

## Publicis acquiert LiveRamp pour accélérer la co-crédation de données au service d'agents plus intelligents

*Le Groupe élargit son marché adressable  
et relève ses objectifs financiers 2027-2028*

**Dimanche 17 mai, 2026 – Paris – Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40]** a conclu un accord en vue d'acquérir LiveRamp, une plateforme mondiale de collaboration de données.

**Cliquez ici pour visioner le film d'annonce d'Arthur Sadoun Président-Directeur Général de Publicis Groupe et de Carla Serrano Chief Strategy Officer de Publicis Groupe.**

Avec LiveRamp, Publicis deviendra un leader de la co-crédation de données, une compétence importante à l'ère de l'intelligence artificielle et un levier majeur de la transformation agentique des entreprises.

Avec cette acquisition, valorisée 2,2 milliards de dollars en valeur d'entreprise, le Groupe poursuit ses investissements dans la technologie, la *data* et les services d'IA, afin d'accéder à de nouvelles opportunités dans l'ère agentique. Il élargit ainsi son marché adressable, lui permettant de relever ses objectifs 2027-2028 en termes de croissance du revenu net et du BPA courant, à taux de change constants.

### **LiveRamp : une plateforme de collaboration de données**

LiveRamp est une plateforme mondiale de collaboration de données qui permet aux entreprises d'unifier, gérer et activer leurs données à travers l'écosystème digital.

Conçu pour être interopérable, LiveRamp connecte plus de 25 000 éditeurs et plus de 500 partenaires technologiques dans 14 marchés, et permet à des milliers de marques, distributeurs, plateformes média et fournisseurs de données, de collaborer et de connecter leurs données de manière efficace, performante et sécurisée.

LiveRamp transforme des données fragmentées et déconnectées en un actif de données unifié et actionnable, de qualité entreprise, conçu pour l'analyse, l'activation et la mesure.



Fort de 1 300 collaborateurs et d'un modèle reposant sur une base de revenus très récurrente, LiveRamp a enregistré un taux de croissance annuel moyen (TCAM) de 13 %<sup>1</sup> sur cinq ans.

## Détails financiers de la transaction

Aux termes de l'accord, Publicis Groupe acquerra LiveRamp pour une valeur d'entreprise totale de 2,167 milliards de dollars en numéraire, sur la base d'un prix d'acquisition de 38,50 dollars par action.

La transaction représente une valeur des capitaux propres totale de 2,546 milliards de dollars et intègre une trésorerie nette acquise de 379 millions de dollars.

Le prix d'acquisition représente une prime de 29,8 % par rapport au cours de clôture de l'action LiveRamp du 15 mai 2026, dernier jour de bourse précédant l'annonce de l'accord.

L'acquisition devrait être relative sur le BPA courant de Publicis Groupe dès la première année de consolidation, hors coûts liés à la transaction.

Elle devrait également renforcer le profil de croissance du Groupe, qui relève ses objectifs 2027 et 2028 de croissance à taux de change constants à +7 % à +8 % pour le revenu net et +8 % à +10 % pour le BPA courant, contre +6 % à +7 % et +7 % à +9 % précédemment.

La transaction a été approuvée à l'unanimité par les Conseils d'administration de Publicis Groupe et de LiveRamp.

## Accélérer la co-crédation de données pour bâtir des agents plus intelligents

La co-crédation de données est le processus par lequel des entreprises connectent, dans un environnement sécurisé, des sources de données à forte valeur ajoutée entre partenaires. Elle permet de générer de nouveaux actifs de données que les entreprises ne pourraient constituer seules. Cette donnée co-crédée constitue un actif propriétaire qui procure aux clients un avantage concurrentiel décisif, à un moment où 93 % des entreprises ne disposent pas des données adaptées à la réussite de leurs projets IA<sup>2</sup>.

Combinés à l'identité d'Epsilon, les *clean rooms* collaboratives de LiveRamp, sa plateforme de connectivité, sa plateforme de données et son réseau de partenaires et d'agents construiront un leader de la co-crédation de données, qui permettra aux clients de :

---

<sup>1</sup> exercice fiscal clôturant au 31 mars

<sup>2</sup> Harvard Business Review Analytics Services



**Collaborer plus vite, de façon plus sécurisée et à plus grande échelle** : unifier des données fragmentées internes et de partenaires pour permettre une collaboration sécurisée et fluide entre organisations, sans exposer les données sensibles sous-jacentes.

*Par exemple, une banque pourrait concevoir un agent puissant de gestion de la relation client en gestion de patrimoine, dans la plupart des marchés, dans un cadre de gouvernance défini. Cet agent pourrait exploiter des données clients pseudonymisées issues de la banque de détail, des cartes de crédit et de la gestion de patrimoine, et générer des analyses en les enrichissant de données partenaires provenant de commerçants, de réseaux de paiement et d'acteurs du voyage - sans exposer de données sensibles des clients. Cet agent peut ainsi accélérer la vente croisée et coordonner les actions entre plusieurs métiers. L'impact pour l'entreprise évolue alors d'une simple exécution de tâches vers un véritable avantage compétitif en matière de valeur client dans la durée, d'expérience client et de fidélisation.*

**Générer une intelligence propriétaire** : créer des actifs de données uniques à partir de nouvelles combinaisons de signaux et d'ensembles de données, afin de révéler des analyses inédites qui nourrissent des stratégies plus pertinentes et un avantage concurrentiel durable en matière d'IA.

*Par exemple, un distributeur pourrait développer un agent complet d'optimisation du parcours client. Cet agent pourrait connecter des données issues du CRM, des programmes de fidélité, des points de vente physiques, de l'inventaire de retail media, ainsi que des partenaires, afin de mesurer l'incrémentalité de chaque point de contact et de construire de nouveaux parcours propriétaires pour les consommateurs. L'impact business se traduit par une conversion d'achat plus rapide et plus efficace des clients, ainsi qu'une création de valeur accrue pour les partenaires du retail media.*

**Entraîner et alimenter en continu les modèles d'IA** : alimenter des agents d'IA de niveau entreprise avec des données anonymisées, connectées, dynamiques et co-crées, afin d'accélérer la réactivité et la prise de décision dans un cadre de gouvernance défini.

*Par exemple, un groupe pharmaceutique mondial peut développer un agent d'optimisation en matière thérapeutique. Cet agent peut exploiter de manière conforme des signaux cliniques, commerciaux et opérationnels, combinés à des données patients, prescripteurs, payeurs et de chaîne d'approvisionnement, à l'échelle de ses marques et de ses aires thérapeutiques. Il peut ainsi utiliser de nouveaux signaux dynamiques pour équilibrer la distribution par marque, optimiser le déploiement des équipes de terrain en lien avec le marketing. L'impact business est une croissance incrémentale pour chaque marque, une meilleure efficacité et un retour sur investissement accru des activités terrain, une gestion optimisée du cycle de vie des produits par aire thérapeutique, et, au total, une croissance à l'échelle de l'entreprise.*



## Permettre une transformation agentique de bout en bout

Construire des agents plus performants grâce à la co-crédation de données ouvre un nouveau marchéd adressable et vient complédter le modédle de croissance éprouvé de Publicis et permettra au Groupe d'accélédrer la transformation agentique de ses clients à l'échelle de l'entreprise.

Grâce à Publicis Sapient, nous pouvons concevoir et moderniser les fondations technologiques et les systédmes afin de rendre les infrastructures des clients prêtes pour l'intelligence artificielle.

L'identitéd de rédfédrence d'Epsilon connecte les clients et leurs agents à des personnes réeelles, à des comportements et à des transactions dédterministes, constituant ainsi une source de rédfédrence et un levier de croissance.

L'ajout de LiveRamp permet la collaboration de données, de maniédre sűre et sécuredée entre partenaires, en co-crédant de nouvelles données pour alimenter des agents plus intelligents au service des clients.

Enfin, Marcel est la plateforme agentique qui active ces données co-crédées à travers les diffédrentes fonctions de l'entreprise des clients.

## Déclaration d'Arthur Sadoun, Prédident-Directeur Gédnéral de Publicis Groupe :

« L'entréd de LiveRamp au sein de Publicis Groupe illustre une nouvelle fois notre engagement à investir dans les talents et l'innovation, en anticipant les ruptures de marchéd.

Après l'acquisition d'Epsilon en 2019, au nom de la personnalisation à grande échelle et pour permettre à nos clients de reprendre le contrédle de leurs données face aux *walled gardens* en basculant du cookie à l'identitéd, nous abordons aujourd'hui la prochaine étape.

En construisant le futur de la co-crédation de données, nous donnons à nos clients les moyens de gédnérer des données nouvelles, exclusives et propriéditaires, pour bűtir les agents IA les plus intelligents et les plus diffédrenciéd sur les meilleurs LLM.

C'est un levier de croissance pour le business de nos clients, et un nouveau marchéd adressable pour Publicis.

Grâce au Power of One, nous serons en mesure de dédployer rapidement et globalement les capacitéd de LiveRamp au service des clients. Couplée à Publicis Sapient, Epsilon et Marcel, cette acquisition nous permettra d'aller encore plus loin, et plus vite, dans la transformation agentique de nos clients - quel que soit leur niveau de maturitéd - de maniédre sécuredée, transparente et au sein de leurs propres environnements.



Au-delà de sa plateforme technologique, LiveRamp, est aussi une équipe de talents exceptionnels avec qui nous avons eu la chance de travailler étroitement dans le cadre de notre partenariat stratégique. Nous sommes très heureux de les accueillir au sein de la famille Publicis. »

### **Déclaration de Scott Howe, Président-Directeur Général de LiveRamp :**

« Nous sommes ravis d'annoncer notre accord avec Publicis, marquant le début d'un nouveau chapitre prometteur pour LiveRamp et l'ensemble de ses parties prenantes.

Nos clients et partenaires ont toujours été notre boussole, et en unissant nos forces avec Publicis, nous disposerons de moyens et d'une flexibilité accrus pour accélérer notre développement, poursuivre l'innovation de notre plateforme et les aider à créer encore plus de valeur à partir de leurs données.

Cette opération représente également la meilleure issue pour nos actionnaires, en offrant une valeur en numéraire significative et certaine, assortie d'une prime attractive.

Par-dessus tout, ce résultat est le fruit du travail et de l'engagement de nos équipes, qui ont permis à LiveRamp de devenir le partenaire de confiance qu'il est aujourd'hui, et qui bénéficieront de nouvelles opportunités de développement au sein d'un leader mondial du secteur. »

### **LiveRamp après acquisition**

À l'issue de l'acquisition, Scott Howe restera CEO de LiveRamp et continuera de superviser l'ensemble de ses opérations, et rapportera directement à Arthur Sadoun, Président-Directeur Général de Publicis Groupe.

LiveRamp sera consolidé au sein du segment Technology du Groupe, aux côtés de Publicis Sapient.

LiveRamp continuera d'opérer comme une plateforme neutre et interopérable, et offrira un accès ouvert à l'ensemble de l'écosystème. Aucun client, actuel ou prospect, ne sera empêché d'accéder à ses services ni restreint dans leur utilisation.

En matière de confidentialité et de contrôle, LiveRamp continuera de protéger les données de ses clients conformément à ses engagements contractuels existants, et n'utilisera ni ne partagera ces données au-delà de ce qui est expressément autorisé par les contrats clients.

LiveRamp continuera d'appliquer ses pratiques commerciales habituelles, sans modification de sa politique tarifaire en dehors du cours normal des affaires et les pratiques courantes de l'entreprise.



Au sein de Publicis, LiveRamp bénéficiera d'investissements complémentaires, d'effets d'échelle et de capacités d'innovation élargies, tout en préservant l'ouverture, l'interopérabilité et la neutralité de confiance auxquelles ses clients et partenaires s'attendent.

## **Prochaines étapes**

La transaction a été signée et devrait être finalisée d'ici la fin de l'année 2026, sous réserve des approbations réglementaires, de l'approbation des actionnaires de LiveRamp et des autres conditions habituelles de réalisation.

## **Éléments financiers complémentaires et perspectives**

Publicis Groupe entend financer le prix d'acquisition par la trésorerie disponible et de la dette, et maintenir un profil financier compatible avec ses notations actuelles BBB+ / Baa1, avec un désendettement complet attendu dans les deux ans suivant la finalisation de la transaction.

Au terme de l'opération, le levier financier net maximal de Publicis Groupe devrait rester limité à 1,2 fois en 2027.

Publicis Groupe confirme ses prévisions 2026 : une croissance organique de 4 % à 5 %, une légère amélioration du taux de marge opérationnelle par rapport à 18,2 % en 2025, et un free cash-flow avant variation du BFR record de l'ordre de 2,1 milliards d'euros<sup>3</sup>.

Le Groupe relève ses objectifs de croissance à taux de change constants pour 2027 et 2028 à +7 % à +8 % pour le revenu net et à +8 % à +10 % pour le BPA courant, contre des objectifs précédents de +6 % à +7 % et de +7 % à +9 %, respectivement.

## **Conseils**

Wachtell, Lipton, Rosen & Katz agit en tant que conseiller juridique de Publicis Groupe, et BofA Securities, Inc. en tant que conseiller financier.

Sullivan & Cromwell LLP agit en tant que conseiller juridique de LiveRamp, et Evercore en tant que conseiller financier.

---

<sup>3</sup> hors coûts de transaction estimés à 30 millions d'euros



## Coordonnées de la conférence téléphonique / webcast

Publicis Groupe et LiveRamp organiseront une conférence téléphonique et un webcast afin de présenter l'opération, le lundi 18 mai 2026 à 8h00 CET / 2h00 EST.

Détails de la conférence téléphonique : FR: +33 1 7091 8704 / UK: +44 1 212 818 004 / US: +1 718 705 8796 / Mot de passe : 766927

Webcast: <https://edge.media-server.com/mmc/p/t8uwdbij>

Les documents relatifs à la transaction seront disponible dans la section Relations Investisseurs du site internet de Publicis Groupe.

### 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](http://www.publicisgroupe.com) | [X](#) | [Facebook](#) | [LinkedIn](#) | [YouTube](#) | [Instagram](#) | *Viva la Difference!*

### Contacts

Amy Hadfield	Directrice de la Communication	+ 33 1 44 43 70 75	<a href="mailto:amy.hadfield@publicisgroupe.com">amy.hadfield@publicisgroupe.com</a>
Jean-Michel Bonamy	Directeur financier adjoint, Relations Investisseurs	+ 33 1 44 43 74 88	<a href="mailto:jean-michel.bonamy@publicisgroupe.com">jean-michel.bonamy@publicisgroupe.com</a>
Carla Foucaud	Relations Investisseurs	+ 44 20 7830 3710	<a href="mailto:carla.foucaud@publicisgroupe.com">carla.foucaud@publicisgroupe.com</a>