



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 17 mai 2011

**PUBLICIS GROUPE ACQUIERT ROSETTA,  
L'UNE DES AGENCES NUMERIQUES LES PLUS DYNAMIQUES  
D'AMERIQUE DU NORD**

**Elargissement significatif des activités numériques  
de Publicis Groupe**

Publicis Groupe (EURONEXT Paris: FR0000130577) annonce aujourd'hui un accord d'acquisition de Rosetta Marketing Group LLC qui élargira significativement son offre de services marketing numériques et interactifs. Rosetta est l'une des plus grandes agences numériques indépendantes d'Amérique du Nord et l'une des plus dynamiques. Elle se distingue par l'importance de ses services de consulting stratégique.

Rosetta demeurera une marque autonome et indépendante au sein de Publicis Groupe, sous la houlette de son fondateur et CEO, Chris Kuenne, qui conservera la direction de l'agence et reportera à Jean-Yves Naouri, COO de Publicis Groupe.

Avec Rosetta, l'ensemble des activités numériques – qui comprend entre autres Digitas, Razorfish et Publicis Modem – de Publicis Groupe représentera plus de 30% des revenus totaux du Groupe.

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe, déclare : « *L'acquisition de Rosetta est une étape clé dans notre stratégie visant à devenir « human, all digital agency group ». VivaKi a été construit pour accélérer le basculement de nos clients vers le futur. Digitas et Razorfish nous ont permis d'acquérir des talents, un savoir-faire et une technologie fantastiques, et de les intégrer avec succès dans VivaKi et Publicis Groupe. Rosetta va enrichir notre savoir dans le numérique, nos capacités technologiques, nos conseils en marketing, la stratégie dans le numérique et la créativité que nous offrons aux clients et annonceurs. C'est une démarche logique puisque nous voulons anticiper et satisfaire leurs besoins dans un paysage marketing et publicitaire en rapide et constante évolution. Nous devrions non seulement mieux servir nos clients et en attirer de nouveaux, mais également accélérer notre propre transformation et notre croissance. Rosetta, forte de son héritage différencié venant des métiers du « consulting » et de son approche intégrée, vient élargir la palette de services numériques que nous offrons aujourd'hui à nos clients. Elle nous apporte de nouvelles approches, de nouvelles capacités, de nouvelles technologies qui viennent enrichir notre portefeuille. »*

*La contribution de Rosetta est unique en son genre, car elle associe son savoir-faire en conseil et stratégie à la maîtrise des nouvelles technologies et à son talent d'agence*



*créative. Quand nous imaginons la combinaison des forces de Rosetta avec celles des autres réseaux de Publicis Groupe, nous y voyons de fortes synergies qui vont consolider notre position mondiale sur la scène en pleine transformation du marketing. Je suis heureux d'accueillir Chris Kuenne et ses collaborateurs, équipe solide de leaders et d'innovateurs. Chris rejoindra le Strategic Leadership Team de Publicis Groupe. »*

Lancée en 1998 comme agence de conseil stratégique, Rosetta emploie plus de 1100 spécialistes de marketing numérique aux Etats-Unis et au Canada. Son siège social est situé à Princeton (New Jersey) et elle est présente à New York, Cleveland, et en Californie, avec des bureaux à San Luis Obispo, Los Angeles et San José. En 2010, selon *Advertising Age*, Rosetta s'est classée deuxième des agences numériques indépendantes des Etats-Unis, avec une croissance annuelle de 23,1%. Ses principaux clients opèrent dans les secteurs de la santé, des services financiers, de la grande distribution et des technologies avec des clients comme Allergan, Blue Cross Blue Shield, Bristol Myers Squibb, Hewlett-Packard, Johnson & Johnson, Marriott, Research In Motion, T-Mobile et Valvoline. *Advertising Age* la considère comme « l'agence à suivre » n°1 en 2011.

Rosetta apporte des solutions interactives sur mesure à ses clients avec une démarche unique fondée sur son savoir-faire stratégique et l'intégration de ses capacités créatives et solutions technologiques. Ses équipes de services travaillent de concert avec les hauts dirigeants de ses clients pour traduire une excellente compréhension des consommateurs en projets interactifs personnalisés et mis en œuvre grâce à la maîtrise qu'a Rosetta des plateformes de commerce électronique d'entreprise, des systèmes de gestion de contenu, des dispositifs connectés et du « cloud computing ». En six ans, l'agence de 40 professionnels au revenu annuel de \$10 millions s'est transformée en une agence rentable de près de 1100 collaborateurs dans 9 bureaux et dont le revenu 2011 devrait atteindre environ \$250 millions.

Chris Kuenne, CEO et fondateur de Rosetta, commente : « *Nous savions que, pour réaliser notre potentiel de croissance géographique et de développement d'activité, nous avons besoin des ressources et de la couverture d'un groupe mondial. Nous sommes particulièrement fiers de rejoindre l'un des groupes de communication global les plus avancés du monde en numérique. Nous avons trouvé en Publicis un partenaire dont la culture et la recherche de croissance nous correspondent. Nous partageons les mêmes croyances : donner les moyens à nos collaborateurs pour qu'ils accomplissent de grandes choses, induire le changement et la transformation par le marketing pour nos clients. Publicis a montré son respect pour la culture et les valeurs des réseaux membres de sa famille. Publicis nous soutiendra dans notre développement des compétences, des investissements et de notre empreinte géographique. Publicis nous encouragera à maintenir notre marque, consolider notre culture et augmenter notre impact pour les clients. »*

Jean-Yves Naouri, COO de Publicis Groupe, conclut : « *L'acquisition de Rosetta renforce encore la position mondiale de Publicis Groupe dans le domaine important et évolutif du marketing. Rosetta apporte des atouts et capacités très complémentaires à celles de nos agences numériques, Digitas, Publicis Modem et Razorfish. Nous sommes convaincus qu'il est important de se différencier par la valeur du capital intellectuel : avec ses services numériques centrés sur le conseil, Rosetta nous en donne l'occasion. Je suis donc ravi de notre collaboration future avec les équipes de Rosetta, qui optimisera leur potentiel et*



*étouffera notre palette de services auprès du portefeuille de clientèle exceptionnel que nous servons. »*

Au-delà du paiement du montant initial de \$575 millions, les accords prévoient un éventuel paiement différé aux dirigeants-actionnaires de Rosetta en fonction de la performance de l'agence en 2011-2013 payable en 2014. La transaction initiale sera, elle, payée entièrement en numéraire au closing. Cette acquisition s'inscrit dans l'objectif de Publicis Groupe de faire passer ses revenus numériques de 28 % du total en 2010 à 35% en trois ans. Elle intervient juste au moment où ZenithOptimedia annonce dans ses prévisions les plus récentes (avril 2011) que l'Internet dépassera la presse écrite pour devenir le deuxième média publicitaire du monde en 2013.

La transaction devrait être réalisée au cours du deuxième ou troisième trimestre 2011 et est assujettie aux conditions de finalisation d'usage, notamment la conformité avec la loi américaine « Hart-Scott-Rodino Antitrust Improvements Act. »

\* \* \*

#### **A propos de Publicis Groupe**

Publicis Groupe (Euronext Paris - FR0000130577) est le troisième groupe mondial de communication, présent dans 104 pays sur les 5 continents et compte environ 49 000 collaborateurs. L'offre publicitaire s'adresse à des clients locaux aussi bien qu'internationaux, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux : Leo Burnett, Publicis et Saatchi & Saatchi ainsi que plusieurs agences dont : Fallon, Bartle Bogle Hegarty (participation à 49 %) et Kaplan Thaler Group. La connexion avec les consommateurs est organisée de façon holistique par VivaKi qui comprend les réseaux mondiaux d'agences médias Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia; et pour la communication numérique et interactive, les réseaux leaders Digitas et Razorfish. VivaKi développe de nouveaux services et outils, et des plateformes numériques de prochaine génération. L'offre du Groupe comprend également la communication santé avec Publicis Healthcare Communications Group (PHCG, premier réseau mondial). MSLGROUP, l'un des cinq plus grands réseaux mondiaux, propose une expertise en communication corporate et financière, relations publiques, marketing social, développement des marques et événementiel.

Site internet: [www.publicisgroupe.com](http://www.publicisgroupe.com) | Twitter : [@PublicisGroupe](https://twitter.com/PublicisGroupe) | Facebook : <http://www.facebook.com/publicisgroupe>

#### **Rosetta Headquarters**

100 American Metro Boulevard  
Hamilton, NJ 08619  
1 609 689 6100  
Website: [www.rosetta.com](http://www.rosetta.com)

#### **CONTACTS:**

##### **Publicis Groupe**

Peggy Nahmany, Corporate Communication  
Martine Hue, Investor Relations

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

##### **Rosetta**

Kate Clegg

+ 1 216 896 8961