



INITIATIVE STRATEGIQUE DE PUBLICIS GROUPE : INVESTISSEMENT DE 15 MILLIONS DE DOLLARS DANS JANA, ENTREPRISE SPECIALISEE DANS LE MOBILE

**LA PLATEFORME MOBILE DE JANA POURRAIT ATTEINDRE 3,48
MILLIARDS DE CONSOMMATEURS DANS LES PAYS EMERGENTS
ET LES GRANDS MARCHES PUBLICITAIRES**

MAURICE LEVY ENTRE AU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE JANA

« J'ai été personnellement attiré par cette plateforme et convaincu d'y investir car je considère le secteur du mobile comme le plus prometteur de l'industrie de la communication. Les consommateurs des marchés émergents consacrent déjà 10% de leur dépenses journalières dans leur forfait, alors que les annonceurs internationaux dépensent plus de 150 milliards de dollars pour atteindre les consommateurs via les médias traditionnels », déclare Maurice Lévy.

Publicis Groupe [EURONEXT Paris : FR0000130577] réalise un investissement stratégique de 15 millions de dollars dans Jana, société internationale spécialisée dans la technologie mobile. Basée à Boston, Jana a développé la plus grande plateforme internationale de fidélisation de « mobinautes » dans les pays émergents, comme le Brésil, l'Inde, l'Indonésie et le Nigeria. C'est le tout premier investissement direct de Publicis Groupe dans une start-up de la technologie mobile. Dans le cadre de cet investissement, Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe, entre au Conseil d'administration de Jana. Rishad Tobaccowala, *Chief Strategy and Innovation Officer* de VivaKi, rejoint le Conseil stratégique.

Dans les pays émergents, le temps des forfaits mobiles est considéré comme du "cash". Grâce à sa plateforme, Jana peut instantanément récompenser la fidélité de 3,48 milliards de consommateurs en leur accordant du temps d'utilisation gratuit. Ce service est intégré dans les systèmes de facturation de 237 opérateurs mobiles dans 102 pays.

Afin d'acquérir, connaître et fidéliser les utilisateurs de téléphones mobiles dans les pays émergents, plusieurs entreprises mondiales font appel aux services offerts par la plateforme de Jana. Celle-ci permet de fidéliser les mobinautes en leur accordant des crédits sur leur forfaits mobiles en fonction des actions qu'ils accomplissent : test de produits (inscriptions, téléchargements d'applications), actions diverses (visionnage d'une vidéo, téléchargement d'une photo...), recommandation de produits auprès de leur réseau ou achats en ligne. Toutes ces actions permettent également de collecter des données concernant les comportements des consommateurs, offertes ensuite aux annonceurs.

« J'ai été personnellement attiré par cette plateforme et convaincu d'y investir car je considère le secteur du mobile comme le plus prometteur de l'industrie de la communication. Les consommateurs des marchés émergents consacrent déjà 10% de leur dépenses journalières dans leur forfait, alors que les annonceurs internationaux dépensent plus de 150 milliards de dollars pour atteindre les consommateurs via les médias traditionnels », déclare Maurice Lévy. « Grâce à sa plateforme, Jana contribue à la transformation de notre métier. Les investissements publicitaires seront redistribués et iront plus directement « dans la poche » de milliards de consommateurs que les marques souhaitent cibler et fidéliser. Les marques se connecteront directement aux individus et les individus deviennent ainsi économiquement plus puissants. Jana contribuera alors à l'amélioration du niveau de vie des consommateurs des marchés émergents. »

Les annonceurs peuvent également bénéficier des services de la collecte de données mCent développée par Jana. En échange de leur participation à des enquêtes de consommation ou lors d'achats de produits, les utilisateurs se verront récompenser par du temps de forfait. Au cours des six derniers mois, le nombre de membres de mCent a fortement augmenté. Avec déjà plus de six millions de membres inscrits, la plateforme accueille chaque mois plus d'un million de consommateurs supplémentaires.

« Notre produit sur mesure permet à tout le monde d'envoyer du temps de connexion dans plus de 70 devises à des milliards de personnes dans les marchés émergents » affirme Nathan Eagle, cofondateur et CEO de Jana. *« Notre partenariat avec Publicis Groupe nous apporte une valeur bien supérieure qu'un simple investissement financier. L'expertise de Publicis Groupe ainsi que son accès aux grandes marques offriront d'incontestables opportunités aux consommateurs pour qu'ils bénéficient de plus de temps de connexion. »*

Rishad Tobaccowala, qui sera conseil auprès de Jana, dirigera le partenariat Ventures chargé de l'introduction de Jana dans toutes les agences de Publicis Groupe.

« VivaKi, le bras armé numérique de Publicis Groupe, est en contact avec de nombreuses sociétés innovantes qui nous permettront de pénétrer plus vite les marchés-clés et de développer de nouveaux produits avec une efficacité inégalée », explique-t-il. *« La relation avec Jana nous aidera à bouleverser les modèles publicitaires classiques, et à connecter nos clients avec les populations du monde là où la croissance est forte, et où l'adhésion aux technologies mobiles dépasse celle des autres pays. »*

L'investissement stratégique de Publicis Groupe porte le montant des capitaux levés à 25 millions de dollars incluant les autres investisseurs Todd Dagues (Spark Capital), Rohini Chakravarty (NEA), Jon Miller (AOL / News Corp), Paul Sagan (Akamai) et Esther Dyson.

A propos de Publicis Groupe

Publicis groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est l'un des premiers groupes mondiaux de communication. Nous sommes présents dans tous les secteurs et les métiers : le numérique (DigitasLBi, Razorfish, Rosetta, VivaKi), les agences créatives (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) et enfin la communication santé avec Publicis Healthcare Communications Group (PHCG). Le Groupe est présent dans 108 pays et compte environ 60 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com | Twitter : @PublicisGroupe | Facebook : <http://www.facebook.com/publicisgroupe>

Viva la Difference !

Contacts

Publicis Groupe

Peggy Nahmany

Martine Hue

Stéphanie Constand-Atellian

Communication corporate

Relations investisseurs

Relations investisseurs

+ 33 (0)1 44 43 72 83

+ 33 (0)1 44 43 65 00

+ 33 (0)1 44 43 74 44

VivaKi

Cheri Carpenter

Chief Communications Officer

+1 312 220 6218