



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

PUBLICIS GROUPE LANCE VIVAKI

Un nouveau moteur de croissance pour le nouvel environnement des médias et du numérique

Paris, le 25 juin 2008 – Publicis Groupe annonce aujourd'hui le lancement de VivaKi, une nouvelle initiative stratégique destinée à sensiblement améliorer les performances des investissements des annonceurs et à maximiser les gains de part de marché de Publicis Groupe dans un contexte de très forte croissance du numérique.

Cette nouvelle entité sera dirigée par Jack Klues et David Kenny (managing partners), tous deux membres du Directoire de Publicis Groupe.

VivaKi accueillera Digitas, Starcom MediaVest, Denuo et ZenithOptimedia qui demeureront indépendants et développera de nouveaux services, de nouveaux outils et de nouveaux partenariats.

Ce mouvement stratégique reflète la conviction de Publicis Groupe qu'une démarche totalement nouvelle et intégrée des univers médias et interactifs, de l'analogique et du numérique, s'impose pour dégager les éléments déterminants du succès en faisant jouer à plein les effets de la taille et de l'innovation technologique.

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis commente :

« Depuis une dizaine d'années, avec l'explosion du numérique, nous assistons à une révolution sans précédent dans l'histoire industrielle, tant par la vitesse à laquelle le numérique se propage, son ampleur (près de 1,7 milliard d'internautes aujourd'hui) que par son expansion géographique.

La société change sous nos yeux ; la façon dont les gens travaillent, se forment, s'informent, se distraient, dialoguent, font leurs achats et se rencontrent, est très influencée pour ne pas dire révolutionnée par le numérique, l'interactif et le téléphone mobile. Notre métier connaît des changements encore plus profonds : que ce soit par l'arrivée d'acteurs de poids colossaux et réellement mondiaux (Microsoft, Google ou Yahoo!) ou par l'effacement de toutes les frontières : géographiques, professionnelles, entre contenus et contenant ou encore des rôles dans la génération et l'édition de contenus.

Afin d'aider nos clients à repenser leur marketing et à améliorer la performance de leurs investissements, nous avons construit une position de leadership en intégrant les fonctions numériques dans toutes nos agences, en acquérant Digitas et en concluant un accord avec Google.

Aujourd'hui notre Groupe franchit une étape décisive vers sa transformation en modifiant profondément son organisation et son approche professionnelle. Tous ces changements aboutiront à une compétitivité supérieure de nos entités, à des performances meilleures pour nos clients tant dans la connexion avec leurs audiences que dans l'efficacité et la productivité de leurs investissements marketing. En renforçant notre leadership dans ce



domaine, nous comptons bien tirer le meilleur parti de la croissance du secteur et gagner des parts de marché substantielles ».

Pour réussir cette transformation il importe de remplir quatre conditions essentielles :

1. **La taille** : c'est un facteur impératif pour dégager de la valeur pour nos clients face à des acteurs de poids et dans la mesure où tous les développements à venir dans l'univers des médias découleront du numérique.
Publicis Groupe, leader mondial de son secteur, dispose dès aujourd'hui de la taille requise. En alignant ses ressources et la puissance de ses opérations sous VivaKi, Publicis Groupe met en œuvre l'effet de levier de la taille.
2. **L'innovation** : avec la création du « VivaKi Nerve Center » Publicis Groupe remplit plusieurs objectifs :
 - La création dans son secteur du plus grand centre nerveux numérique au monde. Il pourra ainsi accueillir et développer les nouvelles technologies nécessaires à tous ses clients.
 - La mise à la disposition de l'ensemble des entités du Groupe des capacités et des compétences de ce centre (y compris les réseaux d'agences créatives).
 - L'apport à ses clients des meilleures solutions sur l'amélioration de la performance marketing, les relations avec les plateformes (MSN, Google, Yahoo !) ou les réseaux sociaux (MySpace, Facebook,...) mais aussi l'élaboration des solutions media intégrées ou encore l'optimisation dans l'analyses des données et des rendements publicitaires.
3. **La technologie** : l'approche de Publicis Groupe repose sur des systèmes « Open Source » lui permettant d'avoir accès à toutes les innovations, toutes les solutions. Des outils exclusifs au Groupe seront néanmoins développés à l'image de Navigator ® et d'Insight Factory®. Des liens seront créés avec les plateformes numériques, les câblo-opérateurs, les telcos ou les médias pour améliorer les échanges et tirer le meilleur parti de l'effet de taille.
4. **Les talents** : avec le bouleversement de nos métiers, de nouveaux talents plus flexibles, plus diversifiés (« liquid talents ») seront nécessaires pour couvrir d'une façon originale, neuve et intégrée toutes les nouvelles fonctions. Une attention toute particulière sera apportée à la recherche et au développement de ces nouveaux talents, en leur offrant les moyens de se former et de suivre les évolutions de notre secteur, à travers la Plateforme de Développement des Talents créée au sein de VivaKi.

Starcom MediaVest, ZenithOptimedia, Digitas et Denuo continueront de fonctionner avec leur propre management, de façon indépendante et développeront des solutions spécifiques à chacun de leurs clients en s'appuyant sur le VivaKi Nerve Center et la Plateforme de Développement des Talents.



Les équipes de management :

Jack Klues et David Kenny sont Managing Partners de VivaKi. Ce titre indique la volonté de modifier l'approche hiérarchique traditionnelle, s'orientant davantage vers la notion de partenariat.

David Kenny veillera à rechercher, identifier toute source d'avantages liée à la taille (« VivaKi Nerve Center », « Talent Développement », ou « Technology ») ; Jack Klues quant à lui se focalisera sur la croissance et le développement de solutions spécifiques à chaque entité renforçant la compétitivité du Groupe.

David Kenny déclare :

« La taille atteinte d'emblée par VivaKi à sa création crée un avantage sans pareil pour nos clients. Elle nous permet d'investir dans la formation et le développement des meilleurs talents, de renforcer notre plateforme technologique ouverte aux innovations - d'ores et déjà la plus puissante de notre profession - et de fournir des solutions fortes, impactantes à tous nos partenaires médias ».

Laura Lang est promue CEO de Digitas en remplacement de David Kenny.

Starcom MediaVest, ZenithOptimedia et Denuo continueront d'être dirigés par leurs CEO actuels, à savoir, Laura Desmond, Steve King et Rishad Tobaccowala.

Curt Hecht dirigera le VivaKi Nerve Center.

Renetta Mc Cann mettra en place l'organisation de la plateforme de développement des talents.

Jack Klues déclare :

« Les réseaux Starcom MediaVest, ZenithOptimedia ou Digitas puiseront dans VivaKi les ressources dont ils auront besoin pour renforcer leurs opérations ou leur compétitivité. Ils continueront d'opérer de façon tout à fait indépendante et développeront des solutions spécifiques pour leurs clients tout en bénéficiant de tout ce qui sera créé au sein de VivaKi (outils propriétaires du Groupe) : avantages de la taille et des effets d'échelle qui permettront à leurs clients de renforcer leurs liens avec leurs consommateurs au meilleur coût ».

La Marque VivaKi

Le nom VivaKi reflète la vie et l'énergie, valeurs fondamentales du Groupe.

Selon Maurice Lévy, le Groupe recherchait un nom qui illustre un nouveau territoire, une nouvelle réponse gagnante à l'ère numérique.



Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577) est le 4^{ème} groupe mondial de communication, le deuxième groupe mondial en conseil et achat media, ainsi que le leader mondial en communication digitale et dans la santé. Le Groupe est présent dans 104 pays sur les 5 continents et compte environ 44 000 collaborateurs.

L'offre de services en communication du Groupe, auprès de clients locaux aussi bien qu'internationaux, comprend la publicité, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome, Leo Burnett, Publicis et Saatchi & Saatchi, ainsi que deux réseaux multi-hubs : Fallon et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; le conseil et l'achat d'espace media, à travers deux réseaux mondiaux : Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia; une expertise dans la communication numérique et interactive grâce notamment au réseau Digitas ; les marketing services et la communication spécialisée, comme la communication santé, la communication corporate et financière, les relations publiques, le marketing relationnel et direct, la communication événementielle et sportive, ainsi que la communication ethnique.

Site internet : www.publicisgroupe.com

Classée parmi les plus importants groupes de communication au monde, Starcom MediaVest Group est constitué d'un réseau intégré d'agences hautement spécialisées en approche clients. L'organisation mondiale de SMG regroupe des spécialistes en communication et marketing stratégique qui ont une expertise en gestion d'espaces médias, recherche, communication internet et numérique ainsi qu'en communication multiculturelle, divertissement, mobile, parrainages sportifs et marketing direct. Filiale de Publicis Groupe, basé à Paris, SMG emploie 5 800 « contact experts » sur 67 marchés dans le monde et participe pour une grande part au succès et à la croissance des marques de nombreux annonceurs mondiaux.

Site internet : www.smggroup.com

Digitas est l'une des plus grandes agences de marketing et médias numériques dans le monde. Le moteur marketing de Digitas allie l'art (créativité et connaissances) à la science (analyse, résultats, médias, mesures, stratégie et technologie) pour permettre à des sociétés mondiales de développer et d'attirer plus de consommateurs et de tirer profit de leurs relations clientèles. Digitas pilote également Prodigious Worldwide, l'agence dédiée à la production numérique. Digitas est membre de Publicis Groupe SA, basé à Paris, le quatrième groupe mondial de communication et second plus grand groupe de conseil et d'achat d'espace.

Site internet : www.digitas.com

ZenithOptimedia est une des agences media leader sur le marché mondial, avec 195 bureaux dans répartis dans 70 pays. Le réseau compte parmi ses clients Alcatel-Lucent, Beam Global Spirits & Wine, British Airways, Electrolux, General Mills, Giorgio Armani Parfums, Hewlett-Packard, Kingfisher, Mars, MBNA Europe, Nestlé, L'Oréal, Puma, Polo Ralph Lauren, Qantas, Richemont Group, Sanofi-Aventis, Siemens, Thomson Multimedia, Toyota/Lexus, Verizon, Whirlpool, Wyeth et Zurich.

ZenithOptimedia s'engage à fournir aux clients le meilleur retour sur investissement possible. Cette approche repose sur une méthode unique de développement et de mise en place stratégique, le Blueprint ROI. A toutes les étapes, les outils propriétaires ZOOM ont été conçus pour ajouter de la valeur et de la connaissance. Le Village Zenithoptimedia permet de réunir la plus grande gamme de possibilités et de compétences en communication pour établir les connexions les plus puissantes avec les consommateurs.

Site internet : www.zenithoptimedia.com

CONTACTS:

Publicis Groupe:

Peggy Nahmany, Communication Corporate:

+ 33 (0)1 44 43 72 83

Martine Hue, Relations Investisseurs:

+ 33 (0)1 44 43 65 00

VivaKi:

Cheri Carpenter

+ 1 312 446 9276

Digitas:

Samantha DiGennaro

+ 1 212 966 9525