



PUBLICIS GROUPE

RAPPORT DE GESTION DU DIRECTOIRE Année 2005

L'année 2005 aura surtout été marquée pour Publicis Groupe par un New Business record et une véritable accélération de la croissance. Le Groupe estime que le rythme actuel de sa croissance découle de la mise en œuvre de sa stratégie, et de la mise en place de structures adaptées à la suite des opérations de croissance externe réalisées au début de la décennie. En effet, le Groupe considère que son offre est en phase avec les besoins stratégiques des annonceurs. L'évolution opérée en 1996 qui a fait de Publicis un Groupe à réseau unique et mondial, puis l'acquisition de Saatchi & Saatchi en 2000 et celle de Bcom3 en 2002, ont transformé radicalement le Groupe en vue de faire face aux besoins des annonceurs. C'était un objectif essentiel de notre projet stratégique, et nous pouvons aujourd'hui constater dans les faits que ce projet est devenu réalité. En particulier, le Groupe est aujourd'hui bien armé pour aider les annonceurs à se repérer dans un environnement média totalement bouleversé et en constante évolution, et à établir le dialogue avec des consommateurs « insaisissables ». L'année 2005 a donc apporté la preuve de ce que notre Groupe est capable de faire compte tenu de son envergure, de l'étendue et de la qualité de son offre.

L'année a aussi été caractérisée par la solidité persistante du marché en Amérique du Nord, dans la zone Asie Pacifique, en Amérique Latine et au Moyen-Orient, tandis que la situation en Europe demeurerait relativement contrastée avec une croissance encore modérée. Les principaux marchés européens ont toutefois été en croissance (Royaume-Uni, France, Allemagne, Espagne, Italie) même si les niveaux sont restés disparates, à l'exception des Pays-Bas.

Publicis Groupe a ainsi accompli un parcours satisfaisant tant sur le plan de la croissance que de la conquête de nouveaux budgets dans un contexte porteur. La Société estime que la croissance organique marque un changement significatif en se maintenant à un haut niveau par rapport aux années précédentes. Elle a été de 6,8% en 2005 et provient très largement des importants gains de budgets enregistrés fin 2004 et début 2005, notamment dans le domaine des agences média et de la communication santé mais aussi dans le domaine publicitaire. La performance du Groupe en termes de New Business net¹ a été exceptionnelle, permettant à Publicis Groupe de battre un record en valeur absolue à 9,8 milliards de dollars (7,8 milliards d'euros) en 2005. Cette performance a été l'une des plus élevées du marché, les classements de Bear Stearns et de Lehman Brothers (New Business Scorecard) faisant respectivement apparaître le Groupe au premier et au deuxième rang mondial du New Business net pour l'année 2005.

¹ Cette donnée n'est pas issue du reporting financier mais résulte d'une estimation des investissements publicitaires média annualisés sur les budgets gagnés (nets des pertes) de clients nouveaux ou existants.

Les principaux budgets gagnés durant l'exercice ont été :

- Publicis
Rogers Communications (Canada) - Voyages-sncf.com et sncf.com (France) - Fidelity (Asie) - Playtex/Wonderbra et Hewlett-Packard (marketing services) (Europe) - Wellpoint et TUMI (Etats-Unis) - Jacob's, Nobel Biocare, VisitLondon (Royaume-Uni), Nestlé Waters/Acqua Panna (Italie), Nestlé Promotion multimarques 2006 (Brésil).
- Leo Burnett
ConAgra/Egg Beaters et Reddi-Whip, Turner Classic Movies, Western Union (Etats-Unis) - Samsung (monde) - Washington Mutual (Etats-Unis) - Monster.co.uk (Royaume-Uni).
- Saatchi & Saatchi
Ameriprise (Etats-Unis) - Dr. Martens (Royaume-Uni) - Toyota/Prius et Hybrid Synergy Drive (Chine) - Bacardi/Dewar's (monde) - P&G/Millstone Coffee et Novartis/Excedrin (Etats-Unis) - Standard Life (Royaume-Uni).
- Autres réseaux et agences de publicité
Fallon : KitchenAid Home Appliances et Sony (Etats-Unis) - Vanguard (Etats-Unis). NBC Universal (Etats-Unis) - Volkswagen/Jetta et Passat (Japon) - More Th>n (Royaume-Uni). Kaplan Thaler Group (Etats-Unis) : Revlon, Office Depot (Etats-Unis).
- Starcom MediaVest Group
LG (Europe) - General Motors, Mattel et Simmons (Etats-Unis) - P&G / Gillette (monde) - Washington Mutual (Etats-Unis).
- ZenithOptimedia
JP Morgan Chase, L'Oréal/Maybelline (Etats-Unis) - Richemont (Europe et Etats-Unis) - L'Oréal CPD (Grande Europe) - Nestlé (Espagne, France et Russie) - L'Oréal (Canada) - DaimlerChrysler (Espagne) - Lloyds TSB (Royaume-Uni).

Les pertes significatives ont été Schering-Plough+GsK/Levitra (Etats-Unis), BMW, Dyson, US Army et Morgan Stanley en publicité et le COI (Central Office of Information - Royaume-Uni) en conseil et achat média aux Etats-Unis.

Sur le plan créatif, Publicis Groupe a été une nouvelle fois classé deuxième au Festival publicitaire de Cannes avec 66 Lions, maintenant de façon constante sa position et affirmant sa réputation. Les principaux réseaux du Groupe ont été récompensés, mais la « palme » est revenue à Saatchi & Saatchi (22 Lions). Le Groupe est par ailleurs numéro deux mondial pour le nombre de distinctions pour ses créations reçues tant sur l'année 2005 que sur la période de sept ans 1999-2005, sur la base des informations publiées dans le Gunn Report.

Sur le plan opérationnel, l'année 2005 a vu la création de PRCC (Publicis Public Relations and Corporate Communications Group) en avril, organe de direction commun aux entités de relations publiques du Groupe (notamment Manning Selvage & Lee et Publicis Consultants). Cet organe commun a principalement pour but d'offrir aux clients les meilleures ressources possibles dans ce domaine, en mettant en mouvement des synergies entre diverses entités jusque là séparées. PRCC a été rejoint à l'automne par Freud Communications, une importante agence britannique de relations publiques, dont le Groupe a acquis 50,1% du capital. Le Groupe a également lancé un nouveau concept d'agence, avec la création de Marcel, au sein du réseau Publicis, afin d'élargir son offre et répondre aux attentes de certains types de clients. Le Groupe a cédé à JC Decaux l'intégralité de la participation détenue dans JC Decaux Nederland (soit 50%), dans Sopact (50%) et 33% de Métrobus, entité dans laquelle Publicis Groupe conserve la majorité. Enfin, Publicis Groupe a procédé en fin d'année à deux acquisitions stratégiques dans le domaine des SAMS : Solutions, la première agence de marketing services en Inde (acquisition finalisée en 2006) et eventive, importante agence de communication événementielle en Autriche et en Allemagne.

Enfin, l'année 2005 a été aussi marquée, par l'obtention d'une notation officielle « Investment grade » de la part de Standard & Poor's (BBB+) et de Moodys (Baa2) avec la mention « stable outlook » dans les deux cas. Il faut souligner que cette notation, nous place parmi les meilleures entreprises du secteur en Europe et récompense tous les efforts entrepris pour réduire l'endettement, accroître la génération de liquidités et donner une meilleure visibilité sur le bilan du Groupe. Dans ce domaine, l'année 2005 a été largement consacrée à la poursuite du processus de simplification de notre bilan et de refinancement : d'une part nous avons proposé aux porteurs un remboursement anticipé de l'Océane 2018 (62,36% du montant nominal a pu être remboursé, éliminant ainsi onze millions d'actions potentielles de la dilution future), et d'autre part nous avons lancé le premier emprunt obligataire classique de l'histoire du Groupe pour un montant de 750 millions d'euros à 7 ans. Ce lancement a été un véritable succès, les souscriptions se révélant trois fois supérieures au montant à allouer. Les fonds ainsi levés ont servi à financer le remboursement anticipé de la plus grande partie de l'Océane. Entre outre, au début de 2006, les porteurs de cette Océane ont exercé partiellement leur « put », éliminant 6,5% supplémentaires de l'émission ou 1,1 million d'actions potentielles.

En janvier 2006, le Groupe a également lancé une offre publique de rachat portant sur la totalité des bons de souscription d'actions émis en 2002 lors de l'acquisition de Bcom3 et encore en circulation (27 709 748). L'offre a rencontré un grand succès, puisque près de 80% des bons (79,78%), soit 22,1 millions de bons, ont été apportés et éliminés. Le prix unitaire proposé était de 9 euros par bon, ce qui représente un montant total de rachat de 199 millions d'euros.

LE GROUPE

Principales activités

Publicis Groupe est classé depuis 2002, année de la fusion avec le groupe Bcom3, quatrième groupe mondial de communication après Omnicom, WPP et Interpublic (Classement suivant le revenu. Source : rapports annuels des sociétés) ; présent dans 104 pays sur les cinq continents et dans 196 villes et rassemble plus de 38 000 collaborateurs à la fin de 2005.

Publicis Groupe est non seulement le quatrième groupe mondial, mais occupe systématiquement l'une des premières positions sur les quinze premiers marchés publicitaires mondiaux à l'exception du Japon. Ainsi, le Groupe est parmi les tout premiers groupes de communication en Europe, en Amérique du Nord, au Moyen Orient, en Amérique Latine et en Asie. Au Japon, il dispose d'un accès privilégié, 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 chaque secteur dans le seul but unique de faciliter les comparaisons sectorielles.

Les principales activités du Groupe sont la publicité traditionnelle (qui représentait, en 2005, 46% des revenus du Groupe), les SAMS (qui représentaient, en 2005, 28% des revenus du Groupe) et les services Médias (qui représentaient, en 2005, 26% 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, BBH (détenu à hauteur de 49%), Marcel, The Kaplan Thaler Group.
- 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 (ournée 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, du design. Les principales entités SAMS sont Publicis Dialog, Arc Worldwide, Publicis Healthcare Communications Group (PHCG), Publicis Public Relations and Corporate Communications Group (PRCC), Publicis Events Worldwide. Il convient de noter que ces disciplines sont souvent intégrées aux agences de publicité traditionnelle.
- 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, pour le conseil en nouveaux médias. 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.

Compte de résultat

Revenu

Le revenu consolidé de Publicis Groupe au 31 décembre 2005 s'est élevé à 4 127 millions d'euros contre 3 832 millions d'euros en 2004, soit une augmentation de 7,7%. Cette progression s'est faite principalement par croissance organique (6,8%), avec peu d'effets de périmètre (+5 millions d'euros), et des effets de conversion en euros des revenus réalisés par les sociétés de pays n'appartenant pas à la zone Euro qui sont devenus légèrement favorables pour la première fois depuis le premier semestre 2002 (+27 millions d'euros sur l'année). Le taux de change moyen du dollar US contre l'euro est resté stable entre 2004 et 2005.

La croissance organique trimestrielle s'est élevée à :

- + 3,9% au premier trimestre,
- + 8,0% au deuxième trimestre,
- + 6,2% au troisième trimestre,
- + 8,6% au quatrième trimestre.

Sur un plan géographique, cette performance de + 6,8% s'est répartie de la façon suivante :

- + 3,8% pour l'Europe,
- + 8,0% pour l'Amérique du Nord,
- + 11,2% pour le reste du monde.

Marge opérationnelle

La marge opérationnelle avant amortissements a connu une progression de 9,4%, atteignant 765 millions d'euros en 2005 contre 699 millions d'euros en 2004. L'analyse détaillée montre que les charges de personnel ont atteint 2 454 millions d'euros en 2005 soit 59,5% du revenu. Ce niveau (relatif et en valeur absolue), qui inclut la charge de stock-option conformément aux normes IFRS, est toutefois en légère augmentation par rapport à 2004 (59,3%), essentiellement en raison de l'accroissement des effectifs nécessaires pour traiter les nouveaux budgets et à l'amélioration qualitative de certaines équipes. En revanche, les autres charges opérationnelles ont vu leur poids relatif dans le revenu reculer de 50 points de base (de 22,5% en 2004 à 22% du revenu en 2005), passant de 862 millions d'euros en 2004 à 908 millions d'euros en 2005, reflétant en grande partie les effets des mesures de rationalisation des organisations entreprises par le Groupe au cours des périodes antérieures. Il convient de noter que des « centres de ressources partagées » fonctionnent désormais dans 11 pays (représentant 78% du revenu du Groupe) et que plusieurs agences d'Amérique Latine et d'Asie ont regroupé leurs ressources afin d'éliminer des coûts excédentaires, notamment dans le domaine immobilier. Au total, l'ensemble des charges opérationnelles (charges de personnel et autres charges opérationnelles) rapportées au revenu a été en recul de 30 points de base d'une année sur l'autre.

Le niveau de dotation aux amortissements de l'année (116 millions d'euros), est resté quasiment stable par rapport à l'année précédente mais a régressé en pourcentage du revenu (2,8% en 2005 contre 3,1% en 2004) compte tenu du caractère faiblement capitalistique du secteur.

La marge opérationnelle a atteint 649 millions d'euros en 2005 contre 580 millions en 2004, soit une croissance de 11,9%. Le taux de marge opérationnelle¹ a progressé de 60 points de base, passant de 15,1% à 15,7%. Cette nouvelle amélioration du taux de marge opérationnelle traduit un bon niveau de marge dégagée sur les revenus supplémentaires de la période, l'amélioration de la rentabilité de certaines activités, telles que la Communication Santé (Publicis Healthcare Communications Group), et le travail effectué sur l'optimisation du fonctionnement et des organisations du Groupe. Après des amortissements d'incorporels liés aux acquisitions en légère réduction, le compte de résultat a fait apparaître une perte de valeur de 33 millions d'euros et un produit non courant de 59 millions d'euros. Ce montant est composé pour l'essentiel de plus-values de cessions d'actifs (80 millions d'euros) notamment celle réalisée lors de la cession des titres JC Decaux Netherlands, VKM, Sopact et 33% du capital de Métrobus et d'une moins-value (22 millions d'euros) constatée lors du remboursement anticipé de 62% de l'Océane 2018.

Le résultat opérationnel s'est élevé à 652 millions d'euros en 2005, contre 326 millions l'année précédente, soit un doublement. Rappelons qu'en 2004, le résultat opérationnel incluait pour 215 millions d'euros de perte de valeur (dont 123 millions entraînés par la dépréciation de marques qui concernent essentiellement les sociétés Fallon, Frankel et Nelson, et 92 millions sur écarts d'acquisition concernant diverses acquisitions réalisées à la fin des années 90) et 10 millions d'euros de charges non courantes.

Autres postes du compte de résultat

Le résultat financier, composé du coût de l'endettement financier net et d'autres charges et produits financiers, s'est élevé à (92) millions d'euros en 2005 contre (114) millions d'euros en 2004. Cette baisse sensible résulte principalement de la réduction du coût de la dette financière nette moyenne du Groupe sur l'année.

Le taux d'imposition a été de 32%. Ce niveau est en très fort recul par rapport à l'année 2004 (36,5%) et reflète la poursuite des effets du programme de réorganisation juridique et fiscale

¹ Il s'agit de la marge opérationnelle / revenu.

entrepris par le Groupe au lendemain de l'acquisition de BCom3. La charge d'impôt de l'exercice s'est élevée à 157 millions d'euros contre 112 millions d'euros (hors reprise nette d'impôts différés sur opération OBSA/CLN et impôts différés actifs liés au passage aux IFRS) en 2004.

Après la prise en compte d'une quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence en forte augmentation (11 millions d'euros, soit un doublement par rapport à 2004) grâce à l'amélioration des contributions de iSe et de BBH, et d'intérêts minoritaires qui sont restés quasiment au même niveau à 28 millions d'euros, le résultat net part du Groupe s'est élevé à 386 millions d'euros contre 278 millions en 2004, soit une progression de 38,8%. Rappelons qu'en 2004, le résultat comportait une reprise nette d'impôts différés sur opérations OBSA/CLN et des impôts différés actifs liés au passage aux IFRS pour un montant de 198 millions d'euros.

Le bénéfice net par action (BNPA) a atteint respectivement 1,83 euro pour le « basique » et 1,76 euro pour le « dilué », soit une croissance de 38,6% et de 36,4% respectivement par rapport à l'exercice 2004. Si l'on raisonne sur la base d'un BNPA « courant » (avant amortissement des incorporels liés aux acquisitions, perte de valeur et plus (moins)-values liées aux cessions de JC Decaux Netherlands, VKM, Sopact et 33% de Métrobus et sur l'Océane 2018), le BNPA dilué ressort à 1,62 euro, progressant de 30% par rapport à 2004.

Commentaires sous l'angle géographique

Les revenus du Groupe en 2005 ont progressé sur l'ensemble des zones géographiques couvertes par le Groupe et ont représenté une croissance organique de :

- + 3,8% pour l'Europe,
- + 8,0% pour l'Amérique du Nord,
- + 11,2% dans le reste du monde.

Les gains de budgets de 2004 et de début 2005 ont, en effet, bénéficié à plusieurs zones géographiques, tandis que la forte croissance des activités média et communication santé profitait en particulier à l'Amérique du Nord. Par ailleurs, le taux de marge opérationnelle a également progressé dans chacune des trois grandes zones.

- Europe

La croissance organique du revenu a été de 3,8% sur l'ensemble de l'Europe en 2005. Le revenu a atteint 1 647 millions d'euros. La plupart des réseaux ont contribué à cette croissance, à l'exception de Leo Burnett dont l'activité a été surtout marquée par les importantes réductions d'investissements de Fiat sur plusieurs marchés et des mouvements d'équipes dirigeantes affectant plusieurs marchés d'Europe continentale. Les réseaux qui ont connu la croissance la plus satisfaisante ont été Saatchi & Saatchi, Starcom MediaVest, ZenithOptimedia et dans une moindre mesure Publicis, généralement stimulés par les gains de budgets ou des croissances de certains clients existants. En termes de marchés, la croissance la plus vigoureuse a été générée en Europe de l'Est (et notamment en Russie) et en Europe du sud. Les pays d'Europe du nord, la France, l'Allemagne et le Royaume-Uni ont enregistré une croissance appréciable comparée aux années précédentes. Seuls les Pays-Bas ont enregistré un recul en 2005.

Sur le plan de la rentabilité, l'Europe a connu une progression du taux de marge opérationnelle de 50 points de base, essentiellement liée aux réductions de charges opérationnelles et à une organisation optimisée.

- Amérique du Nord

La croissance organique a atteint le niveau élevé de 8% en 2005, plaçant le revenu à 1 763 millions d'euros. Ce dynamisme est venu en particulier des activités de conseil et achat média (ZenithOptimedia et Starcom MediaVest) et des activités de communication santé, bénéficiant d'importants nouveaux budgets remportés fin 2004 et en 2005, tels que notamment Nestlé, Sanofi-Aventis, JP Morgan Chase, Mattel, General Motors (sur un trimestre) dans le domaine des médias et Sanofi-Aventis, Takeda, AstraZeneca et Schering Plough dans le domaine de la santé. Les agences de publicité ont aussi connu une excellente année, et en premier lieu Saatchi & Saatchi (stimulé par Toyota, Ameriprise et Novartis), Publicis et Kaplan Thaler Group (gain du budget Revlon). Leo Burnett, qui a vu l'installation de sa nouvelle équipe dirigeante début 2005, se redresse, mais les gains de nouveaux budgets comme Samsung, Western Union, Turner Classic Movies, American Girl, Diageo, ConAgra... ont représenté un apport encore insuffisant pour compenser les effets rémanents des pertes de budgets antérieures (notamment Lexmark, Gateway, Toys 'R' Us) ou les fluctuations inévitables des revenus de clients existants. Fallon de son côté a connu un recul important de son activité notamment en raison de la perte des budgets Subway (en 2004) et plus récemment BMW, Dyson et Lee Jeans et des mouvements importants au sein de son équipe dirigeante. Au Canada, le gain du budget Rogers Communications par Publicis a été en partie neutralisé par la réduction d'investissements d'autres clients.

La rentabilité opérationnelle de l'Amérique du Nord a progressé de 30 points de base en 2005, reflétant notamment une meilleure utilisation des surfaces de bureaux.

- Reste du Monde

Au total, la croissance organique du reste du monde a été de 11,2%, se décomposant en 10,3% pour l'Asie Pacifique, 9,7% pour l'Amérique Latine et 17,7% pour le reste du monde (Afrique et Moyen-Orient). Le revenu total de cette partie du monde a représenté 717 millions d'euros. Les trois principaux réseaux du Groupe ont contribué à ces taux de croissance liés à la fois au « new business » local et au dynamisme de la demande, notamment de clients internationaux. Les réseaux publicitaires et les réseaux de conseil et achat média ont tous connu une bonne performance en 2005. Les taux de croissance les plus élevés ont été enregistrés en Chine, en Inde, au Mexique et en Argentine.

C'est dans cette partie du monde que la progression de la rentabilité a été la plus spectaculaire avec 170 points de base de croissance du taux de marge opérationnelle. Il a été dû à un bon taux de rentabilité des revenus additionnels et à une meilleure optimisation des organisations administratives du Groupe.

Bilan

Les capitaux propres et l'endettement financier font l'objet de développements particuliers au paragraphe « Informations sur les capitaux du Groupe (à court terme et à long terme) » ci-dessous.

Les écarts d'acquisition nets ont augmenté de 10% au cours de l'exercice principalement du fait des acquisitions nettes de l'exercice (108 millions d'euros) et des effets de change (152 millions d'euros). La variation des autres postes de bilan, en 2005, s'explique principalement par les variations dues aux taux de changes et l'évolution de l'activité.

Trésorerie et capitaux

Informations sur les capitaux du Groupe (à court terme et à long terme)

Les capitaux propres consolidés part du Groupe sont passés de 1 629 millions d'euros au 31 décembre 2004 à 2 085 millions d'euros au 31 décembre 2005, et les intérêts minoritaires se sont réduits à 20 millions (contre 31 millions au 31 décembre 2004), notamment à la suite de la cession de la participation du Groupe dans JC Decaux Netherlands.

L'endettement financier net est passé de 618 millions d'euros au 31 décembre 2004 à 207 millions d'euros au 31 décembre 2005 : cette forte réduction de l'endettement net s'explique par l'augmentation importante de la trésorerie¹ (la trésorerie disponible au 31 décembre 2005 s'élevait à 1 980 millions d'euros contre 1 186 millions fin 2004), qui a plus que compensé l'augmentation de la dette financière brute, notamment en raison d'une amélioration du besoin en fonds de roulement.

Le ratio Dette nette / fonds propres est ainsi passé de 37% au 31 décembre 2004 à 10% au 31 décembre 2005. Tout aussi spectaculaire, mais beaucoup plus significative, a été la réduction de la dette nette moyenne du Groupe en 2005, qui est passée de 1 270 millions d'euros en 2004 à 925 millions d'euros en 2005, soit une réduction de 345 millions d'euros.

La dette brute du Groupe qui s'élevait à 2 137 millions d'euros au 31 décembre 2005, a augmenté de 372 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2004. Cette augmentation provient d'une part de l'émission d'un emprunt obligataire classique Eurobond pour 750 millions d'euros (qui n'a été employé que partiellement au remboursement anticipé de 62% de l'Océane 2018), et d'autre part de l'augmentation du montant des buy-outs du fait des acquisitions de l'exercice. Par ailleurs, le montant de la nouvelle émission obligataire de 750 millions d'euros a fait l'objet d'un swap en un montant de 977 millions de dollars afin de couvrir les actifs nets du Groupe dans cette devise et ainsi réduire significativement la sensibilité des fonds propres du Groupe aux variations futures du taux de change euro/dollar. Au total, la dette brute du Groupe fin 2005 se composait d'échéances à près de 90% à plus d'un an et à hauteur de 55% à plus de cinq ans.

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

	ratio optimal	au 31/12/2005
Dette nette moyenne ² /marge opérationnelle avant amortissement	< 1,50	1,21
Dette nette ³ / capitaux propres	< 0,5	0,1
Couverture des intérêts (marge opérationnelle avant amortissement / coût de l'endettement financier net)	> 7	9,81

¹ Trésorerie et équivalents de trésorerie

² La dette nette moyenne est la moyenne annuelle des dettes nettes moyennes mensuelles

³ La dette nette se calcule en prenant l'ensemble des dettes financières à court et long terme, les *earn-outs* et engagements de rachat d'intérêts minoritaires et en déduisant la trésorerie et les équivalents de trésorerie

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

Les flux nets de trésorerie générés par l'activité se sont élevés à 620 millions d'euros en 2005 contre 777 millions en 2004. Le BFR a connu une nouvelle amélioration de 74 millions d'euros, qui fait suite à une amélioration spectaculaire de 264 millions d'euros en 2004. Cette nouvelle amélioration de la gestion des liquidités est le fruit des efforts permanents déployés par le Groupe depuis 2003, dans le cadre du programme « Focus on Cash¹ ». Par ailleurs, 30 millions d'euros ont été consacrés aux restructurations, contre 79 millions d'euros en 2004. L'impôt payé est passé de 114 millions d'euros en 2004 à 167 millions en 2005 compte tenu de la croissance des résultats réalisés, l'écart avec l'impôt comptabilisé au compte de résultat provenant en partie de l'utilisation de pertes fiscales antérieures. Les intérêts payés se sont élevés à 93 millions d'euros en 2005 contre 73 millions en 2004. L'augmentation des intérêts payés au cours de l'exercice 2005 s'explique très largement par la prise en compte de 23 millions d'euros de part de prime de remboursement liée à l'opération de rachat de 62% de l'Océane 2018 en février 2005.

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 41 millions d'euros en 2005 contre une ressource de 243 millions d'euros en 2004. Les investissements en immobilisations (nets) ont été limités à 75 millions d'euros contre 101 millions d'euros en 2004 sur la même période (soit 1,8% du revenu en 2005 contre 2,6% en 2004) et les acquisitions de filiales nettes de cessions ont représenté un solde positif de trésorerie de 27 millions d'euros. En effet, au cours de la période, Publicis Groupe a procédé à la fois à l'acquisition d'une participation majoritaire dans Freud Communications au Royaume-Uni, à l'acquisition d'éventive en Autriche et en Allemagne et de Pharmaconsult en Espagne, à des augmentations de participations et paiements d'earn-outs et de buy-outs dans diverses agences et à des cessions de participations dans JC Decaux Netherlands, VKM, Sopact, Promométro et de 33% de Métrobus, entités détenues par Médias & Régies Europe.

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'action émis par la société. Les opérations de financement se sont traduites par une ressource de 220 millions d'euros en 2005 contre une utilisation de 931 millions d'euros en 2004. Les dividendes versés en 2005 se sont élevés à 74 millions d'euros en 2005. Enfin, l'émission obligataire de 750 millions d'euros a permis de rembourser par anticipation 62,36% des Océane 2018 pour 464 millions d'euros, le surplus ayant contribué à l'augmentation importante de la trésorerie (nette des soldes créditeurs de banques) du Groupe, qui est passée de 1 014 millions d'euros au 31 décembre 2004 à 1 885 millions d'euros un an plus tard.

Informations sur les conditions d'emprunt et la structure de financement du Groupe

Le Groupe dispose de sources de liquidités mobilisables pour un montant total de 1 609 millions d'euros au 31 décembre 2005. Ces lignes de crédit incluent un crédit syndiqué multi-devises de 1 milliard d'euros à échéance décembre 2009.

¹ Le programme "Focus on Cash" est un programme mis en place en 2003 par le Groupe dont le but est de réduire le besoin en fonds de roulement de la Société.

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 »). Une étape supplémentaire devrait être franchie en 2006 avec la création du cash-pooling international en vue 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.

Par ailleurs, comme cela avait été annoncé dès 2003 et confirmé lors de la première émission obligataire du Groupe en janvier dernier, Publicis Groupe a lancé courant 2005 un processus de notation officielle auprès des deux premières agences internationales Standard & Poor's et Moodys. Publicis Groupe a annoncé le 14 décembre 2005 avoir été évaluée Investment Grade par ces deux agences avec respectivement les notes BBB+ pour Standard & Poor's et Baa2 pour Moodys avec dans les deux cas la mention stable outlook. Cette notation devrait permettre une nouvelle amélioration de la structure de financement de Publicis Groupe tant au niveau des conditions que des opportunités offertes.

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 2005, 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.

Informations concernant les sources de financement attendues qui seront nécessaires pour honorer les engagements à venir

Compte tenu des disponibilités (1 980 millions d'euros au 31 décembre 2005) d'une part et des lignes bancaires mobilisables (1 609 millions d'euros à la même date) d'autre part, le Groupe dispose des liquidités nécessaires pour faire face à son cycle d'exploitation et à son plan d'investissement des 12 mois à venir.

PUBLICIS GROUPE (Société-mère du Groupe)

Le chiffre d'affaires de Publicis Groupe est composé exclusivement de loyers immobiliers, de redevances de location-gérance et de « *management fees* ou *ASF* » pour services d'assistance aux filiales du Groupe. Il s'est élevé à 26 millions d'euros en 2005 contre 39 millions d'euros en 2004. Cette baisse est essentiellement liée à la cessation de la redevance de location-gérance versée par Métrobus, suite à la cession du fond de commerce Métrobus à cette dernière.

Les produits financiers se sont élevés à 773 millions d'euros en 2005 contre 89 millions d'euros en 2004. Cette augmentation très significative provient essentiellement des dividendes exceptionnels perçus de Publicis USA Holdings pour 304 millions d'euros et de Publicis Groupe Investments BV à hauteur de 221 millions d'euros ainsi que d'une augmentation des intérêts perçus sur des prêts aux filiales. Par ailleurs, une reprise de provisions sur titres Publicis USA Holdings de 87 millions d'euros a été constatée en 2005.

Les charges d'exploitation sont passées de 28 millions d'euros en 2004 à 30 millions d'euros en 2005, tandis que les charges financières sont passées de 82 millions d'euros l'an dernier à

79 millions d'euros, notamment du fait de la disparition d'une provision pour dépréciation sur actions propres qui pesait sur ce poste en 2004. La quote-part de résultat de sociétés de personnes est revenue à l'équilibre en 2005, contre (7) millions d'euros en 2004, conséquence de la cession des titres de participation du Publicisdrugstore à une autre entité du Groupe, qui supprime la perte prise en compte par la société mère en 2004.

Le résultat courant avant impôts s'est élevé à 690 millions d'euros contre 11 millions d'euros l'année passée. Un résultat exceptionnel de (470) millions d'euros a été enregistré ; il comprend (464) millions d'euros de moins-value sur l'opération de réduction de capital de Publicis USA Holdings et apport des titres Publicis USA Holdings à MMS USA Holdings, et (16) millions d'euros de moins-value sur le remboursement anticipé de 62 % de l'Océane 2018. Après prise en compte d'un crédit d'impôt de 34 millions d'euros provenant principalement du gain d'intégration fiscale sur le groupe fiscal français, le résultat net de Publicis Groupe SA s'est élevé à 254 millions d'euros en 2005 contre 418 millions d'euros en 2004 (qui comprenait une plus-value de 405 millions d'euros résultant de la cession des CLN et du rachat de la partie obligataire des OBSA).

PERSPECTIVES DE L'EXERCICE

L'activité 2006 s'annonce favorablement pour le Groupe. Les gains de budgets réalisés en 2005 n'ayant pas encore donné leur plein effet, ils devraient nourrir une partie de la croissance de 2006. Une meilleure tenue des marchés en France et en Allemagne et les effets positifs d'événements sportifs d'envergure comme La Coupe du Monde de Football et dans une moindre mesure les Jeux Olympiques d'Hiver devraient par ailleurs stimuler les activités européennes du Groupe.

INFORMATIONS FINANCIERES ET JURIDIQUES

Prises de participations dans des sociétés ayant leur siège en France

Par application de l'article L 233-6 du Code de commerce, nous vous rappelons l'acquisition en numéraire par Publicis Groupe SA de 100 % du capital de la société Saatchi & Saatchi France, holding détenant les titres des sociétés française du réseau Saatchi & Saatchi. La société Saatchi & Saatchi France a ensuite été dissoute par transmission universelle de patrimoine au profit de Publicis Groupe SA. En outre, Publicis Groupe SA détient désormais 32,30 % des actions de la société Régie Publicitaire des Transports Parisiens Métrobus Publicité (Métrobus) du fait de l'apport du fonds de commerce Métrobus, qui faisait jusqu'alors l'objet d'une location gérance, à cette dernière société.

En vue de regrouper sous une même entité toutes les filiales française, Publicis Groupe SA a apporté à la société Multi Market Services France Holdings les titres de l'ensemble des sociétés françaises qu'elle détenait (hors les sociétés de prestations de services au groupe et hors celles de l'activité medias et régies). Cette apport a été rémunéré par la remise de titres Multi Market Services France Holdings émis au profit de Publicis Groupe SA. Cette dernière détient ainsi 99,61 % des actions de Multi Market Services France Holdings.

Tableau des filiales et des participations au 31 décembre 2005

Ce tableau est annexé au présent rapport (annexe 1).

Composition du capital social

Au 31 décembre 2005, le capital social s'élève à 78 843 604 euros et est divisé en 197 109 010 actions de 0,40 euro de nominal.

A l'occasion de l'apport des actions Bcom3, 56 250 000 actions Publicis Groupe SA de 0,40 euro de nominal, 1 562 500 obligations remboursables en actions nouvelles ou existantes (ORANE) de 549 euros de nominal et 2 812 500 obligations à bons de souscription d'actions (OBSA) de 305 euros de nominal ont été émises. Les ORANE ont fait l'objet d'un premier remboursement le 1^{er} septembre 2005 et a donné lieu à une augmentation de capital de 625 000 euros.

Distribution de dividendes

Après l'augmentation du dividende de 15,4 % votée l'année passée, nous vous proposons cette année encore une augmentation du dividende unitaire de 20 %, conformément aux engagements pris de progressivement augmenter la part des profits distribués sous forme de dividendes.

Ainsi nous vous proposons d'affecter le bénéfice de l'exercice 2005 soit 254 044 499 euros à la réserve légale pour un montant de 65 517 euros, le solde représente un bénéfice distribuable de 253 978 982 euros affecté à la distribution aux actions pour un montant de 70 960 144 euros (0,36 euro x 197 111 510 actions arrêtées provisoirement au 31 mars 2006) et au report à nouveau pour une somme de 183 018 838 euros.

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-210 alinéa 4 du Code de Commerce, le montant du dividende correspondant aux actions auto-détenues à la date de la mise en paiement sera affecté au report à nouveau.

Si vous acceptez l'affectation proposée, le dividende net serait de 0,36 euro par action de 0,40 euro de nominal et serait éligible à l'abattement de 40 % pour les personnes physiques. Il serait mis en paiement le 4 juillet 2006.

Nous vous rappelons que les dividendes versés au titre des trois derniers exercices ont été les suivants :

- exercice 2002 : 0,24 euro par action de 0,40 euro de nominal, 0,12 euro d'avoir fiscal ;
- exercice 2003 : 0,26 euro par action de 0,40 euro de nominal, 0,13 euro d'avoir fiscal ;
- exercice 2004 : 0,30 euro par action de 0,40 euro de nominal donnant lieu à abattement de 50 % pour les personnes physiques.

Tableau des cinq derniers exercices

Au présent rapport est joint le tableau faisant apparaître les résultats de la société au cours des cinq derniers exercices (annexe 2).

Actionnariat

Conformément aux dispositions de l'article L. 233-13 du Code de commerce, nous vous indiquons que les actionnaires possédant plus de 5 % du capital de la société, au 31 décembre 2005, sont Madame Elisabeth Badinter (10,18 % dont en pleine propriété 3,45 %), Dentsu, Inc (8,99%), Société en participation Dentsu-Badinter (5,57%) et Publicis Groupe SA (6,62 % actions auto-détenues). Nous vous rappelons que Dentsu s'est engagé à limiter ses droits de vote à 15 % et qu'un pacte d'actionnaire a été conclu entre Madame Elisabeth Badinter et Dentsu d'une durée de 12 ans et que la Société en participation Dentsu-

Badinter a été créée le 24 septembre 2004 afin de mettre éventuellement en œuvre cette limitation des droits de vote à 15 %.

Participation des salariés au capital

La participation des salariés au capital social au travers de plans d'épargne d'entreprise et selon la définition de l'article L. 225-102 du Code de commerce au 31 décembre 2005 n'est pas significative.

Il convient d'observer que le FCPE Publicis Groupe SA détenait, au 31 décembre 2005, 731 795 actions Publicis Groupe SA. En conséquence, les collaborateurs du Groupe Publicis détenaient à la même date 0,37% du capital.

Les actions détenues collectivement par les salariés de la Société et des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L.225-180 représentant moins de 3 % du capital social et conformément aux dispositions de l'article L. 225-12—6 alinéa 2 du Code de commerce, nous vous présentons une résolution tendant à autoriser le Directoire à réaliser une augmentation de capital, d'un montant maximum de deux millions huit cent mille euros, pour une durée de vingt six mois, dans les conditions prévues à l'article L. 443-5 du Code de commerce, réservée aux dits salariés.

Schémas d'intéressement du personnel

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

Informations sociales et environnementales données en application de l'article L. 225-102-1 alinéa 4 du Code de commerce

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

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

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

En ce qui concerne plus spécialement les dispositions de l'article 148-2 du décret du 23 mars 1967, il convient d'observer que la société Publicis Groupe SA exerce une activité de holding avec un nombre de salariés limité à trois et que les autres renseignements visés par cet article ne sont pas significatifs au regard de l'activité du Groupe.

Description des principaux risques et incertitudes

Conformément à l'article L. 225-100 alinéa 4 et 6 issu de l'Ordonnance n° 2004-1382 du 20 décembre 2004, nous vous faisons une description des principaux risques et incertitudes auxquels la société est confrontée ou exposée. Cette description est annexée au présent rapport (annexe 3).

Récapitulatif des délégations en cours de validité

Il est joint au présent rapport, conformément à l'article L. 225-100 alinéa 7 du Code de commerce, un récapitulatif des délégations en cours de validité accordées par l'Assemblée générale des actionnaires au Directoire dans le domaine des augmentations de capital, par application des articles L.225-129-1 et L. 225-129-2 (annexe 4).

Options de souscription ou d'achat d'actions

Ces informations font l'objet d'un rapport spécial du Directoire (article L. 225-184, alinéa 1).

Actions propres

Nous vous rappelons que l'Assemblée générale ordinaire et extraordinaire du 1^{er} juin 2005, dans sa onzième résolution, a autorisé le Directoire à procéder à l'achat ou à la vente par la Société de ses propres actions en vue des objectifs suivants :

- l'attribution d'actions aux salariés et/ou mandataires sociaux de la Société et/ou de son Groupe notamment dans le cadre de la participation des salariés aux fruits de l'expansion, pour le service d'options d'achat ou au titre de plans d'épargne Groupe ou encore au titre des attributions d'actions gratuites prévues aux articles L. 225-197-1 à 225-197-3 du Code de commerce ;
- la remise d'actions ou l'échange en particulier pour honorer des obligations liées à des titres ou des valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme au capital, ou dans le cadre d'opérations de croissance externe ;
- l'animation du marché secondaire ou la liquidité de l'action Publicis Groupe 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 une charte de déontologie reconnue par l'Autorité des Marchés Financiers ou toute autre disposition applicable ;
- et l'annulation des actions ainsi acquises.

Le nombre maximal d'actions pouvant être acheté ne peut excéder 10% du nombre des actions composant le capital social à la date de la première mise en œuvre de cette autorisation et dans la limite de l'enveloppe globale maximale de 219 millions d'euros.

Le prix unitaire maximum d'achat a été fixé à 35 euros et le prix unitaire minimum de vente à 18 euros, étant précisé que ces prix ne sont pas applicables au rachat d'actions utilisées pour satisfaire des levées d'options (ou l'attribution gratuite d'actions aux salariés), le prix de vente ou la contre-valeur pécuniaire étant alors déterminés conformément aux dispositions spécifiques applicables.

L'Assemblée générale a décidé que la Société pourrait 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 dix-huit mois a mis fin, pour la partie non utilisée et la période non écoulée, à celle précédemment accordée par l'Assemblée générale de la Société du 8 juin 2004. Ce programme de rachat d'actions a fait l'objet d'une note d'information déposée auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 11 mai 2005 sous le numéro 05-0373.

Au cours de l'année 2005 aucune action n'a été acquise par Publicis Groupe SA au titre des deux premiers objectifs ci-dessus mentionnés. La Société a livré 60 245 actions Publicis aux

actionnaires de Nelson, en conséquence des plans d'options Nelson transformés en plans d'achat d'actions Publicis lors de l'acquisition de Nelson.

Au titre du contrat d'animation auprès de la banque Rothschild, la Société a procédé à l'acquisition de 2 756 893 actions au cours moyen d'achat de 25,27 euros et a cédé 2 716 893 actions au cours moyen de vente de 25,45 euros.

Dans le cadre des autorisations de rachat par la Société de ses propres actions à concurrence de 10% du capital, donnée par les Assemblées générales des actionnaires en date du 25 juin 1998, 11 décembre 1998, 22 juin 2000, 29 août 2000, 14 juin 2001, 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) et du 1^{er} juin 2005 (visa AMF n° 05-0373 du 11 mai 2005), Publicis Groupe détient, au 31 décembre 2005, 13 039 764 actions (6,62% du capital de Publicis Groupe), dont 40 000 font l'objet d'un contrat de liquidité auprès de la banque Rothschild, pour un prix de revient net global de 1 177 168 euros et un prix moyen d'acquisition de 29,43 euros.

L'autorisation donnée le 1er juin 2005, d'une durée de 18 mois, prendra fin le 30 novembre 2006. Nous vous proposons de bien vouloir autoriser votre Directoire, dans le cadre d'un nouveau programme, à acheter des actions de la société pendant une nouvelle durée de 18 mois et dans la limite maximale de 10 % (en ce compris les actions déjà acquises) du nombre total des actions composant le capital social, le Directoire étant autorisé à modifier les conditions de ce nouveau programme en cas d'évolution de la législation. Le prix maximum d'achat par la Société de ses propres actions ne pourra excéder 45 euros par action, et que le prix minimum de vente ne pourra être inférieur à 18 euros par action, sous réserve des ajustements liés aux éventuelles opérations sur le capital de la Société. Les objectifs de ce rachat pourront être par ordre de priorité les mêmes que ceux mentionnés ci-dessus à la précédente autorisation du 1^{er} juin 2006. Ce programme serait également destiné à permettre à la société d'opérer dans tout autre but autorisé ou qui viendrait à être autorisé par la loi ou la réglementation en vigueur. Dans une telle hypothèse, la société informerait ses actionnaires par voie de communiqué.

Emission d'actions nouvelles ou d'instruments financiers

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

1) Sur délégation de compétence donnée par l'Assemblée générale du 9 janvier 2002, sous ses septième et huitième résolutions, le Directoire, le 18 janvier 2002, a procédé à une émission d'obligations convertibles ou échangeables en actions nouvelles ou existantes (dites OCEANE 2018) d'un montant de 690 000 000 d'euros et d'une durée de 16 ans. Cet emprunt se compose de 17 624 521 obligations de 39,15 euros, émises au pair, et portant intérêt au taux de 1 % l'an. Ces obligations ont été partiellement remboursées en février 2005 ramenant l'emprunt à 6 633 921 obligations. Les obligations restantes seront remboursées totalité à leur date d'échéance, le 18 janvier 2018, pour un montant correspondant à 134,59 % du pair. Toutefois, elles pourront être amorties de façon anticipée, soit par rachat en bourse, soit par offres publiques d'achat ou d'échange, et cela à tout moment à compter du 18 janvier 2007. Les porteurs d'obligations auront la faculté de demander le remboursement anticipé les 18 janvier 2006, 2010 et 2014. De plus, Publicis Groupe SA dispose d'un droit de procéder à un amortissement anticipé à compter du 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.

2) Le 8 juillet 2003, le Directoire a procédé, conformément à la délégation qui lui a été donnée par les actionnaires lors de l'Assemblée du 18 juin 2002, sous ses treizième et quatorzième résolutions, à une émission d'obligations à option de conversion en actions nouvelles et/ou d'échange en actions existantes (dites OCEANE 2008) de la société d'un montant de 671 999 977 euros et d'une durée de 5 ans. Cet emprunt se compose 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 au pair, à leur date d'échéance, le 17 juillet 2008. Toutefois, elles pourront être amorties de façon anticipée soit par rachat en bourse, soit par offre publique d'achat ou d'échange, et cela à tout moment à compter du 18 juillet 2003. De plus, Publicis Groupe SA 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 remises pourront être, au choix de la société, des actions nouvelles ou existantes.

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

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

L'emprunt obligataire à bons de souscription d'actions (OBSA) émis le 24 septembre 2002, d'une durée de 20 ans, a été remis en paiement d'une partie des actions Bcom3. Il était représenté par 2 812 500 obligations de 305 euros de nominal, soit un montant total de 857 812 500 euros. A chaque obligation sont attachés 10 bons donnant droit à souscrire à tout moment dans la période allant du 24 septembre 2013 au 24 septembre 2022 une action Publicis au prix de 30,5 euros par paiement intégral en numéraire à la souscription. La partie obligataire des OBSA a été rachetée en septembre 2004. Les bons de souscription d'actions (BSA) ont été détachés et 27 709 748 bons sont en circulation au 31 décembre 2005.

Un emprunt obligataire remboursable en actions nouvelles ou existantes (ORANE) a été également émis le 24 septembre 2002 au terme d'une émission réservée. Cet emprunt obligataire d'une durée de 20 ans, remis en paiement d'une partie des actions Bcom3, est représenté par 1 562 500 ORANE de 549 euros de nominal, soit un montant total de 857 812 500 euros.

Chaque ORANE donne droit à recevoir 17 actions Publicis nouvelles ou existantes, à raison d'une par an du 1^{er} septembre 2005 et jusqu'au vingtième anniversaire de l'emprunt (2022). Corrélativement, la valeur de l'ORANE est réduite de 30,5 euros par an à ces mêmes échéances. Elles portent intérêt de 0,82% du nominal. Ce pourcentage a été revu pour la première fois à l'occasion de l'échéance du 1^{er} septembre 2005, sur la base de 110 % de la moyenne des dividendes des trois derniers exercices ; le nouveau coupon, fixé pour la période septembre 2004/septembre 2007 représente un intérêt de 0,96% Conformément au contrat d'émission, Publicis Groupe SA a procédé le 1^{er} septembre 2005 au remboursement prévu des ORANE en remettant une action nouvelle pour chaque ORANE détenue. Pour ce faire, Publicis Groupe SA a augmenté son capital de 1 562 500 actions d'une valeur nominale de 0,40 euro et ce, dans le cadre de l'autorisation donnée par l'Assemblée générale du 18 juin 2002 dans sa 20^{ème} résolution.

Modifications statutaires

Nous vous proposons de modifier certains articles des statuts pour les mettre en conformité avec l'évolution de la législation notamment prendre en compte le délai de déclaration de franchissement de seuil ramené à cinq jours de bourse, l'obligation d'établir des procès-verbaux pour chaque séance du Directoire et la possibilité offerte désormais au Directoire de procéder à l'émission d'obligations.

L'article 7 : Transmission des actions, paragraphe III relatif au franchissement de seuils est remplacé dans son intégralité par le texte ci-après :

« **III** - Toute personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, qui détient ou vient à détenir, de quelque manière que ce soit au sens des articles L. 233-7 et suivants du Code de Commerce, une fraction égale ou supérieure à 1 % du capital social ou des droits de vote, ou tout multiple de ce pourcentage, y compris au-delà des seuils de déclaration prévus par les dispositions légales et réglementaires, doit informer la Société du nombre total d'actions et de droits de vote qu'elle possède ainsi que des valeurs mobilières donnant accès au capital et aux droits de vote qui y sont potentiellement attachés au moyen d'une lettre recommandée avec demande d'avis de réception adressée au siège social dans le délai de cinq jours de bourse à compter du franchissement de l'un de ces seuils.

Cette obligation s'applique également chaque fois que la fraction du capital ou des droits de vote détenue devient inférieure à l'un des seuils prévus à l'alinéa ci-dessus.

En cas de non-respect des dispositions ci-dessus, les sanctions prévues par la loi en cas d'inobservation de l'obligation de déclaration de franchissement des seuils légaux s'appliquent également, à la demande, consignée dans le procès-verbal de l'assemblée générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 1 % au moins du capital ou des droits de vote de la Société. ».

L'article 11 : Délibération du Directoire, paragraphe III est remplacé dans son intégralité par le texte ci-après : « L'établissement d'un procès-verbal est obligatoire après chaque réunion du Directoire. ».

L'article 21 : Bureau, Feuille de présence, Voix, dernier alinéa est remplacé dans son intégralité par le texte suivant : « Le mode de scrutin est déterminé par le bureau de l'Assemblée. »

L'article 22 : Assemblée Générale Ordinaire, le membre de phrase du premier alinéa « les rapports présentés par le Directoire et les commissaires ainsi que les observations présentées par le Conseil de Surveillance » est remplacé par : « les rapports présentés par le Directoire, le Conseil de Surveillance et les commissaires aux comptes. »

Le second alinéa du dit article est modifié comme suit :

- Le membre de phrase « autoriser tous emprunts par voie d'émission d'obligations non convertibles en actions et statuer sur la constitution de sûretés particulières à leur conférer » est complété par le membre de phrase suivant « étant précisé que ce pouvoir n'est pas réservé à l'Assemblée et que le Directoire a qualité pour décider ou autoriser de tels emprunts et la constitution de sûretés particulières à leur conférer, sauf si l'Assemblée venait à décider d'exercer ce pouvoir. »
- A la dernière ligne dudit alinéa, le mot « Ordinaire » est remplacé par le mot « Extraordinaire. »

Jetons de présence

Nous vous proposons de fixer le montant annuel des jetons de présence à allouer aux Membres Conseil de surveillance à la somme de 600 000 euros pour l'exercice 2005. Si, vous approuvez cette proposition, le Conseil de surveillance vous informe, dès à présent, que le montant des jetons de présence à allouer à chacun des Membres du Conseil de surveillance sera de 5 000 euros pour chacune des réunions à laquelle il aura assisté. Nous vous informons également qu'il sera alloué un montant de 5 000 euros à chacun des Membres du Comité d'audit et du Comité de nomination et de rémunération pour chacune des réunions à laquelle il aura assisté.

Renouvellement et nomination de Membres du Conseil de surveillance

Il est soumis à votre vote le renouvellement des mandats de Madame Elisabeth Badinter et Monsieur Henri-Calixte Suaudeau, en qualité de Membres du Conseil de surveillance, pour une durée de six années qui expirera à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2011.

Nous vous demandons également de ratifier la nomination, par cooptation, décidée par le Conseil de Surveillance en date du 2 mars 2006, de Monsieur Michel Halpérin en qualité de nouveau Membre du dit Conseil, en remplacement de Monsieur Robert Badinter, démissionnaire, pour la durée restante du mandat de ce dernier, soit jusqu'à l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2007.

Il vous appartient enfin de nommer Madame Léone Meyer en qualité de nouveau Membre du dit Conseil, pour une durée de six années qui expirera à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2011, en remplacement de Monsieur Robert Seelert qui n'a pas souhaité demander le renouvellement de son mandat.

Rémunérations et avantages consentis aux Membres du Directoire et du Conseil de surveillance

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

Rémunérations (en euros) versées durant l'exercice 2005 (montants bruts avant prélèvements sociaux et fiscaux)

	2005				2004	
	Rémunération brute totale	dont :			Rémunération brute totale	dont partie fixe
		partie fixe	partie variable	jetons de présence		
Membres du Directoire						
Maurice Lévy	3 060 430	800 080	2 260 350		3 200 073	800 073
Claudine Bienaimé	300 000	120 000	180 000		270 000	120 000
Jack Klues ⁽¹⁾⁽³⁾	1 608 439	643 688	952 658		-	-
Kevin Roberts ⁽¹⁾	2 561 550	804 610	1 733 130		12 093	805 120
Bertrand Siguier	577 440	327 440	250 000		23 810	301 296
Roger Haupt ⁽¹⁾⁽⁹⁾	-					5 496 604 ⁽⁶⁾
Membres du Conseil de Surveillance						
Elisabeth Badinter	222 939	182 939		40 000		228 939
Sophie Dulac	15 000			15 000		10 500
Robert Badinter	15 000			15 000		10 500
Michel David-Weill	10 000			10 000		7 000
Henri-Calixte Suaudeau	40 000			40 000		144 056 ⁽⁷⁾
Monique Bercault	20 000			20 000		14 000
Hélène Ploix	45 000			45 000		38 000
Gérard Worms	45 000			45 000		38 000
Amaury de Seze	10 000			10 000		10 500
Simon Badinter ⁽¹⁾⁽⁸⁾	322 520	154 485	138 677	20 000	9 358	188 088
Michel Cicurel	30 000			30 000		14 000
Robert L. Seelert ⁽¹⁾	290 543	241 383		15 000	34 160	288 273
Felix G. Rohatyn	15 000			15 000		10 500
Yutaka Narita	20 000			20 000		10 500
Tateo Matakai ⁽²⁾	5 000			5 000		-
Fumio Oshima ⁽⁴⁾	10 000			10 000		10 500
TOTAL	9 223 861	3 274 625	5 514 815	355 000	79 421	16 072 950

(1) Rémunération versée en US \$. La conversion en euro est effectuée au cours moyen de 1 \$ = 0,80461€ en 2005 et de 1 \$ = 0,88582 € en 2004

(2) Nomination à compter du 9 septembre 2004

(3) Nomination à compter du 1er janvier 2005

(4) Fin de mandat le 9 septembre 2004

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

(6) Y compris un bonus exceptionnel au titre de la période 2001-2003 (en application des accords pris lors de l'acquisition de Saatchi & Saatchi)

(7) Indemnité de départ en retraite versée à Monsieur Henri-Calixte Suaudeau (Directeur du Département Immobilier jusqu'au 30 avril 2004)

(8) Critère de la partie variable : évolution des résultats de Médias & Régies Europe

(9) Fin de mandat le 31 décembre 2004. La rémunération 2004 inclut une indemnité de départ.

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 est fonction de la performance annuelle et dépend de l'atteinte d'objectifs quantitatifs et qualitatifs. 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 versée aux membres du Directoire en 2005 au titre de l'exercice 2004 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 ; l'intégration de Bcom3 et la mise en place des nouvelles structures de management du Groupe ;

- Monsieur Kevin Roberts : la croissance du résultat opérationnel de Saatchi & Saatchi, par rapport au budget. Au bonus annuel 2004 versé en 2005 s'est ajouté un versement annuel de pension en application d'engagements pris lors de l'acquisition de Saatchi & Saatchi ;
- Monsieur Jack Klues : la croissance du résultat opérationnel de Starcom MediaVest Group, par rapport au budget ;
- Monsieur Bertrand Siguier : l'atteinte d'objectifs qualitatifs, dans les secteurs qui lui sont confiés, en particulier ceux du partenariat avec Dentsu et du marketing sportif ;
- Madame Claudine Bienaimé : l'atteinte d'objectifs qualitatifs dans ses fonctions de Secrétaire Général du Groupe.

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

- Le contrat conclu à effet au 1^{er} janvier 2005 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 du fait de la société 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 : 120% de son salaire fixe annuel, le coût annuel des avantages divers dont il bénéficie et le montant annuel maximum du bonus auquel il peut 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 au moment 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 par sa présence dans le Groupe sur la période octobre 2005-décembre 2008, et serait 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 à effet au 1^{er} juillet 2004 prévoit que s'il est mis fin du fait de la société au contrat dans certaines circonstances, la société pourrait être amenée à lui verser une somme égale à sa rémunération totale annuelle (salaire fixe + bonus de base).
- Le contrat conclu avec Monsieur Seelert prévoit qu'à la cessation de ses fonctions de *President* de Saatchi & Saatchi North America, il aura droit à une somme calculée sur la base de 6,25% de la rémunération qui lui aura été versée depuis septembre 2002.
- Dans le cadre de la fixation des conditions de rémunération de Monsieur Lévy à compter de 2003, le Conseil de Surveillance a décidé d'une rémunération complémentaire conditionnelle de Monsieur Lévy 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 partir du 1er janvier 2003 et d'une obligation de non concurrence 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 1er janvier 2003.

Options de souscription ou d'achat d'actions consenties aux mandataires sociaux et options levées par ces derniers entre le 1^{er} janvier et 31 décembre 2005

	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 2005					
Monsieur Maurice Lévy	-				
Monsieur Kevin Roberts	-				
Monsieur Bertrand Siguier	-				
Monsieur Jack Klues	-				
Madame Claudine Bienaimé	-				
Monsieur Robert L.Seelert	-				
Options levées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2005					
Monsieur Maurice Lévy	-				
Monsieur Kevin Roberts	-				
Monsieur Bertrand Siguier	18 690	S	7,09	2007/2008	7 ^{ème} /8 ^{ème} tranches
Monsieur Jack Klues	-				
Madame Claudine Bienaimé	-				
Monsieur Robert L.Seelert	-				

(*) : A = acquisition ; S = souscription

Le nombre total des options attribuées aux mandataires sociaux restant à lever au 31 décembre 2005 est de 1 983 000 options (dont 796 000 conditionnelles dans le cadre du Plan 2003-2005 dit «LTIP» au prix moyen de 25,66 euros.

Liste des mandats et fonctions exercés dans toute société par les Membres du Directoire et du Conseil de Surveillance durant l'exercice 2005

Membres du Directoire

Monsieur Maurice Lévy : Président

- Président Directeur Général
 - Membre du Conseil de Surveillance
 - *Chairman & CEO*
 - Président, *Director*
 - *Director*
- Publicis Conseil SA (France)
 - Médias et Régies Europe SA (France)
 - Publicis USA Holdings, Inc. (Etats-Unis)
 - U.S. International Holding Company, Inc. (Etats-Unis)*
 - D'Arcy Masius Benton & Bowles, Inc. (Etats-Unis)*
 - Multi Market Services Limited (Royaume-Uni)
 - Zenith Optimedia Group Limited (Royaume-Uni)
 - Fallon Group, Inc. (Etats-Unis)
 - MMS USA Holding, Inc (Etats-Unis)
 - Publicis USA holdings, Inc. (Etats-Unis)
 - Optimedia Holdings Limited (Royaume-Uni)*
 - MarketForward Corporation (Etats-Unis)*
 - Publicis & Hal Riney (Etats-Unis)*
 - Publicis Communication (Pty) Limited (Afrique du Sud)*
 - Publicis Johannesburg (Pty) Limited (Afrique du Sud)*
 - Optimedia SA (Pty) Limited (Afrique du Sud)*
 - Publicis Communication Pty Limited (Australie)*
 - Publicis Communication Limited (Nouvelle Zélande)*
 - Publicis Canada Inc.*
 - Publicis.Unitros SA (Chili)*
 - Publicis Ariely Advertising 2000 Limited (Israël)*
 - Publicis.Wet Desert Sdn Bhd (Malaisie)*
 - Publicis Pakistan (Pvt) Limited (Pakistan)*

- Publicis Ad-Link Group Limited (Chine)*
 - Publicis Graphics Group Holding SA (Luxembourg)*
 - Omagh Pty Limited (Australie)*
 - Optimedia Australia Pty Limited*
 - Papagena Pty Limited (Australie)*
 - Publicis Loyalty Pty Limited (Australie)*
 - Publicis Mojo Pty Limited (Australie)*
 - Publicis Dialog Pty Limited (Australie)*
 - Publicis Mojo Limited (Nouvelle Zélande)*
 - A.B. Data Limited (Israël)*
 - Triangle Holdings (UK) Limited (Royaume-Uni)*
 - Asia Baseline Holdings, Inc. (Philippines)*
 - Publicis Technology SA*
- Représentant permanent de Publicis Groupe SA
 - Président
- Palais de Tokyo, site de création contemporaine
(Association Loi 1901) (France)

* Fin de mandats au cours de l'année 2005 et depuis le 31 décembre 2005

Monsieur Bertrand Siguier : Membre du Directoire

- Président Directeur Général
 - Administrateur
- Multi Market Services France Holdings SAS (France)
 - Publicis Technology SA (France)
 - Publicis Cachemire SA (France)*
 - Gantois SA (France)
 - HM Editions (France)
 - Gaumont (France)
- *Director*
- Publicis Canada Inc
 - Multi Market Services Limited (Royaume-Uni)
 - Publicis Hellas Advertising (Grèce)
 - Publicis Graphics Group Holding (Luxembourg)
 - Publicis Communication Limited (Nouvelle Zélande)
 - 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 & Hal Riney (Etats-Unis)*
 - iSe International Sports and Entertainment AG (Suisse)
- *Deputy Chairman*

* Fin de mandats au cours de l'année 2005

Monsieur Kevin Roberts : Membre du Directoire

- *Director*
- Conill Advertising inc. (Etats-Unis)
 - Rowland Communications Worldwide, Inc. (Etats-Unis)
 - Saatchi & Saatchi Compton Worldwide Inc. (Etats-Unis)
 - Saatchi & Saatchi North America, Inc. (Etats-Unis)
 - Saatchi & Saatchi Rowland Inc. (Etats-Unis)
 - Samuncam Disposition N° 4 Corporation (Etats-Unis)
 - Lion Nathan Plc (Royaume-Uni)
 - New Zealand Rugby Football Union (Royaume-Uni)
 - North Harbour Rugby Football Union (Royaume-Uni)
 - ThompsonMurray, Inc. (Etats-Unis)
 - Red Rose Limited (Nouvelle-Zélande)

Red Rose Charitable Services Limited (Nouvelle-Zélande)
Saatchi & Saatchi Holdings Worldwide Inc. (Etats-Unis)*
Inspiros Worldwide Limited (Nouvelle-Zélande)*

* Fin de mandats au cours de l'année 2005 et depuis le 31 décembre 2005

Monsieur Jack Klues : Membre du Directoire

- *CEO* Starcom MediaVest Group, Inc. (Etats-Unis)*
- *President* Starcom Worldwide, Inc. (Etats-Unis)*
- *Administrateur* Starcom Worldwide SA (France)
- *Director* Starcom Worldwide SA de CV (Mexique)
Relay, Inc. (Etats-Unis)*
Starlink Services, Inc. (Etats-Unis)*

* Fin de mandats en cours de l'année 2005

Madame Claudine Bienaimé : Membre du Directoire

- *Président* Publicis Groupe Services SAS (France)
- *Administrateur* Publicis Conseil SA (France)
Médiasystem SA (France)
Solange Stricker MS&L France SA (France)
Groupe Zenithoptimedia SA (France)
Gévelot SA (France)
P. C. M. Pompes SA (France)
Gévelot Extrusion SA (France)
Gurtner SA (France)
Publicis Technology SA (France)
- *Représentant Permanent de Publicis Groupe* Publicis Finance Services SA (France)
- *Représentant Permanent de Publicis Conseil* Publicis EtNous SA (France)
Carré Noir SA (France)
Re:Sources.France SAS (France)
Loeb & Associés SA (France)
World Advertising Movies SA (France)
Publicis Régions SA (France)
Paname Communication SA (France)*
Publicis Koufra SA (France)*
Publicis Cachemire SA (France)*
2^{ème} Communication SA (France)*
- *Director* Publicis Groupe Investissements BV (Pays-Bas)
Publicis Holdings BV (Pays-Bas)
Publicis Groupe Holdings BV (Pays-Bas)
Publicis Groupe SA (France)
- *Secrétaire Général* Multi Market Services France Holdings SAS (France)
- *Membre du Comité de Direction* Société Immobilière du Boisdormant SA (France)
- *Président Directeur Général* Rosclodan SA (France)
- *Directeur Général Délégué* Sopofam SA (France)
- *Gérant* Drugstore Champs Elysées SNC (France)*
SCI Presbourg Etoile (France)

* Fin de mandats au cours de l'année 2005

Membres du Conseil de Surveillance

Madame Elisabeth Badinter : Présidente

Membre du Comité de nomination et de rémunération

- Présidente du Conseil de Surveillance Médias et Régies Europe SA (France)
- Ecrivain

Madame Sophie Dulac : Vice-Présidente

- Présidente du Conseil d'Administration Les Ecrans de Paris SA (France)
- Gérante Sophie Dulac Productions SARL (France)
Sophie Dulac Distributions SARL (France)
- Présidente Association Paris Tout Court (France)

Monsieur Robert Badinter : Membre du Conseil de Surveillance

Démission en date du 2 mars 2006

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

Monsieur Michel Halpérin : Membre du Conseil de Surveillance

Cooptation par le Conseil de Surveillance du 2 mars 2006

- Président du Grand Conseil de la République et canton de Genève
- Président Human Rights Watch, Geneva International Committee
Amis Suisses de l'Université Ben Gourion du Néguev
- Vice-Président du Conseil d'administration BNP Paribas SA (Suisse)
- Membre du Conseil Fondation Genève Place Financière

Monsieur Michel David-Weill : Membre du Conseil de Surveillance

Membre du Comité d'audit

- *Chairman* Lazard LLC (Etats-Unis)*
- Président Maison Lazard SAS (France)*
Malesherbes SAS (France)
- Président du Conseil de Surveillance Eurazeo SA (France)
- Administrateur Groupe Danone SA (France)
Fonds Partenaires-Gestion (France)*
Lazard Frères Banque (France)*
- *Managing Director* Lazard Frères & CO LLC (Etats-Unis)*
- Associé-Gérant Lazard Frères SAS (France)*
Maison Lazard SAS (France)*
- Gérant BCNA SNC (France)
Parteman SNC (France)
Parteger SNC (France)*
Partemiel (France)*
- Associé Commandité et Gérant Partena SCS (France)
- Président du Comité des Rémunérations
et du Comité de Nominations Groupe Danone SA (France)

* Fin de mandat au cours de l'année 2005

Monsieur Henri-Calixte Suaudeau : Membre du Conseil de Surveillance

Administrateur Publicis Conseil SA (France)

Mademoiselle Monique Bercault : Membre du Conseil de Surveillance

- Conseiller Technique auprès du Président du Directoire de Médias et Régies Europe

Madame Hélène Ploix : Membre du Conseil de Surveillance

Membre du Comité d'audit

- Président Pechel Industries SAS (France)
Pechel Industries Partenaires SAS (France)
Pechel Services SAS (France)
- Administrateur Lafarge SA (France)*
BNP Paribas SA (France)
Boots Group Plc (Royaume-Uni)
Ferring SA (Suisse)*
- Représentant Permanent de Pechel Industries Aquarelle.com Group SA (France)
Quinette Gallay SA (France)
CVBG-Dourthe Kressman SA (France)
Xiring SA (France)
CAE International CS (France)
- Représentant Permanent de Pechel SVP Management et Participations SA (France)
Industries Partenaires
- Observateur au C.A. Ypso Holding SA (Luxembourg)
- Gérant Hélène Ploix EURL (France)
Hélène Marie Joseph EURL (France)

* Fin de mandat en cours de l'année 2005

Monsieur Gérard Worms : Membre du Conseil de Surveillance

Président du Comité d'audit

- Associé Gérant Rothschild & Cie Banque (France)
- Associé Gérant Commandité Rothschild & Cie (France)
- Président S.G.I.M. SA (France)
- Administrateur Editions Atlas SAS (France)
Cofide SA (Italie)
- Membre du Conseil de Surveillance Métropole Télévision SA (France)
Médias et Régies Europe SA (France)
Paris-Orléans SA (France)
- Censeur Ondéo Degrémont SA (France)
SIACI SA (France)

Monsieur Amaury de Seze : Membre du Conseil de Surveillance

- Président Financière PAI partners SAS (France)
Financière PAI SAS (France)
PAI partners SAS (France)
- *Chairman* PAI partners UK Ltd (Royaume-Uni)
- Membre du Conseil de Surveillance Gras Savoye SCA (France)
- Administrateur Carrefour SA (France)
Eiffage SA (France)
Erbé SA (Belgique)
Gepeco SA (France)

Groupe Bruxelles Lambert SA (Belgique)
 Groupe Industriel Marcel Dassault SA (France)
 PAI Europe III General Partner (France)
 PAI Europe IV General Partner (France)
 Power Corporation du Canada Ltd. (Canada)
 Pargesa SA (Suisse)
 Vivarte SA (France)
 Novalis SAS (France)
 Novasaur SAS (France)

Monsieur Simon Badinter : Membre du Conseil de Surveillance

- *Chairman & CEO* Médias et Régies America Inc. (Etats-Unis)
- *Président et CEO* Omni Media Cleveland Inc. (Etats-Unis)
- *Président* Gestion Omni Media Inc. (Canada)
- *Président du Directoire* Médias et Régies Europe SA (France)
- *Représentant Permanent de Médias et Régies Europe* R.P.T.P - Métrobus Publicité SA (France)
- *Member of the Board* Mediavision et Jean Mineur SA (France)
- *Co-General Manager* Onspot Digital Network (Etats-Unis)
Onspot Digital Network (Etats-Unis)

Monsieur Michel Cicurel : Membre du Conseil de Surveillance

Président du Comité de nomination et de rémunération

- *Président du Directoire* La Compagnie Financière Edmond de Rothschild Banque SA (France)
Compagnie Financière Saint-Honoré SA (France)
- *Président du Conseil d'Administration* ERS SA (France)
Edmond de Rothschild SGR Spa (Italie)
Edmond de Rothschild SIM Spa (Italie)
- *Président du Conseil de Surveillance* Edmond de Rothschild Multi Management SAS (France)
Edmond de Rothschild Private Equity Partners SAS (France)*
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)
Cir International (Luxembourg)*
Rexecode (Association)
Société Générale SA
- *Représentant permanent de La Compagnie Financière Edmond de Rothschild Banque* Edmond de Rothschild Asset Management SA (France)
Edmond de Rothschild Corporate Finance SA (France)
Edmond de Rothschild Financial Services (France)
Edmond de Rothschild Multi Management SAS (France)*
Equity Vision SA (France)
Assurances et Conseils Saint-Honoré SA (France)
- *Membre du Conseil des Commanditaires* Rothschild & Compagnie Banque SCS (France)
- *Représentant permanent de Compagnie Financière Saint-Honoré* Cogifrance SA (France)
- *Censeur* Paris-Orléans SA (France)

* Fin de mandats en cours d'année 2005

Monsieur Robert L. Seelert : Membre du Conseil de Surveillance

- *Chairman, Director* Saatchi & Saatchi Worldwide, Inc. (Etats-Unis)
- *Director, Chief Executive Officer* Saatchi & Saatchi Holdings Worldwide, Inc. (Etats-Unis)
Saatchi & Saatchi Compton Worldwide, Inc. (Etats-Unis)
Saatchi & Saatchi North America, Inc. (Etats-Unis)
Zenith Trustees Limited (Royaume-Uni)

Monsieur Felix George Rohatyn : Membre du Conseil de Surveillance

- *Président* Rohatyn Associates LLC (Etats-Unis)
- *Membre du Conseil de Surveillance* Lagardère Groupe SA (France)
- *Administrateur* LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA (France)
Rothschilds Continuation Holdings AG (France)
French American Foundation (Etats-Unis)
- *Trustee and Vice –Chairman* Carnegie Hall (Etats-Unis)

Monsieur Yutaka Narita : Membre du Conseil de Surveillance

- *Principal Advisor & Chairman of Dentsu Group* Dentsu Inc.
- *Chairman* Japan Advertising Agencies Association
Japan Audit Bureau of Circulations
- *Executive Director* FM Japan Ltd.
- *Member of the Foundation Board* Institute for Management Development
- *Member* Chambre de Commerce et d'Industrie Française au Japon
Strategic Council on Attractiveness of France
Beijing University
- *Emeritus Professor*

Monsieur Tateo Mataka : Membre du Conseil de Surveillance

- *President & CEO* Dentsu Inc.
- *Vice President* Japan Marketing Association
International Advertising Association Japan Chapter
Organizing Committee for the IAAF World Championship in Athletics 2007
- *President* Japan Advertising Agencies Association
- *Member* Nippon Academy Award Association
The Tokyo Chamber of Commerce and Industry
- *Director* Tokyo Broadcasting System Television, Inc.
Broadcasting System of Niigata Inc.
Shinetsu Broadcasting Corporation Ltd.
- *External Director* Television Nishinippon Corporation
- *Senior Corporate Advisor* Iwate Broadcasting Co., Ltd

Convention visées à l'article L.225-86 du Code de commerce

Nous vous précisons qu'au cours de l'exercice écoulé, il n'a été conclu aucune convention donnant lieu à application de l'article L.225-86 du Code de commerce.

Evénements postérieurs à la clôture

Dans le cadre de la poursuite de son programme de simplification de son bilan, Publicis Groupe SA a lancé le 13 janvier 2006 une offre publique de rachat de ses Bons de souscriptions d'actions. Cette offre, dont la clôture est intervenue le 14 février 2006, s'est conclue par le rachat de 22 107 049 bons de souscription d'actions, soit près de 80% des bons en circulation, pour un montant total de 199 millions d'euros. Cette opération va ainsi permettre de supprimer 22 millions d'actions potentielles qui auraient dû être émises en cas d'exercice des bons.

Par ailleurs, en janvier 2006, un certain nombre de porteurs d'OCEANE 2018 ont exercé leur droit à remboursement, conduisant Publicis Groupe SA à rembourser 1 149 587 obligations pour un montant total de 51 millions d'euros (y compris intérêts courus). Un nombre équivalent d'actions potentielles (qui auraient dû être émises en cas de demande de conversion des OCEANE) se trouve ainsi supprimé.

Principes, règles et méthodes comptables

Principes et méthodes de consolidation

En application du règlement européen numéro 1606/2002 du 19 juillet 2002 sur les normes internationales, les comptes consolidés au titre de l'exercice 2005 ont été établis selon les normes comptables internationales IAS/IFRS applicables au 31 décembre 2005 telles qu'approuvées par l'Union Européenne.

Principes et méthodes des comptes sociaux annuels

Les comptes annuels de l'exercice 2005 sont établis conformément au Plan Comptable Général et dans le respect des textes légaux et réglementaires en vigueur en France. Les méthodes d'évaluation retenues pour l'établissement des comptes sociaux annuels de l'exercice 2005 sont restées inchangées par rapport à celles utilisées pour établir les comptes de l'exercice précédent. A l'exception, toutefois, de la première application, à partir du 1er janvier 2005 des règlements CRC 2000-10, 2003-07 et 2004-06 relatifs aux actifs, qui n'a eu aucune incidence sur les comptes annuels.

Objet des résolutions

Nous vous demandons, avec l'approbation des comptes annuels et des comptes consolidés de l'exercice 2005 et des opérations résumées dans les rapports du Directoire, du Conseil de Surveillance et de sa Présidente ainsi que des rapports des Commissaires aux comptes :

- d'affecter le résultat de l'exercice 2005 et de distribuer un dividende ;
- de donner quitus aux Membres du Directoire pour leur gestion au cours de l'année 2005 ;
- de donner quitus aux Membres du Conseil de Surveillance pour l'exécution de leur mandat au titre de l'exercice 2005 ;
- de fixer le montant des jetons de présence à allouer aux Membres du Conseil de surveillance pour l'exercice 2005 ;
- de délibérer en application de l'article L 225-86 du Code de commerce ;
- de renouveler le mandat de deux Membres du Conseil de Surveillance ;
- de nommer un nouveau Membre du Conseil de Surveillance ;
- de ratifier la nomination par cooptation d'un nouveau Membre du Conseil de Surveillance ;
- d'autoriser le rachat par la Société de ses propres actions et éventuellement de les annuler par voie de réduction de capital ;

- d'autoriser le Directoire aux fins de procéder à une ou plusieurs augmentations de capital réservée aux salariés dans les conditions prévues à l'article L. 443 du Code du travail en application de l'article L. 225-129-6 al 2 du Code de Commerce ;
- de modifier les articles des statuts suivants : 7 -Transmission des actions-, 11 -Délibérations, 21 Bureau- Feuille de présence-Voix- et 22 -Assemblée Générale Ordinaire- ;
- de donner pouvoirs en vue de l'accomplissement des formalités.

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

Le Directoire

ANNEXE 1

TABLEAU DES FILIALES ET DES PARTICIPATIONS AU 31 DECEMBRE 2006

(Chiffres en milliers d'euros, sauf pour les capitaux propres déclarés dans la monnaie locale)

A - Filiales et participations dont la valeur d'inventaire excède 1% du capital de Publicis Groupe SA

Sociétés	Capital	Réserves et report à nouveau	% de participation	Valeur d'inventaire brute	Valeur d'inventaire nette	Prêts et avances	Chiffre d'affaires	Résultat net	Dividendes encaissés
1- Filiales Publicis USA Holdings 14185 North Dallas Parkway – Suite 400 Dallas Texas 75254 USA	3 USD	1 369 449 USD	7,79	87 300	80 566	903 755	0	(93 296)	304 203
MMS USA Holdings 35 W.Wacker Drive Chicago Illinois 60 601 USA	41 USD	1 858 232 USD	9,75	349 344	349 344	0	0	501 200	0
Publicis Groupe Investments B.V. Prof. W.H. Keesomlaan 12 1183 DJ Amstelveen Pays-Bas	60 392	4 309 052	100,00	3 904 322	3 904 322	0	0	222 431	222 423
MMS France Holdings 133, Champs Elysées 75008 Paris SIREN 444 714 786	114 607	135 873	99,61	248 670	248 670	0	0	12 292	4 832
Médias et Régies Europe 9/11 rue Blaise Pascal 92 200 Neuilly sur Seine SIREN 353 938 905	24 150	(38 599)	99,99	25 508	25 508	7 200	22 212	95 231	75 577
Metrobus 9/11 rue Blaise Pascal 92 200 Neuilly sur Seine SIREN 327 096 426	1 840	25 363	32,30	17 508	17 508	0	141 338	5 460	0
2- Participations Europe 1 Immobilier 26bis, rue François 1 ^{er} 75008 Paris SIREN 622 009 959	1 050	3 044	10,00	1 959	1 959	0	8 173	2 731	0

B - Renseignements globaux sur toutes les filiales et participations

	Filiales		Participations	
	françaises	étrangères	françaises	étrangères
Valeur comptable des titres détenus				
- brute	294 283	4 340 967	1 977	74
- nette	294 283	4 334 233	1 977	0
Montant des prêts accordés	55 626	1 130 906	0	0
Montant des dividendes encaissés	89 804	526 626	0	0

Il n'existe pas de cautions et avals donnés aux filiales indiquées dans le tableau ci dessus.

ANNEXE 2

TABLEAU DES RESULTATS DE PUBLICIS GROUPE SA AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

	2005	2004	2003	2002	2001
Capital en fin d'exercice					
Capital social (en milliers d'euros)	78 844	78 188	78 151	78 432	55 840
Nombre d'actions émises	197 109 010	195 471 061	195 378 253	196 081 129	139 599 996
Nombre maximal d'actions futures à créer :					
Par exercice d'options de souscriptions attribuées ⁽¹⁾	361 470	441 440	525 080	650 553	918 196
Par conversion d'obligations ⁽²⁾	56 362 527	68 921 934	68 921 934	45 749 521	-
Opérations et résultats de l'exercice (en milliers d'euros)					
Chiffre d'affaires hors taxes	25 574	31 011	17 914	10 997	11 436
Résultat avant impôts, amortissements et provisions	143 611	417 618	(559 520)	(698 213)	25 009
Impôts sur les bénéfices	(33 554)	(1 857)	(8 399)	(94)	0
Résultat après impôts, amortissements et provisions	254 045	418 108	25 677	(926 174)	(469 109)
Résultat distribué	70 959 ⁽³⁾	54 722	50 803	46 871	29 423
Résultat par action (en euros)					
Résultat après impôts, mais avant amortissements et provisions	0,90	2,15	(2,82)	(3,56)	0,18
Résultat après impôts, amortissements et provisions	1,29	2,14	0,13	(4,72)	(3,36)
Dividende attribué à chaque action	0,36	0,30	0,26	0,24	0,22
Personnel					
Effectif moyen des salariés	3	9	9	5	5
Montant de la masse salariale (en milliers d'euros)	1 938	2 550	3 183	637	745
Montant des avantages sociaux (sécurité sociale, œuvres sociales...) (en milliers d'euros)	671	699	1 561	476	359

(1) les BSA (bons de souscriptions d'actions) antérieurement attachés aux OBSAs ne sont pas pris en compte du fait de leur cours d'exercice de 30,5 euros, supérieur au cours de bourse de l'action Publicis depuis leur émission.

(2) il a été retenu comme hypothèse que des actions nouvelles seront émises tant dans le cadre des Océanes que des Oranes.

(3) estimation sur la base des actions existant au 31 décembre 2005, y compris les actions propres.

ANNEXE 3

DESCRIPTION DES PRINCIPAUX RISQUES ET INCERTITUDES

(Article L. 225-100 alinéa 4 et 6 issu de l'Ordonnance n° 2004-1382)

L'essentiel des risques pouvant affecter l'activité et la rentabilité de Groupe est commun au secteur de la communication et plus généralement aux activités de prestations de services, plus dépendantes de la qualité professionnelle d'individus que d'actifs ou de processus industriels ou encore de méthodes. Le suivi de ces risques est assuré par la direction générale du Groupe et la direction des filiales concernées dans le cadre de leurs attributions.

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. 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 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.

La conjoncture économique peut influencer 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. Nombre d'entreprises réagissent à un ralentissement de l'activité économique en réduisant leur budget de communication afin de préserver leurs objectifs de rentabilité. Les périodes de récession peuvent s'avérer plus marquées dans le secteur de la publicité et de la communication que dans d'autres secteurs. C'est pourquoi les perspectives commerciales, la santé 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 (Loi Sapin en France et 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

Le client 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 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 le risque de perte d'un client. Enfin, avec l'intensification des processus de fusions/acquisitions au niveau mondial, le risque de perte d'un client 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 clients du Groupe représentent respectivement environ 26% et 34% du revenu consolidé du Groupe. Un ou plusieurs de ces principaux clients pourraient décider à l'avenir de réduire leurs investissements, voire les supprimer 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.

Le développement commercial peut se trouver limité en raison de la survenance de conflits d'intérêts entre clients d'un même secteur

Le Groupe dispose de plusieurs réseaux, ce qui est de nature à limiter les situations de conflits d'intérêts. 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 des 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 et aux résultats 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 dépend aussi très largement du talent et des compétences des créatifs, commerciaux et spécialistes médias, 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 et les résultats du Groupe pourraient en être 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. Dans cette perspective, l'identification de l'entreprise à acquérir peut se révéler délicate et l'évaluation des risques liés à une opération d'acquisition 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 rachetée peut être difficile et 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 liés aux sociétés acquises. En effet, dans les activités 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 du contrôle interne du Groupe pourraient influencer négativement sur ses résultats et sa situation financière.

Les objectifs chiffrés annoncés par le Groupe pourraient ne pas être atteints

Le Groupe a annoncé des objectifs en matière de performances financières et opérationnelles, notamment des objectifs de croissance et de taux de marge opérationnelle soumis aux facteurs

de risque décrits dans ce chapitre et à certaines conditions rappelées au chapitre 12 du présent document. Ces objectifs sont conçus comme des repères auxquels le Groupe confronte ensuite ses performances, mais ils ne doivent pas être considérés comme des projections ou des éléments d'orientation.

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 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

Le 14 décembre 2005, Publicis Groupe a fait pour la première fois l'objet d'une notation. Celle-ci s'établissait à BBB+ pour Standard & Poor's et à Baa2 pour Moodys 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.

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

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 2005, 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 94% par des emprunts à taux fixe dont le taux moyen est de 6,77%. L'endettement net après déduction des liquidités à taux variable fait apparaître une position d'excédent de liquidités : une variation à la hausse de 1% des taux à court terme aurait un impact favorable de 19 millions d'euros sur le résultat du Groupe avant impôt.

Exposition au risque de change

Afin de couvrir ses actifs nets en dollar et ainsi réduire significativement la sensibilité des fonds propres du Groupe aux variations futures de taux de change entre l'euro et le dollar, le Groupe a procédé au swap de son émission obligataire Eurobond de 750 millions d'euros effectuée en janvier 2005 à taux fixe (taux nominal 4,125%) en un montant de 977 millions de dollars US à taux fixe dollar (5,108%).

Au regard de la norme IAS 39, le swap taux fixe euro/taux fixe dollar a été qualifié de couverture d'investissement net entraînant l'inscription en capitaux propres des variations de juste valeur du dérivé (partie taux et partie change).

L'impact sur les capitaux propres est de 9 millions d'euros net d'impôt différé au 31 décembre 2005. La juste valeur du swap s'élève à 59 millions d'euros au 31 décembre 2005.

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.

A titre d'information, la répartition des revenus du Groupe par devise dans laquelle ces revenus sont réalisés :

	2005
Euro	25%
Dollar US	42%
Livre Sterling	10%
Autres	23%
Total des revenus	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 21 millions d'euros sur le revenu consolidé 2005,
- de 4 millions d'euros sur le résultat d'exploitation 2005.

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.

Pour plus de détail, vous pouvez vous référer à la note 26 aux Comptes consolidés. Les moyens mis en place pour la gestion de la trésorerie du Groupe sont décrits au paragraphe « Informations sur les conditions d'emprunt et la structure de financement du groupe » du présent rapport.

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 2005.

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	(4)
Effet sur les capitaux propres	-	(4)
Effet sur le résultat	-	-

Exposition au risque de liquidité

Pour faire face au risque de liquidité, Publicis dispose d'une part de disponibilités conséquentes (trésorerie et équivalents de trésorerie pour un total au 31 décembre 2005 de 1 980 millions d'euros) et d'autre part de lignes de crédit non utilisées (qui s'élèvent à 1 609 millions d'euros) permettant de faire face à la partie à moins d'un an de sa dette financière. Ces lignes de crédit incluent à hauteur d'un milliard d'euros un crédit syndiqué multi-devises, à échéance 2009, mis en place en décembre 2004 et non utilisé au 31 décembre 2005.

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). Les seules options de remboursement anticipé par les porteurs sont relatives à l'Océane 2018 et exerçables successivement en janvier 2006, 2010 et 2014.

ANNEXE 4

RECAPITULATIF DES DELEGATIONS (Article L. 225-100 alinéa 7 du Code de commerce)

Conformément à l'article L. 225-100 alinéa 7 du Code de commerce, il est joint au rapport de gestion du Directoire un récapitulatif des délégations en cours de validité accordées par l'Assemblée générale des actionnaires au Directoire dans le domaine des augmentations de capital, par application des articles L.225-129-1 et L. 225-129-2.

L'assemblée générale extraordinaire du 9 janvier 2002 de la Société, dans sa dixième résolution, a délégué au Directoire, pour une durée de cinq ans, les pouvoirs nécessaires à l'effet de procéder à une augmentation du capital social d'un montant nominal maximal de deux millions huit cent mille euros par émission d'actions réservées aux adhérents à un plan d'épargne d'entreprise et/ou à un plan partenarial d'épargne salariale. Le prix des actions à émettre ne peut être ni inférieur de plus de 20% ou 30% dans le cadre d'un plan partenarial d'épargne salariale, à la moyenne des premiers cours cotés de l'action lors des 20 séances de bourse précédant la décision du Directoire relative à l'augmentation de capital et à l'émission d'actions correspondante, ni supérieure à cette moyenne.

Au 31 décembre 2005, le Directoire n'a pas fait usage de cette délégation.

L'assemblée générale extraordinaire du 1^{er} juin 2005 de la Société:

- dans sa treizième résolution, a délégué au Directoire, pour une durée de vingt-six mois, sa compétence à l'effet de décider l'émission, avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires, d'actions (autres que de préférence), titres de capital ou valeurs mobilières donnant accès ou pouvant donner accès au capital ou donnant droit à l'attribution de titres de créance. Cette délégation pourra permettre une ou plusieurs émissions de valeurs mobilières donnant accès au capital de filiales de la Société en application de l'article L. 228-93 du Code de commerce. Le montant nominal 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 ;
- dans sa quatorzième 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 (autre que des actions de préférence), de titres de capital 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 de titres de capital de la Société en suite 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 ;

- dans sa quinzième 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, titres de capital ou 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 Eurolist d'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 Eurolist d'Euronext Paris le jour précédant l'émission avec une décote maximale de 25% ;
- dans sa seizième résolution, a délégué au Directoire sa compétence, pour une durée de vingt-six mois, à l'effet de décider d'augmenter le capital social, par incorporation au capital de réserves, bénéfiques ou primes, 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 ;
- dans sa dix-septième résolution, a délégué au Directoire pour une durée de vingt-six mois sa compétence à l'effet de décider, l'émission d'actions, de titres de capital ou valeurs mobilières diverses 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 ;
- dans sa dix-huitième résolution, a délégué, pour une durée de vingt-six mois, au Directoire, les pouvoirs nécessaires à l'effet de procéder à l'émission d'actions, titres de capital 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 ;
- dans sa dix-neuvième résolution, a autorisé le Directoire, pour une durée de vingt-six mois à augmenter le nombre d'actions ou valeurs mobilières à émettre en cas d'augmentation du capital social de la Société avec ou sans droit préférentiel de souscription des actionnaires, dans un délai de 30 jours de la clôture de la souscription de l'émission initiale, dans la limite de 15% de l'émission initiale et au même prix que celui retenu pour l'émission initiale ;
- dans sa vingt et unième résolution, a autorisé le Directoire, 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, 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 ;

- dans sa vingt troisième résolution, a autorisé le Directoire à procéder, pour une durée de 38 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.

Enfin, l'assemblée générale extraordinaire du 1^{er} juin 2005 a fixé le plafond global d'augmentation de capital immédiat ou à terme qui pourrait résulter de l'ensemble des émissions d'actions, titres de capital ou titres ou valeurs mobilières diverses réalisées en vertu de ces délégations à un montant nominal global de quarante millions d'euros, compte non tenu des conséquences sur le montant du capital des ajustements susceptibles d'être opérés, conformément aux dispositions législatives et réglementaires, en suite de l'émission des titres ou valeurs mobilières donnant accès à terme au capital, et a décidé que toute délégation d'émettre des titres ou valeurs mobilières diverses consentie au Directoire sera suspendue en période d'offre publique d'achat ou d'échange sur les titres de la Société, sauf si elle s'inscrit dans le cours normal de l'activité de la Société et que sa mise en œuvre n'est pas susceptible de faire échouer l'offre publique.

Au 31 décembre 2005, aucune de ces autorisations n'a été utilisée par le Directoire.