

Communiqué de presse

05/07/12



PUBLICIS GROUPE ACQUIERT 100% DE BARTLE BOGLE HEGARTY (BBH) L'ACQUISITION INCLUT L'AGENCE BRESILIENNE NEOGAMA/BBH

«Tous les ingrédients qui ont fait le succès de BBH et de NEOGAMA/BBH seront préservés aujourd'hui, demain et sur le long terme. Ainsi, le management du nouveau BBH restera autonome et le réseau se développera de façon spécifique, avec ses propres caractéristiques. BBH pourra bénéficier de l'appui et des ressources du Groupe pour accélérer sa croissance et son développement géographique, lui permettant aussi d'élargir ses capacités dans des domaines plus variés. Je suis très fier que les fondateurs et les équipes de BBH et de NEOGAMA/BBH aient choisi de nous rejoindre », a déclaré Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe.

Par deux transactions séparées, Publicis Groupe s'est porté acquéreur :

- de 51% des actions du réseau BBH auprès des fondateurs Nigel Bogle et Sir John Hegarty, et de leurs partenaires. Publicis Groupe, qui détenait 49% des actions depuis de nombreuses années porte ainsi sa participation dans BBH à 100%.
- de 100% des actions de NEOGAMA/BBH au Brésil (acquisition des 34% détenus par BBH et des 66% du fondateur, Alexandre Gama et de ses associés). NEOGAMA/BBH est l'une des agences à la fois les plus créatives et les plus innovantes du Brésil avec un parcours impressionnant de succès, qui en fait une des premières agences du marché brésilien.

BBH est une légende dans le monde de la publicité. Fondée en 1982 à Londres par John Bartle, Nigel Bogle et Sir John Hegarty, l'agence a produit nombre de campagnes très remarquées en trente ans, parmi lesquelles « Vorsprung durch Technik » pour Audi, « Keep Walking » pour Johnnie Walker, « To fly, to serve » pour British Airways, « The Axe Effect » pour Axe, et « The Web is what you make of it » pour Google, pour n'en citer que quelques-unes. Cette année BBH a remporté 21 Cannes Lions dont le Grand Prix dans la catégorie *Creative Effectiveness* et 4 Lions d'Or.

Reconnue par le marché britannique et international comme l'un des fleurons de la créativité moderne, BBH Londres a été nommée six fois « Agence de l'année » par *Campaign Magazine*, un record jamais égalé. BBH a créé un « micro réseau » en s'implantant après Londres, à New York, Sao Paulo, Singapour, Shanghai, Mumbai et Los Angeles. BBH emploie environ 1 000 personnes et son réseau (hors Brésil) a atteint 112,2 millions d'euros de revenu en 2011. Publicis Groupe détenait une participation minoritaire de 49% dans BBH depuis 2002, date de l'acquisition de Bcom3 par le Groupe.

L'histoire de NEOGAMA/BBH est assez proche de celle de BBH, d'où leur accord. Les campagnes développées par la brillante agence créative d'Alexandre Gama pour ses clients Banco Bradesco, Johnnie Walker-Diageo, TIM, OMO ou Renault, sont parmi les plus puissantes et les plus célèbres du Brésil. L'agence basée à Sao Paulo, également implantée à Rio de Janeiro, compte près de 270 collaborateurs et a réalisé près de 42,2 millions d'euros de revenu en 2011. Elle conservera son nom et continuera d'être dirigée par son fondateur Alexandre Gama, Chief Creative Officer. Triacom et Made in Moon, deux filiales de NEOGAMA/BBH, spécialisées respectivement dans la communication numérique et la communication dans les points de vente, sont désormais détenues par Publicis Groupe au travers de cette transaction.

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe, a déclaré : « *Mes relations avec les fondateurs Nigel Bogle, Sir John Hegarty ou Alexandre Gama remontent à une dizaine d'années au cours desquelles j'ai pu admirer l'exceptionnel parcours de ces hommes au talent légendaire et celui de leurs agences, du travail remarquable réalisé pour leurs clients et de leur force d'attraction sur les talents et les clients. Ces transactions permettent l'unification du réseau BBH. Pendant ces dix dernières années, Publicis a su être un bon partenaire pour BBH et NEOGAMA/BBH. Le Groupe a bien compris la culture rare et spécifique de BBH, de son symbole (black sheep : le mouton noir) et de la communauté de ses hommes et femmes reconnus parmi les meilleurs professionnels de notre métier. Fidèles à notre devise de « Viva la Difference » nous avons décidé avec Nigel, John et Alexandre de conduire une intégration qui préserve la culture, les méthodes de travail, les spécificités des agences, en accordant une très large autonomie de fonctionnement. Grâce à l'approche " autonomy inside " du Groupe, tous les ingrédients qui ont fait le succès de BBH et de NEOGAMA/BBH seront préservés aujourd'hui, demain et sur le long terme. Ainsi, le management du nouveau BBH restera autonome et le réseau se développera de façon spécifique, avec ses propres caractéristiques. BBH pourra bénéficier de l'appui et des ressources du Groupe pour accélérer sa croissance et son développement géographique, lui permettant aussi d'élargir ses capacités dans des domaines plus variés. Je suis très fier que les fondateurs et les équipes de BBH et de NEOGAMA/BBH aient choisi de nous rejoindre ».*

Nigel Bogle, fondateur de BBH, a ajouté : « *La décision était claire. Nous voulions une opportunité permettant à notre agence de conserver une grande autonomie, et maintenir les valeurs symbolisées par le mouton noir. L'indépendance opérationnelle dans la gestion de la marque BBH qui nous a valu une croissance quasi ininterrompue pendant trente ans, était notre priorité. Notre appartenance à Publicis Groupe non seulement garantit notre autonomie, mais nous apporte de surcroît des avantages considérables grâce aux ressources et à l'infrastructure mondiale du Groupe ».*

Alexandre Gama, Chief Creative Officer de NEOGAMA/BBH, a poursuivi : « *C'est une évolution très prometteuse pour NEOGAMA/BBH et nous sommes particulièrement fiers de devenir à 100% une agence BBH au sein de Publicis Groupe. Ce mouvement nous positionne à l'échelle mondiale et nous apporte de nombreuses opportunités qui sont toutes d'excellentes nouvelles pour nos clients, nos équipes et notre avenir* ».

En cette année du trentième anniversaire de leur agence, Nigel Bogle et Sir John Hegarty ont souhaité pérenniser le succès de leur agence avec cette transaction qui garantit son avenir et son fonctionnement autonome en micro réseau au sein de Publicis Groupe. Ils ont mis en place un nouveau management capable de porter les promesses d'avenir.

Sir John Hegarty a choisi Alexandre Gama pour lui succéder au poste de Worldwide Chief Creative Officer (WCCO). Simon Sherwood, précédemment Group Chief Executive Officer, devient Président du groupe. Gwyn Jones, l'un des premiers diplômés recrutés en 1987, est nommé Group Chief Executive Officer de la société, tandis que Neil Munn, CEO de Zag, l'entreprise de création et gestion de marques de BBH, assurera la fonction de Group Chief Operating Office, tout en conservant sa responsabilité actuelle.

Nigel Bogle, co-fondateur, et Sir John Hegarty, co-fondateur (créatif), poursuivront leur activité de conseil auprès de certains clients. Les responsabilités opérationnelles seront désormais assumées par la nouvelle équipe dirigeante. Tout en restant impliqué dans la gestion des principaux budgets de BBH, Nigel Bogle poursuivra son action de *mentor* auprès du nouveau management. Compte tenu de sa renommée mondiale de grand créatif, Sir John Hegarty continuera de transmettre sa fibre créative au service des talents et clients de l'agence et de représenter BBH sur la scène internationale.

Sir John Hegarty déclare : « *Ce qui fait BBH, c'est sa créativité. Notre succès a toujours reposé sur la qualité de notre travail et le talent de nos collaborateurs. Et il en sera ainsi à l'avenir* ».

Le Conseil d'administration de la société holding BBH sera composé de trois membres du Directoire de Publicis Groupe : Maurice Lévy, Jean-Yves Naouri, Jean-Michel Etienne, ainsi que de Steve King, Global CEO de ZenithOptimedia, et de Nigel Bogle, Sir John Hegarty et Simon Sherwood. Le Conseil confiera les pouvoirs et la responsabilité de la gestion quotidienne à une équipe de management internationale de BBH placée sous la direction de Gwyn Jones.

A propos de la nouvelle équipe dirigeante

Simon Sherwood, Président du groupe, a gravi tous les échelons de BBH qu'il avait rejoint comme chef de publicité en 1982. Il a dirigé BBH Londres, puis, en 1996, il a lancé à Singapour le premier bureau étranger de BBH et depuis 1998 a présidé à son expansion internationale. Il présidera désormais le nouveau Conseil d'administration de BBH, ainsi que l'équipe de management internationale, tout en supervisant les relations avec les clients importants.

Gwyn Jones a dirigé les bureaux de Londres et de New York. Sous sa houlette, l'agence londonienne a connu une période de forte croissance et a été distinguée par le monde de la publicité, avec 10 prix d'Agence de l'année obtenus en quatre ans, ainsi que le titre d'Agence de l'année décerné trois années consécutives par le magazine *Campaign*, un record.

En 2004, Gwyn est devenu CEO de l'agence de New York qui s'est également fortement développée en clientèle et créativité. En 2008, il est revenu à Londres pour y occuper la fonction de Group Chief Operating Officer.

Gwyn sera aidé par Neil Munn qui devient Group Chief Operating Officer. Neil est entré en 2006 chez BBH, pour y établir Zag, la société de gestion de marques de BBH. Il a une longue expérience commerciale, ayant été auparavant directeur marketing international pour la marque Axe de Unilever, et à ce titre, client de BBH. Neil se partagera entre sa nouvelle responsabilité et la direction de Zag.

A propos de Publicis Groupe

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est le troisième groupe mondial de communication, présent dans tous les secteurs et métiers : le numérique, la publicité, la communication institutionnelle, l'événementiel, l'achat d'espace média et la communication spécialisée. Ses principaux réseaux sont Leo Burnett, MSLGROUP, PHCG (Publicis Healthcare Communications Group), Publicis Worldwide, Rosetta et Saatchi & Saatchi. VivaKi, plate-forme transversale dédiée aux médias et au numérique, s'appuie sur Digitas, Razorfish, Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia. Le Groupe est présent dans 104 pays et compte environ 54 000 collaborateurs.

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

A propos de BBH

Bartle Bogle Hegarty est l'une des agences de création les plus célèbres du monde. Fondée en 1982 par les publicitaires britanniques John Bartle, Nigel Boggle et John Hegarty, l'agence a produit des campagnes pour bien des marques les plus illustres.

Le micro réseau très caractéristique de BBH inclut des bureaux à Londres, New York, Sao Paulo, Singapour, Shanghai, Mumbai et Los Angeles et emploie environ 1000 collaborateurs au total. L'agence continue à travailler pour son tout premier client, Audi, et utilise encore le slogan d'origine de sa campagne « Vorsprung durch Technik ». Elle travaille pour des clients comme Diageo, Unilever, British Airways, Google et Audi, couvrant tous les types de médias et de contenus. Elle fait également du travail sur ses propres marques par le biais de son agence de marques, Zag. Au cours de ses 28 ans de collaboration avec Levi's, l'agence a produit certaines des publicités les plus emblématiques de l'histoire, dont « Launderette » et « Flat Eric ». Les campagnes de BBH ont débouché sur 9 tubes en tête du hit-parade. En 1996 et 1997, BBH a reçu le Queen's Award for Export Achievement, en reconnaissance de son expansion mondiale réussie. John Hegarty a été fait chevalier en 2007 pour services rendus au secteur publicitaire, et s'est vu décerner le premier « Lion de Saint-Marc » au Festival de la créativité de Cannes en 2011. La créativité est au cœur du succès de BBH. L'agence veut rendre les marques de ses clients célèbres. Au premier trimestre 2012, BBH a emporté le titre d'Agence de l'année aux Webby Awards pour son travail numérique pour Google et pour les sous-vêtements masculins ASOS. L'agence de Londres a été élue Agence de l'année par le magazine *Campaign*, le magazine *Creative Review* et par ARROWS (récompenses publicitaires de la télévision britannique).

www.bartleboglehegarty.com

A propos de NEOGAMA/BBH

NEOGAMA/BBH est la huitième agence publicitaire du Brésil, selon le classement 2011 d'IBOPE/MONITOR. Fondée en 1999 par Alexandre Gama, NEOGAMA s'est associée au réseau britannique BBH en 2002, et s'est établie comme l'une des agences les plus créatives du pays. C'est la première agence brésilienne à avoir reçu deux Lions d'Or à Cannes pour les catégories Presse et Film, la même année, en 2003. NEOGAMA a été la seule agence brésilienne à avoir décroché un Lion d'Or au cours de sa première année d'activité. Gestionnaire réputée des marques, l'agence NEOGAMA a produit certaines des meilleures campagnes de communication de l'histoire de la publicité, pour des marques comme TIM, Banco Bradesco, OMO, Renault et Johnnie Walker.

www.neogamabbh.com.br

Contacts

Publicis Groupe

Peggy Nahmany
Martine Hue

Communication corporate
Relations investisseurs

+ 33 (0)1 44 43 72 83
+ 33 (0)1 44 43 65 00

BBH

Sarah Pollard

Communication

+ 44 20 7453 4610

NEOGAMA/BBH

Claudio Sá

Communication corporate

+ 55 11 5056-9800