

PUBLICIS GROUPE REDÉFINIT LE PAYSAGE DU MARKETING SPORTIF AVEC L'ACQUISITION DE 160OVER90

160over90 sera intégré à Publicis Sports et s'appuiera sur les technologies du Groupe et les données d'Epsilon, amplifiées par les médias, pour créer la première plateforme mondiale connectée dédiée au sport et à la culture.

Jeudi 2 avril, 2026 – Paris – Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] annonce avoir conclu un accord définitif en vue de l'acquisition de 160over90, agence de référence spécialisée dans le sport et la culture. Ce rapprochement donne naissance à une plateforme mondiale capable de générer des résultats mesurables en connectant les marques à leurs audiences, dans les domaines du sport et de la culture grâce à la puissance combinée des technologies et de la data de Publicis.

160over90, une division de WME Group, est l'une des plus grandes agences mondiales de marketing créatif et sportif. Elle engage les marques et leurs publics dans des événements qui font vibrer le sport et la culture. L'agence compte plus de 670 collaborateurs répartis entre les États-Unis, le Royaume-Uni, la région EMEA et l'APAC. Elle accompagne les marques internationales dans leurs stratégies et activations sportives et culturelles, en donnant vie à des moments inoubliables lors d'événements comme le Super Bowl, les Jeux olympiques ou encore la Coupe du Monde.

Réinventer le modèle : une nouvelle vision du sport et de la culture à l'ère de la data

Le sport est devenu un pilier des médias premium et du marketing. Il réunit, lors des directs, des audiences inégalées et s'inscrit à présent au cœur de la culture. Aujourd'hui, le marché des médias sportifs est estimé à 150 milliards de dollars¹, tandis que les investissements en sponsoring dépassent les 90 milliards² à l'international. Malgré cette hausse des investissements, les écosystèmes et les partenaires qui les gèrent, restent trop fragmentés.

Pour exploiter pleinement la puissance du sport et de son influence sur la culture mondiale, les marques ont besoin d'une approche unifiée intégrant médias, sponsoring, événements, contenus, créateurs et talents, associés aux datas, aux technologies et aux expertises nécessaires pour orchestrer l'ensemble. Avec 160over90, Publicis proposera un écosystème intégré, où la culture générera une croissance mesurable, grâce à :

¹ Source : [Rapport Ken Research](#)

² Source : [Rapport Allied Research](#)



- **Une puissance inégalée à l'échelle mondiale** : en combinant les expertises intégrées de Publicis Sports et 160over90 pour créer le leader mondial du marketing sportif, aux États-Unis, au Royaume-Uni, dans la région EMEA et en APAC.

- **Des données optimisées** : en s'appuyant sur la plateforme Publicis Sports Intelligence, alimentée par les données propriétaires d'Epsilon, pour planifier, personnaliser et mesurer les investissements et leurs performances à travers les médias, l'expérientiel, les contenus, l'événementiel, le sponsoring et le commerce.

- **Le meilleur de l'influence** : en activant Influential, la plateforme leader du secteur, pour amplifier l'influence et l'impact des athlètes en tant que créateurs, story-tellers et leaders de communauté.

- **Des partenariats stratégiques en talents & divertissement** : par la création d'un partenariat stratégique avec WME Group, permettant à Publicis d'engager en amont des collaborations avec des talents majeurs de son portefeuille, et ainsi de créer de nouvelles opportunités de collaborations marketing.

Cette acquisition s'inscrit dans la continuité du développement des expertises de Publicis Sports dans le sport et la culture, après les acquisitions d'Adopt et de Bespoke en 2025, du récent partenariat avec Magic Johnson Enterprises et du lancement d'Influential Sports, pour donner naissance à une offre inédite réunissant stratégies sportives et talents.

Le groupe Publicis Sports ainsi constitué sera placé sous la responsabilité de Suzy Deering, CEO de Publicis Sports, et intégré au sein de PMX afin de garantir un accès fluide et une mise en œuvre unifiée à l'ensemble des agences et des clients de Publicis.

Arthur Sadoun, Président Directeur Général de Publicis Groupe : « Après avoir affirmé notre position de leader dans les données propriétaires, le commerce et les influenceurs, notre prochain grand pari est celui du sport. À l'ère de l'IA, il est devenu l'un des secteurs qui créent le plus de valeur pour nos clients, offrant à la fois un impact culturel, un engagement en direct et des résultats mesurables.

En combinant l'expertise de 160over90 dans le sport, la culture et les talents avec la plateforme d'influence connectée la plus avancée du marché, des expériences immersives et l'analyse de données, nous transformons un écosystème encore fragmenté en une plateforme unifiée, capable de connecter les marques à leurs publics de manière pertinente et mesurable.

Cette acquisition illustre, une nouvelle fois, notre engagement continu à investir dans les outils et les expertises qui créent le plus de valeur pour nos clients, en leur donnant davantage de compréhension de leurs audiences, une plus grande transparence sur leurs investissements et des résultats concrets à chaque étape de leurs activations et de leurs engagements. »



Dave Penski, Président-Directeur Général de Publicis Connected Media, a commenté : « Le sport est devenu l'intersection incontournable entre culture, commerce et communauté. À mesure que les marques y investissent davantage, Publicis Groupe et 160over90 sont idéalement positionnés pour faire évoluer et structurer le marketing sportif en un levier adressable et mesurable, au-delà des médias, en intégrant les partenariats, les talents et les activations en direct. »

Mark Shapiro, Président et associé dirigeant de WME Group, déclare : « 160over90 s'est imposé comme un partenaire de confiance pour certaines des marques les plus influentes au monde, en créant des expériences uniques et des partenariats à forte valeur sur les plus grandes scènes sportives. En unissant nos forces avec Publicis Sports, nous allons proposer une offre sans équivalent pour les marques qui veulent aller plus vite et créer des liens plus forts avec les fans, les ayants droit et les contenus sportifs. Par ailleurs, la nouvelle collaboration de WME Group avec Publicis Groupe ouvrira davantage d'opportunités pour nos talents et nos partenaires, afin de développer leurs activités à grande échelle. »

L'opération reste soumise aux conditions de clôture usuelles, notamment à l'obtention des autorisations réglementaires.

À propos de Publicis Groupe - The Power of One

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est un leader mondial de la communication. Le Groupe est présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur, du conseil à l'exécution, en combinant la transformation marketing et la transformation digitale des entreprises. Publicis Groupe se positionne comme le partenaire privilégié dans la transformation de ses clients pour leur permettre de créer une expérience personnalisée à grande échelle. Le Groupe repose sur dix expertises regroupées au sein de quatre activités principales : la Communication, les Médias, la Data, et la Technologie. Il propose à ses clients une organisation unifiée et fluide leur facilitant l'accès à l'ensemble de ses expertises dans chacun de ses marchés. Le Groupe est présent dans plus de 100 pays et compte environ 114 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [LinkedIn](#) | [YouTube](#) | [Instagram](#) | *Viva la Difference!*

Contact Publicis Groupe

Amy Hadfield	Directrice de la Communication	+33 (0)1 44 43 70 75	amy.hadfield@publicisgroupe.com
Valérie Rudler	Communication France	+33 (0)1 72 32 44 74	valerie.rudler@publicis.fr