

**Contacts presse :**

Christel Lerouge  
Tél. : 01 47 54 50 76  
E-mail : [christel.lerouge@capgemini.com](mailto:christel.lerouge@capgemini.com)

Aurélie Jacquot  
Tél. : 01 47 54 50 71  
E-mail : [aurelie.jacquot@capgemini.com](mailto:aurelie.jacquot@capgemini.com)

## **Capgemini lance une nouvelle campagne internationale 100% Web**

**Paris, le 18 mai 2009 – En lançant aujourd’hui sa nouvelle campagne de publicité mondiale exclusivement sur internet, Capgemini, un des leaders mondiaux du conseil, des services informatiques et de l’infogérance, mise sur la richesse de ce média pour renforcer la notoriété de sa marque et soutenir son dynamisme commercial. Cette nouvelle campagne conserve la signature « Ensemble, Libérons vos énergies » lancée en 2007, tout en communiquant des messages adaptés au contexte économique actuel et aux enjeux auxquels sont confrontées les entreprises. Elle représente un investissement de 5 millions d’euros pour une présence de mai à juillet sur des sites internet généralistes, business et spécialisés sélectionnés dans les six grands pays du Groupe – la France, l’Allemagne, le Royaume-Uni, les Pays-Bas, les Etats-Unis et l’Inde.**

*« Capgemini est l’une des rares entreprises de son secteur à investir de manière régulière pour soutenir sa marque. Après avoir fait le pari réussi de la différenciation l’année dernière avec une campagne illustrée multiculturelle (illustrations spécifiques en Europe, en Amérique du Nord et en Inde), nous lançons une campagne exclusivement sur internet avec l’ambition de tirer tous les bénéfices de ce média ciblé et interactif. En renforçant le dialogue avec nos clients et prospects et en promouvant nos contenus et nos offres, nous affirmons notre volonté de gagner des parts de marché et de traverser au mieux la crise actuelle.»* souligne Philippe Grangeon, Directeur du Marketing et de la Communication du Groupe Capgemini.

### **Des messages adaptés au contexte économique**

A travers cette nouvelle campagne développée avec le groupe Publicis, Capgemini se positionne comme le partenaire privilégié de ses clients pendant la crise. D’abord, en répondant à leurs attentes de maîtrise des coûts tout en les aidant à se développer : *« Réduisez vos coûts, augmentez votre potentiel. Trouvez des marges de manœuvres avec les solutions de Capgemini »*. Ensuite, en les accompagnant afin qu’ils soient prêts pour l’après-crise : *« Vous pouvez attendre la reprise... ou l’anticiper. Avancez avec les équipes de Capgemini »*.

A chacun de ces messages génériques sont associés des solutions spécifiques et concrètes :

- Le modèle de production Rightshore® répond ainsi à la première attente : *« Conciliez Coûts et Valeur Ajoutée. Doublez vos opportunités avec le modèle Rightshore de Capgemini »*. En proposant au client, **Communiqué de presse Capgemini**

en fonction de ses besoins, le meilleur équilibre entre prestations réalisées dans des centres culturellement et/ou géographiquement proches de ses implantations et prestations réalisées dans des centres plus éloignés, Capgemini allie qualité, compétitivité et innovation au bénéfice de ses clients.

- L'approche Technovision apparaît comme la solution à la seconde attente : « *Vous pouvez attendre la reprise... ou l'anticiper. Préparez l'avenir de votre business avec Capgemini. Découvrez l'approche Technovision* ». Cette méthodologie permet en effet à Capgemini d'identifier les technologies de l'information adaptées aux challenges de ses clients, pendant la crise et au-delà.

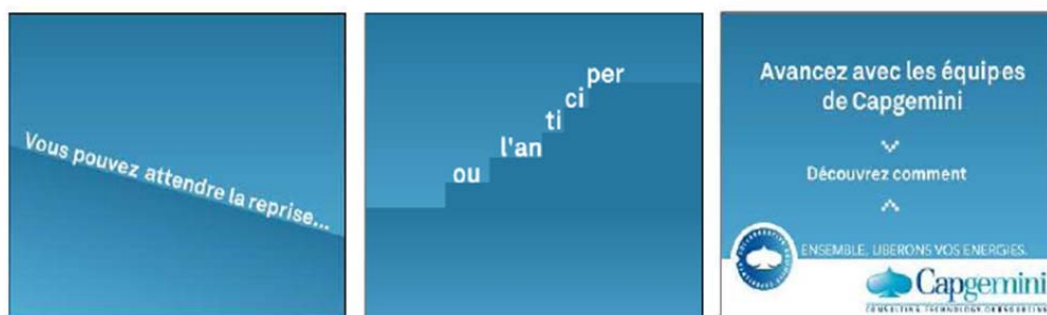
D'autres offres et solutions de Capgemini seront mises en avant pendant toute la durée de la campagne.

### **Le choix d'une campagne 100% internet**

Capgemini, qui a toujours privilégié le média internet dans ses précédentes campagnes, bénéficie pour cette nouvelle vague d'une présence régulière et dominante avec 25% de part de voix minimum et plus de 200 millions de bannières sur plus de 80 sites internet généralistes, business et spécialisés sélectionnés dans les six grands pays du Groupe : France, Allemagne, Royaume-Uni, Pays-Bas, Etats-Unis, Inde.

En plus des bannières génériques et spécialisées qui renvoient sur les sites internet du Groupe, Capgemini a mis en place une importante campagne d'e-mailing en partenariat avec des sites d'information de référence – tels que celui du *Wall Street Journal* - dans les différents pays, ainsi que des opérations de Search Engine Marketing avec Google. Une sélection de points de vue et études sectorielles du Groupe sera également téléchargeable sur différents sites internet.

Enfin, dès le mois de juin, Capgemini lancera – toujours sur Internet - une série de films mettant en scène les préoccupations des clients dans le contexte économique actuel et les réponses que Capgemini peut y apporter.



## **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<sup>TM</sup> ». Pour fournir à ses clients une solution optimale, le Groupe a organisé un modèle de production mondialisé baptisé Rightshore<sup>®</sup>, qui réunit les meilleurs talents dans le monde pour les faire travailler comme une seule équipe sur un projet. Présent dans plus de 30 pays, Capgemini a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires de 8,7 milliards d'euros et emploie plus de 90 000 personnes dans le monde.

Plus d'informations sur : [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com)

*Rightshore<sup>®</sup> est une marque du Groupe Capgemini*

## **FICHE TECHNIQUE**

### **Capgemini :**

Directeur du Marketing et de la Communication 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 conseil : Alberto Scorticati

Chef de groupe : Elodie Chicheportiche

Planning stratégique : Valérie Henaff / Christel Engelvin

Directeur de la Création : Hervé Riffault

Directrice Artistique : Estelle Pinet

Concepteur rédacteur : Sébastien Aimé / David Mc Donald

### **Publicis Dialog : Campagne**

Directeur associé : David Gompel

Directeur de projet : Thierry Marques