



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**PUBLICIS GROUPE ET SIMON PROPERTY GROUP  
LANCENT ONSPOT DIGITAL NETWORK,  
UNE CHAÎNE CABLEE NUMÉRIQUE AUX USA**

***Première chaîne câblée numérique nationale destinée aux centres commerciaux,  
elle entend révolutionner la relation entre les marques et leurs grands clients  
au moment de l'acte d'achat***

Paris, 12 mai 2006 – Publicis Groupe (**NYSE : PUB**), quatrième groupe mondial de communication, et Simon Property Group, Inc. (**NYSE : SPG**), leader dans le secteur de l'immobilier commercial en Amérique du Nord, annoncent aujourd'hui le lancement d'une nouvelle chaîne câblée numérique haute définition, proposant des programmes « art de vivre », des actualités, des contenus spécifiques pour galeries marchandes et de la publicité grand public destinée à la clientèle des centres commerciaux Simon Malls de New York, Los Angeles, Chicago, et d'autres villes américaines majeures.

OnSpot Digital Network est une société commune détenue à parts égales par Publicis Groupe et Simon Property Group et une initiative directe de David Simon, Directeur Général de Simon Property Group, et de Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe. OnSpot aura son siège social à Chicago et sera dirigée par Simon Badinter, Président du Directoire de Médias et Régies Europe et Amérique du Nord (Publicis Groupe), et par Stewart Stockdale, *Chief Marketing Officer* de Simon Property Group et Président de Simon Brand Ventures. Simon Badinter et Stewart Stockdale exerceront les fonctions de *co-Chairmen* pour OnSpot Digital Network.

Selon Simon Badinter, « *La chaîne câblée OnSpot diffusera en permanence des contenus de grande écoute et, grâce à cette nouvelle joint venture, Publicis Groupe se place une nouvelle fois à l'avant-garde de l'innovation numérique. En collaboration avec Simon Property Group, nous offrons aux grandes marques l'opportunité unique d'instaurer une notoriété en continu auprès d'une clientèle très haut de gamme. En établissant le dialogue directement sur le lieu de vente entre la marque et le consommateur, nous les aidons à avoir un impact fabuleux au moment le plus décisif : lorsque les clients s'apprêtent à réaliser leurs achats* ».

« *Ce déploiement prometteur d'une chaîne câblée numérique sans précédent est spécifiquement conçu pour atteindre les consommateurs sur ce lieu déterminant qu'est le point de vente* », ajoute Stewart Stockdale. « *Nos centres commerciaux représentent l'espace idéal pour communiquer des contenus spécifiques car il s'agit de lieux extrêmement ciblés et se prévalant d'un fort taux de passage.* »

« *Au cours de l'année passée, nous avons mis en place un processus de tests approfondis dans le centre commercial Roosevelt Field Mall de Long Island, New York, afin de mesurer la réaction des consommateurs et le taux de mémorisation des publicités des grandes marques participantes aux projets. Nous avons précédemment annoncé que les centres commerciaux Simon feraient l'objet d'évaluations afin de connaître l'audience cumulée et la fréquence. Ces études seront conduites par Arbitron, et apporteront une réponse aux questions des marques concernant les mesures de l'impact publicitaire créé par l'intermédiaire de cette nouvelle chaîne* ».



OnSpot Digital Network diffusera des contenus haute définition sur environ 2 000 écrans placés dans 50 des plus importants centres commerciaux Simon Malls, couvrant ainsi la plupart des 10 villes américaines majeures d'ici la fin de l'été. OnSpot accompagne l'acte d'achat en diffusant des messages non seulement visuels mais également audio, conçus spécifiquement pour les points de vente.

Les écrans numériques et haute définition d'OnSpot, des dispositifs d'avant-garde, seront placés stratégiquement sur l'ensemble de la galerie marchande, et notamment aux entrées principales, dans les aires centrales, les aires de restauration, à proximité des escaliers mécaniques, des couloirs principaux et d'autres zones à fort passage, afin de garantir une fréquence élevée et un contact optimal avec le consommateur.

Les programmes OnSpot seront composés de reportages « art de vivre », d'actualités, de divertissements, de contenus spécifiques destinés aux centres commerciaux ainsi que de publicités qui interpellent les consommateurs effectuant quelque 500 millions de visites par an aux 50 galeries marchandes qui recevront la nouvelle chaîne. (Les quelques 300 centres commerciaux Simon à l'échelle du pays reçoivent environ 2,2 milliards de visites par an).

\* \* \*

#### **À propos d'OnSpot Digital Network**

OnSpot Digital Network est une joint venture à 50/50 entre Publicis Groupe, quatrième groupe mondial de communication, et Simon Property Group, société cotée en Bourse et leader dans le secteur de l'immobilier commercial en Amérique du Nord. OnSpot Digital Network est une nouvelle chaîne numérique de télévision qui transmettra de la publicité numérique à travers des réseaux haut-débit et sera diffusée sur des écrans plasma haute-définition placés dans les centres commerciaux Simon Malls les plus importants. OnSpot Digital Network sera lancée à New York, Los Angeles, Chicago, et sur d'autres marchés majeurs, une implémentation nationale dans plus de 50 centres commerciaux à l'échelle des États-Unis est prévue d'ici la fin de l'été 2006.

#### **À propos de Médias et Régies**

Fondée à Paris, France, en 1938, Médias et Régies est une régie d'espaces publicitaires destinée à la presse, à la radio, au cinéma, à l'affichage extérieur, à l'Internet et aux centres commerciaux, avec 750 employés en France, Europe et aux États-Unis. Parmi ses clients figurent des agences de publicité, des organisations d'achats centralisés / centrales d'achats, des annonceurs et des acheteurs-média. Des informations supplémentaires sont disponibles sur le site [www.medias-regies-publicis.fr](http://www.medias-regies-publicis.fr)

#### **À propos de Publicis Groupe**

Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577 et membre du CAC 40 - NYSE : PUB) est le 4ème groupe mondial de communication et le 2ème groupe mondial de conseil et achat média, avec une présence dans 104 pays sur les 5 continents.

Les activités de communication du Groupe comprennent à la fois la publicité, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome : Leo Burnett, Publicis, Saatchi & Saatchi ; deux réseaux multi-hubs : Fallon Worldwide et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; le conseil et l'achat d'espace à travers deux réseaux mondiaux : ZenithOptimedia et Starcom MediaVest Group ; les marketing services et la communication spécialisée (marketing relationnel, relations publiques, communication corporate et financière, communication ethnique, communication santé, communication événementielle...).

Sites internet : [www.publicisgroupe.com](http://www.publicisgroupe.com) et [www.finance.publicisgroupe.com](http://www.finance.publicisgroupe.com)

#### **À propos de Simon Brand Ventures**

Simon Brand Ventures (SBV), la branche business-to-consumer de Simon Group, a eu l'idée de transformer les centres commerciaux en véritables espaces où les marques peuvent bâtir des relations personnalisées avec les consommateurs. Ils accueillent 2,2 milliards de visites par an dans les galeries marchandes Simon Malls. Sa vaste franchise de centres commerciaux, leaders sur l'ensemble du marché américain, fournit à SBV les capacités de valoriser le lieu de distribution et de vente par l'intermédiaire de nombreuses initiatives, dont la nouvelle chaîne OnSpot Digital Network. Le parcours qui a abouti à la création de la chaîne numérique OnSpot Digital Network a débuté en 2003



lorsque SBC a confié à Arbitron la mission de valider le trafic dans ses centres commerciaux. ([www.simon.com/arbitron](http://www.simon.com/arbitron)). SBV s'est engagée dans de nombreuses autres initiatives, dont Simon Giftcard®, le lancement de programmes spécialisés tels que Simon Kidgits Club®, Simon Super Chefs Live!®, Simon DTour Live®, et Simon Evening of Giving®; d'autres canaux de diffusion média parmi lesquels d'autres supports de publicité statiques, extérieurs et expérimentaux, ainsi que de nombreux partenariats nationaux et locaux de marketing avec de grandes marques telles que Coca-Cola, Visa U.S.A. et Cingular Wireless, parmi d'autres.

#### **À propos de Simon Property Group**

Simon Property Group, Inc., dont le siège social se situe à Indianapolis, Indiana, est une société fiduciaire de placement immobilier spécialisée dans la propriété, le développement et la gestion d'immobilier commercial, principalement de centres commerciaux régionaux, des centres Premium Outlet® et de centres « communautaires » ou « art de vivre ». La capitalisation boursière actuelle de la Société s'élève à 42 millions de dollars US environ. À travers ses partenariats via des filiales, le groupe détient totalement ou possède des intérêts dans 285 biens immobiliers aux États-Unis qui totalisent une superficie locative brute supérieure à 18 millions de mètres carrés dans 39 États plus Puerto Rico. Le Groupe possède également des intérêts dans 51 centres commerciaux européens situés en France, en Italie, et en Pologne ; 5 centres Premium Outlet au Japon; et un centre Premium Outlet au Mexique. Des informations supplémentaires concernant Simon Property Group sont disponibles sur le site [www.simon.com](http://www.simon.com).

###

#### **Contacts :**

##### **Publicis Groupe :**

Eve Magnant, Communication Corporate : + 33 (0)1 44 43 70 25

Pierre Benaich, Relations Investisseurs : + 33 (0)1 44 43 65 00

Deborah Zdobinski, Corporate Communications (Publicis - USA) : + 1 212 279 5548

##### **Simon Property Group :**

Billie Scott, Relations Publiques : + 1 317 263 7148

Shelly Doran, Relations Investisseurs : + 1 317 685 7330

Tom Pagano, Fleishman-Hillard Public Relations : + 1 314 982 1702