

Consolidation dans la publicité : Publicis achète l'américain Epsilon

Le groupe français Publicis signe un gros coup dans le secteur de la publicité, en achetant l'américain Epsilon pour 4,4 milliards de dollars.

Epsilon, filiale d'Alliance Data Systems, est une entreprise spécialisée dans le traitement des données et le marketing ciblé. Dans un monde où les géants du web (Google et Facebook) s'adressent directement aux annonceurs, le rôle des agences de publicité se rétrécit de plus en plus. D'où la nécessité, pour ce marché, de se consolider afin d'offrir aux clients des outils toujours plus avancés afin de cibler les consommateurs. Via cette acquisition, Publicis entend donc « devenir le partenaire privilégié » des annonceurs dans leur transformation numérique.

Dette et trésorerie

La transaction de 4,4 milliards de dollars (3,95 milliards nets d'impôts) va être financée par de la dette ainsi qu'une part de la trésorerie de Publicis. Le groupe français annonce une progression du bénéfice net net par action « à deux chiffres » dès l'année prochaine. Le désendettement complet interviendra quatre ans après la clôture de la transaction, qui sera finalisée au second semestre de cette année. Il s'agit pour Publicis d'un investissement « conséquent », reconnaît le président du directoire Arthur Sadoun. Ce dernier se dit toutefois convaincu que c'est là un « bon mouvement pour servir au mieux nos clients dans un monde où la data est au coeur de toutes les décisions et où le premier écran est devenu notre mobile ».

Partenariat stratégique

Epsilon a réalisé l'an dernier un chiffre d'affaires de 1,9 milliard de dollars, dont la grande majorité (97%) aux États-Unis. L'entreprise emploie 9 000 salariés, dont 2 000 ingénieurs et 3 700 « data scientists » en Inde. Par ailleurs, Publicis annonce un partenariat stratégique avec Alliance Data : les deux groupes partagent en effet une « même culture et une même vision stratégique ».