



Communiqué de presse

07/11/12



VivaKi transformé : une nouvelle étape de croissance

“Les réalisations de VivaKi ont été formidablement bénéfiques pour nos clients, leur permettant d’optimiser leur relation avec le nouveau consommateur et de relier les univers de l’analogique et du numérique », déclare Maurice Lévy, Président du directoire de Publicis Groupe.

« Nous voulons construire une nouvelle étape accélérant la croissance du Groupe et notre pénétration dans le numérique. Les dirigeants de VivaKi – Jack Klues, Laura Desmond, Steve King, Bob Lord et Frank Voris – ont préparé l’ouverture de VivaKi pour dynamiser ses innovations et doper la croissance de toutes les agences de Publicis Groupe. »

Publicis Groupe [EURONEXT Paris: FR0000130577] annonce aujourd’hui une transformation de VivaKi pour tirer avantage de la très bonne croissance de cet ensemble. Créé en 2008 par la réunion des forces de Digitas, de Starcom MediaVest Group (SMG), de ZenithOptimedia et puis de Razorfish, la nouvelle organisation s’ouvre au marché et devient une *business unit* à part entière.

La création de VivaKi répondait à la volonté d’accélérer la transformation numérique de Publicis Groupe et de ses agences. Son succès se traduit aujourd’hui dans les 35%* des revenus du Groupe tirés des activités numériques. VivaKi a également initié et renforcé les partenariats de Publicis Groupe avec Google, Facebook, Microsoft, AOL et bien d’autres acteurs. Il a également créé des produits et services innovants comme The Pool et Audience on Demand (AOD).

“Les réalisations de VivaKi ont été formidablement bénéfiques pour nos clients, leur permettant d’optimiser leur relation avec le nouveau consommateur et de relier les univers de l’analogique et du numérique », déclare Maurice Lévy, Président du directoire de Publicis Groupe. « Nous voulons construire une nouvelle étape accélérant la croissance du Groupe et notre pénétration dans le numérique. Les dirigeants de VivaKi – Jack Klues, Laura Desmond, Steve King, Bob Lord et Frank Voris – ont préparé l’ouverture de VivaKi pour dynamiser ses innovations et doper la croissance de toutes les agences de Publicis Groupe. »

Les agences fondatrices tireront profit de VivaKi de manière différente à l’avenir selon Jack Klues, CEO de VivaKi : « L’écosystème de VivaKi a établi un niveau de collaboration sans précédent. Les agences ont façonné et perfectionné leur offre, elles ont travaillé ensemble pour créer de nouvelles solutions profitables, elles ont adopté une philosophie nouvelle de la construction, du transfert et du

* Avec l’acquisition de LBi

partage, au bénéfice de nos clients. Digitas, Razorfish, SMG et ZenithOptimedia vont contribuer à définir le chemin des innovations à suivre tout en poursuivant le développement de leurs propres propositions uniques. »

- **SMG**, grâce aux produits proposés par VivaKi et aux partenariats stratégiques tissés avec de grandes entreprises de technologie, a enrichi son offre numérique autour de sa proposition : l'expérience humaine. L'intégration de Big Fuel (agence spécialisée dans les médias sociaux) dans l'offre sociale globale de SMG est un exemple d'intégration des nouveaux médias dans la première marque mondiale. « *La croissance numérique est un engagement fondamental pour nous* », affirme Laura Desmond, CEO de SMG. « *SMG est d'ailleurs la seule agence média citée dans le Panorama des nouvelles agences interactives de Forrester (juillet 2012). Nous avons calculé que plus de 32% de notre chiffre d'affaires média provient d'investissements numériques, ce qui fait de nous la plus grande agence média sur le marché du numérique* ».
- **ZenithOptimedia**, dans le cadre de VivaKi, a conforté son positionnement d'« Agence du Retour sur Investissement » à travers son offre « Live ROI », et assuré le lancement mondial de la marque Performics, l'une des toutes premières agences internationales en marketing de la performance. « *Il nous faut impérativement utiliser les effets d'échelle pour offrir des résultats mesurables à nos clients dans le monde du numérique* », selon Steve King, CEO de ZenithOptimedia. « *Le niveau de service offert grâce aux outils développés par VivaKi est tel qu'aucune autre agence ni réseau ne peut rivaliser* ».
- **Razorfish et Digitas** ont bénéficié de l'expertise et de l'influence média de VivaKi et de ses capacités à élaborer des outils et des solutions de haut niveau pour améliorer l'offre e-commerce de Razorfish et l'offre CRM ou *social network* de Digitas. De ce fait, les agences numériques ont très vite évolué et se sont rapidement différenciées. « *Le rapport Forrester a récemment présenté Digitas comme 'un partenaire marketing d'un nouveau genre qui associe stratégie, création, technologie, médias et analyse de données pour relier les marques à leurs publics'* », explique Bob Lord, CEO de Razorfish. « *Razorfish a été nommé 'Business Transformer', c'est-à-dire une agence qui transforme l'activité, qui crée de nouveaux modèles d'agences, qui invente de nouveaux produits dont les clients ont besoin. Les deux agences Razorfish et Digitas sont distinguées dans le rapport Gartner Magic Quadrant, publié en octobre dernier* ».

La transformation de VivaKi

Les agences VivaKi pourront davantage se différencier et collaborer dans le cadre de cette évolution. Cependant, elles continueront à bénéficier du progrès et de l'offre innovante de VivaKi. Les agences seront désormais placées sous la responsabilité directe de Maurice Lévy.

VivaKi, plateforme de coordination et de collaboration, deviendra une structure opérationnelle ouverte à toutes les agences du Groupe et au marché. Les offres du Nerve Centre, dont AOD et *The Pool*, seront proposées aux clients de Publicis Groupe et, par la suite à des clients hors Groupe.

Pour Maurice Lévy, « *le Nerve Center, l'une des plus grandes réussites de VivaKi, demeure une opération unique en son genre dans notre secteur. Il permet de lancer des innovations stratégiques grâce à l'influence collective de ses agences. Au lieu de développer des services dans chacune des agences, nous créons une offre de classe mondiale au Centre, dont le maître mot est l'innovation efficace. Tous les CEOs et dirigeants de Publicis Groupe vont immédiatement s'appuyer sur VivaKi pour leurs produits et services, et pour créer les modèles de nouveaux outils et de nouvelles technologies qui nous rendront plus forts, plus efficaces et plus créatifs pour nos clients* ».

VivaKi poursuivra également son développement de produits et maintiendra son équipe « Partnership Practice » qui travaille avec des sociétés comme Google, Facebook, Microsoft, etc afin de continuer à créer des opportunités pionnières, de nouveaux produits permettant d'obtenir des accords tarifaires préférentiels. VivaKi Ventures - qui travaille avec des start-up innovantes - sera renforcée pour identifier de nouvelles opportunités et de nouvelles offres dans l'intérêt de nos clients. Ces partenariats seront mis au service de tous les métiers du Groupe, qu'il s'agisse des médias, du numérique, de la création, de la santé ou de tout autre actif.

VivaKi Exchange (VX), actuellement déployé dans une douzaine de marchés, fonctionnera désormais sous le contrôle des responsables pays de VivaKi. Ils coopéreront avec les agences médias pour déployer les offres produits de VivaKi au niveau local.

Le projet Olympic (initiative d'automatisation et de standardisation dans les médias dans sa troisième année d'existence) sera appliqué à l'ensemble du Groupe. Il permettra de réinventer des processus, rationaliser et automatiser les flux de travail, pour que les talents se concentrent davantage sur l'innovation et les idées que sur les tâches manuelles ou activités plus routinières.

Le Management de VivaKi

A la demande de Maurice Lévy, Jack Klues, actuel CEO de VivaKi, aidera à réorienter VivaKi, avant de prendre sa retraite. Il cessera ses fonctions de CEO à la fin 2012, après 35 années consacrées à la société. Il restera cependant au sein de Publicis Groupe durant le premier semestre de 2013 pour parachever la mise en place de la nouvelle entité VivaKi.

Frank Voris sera le CEO du nouveau VivaKi, tandis que Rishad Tobaccowala en demeurera le responsable stratégie et innovation.

Frank Voris a été directeur financier de VivaKi depuis ses débuts. Depuis le lancement en 2008, il était responsable de toutes les opérations, notamment la technologie, le développement de produits et l'intégration des sociétés nouvellement acquises.

Rishad Tobaccowala, à l'avant-garde de la réflexion sur l'industrie depuis trente ans, a été à l'origine de structures inédites comme VivaKi Ventures, Denuo et d'autres unités opérationnelles tournées vers l'avenir. Elles ont offert aux responsables marketing leur expertise et savoir-faire dans les domaines des jeux, du mobile et de l'Internet.

Un conseil exécutif composé de Laura Desmond, Steve King, Bob Lord et Frank Voris établira les stratégies produits, les priorités et définira les outils et services transactionnels de VivaKi.

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 56 000 collaborateurs.

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

Viva la Difference !

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 Atellian	Relations investisseurs	+ 33 (0)1 44 43 74 44

VivaKi

Cheri Carpenter	Director of Corporate Communications	+ 1 312 220 6218
-----------------	--------------------------------------	------------------