



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris/Londres, le 21 mars 2024

## **HAVAS LANCE LE RÉSEAU CONRAN DESIGN GROUP AVEC UNE NOUVELLE ÉTUDE PROPRIÉTAIRE UNIQUE EN SON GENRE, CITIZEN BRANDS**

*Havas lance son nouveau réseau mondial de branding et de design, porté par la nouvelle étude exclusive Citizen Brands, qui a pour objectif d'aider les marques à répondre aux besoins des individus et de la société, grâce à des données récoltées auprès des acteurs du secteur.*

Havas annonce le lancement du réseau Conran Design Group, une nouvelle offre mondiale dédiée aux marques et au design, basée sur l'expertise reconnue de longue date de Conran Design Group, ainsi que de W, l'agence créative de branding leader d'Havas en France, qui sera rebaptisée W Conran Design.

Avec des studios à Londres, Paris, Bombay et New York, l'équipe de 250 consultants et créatifs du réseau utilisera son expertise en matière de stratégie de marque, de design de marque, d'expérience et d'engagement, pour accompagner les marques dans leur évolution et leur donner les moyens d'avoir un impact porteur de sens.

La création du réseau Conran Design Group s'accompagne également de la publication d'une nouvelle étude propriétaire, Citizen Brands, permettant de repérer les marques connaissant une croissance équilibrée.

Celle-ci révèle que le Top 20 des "Citizen brands" – les marques citoyennes capables de répondre à la fois aux besoins des individus et aux aspirations de la société – a généré chaque année en moyenne 8 milliards de livres sterling de plus que leurs homologues les moins performants. Elles ont également enregistré des augmentations du prix de leurs actions en moyenne cinq fois plus élevées.



De gauche à droite : Denis Gancel, Gilles Deleris, Lee Hoddy, Thom Newton

"Conran Design Group est particulièrement bien placé pour fédérer ce nouveau réseau avec plus de 60 ans d'expérience dans la stratégie de marque et de design, une approche holistique, et l'avantage d'une envergure internationale associée à une approche locale. Quant à l'agence W, elle est le partenaire idéal pour soutenir le succès de cette initiative en France, grâce à son expérience longue de 25 ans dans l'aide à la transformation des entreprises, afin que celles-ci puissent contribuer positivement à la société", déclare **Yannick Bolloré, Chairman et CEO d'Havas**.

"Nous sommes entrés dans une ère d'attentes démesurées – et les marques sont soumises à une énorme pression pour faire mieux et plus grand", déclare **Thom Newton, Global CEO de Conran Design Group**. "Cette situation va s'intensifier avec le climat actuel d'incertitude ainsi que les fortes pressions économiques et environnementales. Les leaders de marques seront tenus de jouer un rôle encore plus actif pour faire face à ces pressions. Notre étude montre que toutes les entreprises, quel que soit leur secteur, doivent trouver un moyen d'atteindre une croissance équilibrée, un besoin critique dans un monde de plus en plus déséquilibré. Mais plutôt que de privilégier la croissance seule – la croissance à tout prix – l'accent devrait être mis sur le progrès, un progrès à la fois équilibré et durable. Notre nouveau réseau mondial, soutenu par les données récoltées par Citizen Brands, aideront les marques à atteindre cet objectif".

"Nous sommes heureux et fiers que W, qui vient de fêter ses 25 ans, incarne le nouveau réseau de marque et de design d'Havas en France, sous le nom de W Conran Design. Cette ouverture internationale va amplifier pour nos clients le rayonnement stratégique et créatif de l'agence et élargir les opportunités pour les équipes. Cela témoigne de la place centrale du design dans les stratégies de marque à un moment où le progrès passe par l'équilibre entre sens et business", ont ajouté **Denis Gancel, Président et Co-Founder de W Conran Design** et **Gilles Deleris, Creative Director et Co-founder de W Conran Design**.

## À propos de l'étude Citizen Brands

L'étude Citizen Brands identifie six moteurs – à travers 5 marchés, 10 catégories et 150 marques – qui peuvent aider les leaders de marques, de plus en plus confrontés aux "attentes démesurées" des consommateurs et des parties prenantes, à choisir la meilleure voie vers une croissance équilibrée dans un monde de plus en plus déséquilibré.

Les deux tiers des leaders de marques et des investisseurs interrogés se sentent incapables de concilier rentabilité et aspects sociaux et environnementaux. 8 sur 10 ont du mal à équilibrer les attentes en matière sociale et environnementale avec la nécessité de maximiser la valeur actionnariale. Environ 96 % craignent de ne pas être perçus comme faisant suffisamment en termes de questions sociétales et environnementales, tandis que 88 % craignent d'être perçus comme trop "woke" en se concentrant sur les mêmes questions. Les consommateurs, devant choisir entre le coût et la conscience, se sentent tout aussi piégés : 71 % déclarent être contraints de choisir entre les deux.

Le Top 20 des "marques citoyennes" qui parviennent à trouver un équilibre délicat entre les besoins individuels et ceux de la société, ont enregistré un taux de croissance des revenus 37 % plus élevé que leurs homologues les moins performantes ainsi qu'une augmentation du prix de leurs actions en moyenne cinq fois supérieures. Le Top 20, qui inclut Google, Amazon, Walmart, Microsoft et Nike, a généré en moyenne chaque année 8 milliards de livres sterling en plus que leurs concurrentes les moins performantes.

La recherche de Conran Design Group révèle six moteurs de succès parmi les "marques citoyennes" : l'écologie, l'originalité, l'amélioration, l'assurance, l'inclusivité et la collaboration. Les marques les plus performantes, qui atteignent également une intention d'achat plus élevée que les autres, sont capables d'équilibrer ces six critères.

L'étude comprend des entretiens avec 105 leaders de marque travaillant dans de grandes organisations de premier plan, 120 investisseurs professionnels et 5 000 consommateurs.

L'analyse financière a été fournie par Gate One, le cabinet phare de transformation numérique et commerciale d'Havas, qui conçoit et met en œuvre des changements *meaningful* pour certaines des organisations les plus attrayantes, innovantes et influentes du monde. Les recherches de marché ont été fournies par Savanta.

--

### Contacts presse :

#### **Charlotte Rambaud**

Global Chief Communications Officer, Havas

[charlotte.rambaud@havas.com](mailto:charlotte.rambaud@havas.com)

+33 (0)6 64 67 66 27

**Ludivine Bernazzani**

Media Intelligence and France Press relations manager

[ludivine.bernazzani@havas.com](mailto:ludivine.bernazzani@havas.com)

+33 (0)7 86 03 62 07

**À propos d'Havas**

Fondé à Paris en 1835, Havas est l'un des plus grands groupes de communication au monde, avec plus de 23 000 collaborateurs dans plus de 100 pays, unis autour d'une même raison d'être : « Make a meaningful difference », au service des marques, des entreprises, et de la société dans son ensemble. Havas a développé un modèle d'agences totalement intégré, avec 70 Havas Villages à travers le monde regroupant tous les métiers de la communication. Les équipes des trois divisions Creative, Media, et Health & You, travaillent avec agilité et en parfaite synergie pour proposer des solutions sur mesure et innovantes à leurs clients et les accompagner dans leur transformation. Le groupe œuvre chaque jour à la formation d'une culture permettant à tous ses talents de s'épanouir et d'évoluer. Depuis 2017, Havas est totalement intégré au sein du groupe Vivendi, leader mondial dans les médias, l'entertainment, et la communication. Plus d'informations sur [www.havas.fr](http://www.havas.fr).

**À propos de Conran Design Group**

Fondé en 1957 par Sir Terence Conran, Conran Design Group est le fleuron d'Havas en matière de conseil en marque et en design. Avec des studios à Londres, Paris, Bombay et New York, l'équipe de 250 analystes et créatifs du réseau utilisera son expertise en matière de stratégie de marque, de design de marque et d'expérience, de communication et d'engagement pour accompagner les marques dans leur évolution et leur donner les moyens d'avoir un impact porteur de sens. [www.conrandesigngroup.com](http://www.conrandesigngroup.com)

**À propos de W Conran Design**

W Conran Design est l'agence française de branding du groupe Havas, créée en 1998 par Denis Gancel et Gilles Deléris sous le nom "W". Elle incarne le réseau Conran Design Group, également présent à Londres, Bombay et New York. Forte à Paris d'une centaine de collaborateurs, elle poursuit auprès des marques qu'elle accompagne son travail de conseil stratégique et créatif.

Convaincue que le design est un vecteur de progrès durable, l'agence voit dans les marques, le moteur d'une contribution positive, capable de ré-enchanter le monde autrement. Les marques nous entourent, nous font réfléchir, rire, vibrer, rêver, elles ouvrent parfois de nouveaux chemins. W Conran Design est à leurs côtés pour les guider et les aider à s'inscrire dans leur époque, au cœur des enjeux de responsabilité sociétale. <https://www.wconrandesign.com/>