Directoire, pour une durée de vingt-six mois, sa compétence à l'effet de décider l'émission, avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires, d'actions (autres que les actions de préférence), ou valeurs mobilières donnant accès ou pouvant donner accès au capital ou donner droit à l'attribution de titres de créance. Cette délégation pourra permettre une ou plusieurs émissions de valeurs mobilières donnant accès au capital de filiales de la Société en application de l'article L. 228-93 du Code de commerce. Le montant nominal d'augmentation de capital immédiat ou à terme résultant de l'ensemble des émissions réalisées en vertu de cette délégation ne pourra être supérieur à quarante millions d'euros, et le montant nominal maximal des valeurs mobilières représentatives de créances sur la Société pouvant être émises dans le cadre de cette délégation ne pourra excéder neuf cent millions d'euros ;

Au 31 décembre 2007, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- dans sa treizième résolution, a délégué au Directoire, sa compétence pour une durée de vingt-six mois, à l'effet de décider l'émission, avec appel public à l'épargne et suppression du droit préférentiel de souscription, d'actions (autres que des actions de préférence), ou valeurs mobilières donnant accès ou pouvant donner accès au capital ou donnant droit à l'attribution de titres de créance. Cette délégation pourra permettre une ou plusieurs émissions de valeurs mobilières donnant accès au capital de filiales de la Société en application de l'article L. 228-93 du Code du commerce. En outre, elle pourra permettre l'émission d'actions ordinaires de la Société en conséquence de l'émission par des filiales de la Société de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société. Le montant nominal d'augmentation de capital immédiat ou à terme résultant de l'ensemble des émissions réalisées en vertu de cette délégation ne pourra être supérieur à quarante millions d'euros et le montant nominal maximal des valeurs mobilières représentatives de créances sur la Société ne pourra excéder neuf cent millions d'euros ;

Au 31 décembre 2007, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- dans sa quatorzième résolution, et dans la limite de 10% du capital social par an, a autorisé, pour une durée de vingt-six mois, le Directoire à émettre, par appel public à l'épargne et suppression du droit préférentiel de souscription, toutes actions ordinaires, valeurs mobilières diverses, donnant ou pouvant donner accès au capital de la Société en en fixant le prix d'émission, en fonction des opportunités du marché selon l'une des modalités suivantes : prix d'émission égal à la moyenne des cours de l'action Publicis Groupe sur le marché Euronext Paris constatée sur une période maximale de six mois précédant l'émission ; prix d'émission égal au cours moyen pondéré de l'action Publicis Groupe sur le marché Euronext Paris le jour précédant l'émission avec une décote maximale de 25% ;

Au 31 décembre 2007, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- dans sa quinzième résolution, a délégué au Directoire sa compétence, pour une durée de vingt-six mois, à l'effet de décider d'augmenter le capital social, par incorporation au capital de réserves, bénéfices, primes ou autres dont la capitalisation sera légalement et statutairement possible, suivie de la création et de l'attribution gratuite de titres de capital ou de l'élévation du nominal des titres de capital existants, ou de la combinaison de ces deux modalités. Le montant d'augmentation de capital résultant de l'ensemble des émissions réalisées au titre de cette délégation ne pourra excéder le montant nominal de quarante millions d'euros ;

Au 31 décembre 2007, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- dans sa seizième résolution, a délégué au Directoire, pour une durée de vingt-six mois, sa compétence à l'effet de décider l'émission d'actions ou de valeurs mobilières diverses, y compris de bons de souscription émis de manière autonome, donnant accès ou pouvant donner accès au capital de la Société en rémunération des titres apportés à toute offre publique comportant une composante échange initiée par la Société sur les titres d'une autre société dont les actions sont admises aux négociations sur l'un des marchés réglementés visés par l'article L. 225-148 du Code de commerce ou à toute autre opération ayant le même effet qu'une offre publique d'échange initiée par la Société sur les titres d'une autre société dont les titres sont admis aux négociations sur un autre marché réglementé relevant d'un droit étranger, et a décidé, en tant que de besoin, de supprimer, au profit des porteurs de ces titres le droit préférentiel de souscription des actionnaires à ces actions ou valeurs mobilières. Le montant nominal d'augmentation de capital immédiat ou à terme résultant de l'ensemble des émissions d'actions ou valeurs mobilières diverses réalisées en vertu de cette délégation ne pourra être supérieur à quarante millions d'euros ;

Faisant usage de cette délégation, le Directoire a, le 19 septembre 2007, décidé l'augmentation du capital de la Société pour un montant nominal de 348 276,40 euros par l'émission de 870 691 actions nouvelles de 0,40 euro de valeur nominale chacune en rémunération des actions Business Interactif apportées dans le cadre de l'offre principale et de l'offre publique d'échange subsidiaire initiée par la Société sur Business Interactif.

- dans sa dix-septième résolution, a délégué, pour une durée de vingt-six mois, au Directoire, les pouvoirs nécessaires à l'effet de procéder à l'émission d'actions ou valeurs mobilières diverses donnant ou pouvant donner accès au capital de la Société dans la limite de 10% du capital social, au moment de l'émission, en vue de rémunérer des apports en nature consentis à la Société et constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital, lorsque les dispositions de l'article L. 225-148 du Code de commerce ne sont pas applicables ;

Faisant usage de cette délégation, le Directoire a, le 9 juillet 2007, décidé l'augmentation du capital social de la Société pour un montant nominal de 400 138 euros par l'émission de 1 000 345 actions nouvelles de 0,40 euro de valeur nominale chacune en rémunération de l'apport, par les dirigeants de Business Interactif à la Société, du bloc de contrôle de 3 298 169 actions Business Interactif.

- dans sa dix-huitième résolution, a autorisé le Directoire, pour une durée de vingt-six mois à augmenter le nombre d'actions ou valeurs mobilières à émettre en cas d'augmentation du capital social de la Société avec ou sans droit préférentiel de souscription des actionnaires, dans un délai de 30 jours de la clôture de la souscription de l'émission initiale, dans la limite de 15% de l'émission initiale et au même prix que celui retenu pour l'émission initiale ;

Au 31 décembre 2007, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- dans sa dix-neuvième résolution, statuant dans le cadre des dispositions des articles L. 443-5 et suivants du Code du travail et de l'article L. 225-138-1 du Code de commerce et conformément aux dispositions des articles L. 225-129-2 à L. 225-129-6 du Code de commerce, a délégué au Directoire sa compétence, pour une durée de vingt-six mois, pour décider de procéder à une augmentation de capital réservée aux salariés de la Société et des sociétés liées à la Société au sens des dispositions de l'article L. 225-180 du Code de commerce. La délégation porte sur un montant nominal d'augmentation de capital de deux millions huit cent mille euros. Ce montant s'imputera sur le montant du plafond global de quarante millions d'euros. Le prix de souscription des actions émises en vertu de la dite délégation est déterminé dans les conditions prévues par les dispositions de l'article L. 443-5 du Code du travail ;

Au 31 décembre 2007, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

- dans sa vingtième résolution, a autorisé le Directoire, pour une durée de trente-huit mois, à consentir aux membres du personnel salarié ainsi qu'aux mandataires sociaux, ou à certains d'entre eux, de la Société ou des sociétés ou groupements d'intérêt économique qui lui sont liés dans les conditions visées à l'article L. 225-180 du Code de commerce, et dans la limite des textes en vigueur, des options donnant droit à la souscription d'actions nouvelles de la Société à émettre à titre d'augmentation de capital et/ou des options donnant droit à l'achat d'actions acquises par la Société dans les conditions légales. Le nombre total des options ainsi attribuées ouvertes et non levées ne peut donner droit à souscrire à un nombre d'actions supérieur à 10% du capital social. Le prix de souscription ou d'achat des actions sera fixé par le Directoire à la date à laquelle les options seront consenties, sans possibilité de décote, dans les limites et selon les modalités prévues par la loi. Les options pourront être exercées par les bénéficiaires dans un délai de 10 ans à compter de leur attribution.

Le Directoire a procédé à l'attribution d'options d'achat et de souscription d'actions dont le détail est indiqué au chapitre 17 du présent document.

- dans sa vingt-deuxième résolution, a autorisé le Directoire à procéder, pour une durée de trente-huit mois, au profit des mandataires sociaux et de certains membres du personnel salarié, à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre. Le nombre total des actions pouvant être attribuées gratuitement en vertu de la présente autorisation ne pourra pas excéder 10% du capital social et le montant nominal d'augmentation de capital réalisée en application de la présente délégation ne pourra excéder le montant nominal de quarante millions d'euros.

Au 31 décembre 2007, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation de compétence.

Enfin, l'Assemblée générale extraordinaire du 4 juin 2007 a fixé, dans sa vingt-et-unième résolution, le plafond global d'augmentation de capital immédiat ou à terme qui pourrait résulter de l'ensemble des émissions d'actions ou valeurs mobilières diverses réalisées en vertu des délégations données au Directoire par les douzième, treizième, quatorzième, quinzième, seizième, dix-septième, dix-huitième, dix-neuvième et vingt-deuxième résolutions à un montant nominal global de quarante millions d'euros, compte tenu des conséquences sur le montant du capital des ajustements susceptibles d'être opérés, conformément aux dispositions législatives et réglementaires, en conséquence de l'émission des actions ou valeurs mobilières donnant accès à terme au capital. L'Assemblée générale extraordinaire du 4 juin 2007 a en outre autorisé, dans sa vingt-troisième résolution, pour une durée de dix huit mois, le Directoire à faire usage des autorisations consenties aux termes des onzième à vingt-deuxième résolutions en cas d'offre publique visant les titres de Publicis Groupe, dans les conditions prévues par l'article L. 233-33 du Code de commerce.

21.1.2 Existence d'actions non représentatives du capital, leur nombre et leurs principales caractéristiques

Il n'existe aucune action non représentative du capital de la Société.

21.1.3 Le nombre, la valeur comptable et la valeur nominale des actions détenues par l'émetteur lui-même ou en son nom, ou par ses filiales

Actions propres

L'Assemblée générale ordinaire et extraordinaire du 4 juin 2007, a, dans sa dixième résolution, autorisé le Directoire à procéder ou faire procéder à des achats en vue des objectifs suivants :

1) l'attribution ou la cession d'actions aux salariés et/ou mandataires sociaux de la Société et/ou de son Groupe dans les conditions et selon les modalités prévues par la réglementation applicable ;

2) la remise d'actions pour honorer des obligations liées à des titres ou des valeurs mobilières donnant accès au capital ;

3) la conservation et la remise ultérieure d'actions (à titre d'échange, de paiement ou autre) dans le cadre d'opérations de croissance externe dans la limite de 5 % du capital ;

4) l'animation du marché secondaire ou la liquidité de l'action Publicis par l'intermédiaire d'un prestataire de services d'investissement intervenant au nom et pour le compte de la Société en toute indépendance et sans être influencé par la Société, dans le cadre d'un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie reconnue par l'Autorité des Marchés Financiers ou toute autre disposition applicable ;

5) l'annulation des actions ainsi acquises ;

6) la mise en oeuvre de toute pratique de marché admise ou qui viendrait à être admise par les autorités de marché.

L'Assemblée générale a décidé que la Société pourrait opérer dans tout autre but autorisé ou qui viendrait à être autorisé par la loi ou la réglementation en vigueur. Dans une telle hypothèse, la Société informerait ses actionnaires par voie de communiqué.

Le nombre maximal d'actions pouvant être achetées ne peut excéder 10 % du nombre des actions composant le capital social à quelque moment que ce soit, ce pourcentage s'appliquant à un capital ajusté en fonction des opérations l'affectant postérieurement à la présente Assemblée, étant rappelé que la Société possède, au 31 mars 2007, 14 962 599 actions de 0,40 euro acquises au titre des précédentes autorisations et que l'enveloppe globale maximale de cette autorisation est fixée à cinq cents millions d'euros.

Le prix unitaire maximum d'achat a été fixé à 49 euros et le prix unitaire minimum de vente à 21 euros, étant précisé que ces prix ne sont pas applicables au rachat d'actions utilisées pour satisfaire à l'attribution gratuite d'actions aux salariés ou des levées d'options ; dans ce dernier cas, le prix de vente ou la contre-valeur pécuniaire est alors déterminée conformément aux dispositions spécifiques applicables.

L'Assemblée générale a décidé que la Société pourrait utiliser la présente résolution et poursuivre l'exécution de son programme de rachat même en cas d'offres publiques portant sur les actions, titres

ou valeurs mobilières émis par la Société ou initiées par la Société, dans le respect de la réglementation applicable.

Cette autorisation d'une durée de 18 mois a mis fin, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, et a remplacé celle précédemment accordée par l'Assemblée générale ordinaire et extraordinaire du Publicis Groupe du 7 juin 2006. Le descriptif du programme de rachat d'actions a fait l'objet d'une mise en ligne sur le site de l'Autorité des Marchés Financiers et sur celui du Publicis Groupe le 28 juin 2007.

Au cours de l'année 2007 aucune action n'a été acquise par Publicis Groupe SA au titre des premier, deuxième, troisième et sixième objectifs prévus par la dixième résolution de l'Assemblée générale ordinaire du 4 juin 2007.

Au titre du contrat de liquidité conclu avec la banque Rothschild, la Société a procédé à l'acquisition de 2 041 296 actions au cours moyen d'achat de 34,43 euros et a cédé 1 493 796 actions au cours moyen de vente de 34,98 euros. Au titre du programme de rachat d'actions hors contrat de liquidité, la Société a procédé, par l'intermédiaire de la Deutsche Bank à qui elle avait confié mandat jusqu'au 30 novembre 2007, à l'acquisition de 6 396 490 actions au cours moyen d'achat de 31,63 euros.

Le montant des frais de négociation et des honoraires supportés par la Société au cours de l'exercice 2007 pour les opérations réalisées dans le cadre du programme de rachat d'actions, autorisé par l'Assemblée générale du 7 juin 2006 dans sa dixième résolution puis par l'Assemblée générale du 4 juin 2007 dans sa douzième résolution, s'élève à 451 865 euros.

Dans le cadre des autorisations de rachat par la Société de ses propres actions à concurrence de 10% du capital, données par les Assemblées générales des actionnaires en date du 25 juin 1998, 11 décembre 1998, 22 juin 2000, 29 août 2000, 14 juin 2001, 18 juin 2002 (visa COB n° 02-659 du 5 mai 2002), du 15 mai 2003 (visa COB n°03-331 du 28 avril 2003), du 8 juin 2004 (visa AMF n° 04-455 du 18 mai 2004), du 1^{er} juin 2005 (visa AMF n° 05-0373 du 11 mai 2005), du 7 juin 2006 et du 4 juin 2007 (le descriptif du programme de rachat d'actions a été mis en ligne sur le site de l'AMF et sur celui de Publicis Groupe le 28 juin 2007), Publicis Groupe détient, au 31 décembre 2007, 18 786 943 actions (9,28% du capital de Publicis Groupe), dont 547 500 actions au titre du contrat de liquidité auprès de la banque Rothschild, pour un prix de revient global de 522 261 908 euros et un prix moyen unitaire de 27,80 euros.

Le 27 février 2008, le Directoire, avec l'assentiment préalable du Conseil de Surveillance et conformément à l'autorisation donnée par l'Assemblée générale mixte des actionnaires du 4 juin 2007 dans sa onzième résolution, a décidé de réduire le capital social de 80 960 941,60 euros, son montant actuel, à 77 760 941,60 euros divisé en 194 402 354 actions de 0,40 euros de valeur nominale chacune, par annulation de 8 000 000 d'actions auto-détenues par la Société.

Tableau récapitulatif des achats au titre des différents plans depuis 2000 :

	Quantité	Prix moyen d'achat
visa 00 963 du 5/06/2000		
Période entre les 2 AG du 22/6/2000 et du 28/08/2000	1 175 250	41,17
Visa 00 1399 du 9/8/2000		
Période entre les 2 AG du 29/08/2000 et du 13/06/2001	4 610 000	38,15
visa 00 627 du 23/05/2001		
Période entre les 2 AG du 14/06/2001 et du 17/06/2002	2 065 290	25,28
visa 02 659 du 31/05/2002		
Période entre les 2 AG du 18/06/2002 et du 14/05/2003	7 660 253	21,49
visa 03 331 du 28/04/2003		
Période entre les 2 AG du 15/05/2003 et du 7/06/2004	339 000	22,68
visa 04 455 du 18/05/2004		
Période entre les 2 AG du 8/06/2004 et du 31/05/2005	1 429 749	23,31
visa 05 373 du 11/05/2005		
Période entre l'AG du 01/06/2005 et le 31/12/2005	1 327 144	26,72
Période du 01/01/2006 au 31/12/2006	4 154 434	29,45
Période du 01/01/2007 au 31/12/2007 ⁽¹⁾	8 437 786	32,31

⁽¹⁾ Achats effectués dans le cadre des objectifs 4 et 5 ci-dessus

La Société, hors le cadre du contrat de liquidité et hors livraison d'actions dans le cadre de levées d'options d'achat d'actions, n'a procédé à aucune vente d'actions propres.

21.1.4 Le montant des valeurs mobilières convertibles, échangeables ou assorties de bons de souscription, avec mention des conditions et modalités de conversion, d'échange ou de souscription

La répartition du capital au 31 décembre 2007, tenant compte de la dilution maximale résultant de l'ensemble des instruments financiers émis par la Société, est la suivante :

	Actions détenues	%	Droits de vote	%
Elisabeth Badinter (nominatif)	20 072 339	7,71%	40 144 678	13,52%
Dentsu Inc	17 918 915	6,89%	35 837 830	12,07%
SEP Dentsu-Badinter	10 771 961	4,14%	17 193 922	5,79%
Harris Associates L.P.	10 304 798	3,96%	10 304 798	3,47%
Actions auto détenues	18 786 943	7,22%		0,00%
Public (nominatif et porteur)	124 532 398	47,87%	135 586 326	45,68%
Orane ⁽¹⁾	23 431 935	9,01%	23 431 935	7,89%
Bons de souscription d'actions ⁽²⁾	5 602 699	2,15%	5 602 699	1,89%
Oceane 2018 ⁽²⁾	5 484 334	2,11%	5 484 334	1,85%
Oceane 2008 ⁽²⁾	23 172 413	8,91%	23 172 413	7,81%
Options de souscription d'actions Publicis	75 500	0,03%	75 500	0,03%
Total	260 154 235	100,00%	296 834 435	100,00%

⁽¹⁾ La Société a émis 1 562 500 Orane remboursables par la remise de 18 actions nouvelles ou existantes de la Société. Au 31 décembre 2007, il reste à rembourser 15 actions par Orane.

⁽²⁾ Instruments hors la monnaie à la date d'arrêt des comptes 2007 (au 8 février 2008).

Un actionnaire détenant 1% du capital social de Publicis Groupe SA au 31 décembre 2007 détiendrait 0,78% du capital social de Publicis Groupe SA à cette date, en cas (i) d'exercice ou de conversion des droits attachés aux valeurs mobilières donnant accès au capital (Océanes, Oranes, bons de souscription d'actions) en prenant pour hypothèse que ces droits seraient satisfaits intégralement par l'émission d'actions nouvelles et (ii) d'exercice en totalité des options de souscriptions d'actions attribuées aux membres du personnel salarié ainsi qu'à certains mandataires sociaux.

Aucune opération de nature à modifier significativement les informations de ce tableau n'a été effectuée depuis la clôture de l'exercice 2007.

Les modalités de conversion, d'échange ou de souscription des valeurs mobilières convertibles, échangeables ou assorties de bons de souscription figurent à la note 24 des comptes consolidés dans le chapitre 20.1 du présent document.

21.1.5 Nantissements, garanties et sûretés

Il n'existe pas d'autocontrôle indirect. Au 31 décembre 2007, 3 719 326 actions inscrites au nominatif pur et 60 237 inscrites au nominatif administré faisaient l'objet d'un nantissement, soit un total de 3 779 563 actions nanties.

Aucun actif significatif détenu par les sociétés du Groupe ne fait l'objet d'un nantissement.

21.1.6 Informations diverses

Publicis Groupe en bourse

La performance moyenne mondiale du secteur (Omnicom, WPP, Interpublic, Dentsu, Havas, Aegis et Publicis Groupe) a été de -16,4% en 2007, une performance caractérisée par un fort recul de toutes les valeurs du secteur. Ce retrait est certainement imputable à l'inquiétude grandissante qui a fait suite à la grave crise du secteur financier révélée au fil des mois, et particulièrement à partir du mois de septembre. Les nouvelles successives liées à cette crise ont accru la perception du risque d'une récession ou au moins d'un fort ralentissement économique outre-Atlantique et des possibles contagions vers les économies européennes. L'aspect réputé cyclique de l'industrie et une exposition relativement importante des revenus de Publicis Groupe au marché américain sont devenus au fil des mois pour les marchés boursiers une constante justifiant un désintérêt de la valeur et se traduisant dans un marché désorienté par une baisse marquée du titre, malgré des recommandations à l'achat publiées par la majorité des brokers.

Dans ce contexte, l'action Publicis Groupe a reculé de 16,60% en 2007, le CAC 40, indice de référence du marché progressant de 1,31%. L'indice SBF a progressé de 0,34%, le DJ Stoxx Media reculant de 5,82% sur l'année 2007.

L'observation du comportement de l'action Publicis Groupe sur une année laisse entrevoir diverses phases. A la suite de la réussite de l'acquisition de Digitas Inc., le cours poursuit une hausse entamée à la fin de l'année 2006 lors de l'annonce du lancement de l'OPA amicale et s'inscrit à 33 euros. Cette hausse se poursuit, portée par la publication de résultats « records », d'une croissance organique en hausse de 5,6% et par l'annonce d'un dividende en augmentation significative. Le 26 mars 2007, le cours atteint ce qui sera son plus haut de l'année, soit 37,19 euros.

Après la publication de revenus en hausse mais d'une croissance organique plus faible en mai puis en juillet, et en dépit de résultats semestriels illustrant clairement la progression continue des marges du Groupe, le cours s'effrite dans un contexte d'inquiétude de plus en plus marquée sur l'économie américaine.

Malgré tout, porté par diverses annonces d'acquisitions ciblées, en ligne avec la stratégie énoncée (communication interactive, économies à forte croissance, renforcement des SAMS) le cours de l'action Publicis Groupe résiste mieux que la plupart des indices et se stabilise autour de 30 euros jusqu'à la fin de l'été. Dès le début du mois de septembre, lorsque les nouvelles les plus alarmantes sur les effets possibles de la crise financière ont commencé à aggraver l'instabilité des marchés et de tous ses acteurs, les marchés actions et en particulier le secteur media n'ont pas été épargnés.

La publication d'un revenu en hausse et d'une croissance organique en nette amélioration au troisième trimestre n'a pas induit de hausse de cours, et l'action Publicis Groupe a touché son plus bas de l'année, à 22,88 euros, le 27 novembre 2007.

Il convient néanmoins de noter que la baisse du cours de l'action Publicis a traduit la faiblesse de la croissance organique et des interrogations sur la pérennité de la croissance du Groupe.

Les excellents résultats 2007 prouvent, chiffres à l'appui, la bonne résistance et la résilience du Groupe dans un contexte plus difficile. Le très bon niveau de gains de budget, le développement de la communication interactive et numérique et l'expansion dans des pays à forte croissance devraient lever ces interrogations au cours des mois qui viennent.

Une relation permanente avec les investisseurs

Le Groupe a maintenu en 2007 une relation suivie avec les investisseurs. Les dirigeants du Groupe ont rencontré au long de l'année près de 250 investisseurs en réunions privées, en France, dans la plupart des pays de l'Union Européenne, en Amérique du Nord et en Asie. Le Groupe a par ailleurs participé à

cinq grandes conférences du secteur à Londres et Barcelone ainsi qu'à des conférences internationales visant à promouvoir les actions françaises, à Paris, à New York et à Tokyo.

Marché des titres

Action Publicis Groupe S.A.

- Lieu de cotation : Euronext Paris (code ISIN/ FR0000130577);
- Premier jour de cotation : 9 juin 1970 ;
- Titres admis sur Euronext Paris : la totalité des titres composant le capital social.
- Le 17 septembre 2007 Publicis Groupe a notifié les autorités de marché américaines (Securities Exchange Commission – SEC) de son souhait de mettre fin à la cotation des actions Publicis Groupe S.A. au New York Stock Exchange (cotées sous la forme d'American Depositary Receipt ; parité : un ADR pour une action Publicis Groupe-ticker : PUB). Cette demande a été faite au regard du faible montant de transactions des actions Publicis Groupe S.A. au New York Stock Exchange, ces transactions excédant rarement une moyenne annuelle de 1% de la totalité des titres composant le capital social.

Le 27 décembre 2007 Publicis Groupe était informé de la fin de la cotation des actions Publicis Groupe au New York Stock Exchange.

Par défaut, des transactions sur le titre peuvent être effectuées sur le marché OTC –« Pink Sheets » (hors cote) à New York.

- Evolution du cours sur Euronext Paris au cours de l'exercice 2007 : plus haut : 37,19 euros le 26 mars 2007, plus bas : 22,88 euros le 27 novembre 2007, cours moyen : 31,44 euros.
- Volumes traités et évolution du cours de l'action de la Société au cours des dix-huit derniers mois sur Euronext Paris.

Période		Nombre de séances	Volumes moyens traités par séance		Cours du mois (en €)			
			Nombre de titres	Capitaux (en milliers €)	Premier cours	Dernier cours	Plus haut	Plus bas
2006	Août	23	686 836	21 168	29,32	30,82	30,91	28,75
	Septembre	21	728 987	22 642	30,80	31,06	31,56	30,25
	Octobre	22	1 071 320	32 482	31,21	30,32	31,83	29,45
	Novembre	22	1 304 510	38 119	30,32	29,22	30,51	28,10
	Décembre	19	1 921 622	61 396	29,32	31,95	32,41	28,77
2007	Janvier	22	874 052	28 800	32,01	32,95	33,00	31,71
	Février	20	931 395	31 556	33,00	33,88	34,94	32,51
	Mars	22	1 085 457	39 250	34,24	36,16	37,19	33,42
	Avril	19	948 812	33 256	36,16	35,05	36,56	34,52
	Mai	22	1 037 517	34 964	35,53	33,70	35,72	33,15
	Juin	21	1 222 962	39 930	33,60	32,65	34,18	31,60
	Juillet	22	1 297 585	41 198	32,50	31,75	33,13	31,01
	Août	23	1 099 854	34 887	31,36	31,72	33,00	30,36
	Septembre	20	1 024 226	29 539	31,96	28,84	31,96	27,91
	Octobre	23	1 145 555	32 110	28,15	28,03	30,48	27,79
	Novembre	22	1 134 895	28 202	28,03	24,85	28,21	22,88
	Décembre	19	860 278	23 038	24,94	26,78	27,10	24,11
2008	Janvier	22	1 513 032	36 464	26,65	24,10	26,74	19,53
	Février	21	1 199 228	28 769	24,35	23,99	25,34	22,25

Océane Publicis Groupe S.A. 2018 – 2,75%

- Lieu de cotation : Euronext Paris (code ISIN : FR0000180127) ;
- Premier jour de cotation : 21 janvier 2002;
- Evolution du cours sur Euronext Paris au cours de l'exercice 2007 : plus haut : 44,62 euros, le 23 mars 2007, plus bas : 42,01 euros le 21 novembre 2007, cours moyen : 43,46 euros.

Océane Publicis Groupe S.A. 2008 – 0,75%

- Lieu de cotation : Euronext Paris (code ISIN : FR0010002030) ;
- Premier jour de cotation : 17 juillet 2003
- Evolution du cours sur Euronext Paris au cours de l'exercice 2007 : plus haut : 37,06 euros le 23 mars 2007, plus bas : 28,73 euros le 19 novembre 2007; cours moyen : 33,30 euros.

Emission euro obligataire Publicis Groupe 4,125% 2012

- Lieu de cotation : Luxembourg Stock Exchange (code ISIN : FR0010157354);
- Premier jour de cotation : 28 janvier 2005
- Plus haut : 98,88 euros le 14 mars 2007 ; plus bas : 95,29 euros le 27 décembre 2007; cours moyen : 97,14 euros.

21.1.7 Historique du capital social

Les mouvements du capital social sur les 3 dernières années sont :

<i>Dates</i>	Opérations sur capital	Nombre d'actions	Nominal	Capital
31/12/2004	Capital au 31 décembre 2004	195 471 061	0,40	78 188 424
01/09/2005	Augmentation du capital (1 ^{ère} tranche de remboursement des ORANE)	1 562 129	0,40	624 852
2005	Levées d'options de souscription Plans Publicis	75 820	0,40	30 328
31/12/2005	Capital au 31 décembre 2005	197 109 010	0,40	78 843 604
01/09/2006	Augmentation de capital (2 ^{ème} tranche de remboursement des ORANE)	1 562 129	0,40	624 852
2006	Levées d'options de souscription Plans Publicis	38 090	0,40	15 236
31/12/2006	Capital au 31 décembre 2006	198 709 229	0,40	79 483 692
du 09/07/2007 au 23/10/2007	Augmentation du capital (apports des actions Business Interactif devenue Digitas France)	1 889 026	0,40	755 610
03/09/2007	Augmentation du capital (3 ^{ème} tranche de remboursement des ORANE)	1 562 129	0,40	624 852
2007	Levées d'options de souscription Plans Publicis	226 970	0,40	90 788
31/12/2007	Capital au 31 décembre 2007	202 387 354	0,40	80 954 942

21.2 Actes constitutifs et statuts

Objet social (article 2 des statuts)

La société a pour objet :

- l'exploitation et la mise en valeur, de quelque manière que ce soit, de la publicité sous toutes ses formes et quelle qu'en soit la nature ;
- l'organisation de tous spectacles et de toutes émissions radiophoniques ou télévisées, l'établissement de tous programmes radiophoniques, télévisés et autres, l'exploitation de tous théâtres cinématographiques, de studios d'enregistrement ou d'émission et de toutes salles de projection et vision, l'édition papier de toute nature et l'édition mécanique de toutes musiques, sketches, scénarii et pièces théâtrales ;
- et plus généralement, la mise en œuvre de toutes opérations commerciales, financières, industrielles, immobilières et mobilières se rattachant directement ou indirectement à ce qui précède ou susceptibles de favoriser le développement et l'extension des affaires sociales.

La société pourra agir en tous pays pour son compte et pour le compte de tiers, soit seule, soit en participation, association ou société, avec toutes autres sociétés et personnes et réaliser sous quelque forme que ce soit, directement ou indirectement, les opérations rentrant dans son objet.

Elle peut également prendre sous toutes formes, tous intérêts et participations dans toutes affaires et entreprises françaises et étrangères quel que soit leur objet.

Directoire (articles 10 à 12 des statuts)

Le Directoire assure la direction collégiale de la Société. Il est composé de deux membres au moins et de sept membres au plus, personnes physiques, pris ou non parmi les actionnaires, nommés par le Conseil de Surveillance pour une durée de quatre ans. Ses membres sont rééligibles. La fonction des membres du Directoire prend fin lors de l'Assemblée générale ordinaire annuelle qui suit son soixante-dixième anniversaire. Le Conseil de Surveillance confère à l'un des membres du Directoire le titre de Président du Directoire et peut conférer à un ou plusieurs ou à tous les autres membres du Directoire le titre de Directeur Général. Les membres du Directoire peuvent être révoqués par le Conseil de Surveillance ou par décision des actionnaires lors d'une Assemblée générale.

Conseil de Surveillance (articles 13 à 17 des statuts)

Le Conseil de Surveillance exerce le contrôle permanent de la gestion de la Société par le Directoire. Il est composé de trois membres au moins et de dix-huit membres au plus, nommés par l'Assemblée générale pour une durée de six ans. Ses membres sont rééligibles. Le nombre des membres du Conseil de Surveillance ayant dépassé l'âge de soixante quinze ans ne peut pas être supérieur au tiers, éventuellement arrondi au nombre supérieur des membres en fonction. Au cas où ce seuil viendrait à être dépassé, le membre du Conseil de Surveillance le plus âgé serait démissionnaire d'office. L'éventuel dépassement de ce seuil devra être apprécié lors de la délibération du Conseil de Surveillance statuant sur les comptes de l'exercice écoulé. Chaque membre du Conseil de Surveillance doit être porteur de deux cents actions au moins pendant toute la durée de son mandat.

Les membres du Conseil de Surveillance peuvent être révoqués sur décision de l'Assemblée générale des actionnaires uniquement.

Droits attachés à chaque catégorie d'actions (article 8 des statuts)

Chaque action donne droit, dans la propriété de l'actif social et dans le partage des bénéfices, à une part proportionnelle au nombre des actions. Les actionnaires ne sont tenus, même à l'égard des tiers, que jusqu'à concurrence du montant des actions qu'ils possèdent. Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, les actionnaires doivent faire leur affaire personnelle du groupement du nombre d'actions requis.

Assemblées générales (articles 19 à 24 des statuts)

L'Assemblée générale se compose de tous les actionnaires, quel que soit le nombre d'actions qu'ils possèdent. Les Assemblées générales sont convoquées dans les conditions, formes et délais fixés par la loi. Les réunions ont lieu au siège social ou dans tout autre lieu précisé, dans ladite convocation, et fixé par le convoquant (article 19 des statuts).

Représentation et admission aux Assemblées (article 20 des statuts)

Tout actionnaire peut participer, personnellement ou par mandataire, aux assemblées sur justification de son identité et de la propriété de ses titres, sous la forme de l'enregistrement comptable de ses titres dans les conditions prescrites par la loi.

Droits de vote double (article 21 des statuts)

Un droit de vote double est attaché à toute action détenue sous forme nominative par le même actionnaire depuis plus de deux ans.

Seuils statutaires devant être déclarés (articles 7 III et 6 alinéa 6 des statuts)

Toute personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, qui détient ou vient à détenir, de quelque manière que ce soit au sens de l'article L.233-7 du Code de commerce, une fraction égale à 1% du capital social ou des droits de vote, ou tout multiple de ce pourcentage, doit informer la Société du nombre total d'actions et de droits de vote qu'elle possède au moyen d'une lettre recommandée avec demande d'avis de réception adressée au siège social dans le délai de 5 jours de bourse à compter du franchissement de l'un de ces seuils. En outre, toute personne morale venant à détenir plus de 2,5% du capital social ou des droits de vote de la Société doit transmettre à la Société l'identité de toute personne détenant, directement ou indirectement, plus du tiers du capital social ou des droits de vote de cette personne morale. Pour le cas où le nombre ou la répartition des droits de vote serait supérieur au nombre ou à la répartition des actions, les pourcentages mentionnés ci-dessus porteront sur la détention des droits de vote. Cette obligation s'applique également chaque fois que la fraction du capital ou des droits de vote détenus devient inférieure à l'un des seuils prévus à l'alinéa ci-dessus.

En cas de non respect des dispositions ci-dessus, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote jusqu'à expiration du délai suivant la date de régularisation de la notification, délai prévu par la réglementation en vigueur. Sauf en cas de franchissement de l'un des seuils visés à l'article L. 233-7 précité, cette sanction ne sera appliquée que sur demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 1% au moins du capital de la Société.

21.3 Droits, privilèges, et restrictions attachés à chaque catégorie d'actions existante

Droits de vote (article 21 alinéa 5 des statuts)

Chaque membre de l'Assemblée dispose d'autant de voix qu'il possède ou représente d'actions, sans limitation. Toutefois, par décision de l'Assemblée générale extraordinaire du 14 septembre 1968, un droit de vote double est attribué aux actions pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative depuis deux ans au moins au nom du même actionnaire ou n'ayant fait l'objet, pendant cette période, que de transfert du nominatif au nominatif, par suite de succession ab intestat ou testamentaire, de partage de communauté entre époux, de donation entre vifs au profit d'un conjoint ou d'un parent au degré successible.

L'Assemblée générale extraordinaire dispose de la faculté de supprimer purement et simplement le droit de vote double, mais cette suppression ne deviendra définitive qu'après l'approbation de l'Assemblée spéciale de propriétaires d'actions jouissant alors du droit de vote double.

En cas de démembrement conventionnel de la propriété des actions de la Société, les usufruitiers et les nu-propriétaires d'actions peuvent se répartir librement le droit de vote en Assemblées générales extraordinaires et ordinaires sous réserve de notifier préalablement leur convention à la Société en lui communiquant une copie certifiée conforme au plus tard vingt jours calendaires avant la tenue de la première Assemblée générale suivant ledit démembrement par courrier recommandé avec accusé de réception. A défaut de notification dans ce délai, la répartition prévue par l'article L.225-110 alinéa 1^{er} du Code de Commerce s'appliquera de plein droit.

Répartition du boni de liquidation (article 32 des statuts)

A l'expiration de la Société, ou en cas de dissolution anticipée, l'actif de la Société dissoute sera affecté, d'abord, au paiement du passif et des charges sociales, ainsi qu'aux coûts liés à la liquidation, puis au remboursement de la somme non amortie sur le capital. Le surplus du produit de la liquidation sera réparti aux actions par égales parts entre elles.

21.4 Honoraires des Commissaires aux Comptes et des membres de leur réseau

Les honoraires pris en charge par le Groupe au titre des exercices 2006 et 2007 pour chacun des commissaires aux comptes de Publicis Groupe SA s'élèvent à :

<i>honoraires en millions d'euros</i>	Ernst & Young				Mazars et Guérard				Total			
	Montant (HT)		%		Montant (HT)		%		Montant HT		%	
En milliers d'euros	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
<u>Audit</u>												
Commissariat aux comptes, certification, examen des comptes individuels et consolidés Publicis Groupe SA (Société mère)	0,7	1,5	11%	13%	0,4	0,8	11%	11%	1,1	2,3	11%	12%
Filiales	4,1	8,6	64%	77%	3,0	5,8	82%	78%	7,1	14,4	70%	78%
<i>Sous-total</i>	4,8	10,1	75%	90%	3,4	6,6	93%	89%	8,2	16,7	81%	90%
Autres diligences et prestations directement liées à la mission du commissaire aux comptes Publicis Groupe SA (Société mère)	-	-	0%	0%	-	-	0%	0%	-	-	0%	0%
Filiales	1,0	0,8	16%	7%	0,3	0,8	7%	11%	1,3	1,6	13%	8%
<i>Sous-total</i>	1,0	0,8	16%	7%	0,3	0,8	7%	11%	1,3	1,6	13%	8%
<u>Autres prestations</u>												
Fiscal	0,6	0,3	9%	3%	-	-	0%	0%	0,6	0,3	6%	2%
<i>Sous-total</i>	0,6	0,3	9%	3%	0	0	0%	0%	0,6	0,3	6%	2%
TOTAL	6,4	11,2	100%	100%	3,7	7,4	100%	100%	10,1	18,6	100%	100%

22. CONTRATS IMPORTANTS

Un contrat a été conclu le 30 novembre 2003 entre Publicis et Dentsu (le « Contrat d'Alliance Stratégique ») afin de consolider l'alliance stratégique qui avait été instaurée le 7 mars 2002 entre les deux groupes.

En application de ce contrat, Publicis Groupe SA, Saatchi & Saatchi et ZenithOptimedia, ont résilié l'ensemble de leurs accords préexistants avec des partenaires japonais. Publicis s'est engagée à s'associer de façon exclusive avec Dentsu et n'entreprendra pas de nouvelles activités au Japon sans avoir préalablement consulté Dentsu. A certaines exceptions près, le Groupe représente Dentsu auprès de ses clients en Amérique du Nord, en Europe, en Australie et en Nouvelle Zélande.

Il est prévu que Dentsu consulte Publicis pour tout nouvel investissement, création de joint-ventures ou développement de nouvelles activités en Australie, en Europe ou aux Etats-Unis et s'interdise de nouer de nouveaux accords de partenariat avec WPP, Interpublic, Omnicom ou Havas. Publicis Groupe s'est soumis au même engagement et s'est de surcroît engagé à ne pas s'associer avec le Groupe Hakuhodo. Dentsu conserve toute latitude pour poursuivre son développement en Asie et peut maintenir son partenariat actuel avec WPP et Dentsu Young & Rubicam sans que cette collaboration puisse être étendue.

En outre, Publicis et Dentsu se sont engagés à partager leur savoir-faire, leurs recherches et leurs expériences pour accroître et améliorer les services fournis à leurs clients internationaux. Publicis et Dentsu ont également réitéré leur volonté de développer conjointement des activités de communication à dimension internationale, notamment dans le secteur du marketing sportif. Dans ce cadre, Publicis et Dentsu ont créé iSe International Sports and Entertainment AG en 2003 au sein de laquelle Publicis et Dentsu détenaient chacun une participation égalitaire de 45%, Fuji Television Network, Inc. et Tokyo Broadcasting Service détenant chacun une participation de 4% et SportsMondial les 2% restants. Suite à la réussite rencontrée dans l'organisation et la gestion du programme d'hospitalité officiel de la Coupe du monde de la FIFA 2006, événement pour lequel la joint-venture avait été principalement créée, ses actionnaires ont décidé le 2 mars 2007 de procéder à sa dissolution.

Enfin, Publicis et Dentsu ont créé un comité exécutif en charge de la gestion de cette alliance et composé de leurs Présidents et Directeurs généraux respectifs ainsi que de cadres dirigeants des deux groupes. Ce comité est tenu informé des projets respectifs de développement des deux groupes en Asie, Dentsu n'ayant aucune obligation d'information en ce qui concerne le Japon.

Ce contrat a été conclu pour une durée de 20 ans, sauf résiliation anticipée par l'une des parties, et il est prévu qu'il prenne fin si la participation de Dentsu dans le capital de Publicis Groupe SA devient inférieure à 10%.

**23. INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DECLARATIONS D'EXPERTS
ET DECLARATIONS D'INTERETS**

Néant.

24. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

Pendant la durée de validité du présent document de référence, les statuts de la Société, les procès-verbaux des Assemblées générales ainsi que les rapports du Directoire aux Assemblées, les rapports des commissaires aux comptes, et plus généralement tous les documents adressés ou mis à la disposition des actionnaires conformément à la loi peuvent être consultés au siège social de Publicis Groupe, 133 Avenue des Champs Elysées, 75008 Paris.

Les statuts de la Société sont également consultables sur le site de Publicis Groupe (www.publicisgroupe.com).

Les comptes sociaux et les comptes consolidés de Publicis Groupe pour les exercices clos les 31 décembre 2006 et 31 décembre 2007, peuvent être consultés au siège social de la Société dans les conditions légales et réglementaires en vigueur, ainsi que sur le site de Publicis Groupe (www.publicisgroupe.com) et sur le site de l'Autorité des Marchés Financiers (www.amf-france.org).

Par ailleurs, les informations financières historiques d'une filiale directe ou indirecte de la Société à raison des exercices clos les 31 décembre 2006 et 31 décembre 2007 peuvent être consultés au siège social de cette filiale, dans les conditions légales et réglementaires qui lui sont applicables.