



PUBLICIS GROUPE ACQUIERT RUN ET RENFORCE SON EXPERTISE DANS LE PROGRAMMATIQUE

La plateforme d'achat programmatique multicanal et de gestion des données en temps réel rejoint VivaKi et Starcom MediaVest Group

Publicis Groupe [Euronext Paris: FR0000130577, CAC 40] annonce aujourd'hui l'acquisition de RUN, plateforme d'achat programmatique multicanal et d'analyse des données en temps réel. RUN est dotée de capacités mobiles exceptionnelles permettant aux annonceurs de réaliser des campagnes ciblées par la data.

A travers sa plateforme avancée de gestion des données (DMP), collectées notamment à partir de mobiles, RUN recueille, croise et analyse diverses données consommateurs provenant de multiples sources y compris des opérateurs de téléphonie mobile et des fournisseurs d'accès Internet (FAI). Cette plateforme a été créée dans le but d'exploiter et d'optimiser les informations recueillies auprès des opérateurs de téléphonie mobile et à partir des appareils connectés – intégrant à la fois des données de géolocalisation, des activités CRM, des données démographiques et comportementales des consommateurs.

A ce jour, RUN a identifié plus de 800 millions de profils de consommateurs à l'échelle mondiale. La plateforme de RUN permet de disposer de données transparentes, précises et pertinentes en temps réel permettant à la fois un ciblage plus précis et un investissement publicitaire efficace. La « Demand-Side Platform » (DSP) axée sur les données de RUN permet d'effectuer des achats d'espace sur tous les canaux et à grande échelle. Sa plateforme d'activation exécute des campagnes marketing multi-appareils et multi-formats, dont le display et la vidéo.

Cette acquisition s'inscrit dans le plan stratégique 2018, qui prévoit que Publicis Groupe réalise 50 % de son revenu dans le numérique – contre 41,6 % aujourd'hui. Le Groupe est fortement investi dans les technologies, les données, les contenus, les réseaux sociaux et le programmatique sur tous canaux et appareils connectés. Publicis Groupe a su anticiper la nécessité pour ses clients d'adopter le programmatique comme un élément indispensable à leurs plans marketing digital. Cette acquisition marque la première de ce genre pour le Groupe.

Plus récemment, Publicis Groupe a signé un certain nombre de partenariats majeurs dans le programmatique, dont celui avec AOL et la solution programmatique phare de VivaKi, *Audience on Demand* (AOD).

La plateforme rejoindra Starcom MediaVest Group (SMG) et sera une ressource disponible pour l'ensemble des réseaux de Publicis Groupe, y compris ZenithOptimedia, DigitasLBi et Razorfish. Déployées à l'échelle du Groupe par VivaKi, les technologies DMP et DSP de RUN seront accessibles sous forme de solutions Publicis Groupe et permettront de renforcer le leadership de *Audience on Demand*, solution programmatique proposée par Publicis Groupe.

Le temps passé sur les appareils mobiles est en constante augmentation. Selon eMarketer, les dépenses publicitaires mobiles devraient passer de 8,5 milliards de dollars en 2013 à 31 milliards en 2017. La plateforme technologique de RUN, axée sur le mobile, dispose d'un positionnement idéal pour améliorer les méthodologies de ciblage mesurant avec précision les comportements de consommateurs, l'utilisation des médias et les informations de géolocalisation.

RUN conservera son nom, son équipe dirigeante et sa structure sera une entité autonome au sein de Starcom MediaVest Group. Basée à New York, RUN opère actuellement dans 50 pays.

Seth Hittman, CEO de RUN, déclare : « *Nous assistons à des changements spectaculaires dans le fonctionnement des agences, qui comptent de plus en plus sur la gestion des données et sur les plateformes technologiques pour rayonner dans un monde de plus en plus interconnecté. Nous nous réjouissons d'intégrer VivaKi et SMG pour unir notre plateforme et notre vaste gamme de produits à leurs activités média et numériques partout dans le monde. Nos deux sociétés réalisent ainsi un grand bond en avant, au bénéfice de leurs clients, en proposant des solutions internes de gestion des données et en concevant un nouveau modèle axé sur le mobile* ».

Laura Desmond, CEO Global de Starcom MediaVest Group, ajoute : « *Cette acquisition va accélérer les capacités numériques de Publicis Groupe dans l'espace mobile. Le rôle de l'agence a changé : nous ne négocions plus avec des monnaies d'échange classiques, nous négocions à partir des données et des technologies. RUN nous permet de nous affranchir des contraintes imposées par les écosystèmes fermés des différents écrans et appareils connectés pour devenir un acteur singulier dans les services que nous apportons à nos clients d'aujourd'hui et de demain* ».

À propos de Publicis Groupe

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est l'un des premiers groupes mondiaux de communication. Le Groupe est présent dans tous les secteurs et les métiers : le numérique (DigitasLBi, Razorfish, Rosetta, VivaKi, Nurun), la publicité (BBH, Leo Burnett, Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi), les relations publiques, la communication institutionnelle et l'événementiel (MSLGROUP), l'achat d'espace et la stratégie média (Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia), la communication santé avec Publicis Healthcare Communications Group (PHCG) et enfin la production de contenus avec Prodigious. Le Groupe est présent dans 108 pays et compte environ 63 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com | Twitter: @PublicisGroupe | Facebook: www.facebook.com/publicisgroupe | LinkedIn : Publicis Groupe | <http://www.youtube.com/user/PublicisGroupe> | *Viva la Difference!*

À propos de Starcom MediaVest Group

Starcom MediaVest Group est une "Human Experience Company", une société de l'expérience humaine. Car nous sommes convaincus que les expériences comptent, qu'elles colorent la vie et renforcent les marques. Nous réalisons des expériences pour les marques grâce à nos trois marques mondiales d'agences primées : MediaVest, Starcom et Spark. Classé premier réseau média mondial en billing par RECMA, SMG (www.smggroup.com) couvre un réseau intégré de stratèges de l'expérience humaine, de spécialistes des investissements, de créateurs de contenus, et d'experts en technologie et en numérique. Avec plus de 7 900 employés dans 130 bureaux établis partout dans le monde, SMG travaille en collaboration avec les grandes entreprises mondiales comme Coca-Cola, P&G, Samsung et Walmart, ainsi que des marques comme Spotify, Twitter et Airbnb. En 2013, SMG a été élu Réseau mondial de l'année au "Festival of Media". SMG fait partie de Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40], l'un des principaux groupes mondiaux de communication.

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
Stéphanie Constand	Relations Investisseurs	+ 33 (0)1 44 43 74 44

Starcom MediaVest Group

Lauren Hurvitz	Communication Corporate	+1 (917) 683-5118
----------------	-------------------------	-------------------