

Contact presse Capgemini :

Christel Lerouge
Tel.: +33 (1) 47 54 50 76
Email: christel.lerouge@capgemini.com

Contact presse Publicis :

Laurence Rey
Tel.: + 33 1 44 43 70 10
E-mail: Laurence.Rey@conseil.publicis.fr

Capgemini continue d'investir dans sa marque en adoptant un positionnement résolument multiculturel pour sa nouvelle campagne de publicité mondiale

Paris, le 2 octobre 2008 – Capgemini, un des leaders mondiaux du conseil, des services informatiques et de l'infogérance, renforce sa campagne de communication mondiale lancée en 2007 en adoptant un positionnement multiculturel, original dans le BtoB et unique dans le secteur du conseil et de l'IT. La signature corporate « *Ensemble. Libérons vos énergies* » sera associée à trois représentations différentes d'une même scène par trois dessinateurs – de nationalités française, américaine et indienne - proposant chacun un style différent, adapté aux publics européen, nord-américain et indien. Dès le mois d'octobre, cette nouvelle campagne mondiale sera lancée en France, en Allemagne, au Royaume-Uni, aux Pays-Bas, aux Etats-Unis, au Canada et en Inde. Les médias utilisés seront la presse, l'affichage (essentiellement dans les aéroports) et internet.

En associant la signature « *Ensemble. Libérons vos énergies* » à des illustrations, Capgemini s'était déjà démarqué, en 2007, des codes créatifs utilisés par la publicité dans le secteur du conseil et de l'IT. Le Groupe capitalise aujourd'hui sur le lancement de cette campagne mondiale : il conserve ses codes publicitaires distinctifs (dessins) tout en innovant afin de renforcer encore l'impact de son message dans ses différents marchés.

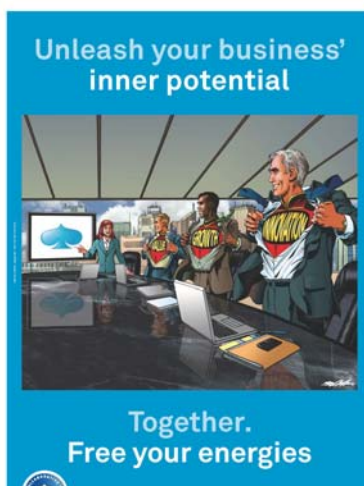
Fil rouge de la communication publicitaire de Capgemini depuis plusieurs années, la *Collaborative Business Experience (CBE)* - une manière de travailler unique avec les clients, véritable « marque de fabrique » du Groupe - est à nouveau liée au bénéfice apporté aux clients : les aider à libérer leur potentiel et leurs énergies, et à se transformer afin d'améliorer leurs performances. Mais les visuels associés à la signature commune sont différents selon la zone géographique. En Europe, marché historique du Groupe, Capgemini a fait appel, comme l'année dernière, au dessinateur français **Ted Benoît**, qui conjugue le langage graphique du mouvement « Ligne Claire », issu de Hergé et du style « Tintin ». En Amérique du Nord, Capgemini privilégie le style moderne des « Comics » avec la collaboration de **Neal Adams**, un pionnier du genre puisqu'il a dessiné les premiers « Superman ». En Inde, pays clé notamment en terme de recrutement, le Groupe a opté pour un style « Bollywood », jeune et dynamique, et fait appel au dessinateur **Sahebrao Hare**.

« Cette campagne est l'expression des valeurs et de l'identité même de Capgemini : un groupe global mais soucieux de sa diversité culturelle et de la proximité qu'il tisse avec ses clients dans les différents pays où le

Groupe est présent, » souligne Philippe Grangeon, Directeur du Marketing et de la Communication du Groupe Capgemini. « La force d'une marque est un atout pour se développer. Nous continuons d'investir, conformément à nos engagements, afin de renforcer notre leadership dans certains pays comme la France ou la Hollande, ou notre notoriété comme en Inde ou sur le continent nord-américain. »

Pour Arthur Sadoun, Président Directeur Général de Publicis Conseil : « *Gérer une campagne à la fois globale et multiculturelle est un challenge inédit dans le secteur du conseil et de l'IT. Ce choix confère, en outre, à Capgemini un positionnement unique sur le marché, très différent de celui de ses concurrents. »*

Capgemini a également adopté cette approche multiculturelle sur le Web en donnant à chaque marché - européen, nord-américain et indien - la possibilité d'adapter le contenu des bannières qui seront déclinées sur les principaux sites de news et de business. Vecteur efficace de contenu, le média internet permet à Capgemini de mettre en œuvre une démarche innovante et personnalisée privilégiant l'interactivité avec l'internaute notamment à travers l'utilisation de moteurs de recherche, de réseaux sociaux professionnels et de fils RSS. Suite au succès remporté par la campagne de « buzz » lancée en 2007, qui mettait en scène une entreprise fictive dénommée Highlet et qui a été vue par plus de 250 000 personnes, internet servira également de vecteur pour le nouveau dispositif de « buzz » mondial que lancera Capgemini en octobre.



FICHE TECHNIQUE

Capgemini :

Directeur de la Communication et du Marketing du Groupe : Philippe Grangeon

Responsable de la marque : Thierry Velut

Responsable web : Kristine Drullion

Publicis Conseil : Campagne

Président Directeur Général : Arthur Sadoun

Directeur Général Adjoint: Charles Georges-Picot

Directeur de clientèle : Alberto Scorticati

Chef de groupe: Elodie Chicheportiche

Planning stratégique : Valérie Henaff / Paul-Henry Moinet

Directeur de la Création : Hervé Riffault

Concepteur rédacteur : John Whelan

A PROPOS DE TED BENOIT

Un mélange d'extravagance, de minutie et d'intelligence. C'est ce qui caractérise Ted Benoit, cet artiste atypique et attachant de la bande dessinée.

Dans son oeuvre, il y a deux fondements incontournables : une filiation avec le style graphique de la *Ligne Claire*, mariant avec rigueur et harmonie traits simples et aplats de couleurs, et un intérêt tout particulier pour l'Amérique des années 30 à 50. Il conjugue ainsi ces deux références sur un mode subtilement parodique où futur proche et passé récent se mélangent.

A PROPOS DE NEAL ADAMS

Neal Adams est un illustrateur de bandes dessinées connu pour avoir apporté du réalisme dans les techniques d'illustration de ces ouvrages. Ses bandes dessinées sont souvent les premières à mettre en avant les vrais problèmes sociaux. Elles ont inspiré les derniers films à succès X-Men et Batman et continuent d'être réimprimées par leurs éditeurs. Neal Adams se bat activement pour les droits des créateurs, les royalties et la rémunération des artistes. Il est aussi un éditeur de bandes dessinées, un designer de parcs d'attraction, de décor et de costume ainsi qu'un physicien. Adams travaille actuellement sur une série de bandes dessinées de Batman.

A PROPOS DE SAHEBRAO HARE

Sahebrao Hare est né dans le petit hameau de Jawalgaon dans le Maharashtra, en Inde. Cadet d'une famille de trois enfants, le talent de Sahibrao s'est révélé très jeune lorsqu'on lui attribua une bourse à l'école d'art. En 1997, après avoir obtenu un Diplôme d'Art à l'université de Kolhapur, il déménagea à Mumbai afin de poursuivre sa vocation.

Commençant en tant que illustrateur junior chez McCann Erickson, Sahebrao s'est rapidement imposé comme l'un des meilleurs illustrateurs de la ville. Ces onze dernières années, il a eu à son actif les campagnes de Western Unio, Lakme, Coca Cola, Virgin Atlantic et BPL. Parmi ses nombreux prix et récompenses, le plus notable a été un Lion d'argent à Cannes en 2003. Son travail a souvent été présenté dans des expositions d'art à Mumbai et New Delhi.

A Propos de Capgemini

Capgemini, un des leaders mondiaux du conseil, des services informatiques et de l'infogérance, aide ses clients à se transformer et à améliorer leurs performances en leur conseillant les technologies les plus adaptées. Capgemini s'engage ainsi à favoriser la liberté d'action de ses clients et à accroître leurs résultats, en s'appuyant sur une méthode de travail unique - la « Collaborative Business Experience » - et sur un modèle de production mondialisé baptisé Rightshore[®], qui vise à offrir les meilleures ressources au meilleur endroit et au meilleur prix. Présent dans 36 pays, Capgemini a réalisé en 2007 un chiffre d'affaires de 8,7 milliards d'euros et emploie plus de 86 000 personnes dans le monde.

Plus d'informations sur : www.capgemini.com

A propos de Publicis Conseil

Publicis Conseil, agence fondée en 1926, appartient au réseau international de Publicis, 4ème groupe mondial de communication, présent dans plus de 100 pays et sur tous les continents. Présidée par Arthur Sadoun, elle gère de nombreuses et prestigieuses marques nationales et internationales : Renault, Nestlé, L'Oréal, Orange, BNP-Paribas, DIM, Brasseries Heineken, Europe 1, PMU, Groupe SEB, Sanofi-Aventis