

PHITRUST

En réponse aux questions écrites que vous nous avez adressées le 23 mai 2018, le Directoire vous adresse les éléments suivants.

I. Sur la gouvernance

Question :

1/. L'article 8.3 du code de gouvernement d'entreprise AFEP-MEDEF stipule que « *la part des administrateurs indépendants doit être de la moitié des membres du Conseil dans les sociétés au capital dispersé et dépourvues d'actionnaires de contrôle* ». Or si Madame Nursalim est élue, le Conseil de Surveillance ne comprendra à l'issue de cette assemblée générale que cinq membres du conseil qualifiés d'indépendants, ce qui, hors représentant des salariés (M. Pénicaud) donnera un taux d'indépendance du Conseil de 45 %. Pourquoi le Conseil de surveillance ne respecte-t-il pas cette disposition du code AFEP-MEDEF en matière d'indépendance du Conseil ?

Réponse :

Le Conseil de Surveillance est déterminé à continuer à enrichir et à diversifier sa composition et à accroître le nombre de membres indépendants. Un effort continu est consenti, depuis plusieurs années, pour renouveler la composition du Conseil de Publicis tout en maintenant la parité entre hommes et femmes et en augmentant l'indépendance.

Le taux d'indépendance de 50% est un objectif auquel nous adhérons, et ayant fait face au désistement de dernière minute d'un candidat choisi par le Comité de nomination, le Conseil de Surveillance n'a pu proposer à l'Assemblée qu'une seule nomination cette année, celle de Madame Cherie Nursalim. Publicis a confirmé le 11 mai 2018 son engagement d'atteindre le seuil de 50 % de membres indépendants lors de l'Assemblée générale de 2019.

Question :

2/. A l'assemblée générale de 2017, les indemnités de départ potentielles de MM. Sadoun et Etienne ont été contestées respectivement à hauteur de 32 % et 38 % des voix, score très élevé de contestation des actionnaires minoritaires si l'on considère que Mme Badinter qui bénéficie de droits de vote double avait voté en faveur de ces indemnités.

Le Conseil de surveillance a-t-il pris acte de cette considération des actionnaires minoritaires et envisage-t-il, à l'occasion du renouvellement des mandats des membres du Directoire en septembre 2018, de modifier les montants de ces indemnités de départ ?



Les indemnités de fin de mandat visées ont été approuvées par l'Assemblée générale des actionnaires de Publicis.

- L'Assemblée générale du 31 mai 2017 a approuvé l'indemnité de fin de mandat de M. Arthur Sadoun au titre des conventions et engagements réglementés à hauteur de 68,1 % (résolution 21).
- L'Assemblée générale du 27 mai 2015 a approuvé l'indemnité de fin de mandat de M. Jean-Michel Etienne au titre des conventions et engagements réglementés à hauteur de 61,8 % (résolution 8).

Il est par ailleurs rappelé que les éléments de rémunération du Président et des membres du Directoire, et notamment les indemnités de départ dont ils sont susceptibles de bénéficier, sont parfaitement conformes à la législation en vigueur et au code Afep-Medef. Notamment, elles ne sont susceptibles d'être versées que dans des cas très précis, sont soumises à des critères de performance stricts, et ne peuvent en aucun cas dépasser deux ans de rémunération.

Le Conseil de surveillance, à partir des travaux du Comité de nomination et du Comité de rémunération, examinera la composition du Directoire et les conditions de rémunération de son Président et de ses membres à l'occasion de l'expiration des mandats du Président et des membres du Directoire au 14 septembre 2018.

Pour fixer les conditions de rémunération du Président et des membres du Directoire, le Conseil de surveillance s'appuie sur une analyse détaillée (qui l'a amené notamment, en 2017, à utiliser les services d'un consultant externe) de l'équité interne, des responsabilités individuelles de chacun et des pratiques observées en France et à l'étranger, à la fois dans les grands groupes internationaux et, de manière plus spécifique, chez les concurrents de Publicis Groupe. Les rémunérations des dirigeants de Publicis sont très largement inférieures à ce qui se pratique chez nos concurrents internationaux.

Question :

3/. La rémunération du Président du Conseil de surveillance apparaît comme excessive tant en comparaison de la rémunération d'autres présidents non-exécutifs de sociétés du CAC 40 qu'en comparaison de celle de Madame Badinter lorsqu'elle présidait le Conseil.

Le Conseil pourrait-il envisager de réaligner la rémunération de M. Lévy pour la rapprocher de celle des dirigeants du CAC 40 exerçant la même fonction, mais en y ajoutant une convention rémunérant les missions particulières supplémentaires qui lui sont demandées (en conformité avec les dispositions de l'art. L225-84 du Code de commerce) ?

Réponse :

M. Maurice Lévy exerce des responsabilités particulières, qu'il est difficile de comparer à celles d'autres dirigeants qui exerceraient les mêmes fonctions.

Il a assuré la transition managériale avec le nouveau Directoire et forme un tandem d'une qualité exceptionnelle avec le nouveau Président du Directoire, Arthur Sadoun.

On peut souligner d'ailleurs la sensibilité et l'importance extrêmes que revêtait la succession à la tête de Publicis, s'agissant d'un groupe qui opère dans le secteur de la publicité, en plein bouleversement et où tout repose sur les talents (80 000 collaborateurs répartis dans quelques 100 pays), et qui n'a connu que deux patrons en 90 ans d'existence.



Dans un tel contexte, la stabilité à la tête de Publicis est apparue indispensable pour assurer la mise en œuvre de la transformation du groupe et garantir de bons résultats pour nos actionnaires.

Il suffit de regarder la situation de nos concurrents pour observer combien une succession dans notre industrie est difficile à concevoir et à mettre en œuvre. Le plan de succession de Publicis est un succès et les intérêts de nos actionnaires ont été indéniablement protégés par le plan ainsi mis en place.

En effet, depuis son entrée au Conseil de Surveillance, Maurice Lévy accompagne de manière active mais non opérationnelle le Directoire, en tant que de besoin, répond aux consultations du Directoire sur tous les événements significatifs pour la Société, poursuit avec les grands clients du Groupe la relation de confiance engagée il y a plusieurs décennies, coordonne les efforts auprès des pouvoirs publics dans les pays où opère Publicis et fait bénéficier le Groupe de ses 47 années d'expérience. Il participe à trois Comités du Conseil : Comité de nomination, Comité de rémunération et Comité des risques et stratégies. Pendant cette première année, il s'est dédié à temps plein au Groupe.

En contrepartie de cet investissement et de l'abandon de l'indemnité de non-concurrence de 1 800 000 euros bruts annuels pendant trois ans dont il bénéficiait en compensation de l'engagement de non-concurrence autorisé par le Conseil de surveillance du 17 mars 2008 et approuvé par l'Assemblée des actionnaires du 3 juin 2008, le Conseil de surveillance a fixé la rémunération de Maurice Lévy en tant que Président du Conseil à compter du 1er juin 2017 à un montant fixe de 2 800 000 euros bruts annuels.

L'article L. 225-84 du Code de commerce vise la rémunération de missions particulières et exceptionnelles. Ce n'est pas le cas nous concernant, la rémunération attribuée à Maurice Lévy correspond aux missions fondamentales qui lui ont été attribuées par le Conseil de surveillance en qualité de Président du Conseil dans le contexte de la succession opérée à la tête de Publicis.

Question :

Alors que les effectifs baissent (-1 146 personnes) tout comme les charges de personnel (-82M€), la rémunération variable annuelle de M. Etienne repose pour partie sur les frais de personnel. Le Conseil de surveillance peut-il expliciter le choix de ce critère relatif aux frais de personnel qui ne semble pas tout à fait conforme aux engagements de responsabilités sociales et sociétales du groupe ?

Réponse :

L'un des objectifs de la rémunération variable de Jean-Michel Etienne, à hauteur de 20 %, repose sur la maîtrise des frais de personnel. Le Conseil de surveillance, sur recommandation du Comité de rémunération, a considéré cet objectif atteint pour 2017.

L'évolution qualitative et la maîtrise quantitative des frais de personnel sont des enjeux majeurs pour Publicis afin de faire face aux transformations massives que connaît notre industrie. On observe à la fois des réorganisations avec la nouvelle organisation « Power of One » et la nouvelle approche par pays, des restructurations liées aux évolutions des clients et des métiers, et des recrutements dans de nouveaux domaines, comme le digital, les data, le consulting, autant de métiers dans lesquels nos clients ont besoin que nous renforçons nos compétences pour mieux les servir. Lorsque les agences procèdent à des ajustements, les solutions internes de reclassement sont toujours privilégiées.

Dans un marché où la pression des annonceurs sur les coûts se fait sentir de façon pressante, il est indispensable de bien maîtriser nos propres coûts pour assurer le bon fonctionnement du groupe.



L'investissement dans de nouveaux talents constitue une priorité pour le Groupe. La maîtrise des frais de personnel est indispensable pour préserver la capacité de développement et d'investissement de Publicis ; le choix d'un objectif relatif aux frais de personnel n'est pas contradictoire avec les engagements de responsabilité sociale et sociétale du Groupe dans la mesure où il s'agit, pour Publicis, de servir au mieux les besoins de ses clients et de se donner les moyens d'une croissance rentable, durable et soutenable.

Question :

5/. Pourquoi le représentant des salariés au Conseil de surveillance ne siège-t-il pas au comité des rémunérations comme le demande le code AFEP-MEDEF (17.1) ?

Réponse :

M. Pierre Pénicaut a été désigné membre du Conseil de surveillance représentant les salariés par le Comité de Groupe de Publicis Groupe SA le 20 juin 2017.

A sa demande, M. Pierre Pénicaut qui bénéficie d'une longue expérience opérationnelle dans une agence du groupe, a rejoint le Comité des risques et stratégies. Le Conseil a soutenu cette demande estimant que son expérience significative et ses connaissances opérationnelles sont des atouts pour ce Comité.

En qualité de membre du Conseil, M. Pierre Pénicaut participe naturellement aux réunions de revue des rémunérations des mandataires sociaux, ce qui lui permet de s'exprimer sur ces sujets.

II. Sur l'initiative « Science Based Targets » :

Question :

En tant qu'investisseur responsable actionnaire, nous estimons qu'il est indispensable que le groupe contribue aux engagements pris dans le cadre de l'Accord de Paris signé en 2015 à la suite de la COP21, en s'engageant à définir des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre qui soient ambitieux, significatifs, cohérents avec ses activités et a minima alignés avec la trajectoire « 2 degrés » reconnue comme indispensable par la communauté internationale.

Or votre société ne participe pas à ce jour à l'initiative des « Science Based Targets » qui instaure un contrôle scientifique de la conformité du scénario de réduction des émissions de gaz à effet de serre d'une entreprise, en fonction de ses métiers, en lien avec les objectifs de l'Accord de Paris de limitation à 2°C du réchauffement climatique.

Parmi les sociétés appartenant à l'indice CAC40, dix-huit ont déjà adhéré à cette initiative.

Pouvez-vous donner les raisons pour lesquelles la société n'a pas adhéré à cette initiative et s'il est envisagé qu'elle y adhère au cours de l'exercice 2018 ?

Réponse :

Publicis a été un des tous premiers groupes français à signer le Global Compact. Dans la foulée, le Groupe s'est engagé activement dans la lutte contre le réchauffement climatique et a rejoint le pledge « Caring for Climate » en 2007. Dès lors, le Groupe a défini un objectif de réduction des émissions de gaz à effet de serre, en alignant sa politique environnementale sur la Stratégie Européenne « Paquet-



Climat » de 2020, puis depuis deux ans, sur la nouvelle Stratégie Européenne Energie-Climat pour 2030. Ces objectifs sont clairement exposés dans le Document de Référence ainsi que dans la politique environnementale du Groupe « Consume Less & Better ».

La direction de la RSE suit annuellement la trajectoire carbone du Groupe afin d'ajuster les efforts à engager avec l'ensemble des filiales. Le Groupe publie des indicateurs environnementaux, leurs évolutions sur plusieurs années et les objectifs chiffrés de son action environnementale (Tableau de synthèse des indicateurs environnementaux, page 134 du Document de Référence 2017). Le Groupe a, et ce de manière constante depuis plusieurs années, réduit son intensité carbone. En ligne avec les objectifs européens de réduction du niveau des émissions de gaz à effet de serre, l'objectif du Groupe est une baisse de 40% des émissions en 2030 en comparaison de 2009.

Publicis Groupe a examiné l'initiative « Science Based Targets » et les trois choix méthodologiques proposés, et a considéré que cette approche n'était pas adaptée compte tenu des activités de services intellectuels du Groupe.

L'entreprise s'est engagée dans le Carbone Disclosure Project depuis 2009, et a choisi de suivre les recommandations proposées par la Task Force on Climate-Related Financial Disclosure : cela se traduit par une utilisation économe des ressources (énergie, matières premières, eau, gestion des déchets...) ; une détermination à aller vers plus de source d'énergies renouvelables partout où c'est possible ; l'attention portée sur la réduction des impacts directs des activités et services du Groupe (ex : serveurs informatiques) et l'implication de nos fournisseurs et partenaires.

Publicis Groupe est constant dans ses engagements en la matière : à l'occasion du One Planet Summit en décembre 2017 à Paris, le Groupe est resté signataire du French Business Climate Pledge, réaffirmant l'engagement des entreprises françaises en faveur de la transition énergétique et de la lutte contre le réchauffement climatique, réaffirmant ses engagements pris en 2015 lors de la COP21. A ces engagements globaux s'ajoutent les actions fortes lancées par certaines agences, par exemple Leo Burnett aux côtés du WWF depuis 10 ans pour la campagne de mobilisation mondiale Earth Hour, (extinction des monuments à 20h pendant 1 heure le 24 Mars dernier) ou le Women's Forum (filiale du groupe) qui a lancé un Manifeste « Engage for the Climate » en 2017 en soutien des Accords de Paris.