



PUBLICIS GROUPE S.A.

## COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 11 mars 2003

### **Publicis Groupe lance une nouvelle agence entièrement dédiée à General Motors à Detroit (Michigan) : Chemistri**

L'agence autrefois connue sous le nom de D'Arcy Detroit, prend aujourd'hui un nouveau nom : Chemistri, et un nouveau départ en se concentrant désormais exclusivement à General Motors et à ses marques.

Chemistri est une nouvelle agence, unique, entièrement dédiée aux actions de communication et de marketing pour le compte des marques du groupe General Motors, et dont la caractéristique repose sur une organisation pluridisciplinaire. Chemistri est une entité indépendante alignée au sein du réseau Leo Burnett Worldwide de Publicis Groupe S.A. C'est la première agence de ce type dédiée à GM dont Cadillac, Pontiac, GM Service & Parts Operations, et les différents services supports aux marques. Elle est la continuité d'une collaboration commencée il y a plus de 90 ans avec The MacManus Company.

*« C'est un jour historique pour notre agence » a déclaré Patrick Sherwood, President & CEO de Chemistri. « Les évolutions au sein de notre propre secteur et dans le cadre du nouveau Groupe, conjuguées à celles de nos clients ont convergé vers une opportunité unique de procéder à une transformation fondamentale de notre manière d'intervenir auprès des différentes marques, tant en termes d'organisation de nos plans d'action que de leur orchestration géographique ».*

Cette opération s'inscrit dans le prolongement de la fusion de Bcom3 avec Publicis Groupe SA, en septembre 2002, où il a été décidé de procéder à l'intégration du réseau D'Arcy au sein des trois autres réseaux mondiaux de publicité du nouveau Groupe : Leo Burnett Worldwide, Publicis Worldwide, Saatch & Saatchi Worldwide.

En intégrant désormais l'ensemble des disciplines et des activités marketing existantes au sein du Groupe, notamment en combinant publicité, relations publiques, promotions, Internet et toutes les autres spécialités marketing, Chemistri pourra dépasser le modèle traditionnel de « marketing intégré », trop souvent centré sur la seule déclinaison du message publicitaire à travers les autres moyens de communication.



Le modèle de Chemistri sera fondé sur cette approche réellement multidisciplinaire, (« media neutral ») afin de supprimer les barrières souvent liées au cloisonnement entre les idées et les opérations conduites par des unités séparées et aux motivations financières que cela entraîne. Chemistri pourra alors proposer des équipes croisées développant des solutions globales, intégrant créativité et expertises, afin de proposer les vraies bonnes idées et recommandations qui conduisent la marque vers le succès.

*« Le sentier de la communication intégrée a été parsemé d'une myriade de promesses »* a indiqué Patrick Sherwood. *« Les organisations traditionnelles des agences n'étaient pas prêtes à supprimer leurs barrières territoriales, financières, et culturelles pour créer une véritable approche intégrée. Notre modèle est différent »*. Gary Topolewski, Chief Creative Officer, indique que *« les meilleures idées gagnent. Notre objectif est de pousser les frontières de l'approche conventionnelle pour favoriser l'émergence d'idées pouvant rayonner dans tous les registres d'expression de la marque. »*

Chemistri s'appuiera aussi sur un ensemble d'entités comme D'Arcy-Martin Groupe pour les actions de marketing régional ; Arc Communications pour les marketing services ; Vigilante, AdmerAsia, Bromley et Double Platinum pour toutes les opérations ciblées ; Semaphore pour l'interactif et Leo Burnett pour la création. De même, d'autres partenariats seront mis en place dans le domaine du media planning avec GM Planworks et avec Hass MS&L pour les relations publiques.

Cette nouvelle agence reportera directement à Roger Haupt, Chief Operating Officer de Publicis Groupe. Roger Haupt sera également le Président de Chemistri.

*« Chemistri a été créée en très étroite collaboration avec GM »* a déclaré Roger Haupt. *« Ils nous ont accompagnés à chaque étape »*.

C.J Fraleigh, Directeur général de General Motors en charge de la Publicité et du Marketing a déclaré : *« Je félicite Publicis Groupe pour avoir franchi cette étape audacieuse et poursuivi le défi visant à inventer un nouveau modèle d'agence qui inaugure une nouvelle ère »* ; il a ajouté *« ce sont les idées qui auront la première place ... et je me tourne vers cet avenir qui verra émerger de cette nouvelle organisation de grandes idées »*.

Chemistri sera basée à Troy, dans une banlieue proche de Detroit, à 25 miles du siège de General Motors.



## PUBLICIS GROUPE S.A.

L'agence s'alignera avec les équipes créatives de ses partenaires, afin de s'assurer de la cohérence des idées proposées, et notamment, elle s'appuiera sur les ressources de Leo Burnett afin de disposer de tout le potentiel créatif nécessaire et de l'appui de son réseau.

Le siège de Chemistri servira également de coordination internationale pour l'ensemble des activités et des projets qui seront déployés pour soutenir les objectifs de GM dans le monde entier.

*« Nous mettons en œuvre un processus continu, avec l'engagement ferme d'appliquer cette nouvelle approche qui doit nous permettre de nous différencier de nos concurrents et surtout de mieux servir les intérêts de nos clients »* a indiqué Patrick Sherwood ; *« nous allons mettre les bouchées doubles pour réussir »*.

**Publicis Groupe SA** (Euronext Paris : 13057, NYSE : PUB) est le 4<sup>ème</sup> groupe mondial de communication (classement AdAge avril 2002) et leader mondial de conseil et achat média (classement RECMA juin 2002), présent dans 109 pays sur les 5 continents.

Le Groupe opère à la fois dans la publicité, les marketing services et la communication spécialisée (relations publiques, communication corporate et financière, communication ethnique, communication santé...), le conseil et l'achat d'espace média et la vente d'espace média. Publicis offre une gamme complète de services à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome : Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi Worldwide et Leo Burnett Worldwide ; deux réseaux multi-hubs : Fallon Worldwide et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; et deux marques mondiales de conseil et achat média : Zenith Optimedia Group et Starcom MediaVest Group.

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

### Contacts

Chemistri : Pat McCarthy – 00 1 248 458 8355

Groupe Investors Relations : Pierre Bénaich – 00 33 1 44 43 65 00

Groupe Corporate Communications: Eve Magnant - 00 33 1 44 43 70 25