

The Design Group

Une carrière autour de Procter & Gamble

INSTALLÉE À GENÈVE, LONDRES ET BUDAPEST, CETTE AGENCE SPÉCIALISÉE DANS LE BRANDING LOGNE VERS L'ASIE ET LES ÉTATS-UNIS

The Design Group est présent à Genève depuis 2001. Mais c'est à Newcastle, dans le nord-est de la Grande-Bretagne, que cette agence, aujourd'hui spécialisée dans le branding, a vu le jour. Pour assurer la publicité de ses activités dans cette région, Procter & Gamble rachète en 1953 une petite compagnie qu'elle nomme The Design Group. «A l'époque, le terme design signifiait quel-

opper et l'Europe centrale nous est apparue comme offrant un potentiel intéressant», explique Patrick McDermott. Le fait de pouvoir produire à moindre coût, environ 25% moins cher, a également pesé dans la décision d'ouvrir un bureau à Budapest. Celui-ci est actif principalement dans le packaging artwork et la printing production. «Mais d'ici quatre ou cinq ans, Budapest ne sera plus aussi avantageux et il faudra voir où aller...» Désireux par ailleurs de poursuivre l'expansion de la société, les responsables de l'agence envisagent actuellement l'alternative suivante: se lancer à l'assaut de

public cible.»

Et de citer l'exemple d'un fabricant de produits alimentaires pour les enfants qui a longtemps construit sa marque par de massives campagnes publicitaires à la télévision et qui vient de revoir entièrement sa stratégie, se concentrant dorénavant sur la publicité dans les magasins et sur le packaging.

A ce propos, Patrick McDermott rappelle que, comme le montrent toutes les études, 70% à 80% des décisions d'achat se font dans le magasin, d'où l'importance du packaging. Et il mentionne les nouvelles possibilités fournies aux fabricants de tester de manière virtuelle l'impact de leurs produits et des modifications envisagées (nouveaux produits, changement d'emballage, de prix, etc). Pour se faire une idée de la sophistication de ces nouveaux outils, qui ont l'avantage de réduire fortement le coût des études, on peut aller jeter un coup d'œil à www.qdshopper.com. Sur ce site,



que chose de beaucoup plus vaste qu'aujourd'hui, qui pouvait couvrir autant le packaging que la publicité», remarque Patrick McDermott, directeur du marketing.

Au fil des années, The Design Group s'est développé, notamment géographiquement, dans le sillage de Procter & Gamble, avec même une présence à Lausanne dans les années 70. Mais depuis que la multinationale a vendu une partie des activités de cette société dans les années 80, The Design Group est une agence indépendante. Des liens étroits subsistent cependant: Procter & Gamble est un important client dont les mandats représentent environ un quart des revenus de l'agence. L'installation à Genève du centre de Procter & Gamble pour l'Europe, le Proche et Moyen-Orient et l'Afrique fut aussi une des raisons, mais pas la seule, qui a motivé l'ouverture d'une antenne dans la ville du bout du lac. A noter aussi que Patrick McDermott est un ancien de Procter & Gamble qui a rejoint The Design Group en 2005. La société possède également des bureaux à Londres, une ville incontournable quand on travaille dans le design, et depuis dix-huit mois à Budapest. «Le marché anglais étant mature, nous avons cherché ailleurs des opportunités pour nous déve-

l'Asie avec ses marchés en pleine expansion ou se renforcer à l'Ouest, Etats-Unis inclus, où se trouvent beaucoup de gros clients.

La force du retail marketing

Depuis deux ans, The Design Group a aussi évolué dans ses activités. «Nous nous sommes spécialisés dans le branding – créer, développer, positionner ou encore revitaliser



les marques – et nous avons une expertise particulière dans les marques de grande consommation, notamment dans l'alimentaire et les produits de luxe», précise Patrick McDermott. «Avec l'évolution des marchés, notamment les réglementations, construire et faire exister une marque est de plus en plus difficile, il faut vraiment savoir où et comment communiquer pour toucher le

un magasin virtuel

où les consommateurs testeurs sont priés d'aller faire leurs achats alors que leur comportement est scruté, détaillé, analysé.

Pour répondre aux besoins de ses clients et appliquer son expertise dans le branding, The Design Group propose toute la gamme de services, du packaging design aux corporate ID and communication, en passant par le direct mail, point de vente, merchandising et multimédia. L'essentiel de ses activités concerne le BTL.



Les travaux de l'agence

Parmi les récents travaux effectués par l'agence, on citera la création de la brand identity de la journée du 6 décembre 2007 consacrée au sida pour la Fédération Internationale des sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge. A noter que The Design Group compte de nombreuses ONG parmi ses clients, une des raisons qui a motivé l'ouverture de l'antenne de Genève.

Celle-ci vient également de réaliser pour Swiss Precision Diagnostics tout le matériel BTL du nouveau test de grossesse Clearblue. Pour Procter & Gamble, elle travaille régulièrement sur différents produits de luxe (parfums Hugo Boss, produits de soins pour cheveux et produits de lessives).

Il faut encore signaler que The Design Group est la première société de design suisse à être devenue membre du programme des Nations Unies Global Compact, le pacte mondial qui veut rassembler les entreprises autour de dix principes relatifs aux droits de l'homme, aux normes de travail et à l'environnement. C'est ainsi que l'agence cherche dorénavant à proposer à ses clients des solutions qui tiennent compte de ces données, par exemple avec des emballages recyclables ou des compensations volontaires des émissions de gaz à effets de serre. Pour mieux rendre compte de son évolution des deux dernières années, The Design Group travaille actuellement sur sa propre image de marque. Le résultat de cette démarche, notamment un site Internet entièrement remanié, devrait être visible dès ce printemps.

SOPHIE LAGRANGE

» www.thedesigngroup.co.uk