

REPONSES AUX QUESTIONS ECRITES DE L'ASSEMBLEE GENERALE MIXTE DU 31 MAI 2023

QUESTIONS RECUES DU FORUM POUR L'INVESTISSEMENT RESPONSABLE (« FIR »)

Environnement

1.

- a) *Dans le cadre de l'Accord de Paris, comment chacune de vos actions liées à la réduction de vos émissions directes et indirectes de GES contribue-t-elle à votre objectif de décarbonation sur l'ensemble des scopes (pourcentage des émissions réduites grâce à l'action) ? Quelle est la part des émissions négatives dans vos objectifs de décarbonation ?*

Nos objectifs de réduction des GES, validés par SBTi (*Science Based Targets Initiatives*), sont les suivants :

- 2030 : 50% de réduction des émissions carbone
- 2040 : 90% de réduction des émissions carbone et Net Zero.

Notre politique *Net Zero Climate policy* se décline en 8 points qui nous permettent d'activer différents leviers de réduction.

1-Déplacements

Nous avons revu notre Politique Voyages en renforçant les niveaux de validation internes pour les déplacements en avion, en aidant nos équipes à réorganiser leurs déplacements et éviter des allers-retours inutiles, et en imposant la classe économique pour des vols de moins de 4h.

Pour les voitures de fonction ou de service, depuis 15 ans nos standards sont alignés avec la politique européenne en termes d'émissions de CO2 des véhicules (pas plus de 95gr actuellement) en privilégiant des modèles hybrides et électriques.

Le télétravail réduit les déplacements domicile-travail et leurs impacts, et nous avons renforcé nos politiques d'incitation en faveur des transports en commun et des mobilités douces.

2- Energie

Notre plan pour 2030 de bascule vers 100% d'énergies renouvelables (ENR) en source directe progresse bien, avec un niveau de 47% atteint fin 2022. Nous achetons des RECs (*Renewable Energy Certificates*) et GOs (Garantie d'Origine) dans les pays où les changements sont plus longs à se mettre en œuvre ou quand nous n'avons pas la maîtrise des décisions sur les énergies utilisées à court terme, comme lorsque nous sommes locataires de bâtiments. A cela s'ajoutent nos actions de réduction de notre consommation électrique.

3- Matières premières, biens et services achetés

Depuis plusieurs années, Publicis mène un plan de réduction de l'usage du papier et de la consommation d'eau, ces deux postes affichant des consommations *per capita* en baisse depuis plus

de 10 ans. En matière de biens et services achetés, poste le plus important de notre scope 3, nous travaillons avec nos fournisseurs sur plusieurs sujets comme l'IT (serveurs et data centers essentiels à nos activités), afin de s'assurer d'un usage systématique des énergies renouvelables, d'une optimisation permanente des systèmes d'information pour améliorer leur efficacité énergétique et limiter les déperditions. Un travail approfondi est en cours en 2023 pour identifier des leviers supplémentaires de progrès et de réduction.

4- Réduire les déchets

Nous avons amélioré la traçabilité de nos déchets pour faire du recyclage la norme. Avec le retour au bureau, les déchets sur site ont cru mais les filières de recyclage sont plus développées, ce qui assure une gestion plus rigoureuse des déchets. Depuis plusieurs années, nous avons également déployé la logique « *paperless* » dans nos bureaux, ce qui a permis de réduire significativement la consommation de papier.

Pour les matériels informatiques, nous travaillons avec les constructeurs, leurs revendeurs ou des sociétés/organisations locales spécialisées dans la seconde vie ou le recyclage (non exporté).

5- Réduire les émissions carbone de nos produits et services

Publicis a mis au point un calculateur carbone propriétaire A.L.I.C.E (*Advertising Limiting Impacts & Carbon Emissions*) nous permettant de mesurer les impacts des services qui feront partie du scope 3 de nos clients. Les premiers bénéfices de l'utilisation d'A.L.I.C.E ont été une évolution des standards professionnels dans la production (textes, images, vidéos, voix...) avec une limitation du poids des fichiers et de l'énergie nécessaire à leur stockage et distribution. Les équipes *Tech & Data* testent des options *Low Tech* pour réduire les besoins énergétiques de nos solutions (code utilisé, conception des interfaces utilisateurs...).

Nous participons également aux initiatives de la profession comme *Ad Net Zero* visant à élaborer des méthodologies communes et transversales pour tous les acteurs de l'écosystème (avec les clients, partenaires, fournisseurs, médias...).

6- Innover

Le changement climatique est une opportunité d'innovation ; nous avons choisi de former nos équipes à l'éco&socio-conception autour du programme NIBI (*No Impact for Big Impact*) destiné à laisser place à l'imagination des salariés pour tester de nouvelles pratiques professionnelles avec de faibles impacts environnementaux. Ce programme a été lancé avec succès en France et sera déployé dans plusieurs pays en 2023.

Plusieurs de nos activités sont en train de faire évoluer leur offre de produits et services afin d'aider nos clients dans la mesure et la réduction de leurs impacts, en ligne avec des produits comme le logiciel *eMission* de Publicis Sapient permettant une mesure des émissions carbone en temps réel.

7- Réduire l'impact de nos achats

Pour travailler avec Publicis, les fournisseurs stratégiques doivent faire l'objet d'une évaluation ESG par un tiers indépendant (type Ecovadis), afin de s'assurer de leurs engagements, objectifs pour le climat compris. Nous travaillons à l'élargissement progressif du nombre de fournisseurs concernés, ainsi qu'à l'enrichissement de nos attentes qui couvrent depuis 2023 l'engagement à prendre par nos fournisseurs de rejoindre notre plaidoyer *Working With Cancer*.

Pour les nombreuses PME avec lesquelles les filiales du Groupe travaillent, nous avons mis en place une plateforme d'auto-évaluation nommée P.A.S.S (*Publicis Groupe Provider's Platform for a self-Assessment for a Sustainable Supply-chain*) incluant des questions obligatoires sur leurs actions environnementales. Cette auto-évaluation est une première étape pour nos fournisseurs avant une évaluation par un tiers indépendant.

8- 2040 : Net Zero

La priorité est donnée à la réduction de nos consommations et de nos impacts. La compensation carbone par séquestration est envisagée comme dernier recours. Nous l'utilisons actuellement pour les scopes 1+ 2, et pour réduire les impacts des déplacements professionnels en avion.

- b) *Pourriez-vous associer un montant d'investissement nécessaire à chacune des actions déployées, liées à la réduction de vos émissions directes et indirectes, découlant de votre stratégie de décarbonation ?*

Nous avons investi ces dernières années dans des outils internes permettant de ventiler les investissements selon les actions déployées.

Nous avons conscience des besoins futurs en termes d'investissements et nous nous y préparons. C'est pourquoi nous sommes en train de travailler à la mise en place d'un prix interne du carbone (*ICP - shadow*) afin de sensibiliser les équipes aux coûts des émissions carbone.

En complément, nous avons lancé en 2022 un appel d'offres en vue de l'investissement dans un fonds carbone dédié à des solutions *Nature-based* de séquestration. Les projets que nous étudions portent sur des durées de 10 à 20 ans dans plusieurs régions du monde.

- c) *Sur quel(s) scénario(s) de référence votre stratégie de décarbonation est-elle basée ? Est-elle alignée sur un scénario 1,5 °C ?*

Nos objectifs SBTi sont alignés avec l'Accord de Paris et le scénario 1.5°.

2.

- a) *Avez-vous réalisé récemment un travail d'évaluation des impacts et de la dépendance (directs et indirects) de vos activités sur et envers la biodiversité ?*
- b) *Si non, pourquoi ? Si oui, votre chiffrage de la dépendance (directe et indirecte) de vos activités envers la biodiversité (exprimé en pourcentage de chiffre d'affaires, revenu net bancaire...) a-t-il évolué par rapport à l'année dernière ?*
- c) *Sur la base de votre travail d'évaluation, quelles sont vos dépenses en faveur de la biodiversité (protection, restauration...) ? Merci de nous communiquer un montant.*

Nos activités de services intellectuels ne sont pas dépendantes de la biodiversité. Cependant, nous intégrons les enjeux de la biodiversité dans le cadre de notre plan de compensation carbone à 5 ans en soutenant le projet de préservation de la forêt Madre De Dios au Pérou.

3.

- a) *Dans un contexte d'inflation, de crises géopolitiques ou encore de réchauffement climatique et de dégradation de la biodiversité, comment évaluez-vous les impacts financiers et économiques de la raréfaction ou des difficultés d'accès à vos ressources naturelles stratégiques sur vos modèles économiques ?*

Au regard de nos activités de services, le point qui nous semble crucial aujourd'hui concerne l'énergie et le basculement vers 100% d'énergies renouvelables avant 2030. Nous consacrons beaucoup d'efforts sur ces questions énergétiques et regardons toutes les étapes où nous pouvons opérer les changements pour sortir des énergies non renouvelables, qu'il s'agisse de nos propres équipements (serveurs, data centers...) ou des services qui sont gérés avec nos partenaires comme les services informatiques, notamment le Cloud qui est consommateur d'énergie.

- b) *Avez-vous évalué la hausse des coûts entraînée par ces difficultés (précisez l'évolution des coûts en pourcentage ou en valeur) ?*

Début 2022, nous avons travaillé sur plusieurs scénarios de hausse des coûts de l'énergie, ce qui a donné lieu à la mise en place d'un plan d'action de réduction supplémentaire de 10% de nos consommations.

- c) *Quelles mesures avez-vous prises en conséquence pour diminuer vos consommations et circulariser votre modèle d'affaires (précisez la part des activités de l'entreprise concernées par ces solutions) ?*

Toutes nos activités sont concernées par les efforts à faire ; nous sommes particulièrement attentifs aux activités Data et Tech qui génèrent des besoins importants en termes de serveurs et de stockage des données.

Social

4.

- a) *Pourriez-vous préciser en quoi les critères E&S intégrés dans les politiques de rémunérations variables à court et long termes (si applicable) de vos dirigeants reflètent les enjeux E&S les plus matériels auxquels votre entreprise est confrontée ?*

Deux critères ESG sont intégrés dans la rémunération variable annuelle du Président du Directoire et des membres du Directoire. Ces critères sont également présents dans le plan à long terme en actions du Président et des membres du Directoire, et des quelques 300 principaux dirigeants du Groupe :

- Un objectif de 45% de femmes en 2025 parmi les dirigeants-clés du Groupe avec des points de passage à atteindre chaque année (2022 : 42%, objectif atteint avec 42,5%)
- Un taux de 100% d'ENR en source directe d'ici 2030 avec des points de passage à atteindre chaque année (2022 : 47%).

Ces deux critères ont été choisis en raison de leur alignement avec 2 de nos 3 priorités ESG (Diversité, Équité & Inclusion, Marketing responsable, Lutte contre le dérèglement climatique).

Ces deux critères, de diversité, équité et inclusion d'une part, et de lutte contre le dérèglement climatique d'autre part, sont pertinents au regard de l'impact du Groupe sur ces sujets. Ainsi la volonté du Groupe de refléter une égalité entre hommes et femmes et de favoriser la progression des femmes

au sein des postes de direction du Groupe dans tous les domaines d'expertises se traduit par le choix d'un objectif mesurable partout où le Groupe opère : 45% de femmes parmi les dirigeants clefs du Groupe en 2025. C'est un objectif ambitieux dans un contexte où les femmes sont souvent peu représentées dans les métiers créatifs et technologiques.

Quant à notre objectif lié à la lutte contre le dérèglement climatique, compte tenu de nos activités intellectuelles et digitales, nos actions prioritaires portent sur l'énergie consommée, le passage aux énergies renouvelables en source directe, l'efficacité énergétique pour consommer de moins en moins, le choix de fournisseurs actifs en matière de réduction de leurs propres impacts environnementaux et climatiques et porteurs d'innovations préservant les ressources naturelles. Dans ce contexte, Publicis a pris l'engagement d'atteindre 100% d'énergies renouvelables en source directe dans toutes ses activités avant 2030, y compris celles hébergeant des serveurs et des data centers en propre. Cet objectif répond à l'urgence de sortir de la dépendance aux énergies fossiles.

- b) *Comment le Conseil s'assure-t-il de la réalisation des objectifs E&S, en particulier sur la base de quels critères quantitatifs ? Est-ce que le niveau d'exigence est réévalué systématiquement lorsque les taux d'atteinte sont élevés ? Quelles sont les difficultés et freins, ou leviers d'accélération, afin de comprendre la trajectoire dans son ensemble (2025 ou 2030) et les paliers pour y parvenir.*

Les objectifs E&S sont définis par le Comité de rémunération et depuis 2021 en étroite collaboration avec le Comité ESG et en phase avec notre stratégie pluriannuelle. Nos objectifs sont ambitieux et sont inscrits dans les performances de nos plans annuels avec des points de passages indicatifs. L'atteinte des objectifs annuels est validée par nos auditeurs. Les objectifs pourront être réévalués lorsque le terme des trajectoires sera proche (2025 pour le critère de diversité et 2030 pour le critère relatif aux énergies renouvelables).

Le Comité de rémunération du Conseil de surveillance examine attentivement l'évolution des différents indicateurs en s'intéressant aux éléments qualitatifs qui entourent ces chiffres.

- c) *Pouvez-vous décrire de quelle manière la rémunération (bonus, long terme, intéressement, autre) de vos salariés (hors dirigeants) intègre des critères environnementaux et sociaux (E&S) ? Merci de préciser le nombre de salariés concernés et de détailler de la manière la plus précise possible les critères E&S et leur part dans la rémunération des salariés ?*

La part variable long-terme de nos collaborateurs éligibles aux plans d'attribution d'actions de performance comprend également les critères E&S en complément des objectifs de performances financières. Environ 350 salariés sont éligibles aux actions de performance.

Les critères E&S sont les suivants :

- Un objectif de 45% de femmes en 2025 parmi les dirigeants-clés du Groupe avec des points de passage à atteindre chaque année (2022 : 42%, objectif atteint avec 42,5%)
- Un taux de 100% d'ENR en source directe d'ici 2030 avec des points de passage à atteindre chaque année (2022 : +14% atteint avec + 21%, soit 47% d'ENR).

La pondération de ces critères dans les plans d'attribution d'actions de performance mis en place au profit de nos salariés et dirigeants (hors mandataires sociaux) est actuellement de 10%.

Depuis 2019, l'atteinte de deux critères relevant de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise sont inscrits dans la part variable annuelle du Directoire. Ces deux critères reflètent les enjeux du Groupe en matière d'équité dans la représentation des femmes dans les postes de direction du Groupe et en matière d'impact dans la lutte contre le changement climatique avec l'augmentation du poids des énergies renouvelables.

- d) *Envisagez-vous d'augmenter la part de critères E&S intégrés dans la rémunération variable de long terme de vos dirigeants ? Celle des autres entreprises du CAC40 se situant majoritairement à 20 % ou plus.*

La possibilité d'augmenter le poids des critères environnementaux dans la rémunération variable de long terme de nos dirigeants ne paraît pas opportune à ce jour étant donné la nature de nos activités (intellectuelles et digitales) et les autres indicateurs de performance que nous devons inclure dans nos plans. La pondération des critères est revue chaque année par le Comité de rémunération lors de l'adoption de la politique de rémunération du Président et des membres du Directoire et de la politique d'attribution d'actions aux principaux dirigeants. Nous travaillons également sur de nouveaux objectifs climat qui pourraient être intégrés dans nos futurs plans à long terme.

5.

- a) *Dans le cadre de votre politique de partage de la valeur, quelle part de vos rachats d'actions avez-vous allouée au bénéfice de vos salariés au cours des cinq derniers exercices (hors actions de performance) ? Quelle a été la proportion de salariés concernée en France, à l'international ?*

Au cours des cinq dernières années, le Groupe Publicis a procédé à deux rachats d'actions. Le premier entre septembre et décembre 2021 pour un montant d'environ 140 millions d'euros représentant 2,5 millions d'actions.

Le second début 2023 pour un montant d'environ 220 millions d'euros représentant 3 millions d'actions.

Ces deux plans visaient à racheter des actions pour les plans d'actions gratuites au bénéfice des collaborateurs.

- b) *Sur la même période, pourriez-vous répartir l'allocation de vos rachats d'actions (annulation, opération d'actionnariat salarié, attribution d'actions de performance, autres bénéficiaires, autres affectations) ?*

L'intégralité des rachats d'actions effectués au cours des 5 dernières années a été allouée aux plans d'actions gratuites au bénéfice des collaborateurs.

- c) *Plus globalement, disposez-vous d'une politique définissant l'allocation de vos rachats d'actions ? Cette politique est-elle publique ? Si oui, pouvez-vous la décrire ?*

Le Groupe n'a pas formalisé de politique relative aux rachats d'actions.

La société s'est toutefois engagée à conserver son nombre d'actions stable ce qui explique les rachats effectués ces dernières années pour les allouer aux plans d'actions gratuites au bénéfice des collaborateurs.

6.

- a) *Depuis l'année dernière, avez-vous adopté une définition du salaire décent telle que celle de la coalition Global Living Edge ou équivalent ? Si oui, laquelle ?*

Notre code de déontologie (Janus) dans sa section « *HR General Policy & Rules* » pose pour principes (i) que la rémunération de nos salariés, à travers l'ensemble des pays, est au-dessus du salaire minimum, et (ii) que leur rémunération est revue de manière régulière.

Par ailleurs au-delà du salaire, la politique de rémunération de Publicis intègre des primes, des bonus, de actions de performance mais aussi des avantages sociaux et en nature.

Plus qu'un salaire décent, Publicis s'attache à offrir une rétribution globale monétaire et non monétaire qui soit compétitive et alignée aux pratiques de marché.

Notre politique de rémunération repose sur des principes de compétitivité externe, de cohérence avec les pratiques de marché et d'équité interne.

Les rémunérations sont discutées avec les instances représentatives du personnel le cas échéant afin de tenir compte du contexte social et économique du pays.

65% de nos collaborateurs présents au 31 décembre 2021 ont bénéficié d'au moins une révision de salaire au cours de l'année 2021, dont 35% ont eu plus d'une augmentation en cours d'année. Plus particulièrement, plus de 50% des collaborateurs de nos agences Tech et Data ont eu au moins deux augmentations en 2021.

En 2022 le taux moyen d'augmentation était de 7.9% et 52% de nos collaborateurs ont reçu au moins une augmentation de salaire dont 15% en ont reçu plus d'une.

- b) *Quelles mesures précises avez-vous mises en place pour qu'un salaire décent soit assuré à l'ensemble de vos salariés ainsi qu'à celles et ceux de vos fournisseurs (travail avec des initiatives spécialisées, études pour déterminer le niveau de salaire décent pour chaque pays, intégration du critère dans vos chartes fournisseurs, due diligence des fournisseurs...)?*

Publicis s'assure que les salaires de l'ensemble des collaborateurs sont évalués au regard des pratiques de marché et des prévisions budgétaires d'augmentation des salaires par pays.

Des indicateurs externes sont communiqués tous les ans aux pays pour préparer leurs budgets d'augmentations de salaires.

Nos salariés sont pour la quasi-totalité d'entre eux des personnes diplômées, les salaires dans le Groupe se situent très au-dessus de la notion de salaire décent. Nous attachons une attention particulière aux jeunes débutants et qui ont leur première expérience professionnelle parmi nous.

Des mesures particulières pour les rémunérations des postes les plus juniors ont été mises en place pour relever les salaires d'embauches, entre autres en France et au Royaume-Uni.

Vis-à-vis de nos fournisseurs, dans le cadre des évaluations RSE externes ou d'auto-évaluation, nous regardons ces critères comme bien d'autres d'un point de vue social comme les questions de santé/sécurité et de formation, ainsi que le respect et l'application des droits humains et libertés fondamentales. Une carence sur l'un de ces points peut constituer un motif de rupture des relations commerciales et de non-sélection.

Nous allons travailler dans les mois à venir sur une définition du salaire décent puis une évaluation de nos politiques de rémunération pour nous assurer que nos collaborateurs bénéficient de ce niveau de rémunération.

- c) *Avez-vous fixé des seuils minimums de rémunération dans l'ensemble de vos pays d'implantation pour vos salariés et les salariés de vos fournisseurs et où se situent-ils par rapport aux salaires minimums locaux ? Si oui, menez-vous des audits pour vous assurer que ces seuils sont bien respectés et évoluent en fonction du coût de la vie ?*

Les grilles de salaires sont revues tous les ans en tenant compte des indicateurs externes de pratique de marché, de façon à assurer des rémunérations attractives et compétitives pour nos équipes.

Les rémunérations des collaborateurs de Publicis peuvent être revues tous les ans en avril, en juillet ou en octobre. Depuis le 1^{er} janvier 2023, environ 20% des collaborateurs de Publicis ont bénéficié d'une révision de salaire.

Nous ne conduisons pas encore d'audit chez nos fournisseurs, mais nous demandons à nos fournisseurs d'être évalués par des tiers en matière ESG (Ecovadis ou équivalent) sur tous les aspects y compris sociaux. Ceux qui ne sont pas évalués par un tiers doivent partager avec nous leurs avancées ESG, dont leur politique sociale et leur plan d'action.

- d) *Avez-vous pris en compte et cartographié les risques systémiques susceptibles d'entraver le versement d'un salaire décent à vos salariés et aux salariés de vos fournisseurs (comme le non-respect de la liberté d'association) ?*

Notre code de déontologie Janus, s'applique dans tous les pays où Publicis opère et pose pour principes (i) que la rémunération de nos salariés, à travers l'ensemble des pays, soit au-dessus du salaire minimum, et (ii) que leur rémunération soit revue de manière régulière.

7.

- a) *Périmètre France : en dehors des investissements en titres de votre entreprise, quelle part des fonds d'épargne salariale proposés à vos salariés est labellisée responsable (labels ISR, Greenfin, CIES, Finansol ou labels étrangers) ? Veuillez mentionner le nom des fonds labellisés, la part, en pourcentage des encours et en pourcentage des fonds hors actionnariat salarié, des fonds d'épargne labellisés, le pourcentage des salariés du groupe qui en bénéficient et l'évolution par rapport à l'an passé.*

Veuillez trouver ci-dessous les éléments souhaités. Vous noterez que les fonds les plus investis relèvent tous de l'article 8 du SFDR (*Sustainable Finance Disclosure Regulation*) et que la plupart des fonds sont labellisés ISR (Investissement Socialement Responsable) et/ou CIES (Comité Intersyndical de l'Épargne Salariale). A ce jour, 74% des salariés actifs en France ont des avoirs sur le PEG.

Fonds actuels PEG	Niveau de risque/rendement (SRI) <i>Nouvelle classification en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2023</i>	Label	SFDR (Sustainable Finance Disclosure Regulation)	Répartition des encours au sein de la gamme de fonds (Hors actionnariat salarié)	Montant des encours valorisés sur chaque fonds (en Millions d'€)
Capital Monétaire (part 2)	1	ISR / CIES	Article 8	32.4%	22.6
AXA Génération Euro Obligations (part 2)	2	ISR / CIES	Article 8	10.3%	7.2
AXA Génération Tempéré Solidaire (part 2)	3	ISR / CIES	Article 8	11.8%	8.2
AXA ES Long Terme (part 2M)	3	ISR	Article 8	28.5%	19.9
AXA WF Framlington Europe ex-UK Microcap (part F)	4	-	Article 8	0.2%	0.17
AXA WF Framlington Evolving Trends (part F)	5	ISR	Article 8	16.8%	11.8
PUBLICIS GROUPE SA	7	Non labélisé	Article 6		20.9

b) *Le cas échéant, veuillez expliquer pourquoi vos fonds d'épargne salariale ne sont pas tous labélisés ? Si certains ne sont pas labélisés mais intègrent des critères ESG, expliquez en quoi ces critères attestent d'une démarche ESG robuste et sélective ?*

Voir réponse au a)

c) *Dans vos autres pays d'implantation : Quels sont les dispositifs d'épargne salariale, hors actionnariat salarié, mis en place pour vos salariés hors de France ? Intègrent-ils des critères ESG robustes ? Si oui, lesquels ? Si non, pourquoi ?*

Nous n'avons pas de dispositif d'épargne salariale pour nos salariés hors de France.

d) *Comment associez-vous vos salariés au choix et au contrôle de l'engagement responsable des fonds ?*

Les dispositifs d'épargne proposés par le Groupe à nos salariés en France reposent quasi exclusivement sur des fonds labélisés ISR (Investissement Socialement responsable) ou CIES (Comité Intersyndical de l'Épargne Salariale).

Gouvernance

8.

- a) *Publiez-vous un document détaillant vos engagements en matière de responsabilité fiscale ? Comment s'inscrit-il dans votre politique de responsabilité sociale, allant au-delà de la simple conformité ? Celui-ci est-il revu et approuvé par le Conseil ? (Merci de joindre un lien ou de préciser l'emplacement où figure ce document en plus d'une explication détaillée). Y précisez-vous les pratiques fiscales que vous jugez inacceptables ?*

Nous publions chaque année dans le rapport annuel notre vision de nos responsabilités fiscales. Cela se trouvera dans le paragraphe 4.2.9.5 de notre Document d'enregistrement universel. Cette section décrit les principes sur lesquels repose la stratégie fiscale de notre Groupe : conformité, transparence, gestion des risques fiscaux, responsabilité et gouvernance. La stratégie fiscale est suivie par la Direction Financière en lien avec la Direction Générale du Groupe.

- b) *Rendez-vous public votre reporting fiscal pays par pays ? Si non, comment vous préparez-vous à la directive européenne prévue pour 2024 qui impliquera un reporting pays par pays pour les pays membres de l'UE ? Envisagez-vous de publier un reporting pays par pays allant au-delà des obligations de la directive ?*

Nous ne rendons pas public le reporting fiscal pays par pays. Nous appliquerons la directive européenne et n'avons pas prévu pour l'instant d'aller au-delà de ces obligations.

9.

- a) *Quelles sont les décisions publiques visées par vos activités de lobbying ? Veuillez les détailler pour les deux dernières années en vous concentrant sur le lobbying lié aux droits humains (y compris les droits sociaux et fondamentaux), le climat et la gouvernance, et ce pour les principales juridictions dans lesquelles vous exercez vos activités de lobbying (y compris l'UE, le États-Unis, les marchés émergents et d'autres régions) ?*

Le Groupe est un membre actif des organisations professionnelles de son secteur dans de nombreux pays et ce, de manière parfaitement transparente, privilégiant les approches collectives et les améliorations des standards professionnels par la profession elle-même. Le Groupe participe également à différentes organisations professionnelles inter-entreprises afin de faire progresser des causes d'intérêt général.

Le Groupe promeut des actions conjointes avec d'autres entreprises mais aussi d'autres organisations, institutions ou associations, comme cela peut se faire au travers du Women's Forum en matière de droits des femmes et des filles, d'éducation de celles-ci et de santé ; ou au travers de VivaTechnology pour accompagner l'accès au plus grand nombre à l'entrepreneuriat et à l'innovation, notamment les jeunes éloignés des grandes entreprises.

- b) *Comment contrôlez-vous et vous assurez-vous de l'alignement entre vos objectifs ESG et les positions des associations professionnelles dont vous êtes membre, ainsi que de toute divergence potentielle avec vos propres positions ? Publiez-vous un rapport dans lequel vous détaillez la manière dont les positions de votre entreprise et de vos associations professionnelles sont alignées mais aussi les cas où elles peuvent différer les unes des autres ?*
- c) *Quels moyens accordez-vous à vos activités de lobbying (ressources humaines et financières) pour l'ensemble de vos marchés dans le monde ?*

Les choix des organisations professionnelles sont décidés par le management local des pays et partagés avec le Secrétariat Général du Groupe qui a ainsi une vision plus large ; notre soutien se limite aux adhésions forfaitaires publiques. Nos ressources en temps ou argent sont très limitées car nous consacrons l'essentiel de nos efforts à répondre aux attentes de nos clients.

Publicis ne fait pas de lobbying pour son propre compte. Lorsque des activités de lobbying sont conduites au bénéfice de nos clients, ces activités sont identifiées et déclarées auprès des organismes et registres publics, conformément à la réglementation.

10.

- a) *Quelles mesures prenez-vous pour anticiper les effets, à court et moyen termes, de la transition écologique sur les emplois et sur l'évolution des besoins et des compétences au sein de votre groupe, mais aussi dans votre chaîne de valeur (sous-traitants, fournisseurs, franchisés...) ?*

Il est essentiel d'accompagner la montée en compétences de nos salariés sur les enjeux ESG. C'est la raison pour laquelle nous avons fait notamment l'acquisition de Salterbaxter, un cabinet expert en développement durable qui s'attache à aider les clients et à intégrer les enjeux ESG dans leur marketing et communication.

Parallèlement, nous avons encouragé et accompagné les salariés volontaires pour s'emparer de ces sujets au sein de leurs agences et nous privilégions l'innovation qui vient de nos équipes pour améliorer nos pratiques.

Depuis ces dernières années, notre programme interne NIBI (*No Impact for Big Impact*) y participe pour former à plus grande échelle les collaborateurs et changer profondément, là où c'est nécessaire, nos méthodes de travail. L'objectif est de s'assurer que tous nos produits et services intègrent bien les enjeux ESG et y contribuent de manière positive. Des formations plus spécialisées avec des tiers experts dans différents pays comme aux Etats-Unis, Royaume-Uni, France, Inde... viennent compléter cette approche.

D'une manière générale, nos efforts en matière de formation sont importants et nous veillons à améliorer chaque année nos programmes en ligne sur notre plateforme Marcel Classes et en présence physique. 89% de nos salariés ont été formés en 2022 ; nous évoluons dans un univers professionnel qui va vite avec de nombreuses innovations. Aussi, nous avons bien conscience de l'importance de la formation de nos équipes et de notre rôle à cet égard.

- b) *De quelle manière la question environnementale est-elle abordée avec les partenaires sociaux ? À quel(s) niveau(x) (local, national, européen, monde) et dans quels cadres ? Pouvez-vous aussi indiquer si ces échanges s'effectuent sur la base de partages d'informations, de consultations ou de négociations ? Nous vous remercions d'être précis quant aux différents cas de figure qui peuvent se présenter.*

La question environnementale est discutée lors des échanges avec les partenaires sociaux selon les sujets traités.

Ces échanges peuvent intervenir au niveau des différentes sociétés ou au niveau du Groupe, lors de la négociation d'accords de Groupe. Nos interlocuteurs sont les membres des CSE (Comité Social et Economique) et les délégués syndicaux des sociétés, ainsi que les coordonnateurs syndicaux mandatés par leur syndicat pour les échanges impliquant le Groupe.

Les échanges peuvent prendre la forme de négociations dans le cadre d'un projet d'accord d'entreprise, de partage d'information lorsque le projet négocié a un impact environnemental positif (exemples : négociation Forfait Mobilité Durable, Télétravail) ou lors d'une consultation des CSE si le projet nécessite de recueillir leur avis.

- c) *Quels moyens accordez-vous aux partenaires sociaux pour qu'ils puissent s'impliquer dans la politique environnementale de votre groupe (formations, commissions spécifiques...) ?*

Les partenaires sociaux disposent des mêmes moyens de formation que les autres collaborateurs du Groupe sur les questions environnementales, via notre plateforme Marcel Classes. Ils disposent également comme les autres collaborateurs du Groupe d'un budget de formation spécifique, directement piloté par eux, conformément aux dispositions légales.

- d) *Les prérogatives environnementales explicitement attribuées au CSE par le Code du travail (loi « Climat et résilience »), ont-elles induit de nouvelles pratiques en la matière dans votre entreprise ?*

Nous incluons désormais systématiquement un volet sur l'impact environnemental lors de la présentation de projets devant les CSE, ceci nous oblige à traiter la question en amont.

QUESTION RECUE DE GVC GAESCO

(Questions reçues en anglais - traduction libre en français)

- a) *Compte tenu des conditions de travail difficiles généralement associées aux agences, exprimées dans des mouvements tels que @balancetonagency, avez-vous envisagé d'inclure un critère ESG supplémentaire pour la rémunération du CEO, lié à un indicateur de performance de la satisfaction des collaborateurs ?*

Pour l'instant, nous n'avons pas envisagé d'inclure ce type de critères ESG dans la rémunération du CEO. Nous attendons de tous nos collaborateurs qu'ils respectent les valeurs de Publicis Groupe. Nous avons une politique de tolérance zéro qui est un principe clé démontrant l'interdiction de toute forme de discrimination, y compris le harcèlement moral, sexuel, ou autre, ainsi que tout comportement répréhensible de la part de quiconque.

- b) *Avez-vous fixé une échéance pour atteindre votre objectif d'indice d'égalité femmes-hommes de 95/100 en France, ainsi qu'un objectif et une échéance pour le ratio d'égalité de rémunération au Royaume-Uni ?*

Le Groupe s'est fixé un objectif de 45% de femmes parmi les dirigeants clés en 2025 et nous accordons une attention particulière à la promotion des femmes au niveau inférieur à celui des dirigeants clés. Cet objectif concerne tous les pays, y compris la France et le Royaume-Uni. Pour toutes les promotions et tous les recrutements, nous veillons à une représentation équilibrée des femmes dans les listes de candidats présélectionnés (qu'ils soient internes ou externes) et nous sommes attentifs à ce que les femmes soient soutenues dans le développement de leur carrière, notamment par le biais des programmes de formation et de développement du Groupe. En 2022, 57 % des participants au Studio étaient des femmes, 73,4 % au Grand Studio et 54 % au Marcel Le Lab Crea.

La France et le Royaume-Uni continueront à progresser dans cette direction. Nous avons déjà mis en place plusieurs actions pour améliorer notre indice d'égalité femmes-hommes : 1/ Permettre un retour efficace au travail pour les femmes après un long congé maternité avec des engagements spécifiques en matière de formation et développement ; 2/ Améliorer la qualité des entretiens annuels de performance en formant tous les managers à surmonter les préjugés sexistes et toutes les femmes au Leadership Féminin ; 3/ Rappeler à tous les managers les principes et les engagements du Groupe en matière d'égalité salariale avant les cycles de d'évaluation de la performance.

QUESTION RECUE DE MADAME YUTONG LI, ACTIONNAIRE INDIVIDUELLE

Nous savons que l'entreprise a deux moyens de restituer les bénéfices aux actionnaires : les dividendes et les rachats d'actions. J'ai remarqué que votre entreprise a été très active dans l'utilisation des rachats d'actions au cours des dernières années. Ainsi, j'aimerais savoir pourquoi vous avez fait le rachat d'action plutôt que de distribuer seulement les dividendes ? quel sont les intérêts pour vous de racheter votre propre action ?

En outre, quels sont les critères sur lesquels vous vous basez pour effectuer cette répartition entre les rachats d'actions et les dividendes ? Je suis consciente que vous avez un plan d'actionnariat salarié, mais pourriez-vous me donner des raisons autres que celles-ci, s'il vous plait, car j'ai constaté qu'il y avait un écart important entre votre programme de rachat d'actions et les besoins du plan d'actionnariat salarié.

Chez Publicis, le dividende est et a toujours été l'instrument privilégié pour assurer la rémunération des actionnaires.

Notre politique en matière de distribution de dividende est d'avoir un taux de distribution compris 45% et 50%. Le dividende proposé pour 2022 est de 2,90 euros par actions, soit un taux de distribution de 45,7% et une augmentation de 21% par rapport à l'année précédente.

Le plan de rachat d'action en 2023, comme celui mené à la fin 2021, vise à stabiliser le nombre d'actions en circulation et à couvrir les obligations liées aux plans d'actions gratuites au bénéfice des collaborateurs.