

# Disney confie le planning et l'achat média de ses marques à Publicis et Omnicom

**Les groupes Publicis et Omnicom sont les heureux gagnants de l'appel d'offre relatif aux budgets de planning et d'achat média globaux (2,2 Mds\$ en 2018) annoncé par Disney en mai dernier.**

La compétition, orchestrée par Medialink, a opposé 4 des principaux groupes de communication mondiaux, les Français Publicis et Havas, le japonais Dentsu, et l'Américain Omnicom, ainsi qu'un groupe indépendant, Horizon Media. Publicis remporte près des 2/3 du budget global et élargit son périmètre de mission, en intégrant de nouvelles zones géographiques et de nouvelles entités tels Disney+ et Disney Parks & Resorts. L'un des éléments qui aurait fait peser la balance en faveur du groupe français est sa nouvelle offre data Epsilon. Omnicom gère les budgets des chaînes TV du groupe (ABC, Fox et Nat Geo, sauf ESPN qui reste dans le giron de Publicis) et l'ensemble des studios (Marvel Studios, Lucasfilm, Pixar, Walt Disney Studios et Walt Disney Animation) aux Etats-Unis.

