



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 20 décembre 2006

Publicis Groupe lance une OPA amicale de 1,3 milliard US \$ sur le groupe américain Digitas Inc.

**Avec cette opération, Publicis Groupe devient un leader mondial
de la communication digitale et interactive**

- *Publicis Groupe SA et Digitas Inc. ont conclu un accord définitif ce 20 décembre 2006 aux termes duquel Publicis Groupe propose d'acquérir 100 % du capital de Digitas Inc. dans le cadre d'une offre publique d'achat amicale.*
- *Cette offre en cash au prix de 13,50 US \$ par action Digitas Inc. représente un montant total de 1,3 milliards US \$. Cette opération a reçu l'approbation unanime des Conseils des deux groupes*
- *Le « Board of Directors » de Digitas Inc. à l'unanimité recommande à ses actionnaires d'apporter les titres à l'offre.*
- *Ce prix offre aux actionnaires de Digitas Inc. une prime de 23.5 % sur le cours de bourse de Digitas Inc. en date du 19 décembre et de 29.1 % par rapport à la moyenne des cours des 3 derniers mois.*
- *Pour les actionnaires de Publicis Groupe cette acquisition devrait être relative sur la marge opérationnelle (EBITA) par action d'environ 4 % en 2007 et 6 % en 2008, et dès 2008 sur le BNPA dilué (sur la base d'hypothèses de synergies de coûts prudentes et avant toute synergie de revenus).*
- *Dans un marché mondial où la communication digitale devient centrale, et qui représentera à partir de 2010*, plus de 10 % du marché mondial de la publicité et des services marketing, les acteurs-clés prennent leur position aujourd'hui. Ainsi, avec Digitas Inc., Publicis Groupe se dote d'un puissant moteur de croissance pour les années à venir.*

* Marché mondial de la publicité 2006 (e) : 423 milliards \$ US – source ZenithOptimedia



Maurice Lévy, président du Directoire de Publicis Groupe, a déclaré :

« Nous avons cherché des opportunités acquisition stratégique permettant de renforcer notre présence dans l'économie digitale. L'accord amical conclu avec Digitas Inc. nous permet d'atteindre immédiatement notre objectif d'être encore plus près du futur : avec Digitas, Modem Media et Medical Broadcasting Company, Publicis Groupe devient un leader mondial de la communication digitale. Les relations développées avec David Kenny depuis plusieurs mois, le caractère éminemment amical de cette opération conçu dans l'intérêt de toutes les parties prenantes - les clients, les talents, et les actionnaires des deux groupes - font augurer une très belle intégration. En raison du caractère amical de cette opération, nous nous attendons à une intégration rapide et couronnée de succès. David Kenny et ses équipes ont développé pour leurs clients des programmes de communication à la pointe de l'innovation technologique. Ils ont su créer des outils d'une rare performance favorisant la mesure, l'optimisation des actions marketing, et améliorant de façon substantielle le retour sur investissement. Ce sont des compétences rares et enviées que je serai très fier d'accueillir à Publicis Groupe une fois l'opération réalisée. David Kenny rejoindra notre Comité Exécutif (P12) et sera en charge de toute la stratégie interactive et digitale de Publicis Groupe. Notre intention est d'offrir à tous nos clients la gamme complète des services de marketing et de communication digitale et interactive, dans le cadre d'une approche holistique.

Nous déploierons également les compétences de Digitas à l'échelle mondiale pour conquérir une part de leader dans ce marché en pleine explosion.

Cette opération va constituer un puissant accélérateur de croissance pour l'ensemble de notre Groupe. Je rappelle que les services marketing et de communication digitale devraient représenter plus de 10% des investissements mondiaux à l'horizon 2010 . »*

David Kenny, Chairman & CEO de Digitas Inc. a souligné :

« Nous sommes convaincus que cette opération permet de délivrer une valeur substantielle à nos actionnaires et, apporte de nombreux avantages à nos deux groupes. En rejoignant Publicis Groupe, nous réunissons plusieurs atouts décisifs dans la conquête de parts de marché dans un secteur à très forte croissance. D'une part, nous confortons nos talents en leur offrant de nouvelles et excitantes opportunités de carrière. D'autre part, nous renforçons nos positions auprès de nos clients en ayant accès aux ressources de Publicis Groupe. Nous pourrons aussi réaliser notre objectif de déploiement mondial en nous appuyant sur les grands réseaux du Groupe et renforcer nos liens avec les grands moteurs de recherche et fournisseurs de services Internet, grâce aux positions de Starcom MediaVest Group et de ZenithOptimedia. A tout cela s'ajoute une véritable approche amicale, et nous nous sentons vraiment en grande harmonie avec la culture de Publicis Groupe.

Nous avons le plus grand respect pour Publicis Groupe, pour Maurice Lévy et ce qu'il a accompli au cours de ces dix dernières années de façon continue et régulière. Ce qui nous attire aussi c'est la manière dont sont gérés et développés les talents. Nos collaborateurs vont découvrir de nouvelles opportunités professionnelles à une nouvelle échelle, nos clients de nouveaux services, ce qui rend ce rapprochement vraiment enthousiasmant. »

* Marché mondial de la publicité 2006 (e) : 423 milliards \$ US – source ZenithOptimedia



Paris et Boston, 20 décembre 2006 -- Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577 et NYSE : PUB) et Digitas Inc. (Nasdaq : DTAS) ont conclu un accord ce jour permettant à Publicis Groupe d'acquérir Digitas Inc., au prix de 13,50 US \$ par action, soit une transaction en cash pour un montant total de 1,3 milliard US \$ (980 millions d'euros). Le prix d'achat offre une prime de 23.5 % par rapport au cours de bourse du 19 décembre 2006 et de 29.1 % par rapport à la moyenne du cours de bourse des 3 derniers mois.

Cette opération amicale a reçu l'approbation unanime du Conseil de Surveillance de Publicis Groupe, présidé par Elisabeth Badinter, et du « Board of Directors » de Digitas Inc., présidé par David W. Kenny, Chairman & CEO et sera effectuée via une offre publique d'achat qui devrait être ouverte prochainement.

Le « Board of Directors » de Digitas Inc. recommande à l'unanimité à ses actionnaires d'apporter leurs titres à l'offre, à la suite de l'information qui leur sera diffusée.

1 – Cadre stratégique de ce projet d'acquisition

- Cette opération s'inscrit parfaitement dans la stratégie annoncée par Publicis Groupe et dans le segment le plus porteur du marché des services marketing et du marché des communications : l'univers numérique, interactif et mobile.
- En combinant sa capacité mondiale avec ceux de Digitas Inc., Publicis Groupe devient l'un des grands leaders mondiaux du secteur de la communication digitale et des services marketing dans ce domaine.
- Avec cette acquisition complémentaire, Publicis Groupe sera encore mieux à même de servir ses clients en les accompagnant vers l'avenir numérique.

2 – Les avantages stratégiques et opérationnels

- Les clients de Digitas Inc. pourront bénéficier de l'infrastructure internationale du Groupe et notamment de ses réseaux - Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi, Leo Burnett, Publicis Groupe Media (PGM, avec Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia), et toute la diversité des SAMS : Publicis Healthcare Communications Group (PHCG), Publicis Public Relations & Corporate Communications Group (PRCC), Publicis Events Worldwide, etc.
- Les clients de Publicis Groupe bénéficieront de l'expertise de pointe développée par Digitas Inc. en matière d'outils de mesure et d'optimisation et d'un ensemble de talents sans pareil dans leur secteur.
- Publicis Groupe aura un profil plus marqué « digital » et « marketing services », avec une part de ces activités passant à environ 34 % du revenu (contre 28 % actuellement). Le groupe avait déjà engagé une profonde mutation vers le tout numérique, intégrant les nouvelles technologies et l'interactif dans toutes ses activités. Cette offre s'inscrit dans le prolongement des acquisitions récentes : Solutions (Inde), Betterway (Chine), Moxie Interactive (USA), Pôle Nord (France),



et la création de Denuo (USA). Ainsi Publicis Groupe pourra faire bénéficier ses clients de ce qui sera sans doute la meilleure offre digitale.

- Après cette opération, les activités digitales et interactives vont représenter environ 15 % des revenus du Groupe.
- Les partenariats développés avec les principaux portails Internet comme Google, Yahoo ! et MSN, seront encore renforcés pour le plus grand bénéfice des clients.

3 – Les synergies

Cette opération bénéficiera de nombreuses synergies et notamment :

- La croissance des revenus par l'extension d'offres plus complètes aux clients des deux groupes.
- L'exploitation des infrastructures mondiales de Publicis Groupe au profit du déploiement international de Digitas Inc.
- Le recrutement et la formation des talents dans le domaine digital et interactif grâce aux méthodologies développées par Digitas Inc. (plus de 20 programmes de formation propres et une infrastructure d'accueil unique en son genre).
- Des synergies de services devraient dégager des économies dès 2007 qui seront compensées par des coûts de restructuration de même niveau. Ces synergies contribueraient au résultat à partir de 2008.

4 – Les objectifs financiers de Publicis Groupe

L'objectif de marge de Publicis Groupe à 16,7 % pour 2008 demeure inchangés. Même si la rentabilité à court terme peut être moindre dans ce secteur, la très forte croissance de revenu générée bénéficiera à l'ensemble.

L'opération serait relative sur la marge opérationnelle (EBITA) par action d'environ 4 % en 2007 et 6 % en 2008, et relatif sur l'EPS dilué dès 2008 (sur la base d'hypothèses de synergies prudentes et avant toute synergie de revenus).

* * *



5 – Présentation de Digitas Inc.

Digitas Inc., créée en 1980 (cotée au NASDAQ en mars 2000) dont le siège est à Boston, compte aujourd'hui 2 050 collaborateurs. Le groupe est aujourd'hui le leader américain dans le domaine des services marketing et de la communication digitale et interactive, avec des équipes talentueuses. Le groupe comprend 3 entités :

- Digitas, agence de communication spécialisée en communication digitale et marketing direct (100 % digital) unanimement reconnue, a su faire une alliance créative et réussie de solutions issues des media traditionnels et interactifs et qui a été largement primée à Cannes. Fondée en 1980, elle est basée à Boston, New-York, Chicago, Detroit et dirigée par Laura Lang.
- Medical Broadcasting LLC (MBC), agence de communication santé spécialisée dans les services marketing du secteur de la santé, dotée d'une expertise scientifique et médicale hors pair, qui offre à ses clients laboratoires pharmaceutiques et industriels de la santé un large spectre de programmes de communication intégrée (100 % digital). MBC a développé de nombreux outils « on-line » et réalisé des développements spécifiques web. Créée en 1990, MBC est basée à Philadelphie et dirigée par David Kramer et Linda Holliday.
- Modem Media (MM), agence pionnière en matière de communication interactive travaillant avec de nombreux clients globaux afin de leur permettre de tirer profit de leurs outils marketing et de générer plus de valeur de loyauté de la part de leurs clients. Elle est à l'origine de nombreuses opérations révolutionnaires et innovatrices (100 % digital). Ils ont été les premiers à combiner « off-line » et « on-line » marketing. Créée en 1987, MM est implantée à Atlanta, Norwalk, San Francisco, Londres et dirigée par Martin Reidy.

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

Digitas Inc. sera une entité autonome au sein de Publicis Groupe, dirigée par David W. Kenny et reportant directement à Maurice Lévy. David W. Kenny rejoindra le P12 (Comité Exécutif de Publicis Groupe), et aura en charge la stratégie interactive et numérique de Publicis Groupe.

* * *



6 – Les conditions de l'opération

Aux termes du contrat d'acquisition définitif, Publicis lancera une offre d'achat de l'ensemble des actions de Digitas Inc. Cette offre sera alors rapidement déposée auprès de la *Securities and Exchange Commission* américaine.

L'ouverture de l'offre devrait avoir lieu avant la fin du mois de Décembre 2006 et l'offre restera ouverte pour 20 jours ouvrés.

L'offre est soumise à certaines conditions concernant notamment l'apport d'actions représentant au moins une majorité du capital entièrement dilué de Digitas Inc., l'autorisation des autorités de concurrence américaines et allemandes.

Si toutes les conditions de l'offre sont remplies, Publicis Groupe achètera les actions apportées à l'offre. Les actions qui ne seraient pas acquises au cours de cette première étape, seront acquises de l'une des manières suivantes :

- Si plus de 90% des titres sont apportés à l'offre, l'opération pourra être finalisée en février 2007 par une fusion simplifiée (« short form merger »)
- Si moins de 90% des titres sont apportés, une vote des actionnaires de Digitas Inc. réunis assemblée générale sera nécessaire pour réaliser une fusion (« long form merger ») à la fin du premier trimestre ou au début du deuxième trimestre 2007

L'offre n'est pas soumise à une condition de financement, Publicis disposant des ressources financières nécessaires (trésorerie et lignes de crédit pour réaliser l'opération).

* * *

Messier & Associés intervient comme conseil stratégique de Publicis Groupe et Citigroup Corporate Investment Banking intervient comme conseil financier et « dealer manager » pour l'offre pour Publicis Groupe. Bear, Stearns & Co Inc. est intervenu comme conseil financier de Digitas Inc. a rendu une « fairness opinion » sur la transaction. Wachtell, Lipton, Rosen & Katz est intervenu en tant que conseil juridique de Publicis Groupe et Goodwin Procter LLP est intervenu comme conseil juridique de Digitas Inc.

* * *



PUBLICIS GROUPE

DIGITAS INC

Certaines informations autres qu'historiques contenues par le présent document sont susceptibles de constituer des données à caractère prévisionnel (« forward looking statement ») ou des prévisions financières non auditées. Ces données sont sujettes à des risques et des aléas pouvant se traduire, ultérieurement, par des données réelles substantiellement différentes. Ces données sont présentées à la date du présent communiqué et Publicis Groupe n'assume aucune obligation quant à leur mise à jour du fait d'événement nouveau ou de toute autre raison autre que les réglementations applicables.

Publicis Groupe vous invite à prendre connaissance avec attention des informations relatives aux facteurs susceptibles d'affecter son activité telles que figurant dans son Document de Référence déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers ainsi que dans les documents enregistrés auprès de la Securities and Exchange Commission aux Etats-Unis sous les titres "Risk Factors" et "Forward-Looking Statements".

Le présent document et les informations qui y figurent ne constituent en aucun cas une offre ou une sollicitation en vue de la vente ou de l'acquisition de valeurs mobilières de Publicis Groupe S.A. ou de Digitas Inc.



PUBLICIS GROUPE

DIGITAS INC

CONFERENCE TELEPHONIQUE

Mercredi 20 décembre 2006 – 13h30 New-York / 19h30 Paris

Analystes & Media : Présentation de l'opération
Maurice Lévy, David Kenny et Jean-Michel Etienne

Pour y participer, merci de composer le numéro suivant :

- Depuis les Etats-Unis : +1 718 354 1171
- Depuis le Royaume-Uni : +44 207 138 0816
- Depuis la France : +33 1 70 99 42 66

Un webcast sera disponible sur www.finance.publicisgroupe.com

Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577 - NYSE : PUB) est le 4^{ème} groupe mondial de communication et le 2^{ème} groupe mondial de conseil et achat média, avec une présence dans 104 pays sur les 5 continents. Les activités de communication du Groupe comprennent à la fois la publicité, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome : Leo Burnett, Publicis, Saatchi & Saatchi ; deux réseaux multi-hubs : Fallon Worldwide et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; le conseil et l'achat d'espace à travers deux réseaux mondiaux : ZenithOptimedia et Starcom MediaVest Group ; les marketing services et la communication spécialisée : marketing relationnel, relations publiques, communication corporate et financière, communication ethnique, communication événementielle et communication santé où le groupe est N°1 mondial.

Sites Internet : www.publicisgroupe.com et www.finance.publicisgroupe.com

Digitas Inc : (NASDAQ: DTAS) les agences du groupe Digitas Inc. sont entièrement dédiées à l'accompagnement étroit des grandes marques mondiales dans leur stratégie de conquête et de développement auprès de leurs consommateurs à travers des relations toujours plus directes ou indirectes, mais surtout interactives. Guidés par des solutions et des systèmes permettant une évaluation fiable des résultats, les agences du groupe sont reconnues pour leur capacité à combiner l'art (issu de la créativité et des insights consommateurs) et la science (analyse stratégique, indices de mesures quantitatives et qualitatives) à travers la communication directe et digitale. Créée en 1980, Digitas Inc. a son siège à Boston et le groupe compte 2050 personnes dont 95% basés aux USA.

Sites Internet : www.digitasinc.com, www.digitas.com, www.modemmedia.com et www.mbcnet.com

* *
*

Contacts Publicis Groupe :

John Rossant, VP, Communications & Public Affairs : +33 (0)1 44 43 66 78

Eve Magnant, VP, Corporate Communication : +33 (0)1 44 43 70 25

Pierre Bénaich, Relations Investisseurs : +33 (0)1 44 43 6500

Contacts Digitas Inc. :

John Stevens, VP, Communication Corporate : +1 617 867 1451

Maggie Morris : Relations Investisseurs : +1 617 369 8577

DIGITAS INC

CORPORATE FACT SHEET

The agencies of Digitas Inc. (NASDAQ: DTAS) help blue-chip global brands develop, engage and profit from their customers through digital, direct and indirect relationships. Driving accountable and measurable relationship engines, the agencies are known for the marriage of art (creativity and insight) and science (analytics, measurement and strategy) across digital and direct media.

COMPANY HEADQUARTERS:

33 Arch Street
Boston, MA 02110

AGENCY LOCATIONS:

Digitas: Boston, Chicago, Detroit, New York
Medical Broadcasting Company: Philadelphia
Modem Media: Atlanta, London, Norwalk, San Francisco

CONTACT:

John Stevens
(617) 867 1451
jstevens@digitasinc.com

EMPLOYEES:

More than 1,800 across agency networks and corporate staff

FOUNDED:

1980

OWNERSHIP:

Digitas Inc. is publicly traded on the NASDAQ (DTAS)

FEE REVENUE:

Full Year 2004	\$251.6 million*
Full Year 2005	\$340.5 million
Q1 2006	\$ 97.2 million
Q2 2006	\$100.5 million
Q3 2006	\$ 95.6 million

DILUTED WEIGHTED AVERAGE COMMON SHARES

OUTSTANDING:

As of 09/30/06	93,974,000
----------------	------------

SENIOR LEADERSHIP:

David Kenny, Chairman and Chief Executive Officer
Ernest Cloutier, General Counsel and Secretary
Linda Holliday, President, Medical Broadcasting Company
Cella Irvine, Chief Administrative Officer
David Kramer, Chief Executive Officer, Medical Broadcasting Company
Laura Lang, President, Digitas LLC
Martin Reidy, President, Modem Media
Brian Roberts, Chief Financial Officer

HIGHLIGHTS:

- Founded in 1980, the Digitas agency offers marketing services and strategy to design, build and run the marketing engines that drive customer acquisition, cross-sell, loyalty, affinity and care operations across digital and traditional media for world-leading marketers
- Founded in 1990, Medical Broadcasting Company offerings span from acquisition to conversion through retention and include digital marketing strategy, web analytics, media planning and buying, search engine marketing, creative design, interactive web development, broadband and video production, and relationship marketing
- Founded in 1987, the Modem Media agency offers a range of integrated marketing services, including strategy and planning; creative design and execution; media research, planning and buying; search marketing; online and offline direct marketing; and technology enablement
- The Digitas Inc. family has long-term relationships with such clients as American Express, AstraZeneca, AT&T, Bristol-Myers Squibb, Delta Air Lines, General Motors, IBM, HP, Kraft Foods and McNeil

**Includes Modem Media acquisition on 10/15/04*

DIGITAS

AGENCY FACT SHEET

Digitas is one of the country's leading digital and direct marketing agencies. Digitas offers marketing services and strategy to design, build and run the marketing engines that drive customer acquisition, cross-sell, loyalty, affinity and care operations across digital and traditional media for world-leading brands. Known for its blend of strategy, creativity, execution and measurement, Digitas is a four-time Cannes Lions Award winner in both Cyber and Direct categories. Digitas and siblings Medical Broadcasting Company and Modem Media are agencies of Digitas Inc.

AGENCY HEADQUARTERS:

33 Arch Street
Boston, MA 02110

LOCATIONS:

Boston, Chicago, Detroit, New York

FOUNDED:

1980

OWNERSHIP:

Digitas LLC is a subsidiary of Digitas Inc., which is publicly traded on the NASDAQ (DTAS)

SENIOR LEADERSHIP:

Laura Lang, President

Mark Beeching, Global Executive Creative Director

Torrence Boone, President, Digitas Boston and Digitas Chicago

Carl Fremont, Global Media Director

Judy Jackson, Head of Human Resources

Jim Rossman, Chief Operating Officer

Joanne Zaiac, President, Digitas New York

AWARDS, CITATIONS, AND RANKINGS:

Agency

Runner-up, Interactive Agency of the Year - *BtoB Magazine* (2006)

Honorable Mention, Interactive Agency of the Year - *BtoB Magazine* (2005)

Silver Honors, Interactive Agency of the Year - *Media Magazine* (2005)

Independent Agency of The Year 2003 - *Adweek IQ* (2004)

President's Awards Winner - *Adweek* (2000)

Creative

Second Place, Use of Games, Contests, and Sweepstakes - *PRO Awards* (2006)

Second Place, Use of Interactive Media or Electronic Direct Marketing - *PRO Awards* (2006)

A. Eicoff Broadcast Innovation Award, Silver ECHO Award - *DMA ECHO Awards* (2006)

Two Gold, Brand Positioning Awareness, Direct Response - *MIXX Awards* (2006)

Two Finalists - *New York Festivals International Advertising Awards* (2006)

Standard of Excellence Award, KitchenAid Virtual Dinner Party - *WebAwards* (2006)

Best Use of SMS/MMS Mobile Marketing - *PROMO's Interactive Marketing Awards* (2006)

Best Use of Internet-based Trial Recruitment - *PROMO's Interactive Marketing Awards* (2006)

Super Reggie Award, Gold Reggie Award - *Reggie Awards* (2006)

One First Place, Two Second Place - *PRO Awards* (2005)

Digital ECHO Award, Silver ECHO Award - *DMA ECHO Awards* (2005)

Two Cyber Lions Shortlists - *Cannes Lions Awards* (2005)

Two Best of Shows - *Graphis Magazine Interaction Design* (2005)

Lions Direct Gold, Bronze - *Cannes Lions Awards* (2004)

Cyber Lions Silver, Bronze - *Cannes Lions Awards* (2004)

Bronze Pencil Winner, Corporate Image B-to-C CD Rom - *One Show Interactive* (2004)



Medical Broadcasting Company

A **DIGITAS** Inc. Company

AGENCY FACT SHEET

MBC is a leading full-service healthcare vertical interactive marketing agency, exclusively serving clients in the pharmaceutical, biotechnology, and medical device industries. Since 1990, MBC has created innovative, integrated marketing programs that support and improve health decision-making for both consumer and healthcare professional audiences. MBC services span from acquisition to conversion through retention and include digital marketing strategy, online media planning and buying, search engine marketing, digital video production, web development, and web analytics. For more information please visit www.mbcnet.com.

AGENCY HEADQUARTERS:

229 South 18th Street
Rittenhouse Square
Philadelphia, PA 19103

LOCATIONS:

Philadelphia, New York City

FOUNDED:

1990

OWNERSHIP:

Medical Broadcasting Company is a subsidiary of Digitas Inc., which is publicly traded on the NASDAQ (DTAS)

SENIOR LEADERSHIP:

David Kramer, Chief Executive Officer

Linda Holliday, President

Len Dolce, Senior Vice President, Finance

Michael Golub, MD, FACP, Executive Vice President, Strategy & Medicine

Christine Higgins, Executive Vice President, Operations & Business Process

Matt McNally, Vice President, Media Services

Larry Mickelberg, Senior Vice President, Strategy & Enablement

Alexandra Von Plato, Chief Creative Officer

Navarrow Wright, Senior Vice President, Technology

AWARDS, CITATIONS, AND RANKINGS:

Agency

Finalist, Interactive Agency of the Year - *DTC Perspectives' Perspectives on Excellence Awards* (2006)

Top Healthcare Marketing Agencies - *Advertising Age* (2006)

Top 50 Interactive Agencies - *Adweek* (2006)

Top Healthcare Marketing Agencies - *Advertising Age* (2005)

Top 50 Interactive Agencies - *Adweek* (2005)

Top Healthcare Marketing Agencies - *Advertising Age* (2004)

Top 50 Interactive Agencies - *Adweek* (2004)

Creative

Gold, Two Silver - *Art Director's Club of Philadelphia Awards Annual* (2006)

Gold, Two Bronze - *DTC National Advertising Awards* (2006)

First Place, Finalist - *FREDDIE Awards* (2006)

Two Best in Show, Two Gold, Silver, Bronze - *HIRC World Wide Web Health Awards* (2006)

Two Silver - *IN-AWE Awards* (2006)

Two Finalists - *Medical Marketing & Media Awards* (2006)

Ad Stars - *Pharmaceutical Executive* (2006)

Gold, Best Interactive Campaign - *PhAME Awards* (2006)

Finalist, Best Website - *FREDDIE Awards* (2005)

Gold, Best Website - *IN-AWE Awards* (2005)

Two Finalists - *Medical Marketing & Media Awards* (2005)

Gold ADDY, Judges' Designated Best of Pharmaceutical/Healthcare - *Philadelphia Ad Club* (2005)

Two Awards of Excellence - *RxClub Awards* (2005)

MODEM MEDIA

A Digitas Inc. Company

AGENCY FACT SHEET

Modem Media is a digital and direct marketing agency that works with world-class companies to leverage and maximize their marketing channels to generate greater value and loyalty from their customers. Modem Media offers a range of integrated marketing services, including strategy and planning; creative design and execution; media research, planning and buying; search marketing; online and offline direct marketing; and technology enablement. Founded in 1987, Modem Media is recognized for its success in helping clients increase sales and reduce costs across their communications, selling and service activities. The company's clients include Delta Air Lines, HP, Heineken USA, Kraft Foods and Lloyds TSB. Modem Media and siblings Digitas LLC and Medical Broadcasting Company are agencies of Digitas Inc.

AGENCY HEADQUARTERS:

111 Sutter Street, 16th Floor
San Francisco, CA 94104

LOCATIONS:

Atlanta, London, New York, Norwalk, Connecticut,
San Francisco

FOUNDED:

1987

OWNERSHIP:

Modem Media is a subsidiary of Digitas Inc., which is publicly traded on the NASDAQ (DTAS)

SENIOR LEADERSHIP:

Martin Reidy, President

Laura Agostini, Senior Vice President, Talent Management

Frank Gallon, Chief Operating Officer

Norm Johnston, Executive Vice President, Managing Director, Europe

Dani Nadel, Executive Vice President, Managing Director, East

Brian Powley, Executive Vice President, Managing Director, West

Michael Smith, Executive Vice President, Strategy

AWARDS, CITATIONS, AND RANKINGS:

Silver, Direct Response, Bronze, Product Launch - **MIXX Awards** (2006)

One Gold, Three Finalists - **OMMA Awards** (2006)

Finalist, Overall Design - **New York Festivals International Advertising Awards** (2006)

Best Employment Website Award, Outstanding Website Award, Standard of Excellence Award- **WebAwards** (2006)

One Gold, Consumer Electronics, One Finalist, Best CRM Campaign - **Campaign Digital Awards** (2006)

One Gold, One Silver, Four Bronze ADDY® Awards - **American Advertising Federation** (2006)

Gold, Best Viral Email Campaign, B-to-B - **MarketingSherpa Awards** (2006)

Winner, Creative Award, High Commendation, Best Digital Direct Campaign - **Revolution Awards** (2006)

Best Audience Building Campaign, Finalist Business to Business Website - **ad:tech Awards** (2005)

Five Gold, Three Silver, Four Bronze ADDY® Awards - **American Advertising Federation** (2005)

Cyber Lions Bronze - **Cannes Lions Awards** (2005)

Silver ECHO Award - **DMA** (2005)

One Gold, One Silver, One Bronze - **MIXX Awards** (2005)

One Bronze, One Merit Award - **One Show Interactive** (2005)

Best Professional Service Website Award, Two Standard of Excellence Awards - **WebAwards** (2005)

MANAGEMENT BIOS



David Kenny
Chairman and Chief Executive Officer

As chairman and CEO of Digitas Inc., David Kenny has led the company to become one of the industry's leading marketing services organizations. Digitas Inc. is the parent company of three successful digital and direct marketing companies: Digitas, Medical Broadcasting Company and Modem Media. The agencies of Digitas Inc. help blue-chip global brands develop, engage and profit from their customers through digital, direct and indirect relationships. Driving accountable and measurable relationship engines, they are known for the marriage of art (creativity and insight) and science (analytics, measurement and strategy).

A former senior partner at Bain & Company, the global strategic consulting firm, David holds a B.S. from the General Motors Institute (Kettering University) and an M.B.A. from Harvard Business School. He is a board member for Teach For America and a director of The Corporate Executive Board.



Ernest Cloutier
General Counsel and Secretary

As general counsel and secretary, Ernest Cloutier is responsible for managing Digitas Inc.'s legal affairs including; securities law compliance, corporate and employment matters, client and vendor contracts, intellectual property, privacy, litigation, and corporate governance.

Prior to joining Digitas Inc. in 2000 as vice president and assistant general counsel, Ernest was with the firm of Goodwin Procter LLP. There he represented a wide variety of foreign and domestic firms in public and private transactions and represented Digitas leading up to its initial public offering in March 2000. Previously, he was with the firm of Dechert LLP in Philadelphia where he focused on mergers and acquisitions, securitizations, and public offerings.

Ernest holds a B.A. from Bates College and a J.D., *magna cum laude*, from Washington College of Law at American University. He is a member of the Massachusetts Bar Association.



Cella Irvine
Chief Administrative Officer

As chief administrative officer, Cella leads corporate infrastructure and strategic planning for Digitas Inc. including corporate communications, finance, information technology, law, process design and strategic planning.

Cella joined Digitas in April 2005 from Marsh Inc., a world leading insurance brokerage, where she served as chief operations officer of one of its business units. Her responsibilities there included process management, administration, technology, product development and communications. She joined Marsh in 2001 as head of strategic planning for the corporation and oversaw the development of the firm's comprehensive three-year plan.

Irvine has been a leader in the digital industry for nearly two decades. She was general manager of New York Sidewalk, Microsoft's internet media venture, from its inception to its acquisition by Ticketmaster/CitySearch. Before joining Microsoft, she was a vice president and general manager of Hearst New Media, the interactive division of the Hearst Corporation. Before Hearst, Irvine was with Prodigy in a broad variety of roles, including heading the e-mail and Internet product management group and the customer relations group. Prior to Prodigy, she produced and marketed entertainment and educational software at Activision, one of the early leaders in the videogame industry.

Cella holds a B.A. from Cornell University and an M.B.A. from Harvard Business School. She is a member of the President's Council of Cornell Women and received the prestigious Rising Star award from the New York Women's Agenda.



Brian K. Roberts
Chief Financial Officer

As chief financial officer, Brian is responsible for overseeing financial operations including forecasting and reporting, and all accounting and finance functions globally at Digitas Inc. Before assuming this role, Brian was chief accounting officer, managing financial planning and analysis, cash management, client finance, reporting, SEC compliance, taxes, insurance, and general accounting.

Prior to joining Digitas Inc. in 2001, Brian was vice president of finance at Idiom Technologies, Inc., a software and services provider. Previously, he was U.S. controller for the Monitor Group, a management consulting firm, and prior to that he was in the audit division of Ernst & Young LLP, a public accounting firm.

Brian holds a B.S, *magna cum laude*, in accounting and finance from Boston College. He is a Certified Public Accountant in Massachusetts.

DIGITAS



Laura Lang
President, Digitas

As president, Laura leads Digitas client facing organization and the company's new business endeavors. Laura brings to the role 20 years of experience in brand management, product management, and strategic consulting.

Prior to joining Digitas in 1999, Laura was president of Marketing Corporation of America, providing strategic consulting services to clients in the retail, electronics and information, entertainment, travel, and gaming industries. Previously, she was a senior vice president/group manager at Yankelovich Clancy Shulman. Before becoming a consultant, Laura worked in product and brand management at Bristol Myers, Pfizer Pharmaceuticals, and the Quaker Oats Company.

A *summa cum laude* graduate of Tufts University, Laura holds an M.B.A. from the University of Pennsylvania Wharton School of Business.



David Kramer
Chief Executive Officer

David Kramer is a new media entrepreneur. Together with partner Linda Holliday, he has built Medical Broadcasting Company into the leading provider of digital marketing and communications solutions serving the pharmaceutical and related healthcare industries. David began his career in advertising, brand management, and consumer goods marketing. In 1979, he founded and became president of SBK Pictures, a nationally known TV commercial and film production company based in Philadelphia. Still flourishing today, SBK was one of the first regional organizations to garner a national reputation and offer an alternative to the production centers of New York and Los Angeles. Respected for his strategic marketing as well as his creative talents, David concentrates on client relationship and account management development in addition to his CEO duties. He is frequently consulted by pharmaceutical company senior management, especially in the development of digital and relationship marketing strategies.



Linda Holliday
President

Linda Holliday is a new media visionary for pharmaceutical companies, and provides much of MBC's sales and strategic services. Lately, she has focused her efforts on building MBC into a more business-oriented organization, creating systems and infrastructure to enable the growth of the organization well beyond its current size. She was recently honored as a "Woman of Distinction" by the National Association of Women Business Owners and Philadelphia Business Journal and is on the business advisory board for the National Foundation for Celiac Awareness. In her career, Linda has directed the marketing efforts for the regional sports channels of Cablevision, for SBK Pictures, and has also served as an independent marketing consultant. Linda earned an MBA from the Wharton School at the University of Pennsylvania and a bachelor's degree in fine arts from the University of Michigan.

MODEM MEDIA



MARTIN REIDY
President, Modem Media

Martin Reidy is the president of Modem Media, a position he assumed in October, 2004. In this role, Martin is responsible for leading and managing the Modem Media network, as well as integrating and evolving the strategy and service capabilities of the company following its merger with Digitas Inc. Since 2003, Martin had been president, Digitas San Francisco, where he led business development efforts in the company's San Francisco office and across the entire Digitas network.

Prior to joining Digitas Inc., Martin was president and chief executive officer of R/GA, Interpublic Group's interactive agency, where he directed operations for Nike, Ticketmaster, Intel, and IBM, and led design and development for a renowned film and video production company. Previously, Martin was senior vice president at EMI Music, responsible for all acquisition and strategic development in the U.S. and abroad. Prior to EMI Music, Martin was a partner at Bain & Company, where he led assignments for several Fortune 500 clients.

A graduate of the University of California at Berkeley, Martin holds an M.B.A. from the University of Pennsylvania Wharton School of Business.