

Le 10 février 2009

TBWA\France et ADELPHI Group annoncent la création de TBWA\ADELPHI à Paris

TBWA\France et Adelphi Group, leader mondial des services dans le domaine de la santé signent un partenariat majeur et créent TBWA\ADELPHI\France.

TBWA\ADELPHI\France, devient la nouvelle agence phare du pôle santé du groupe TBWA\Worldhealth\France en proposant une offre innovante sur le marché de la Santé, « **du développement de la molécule à l'expression de la marque** ».

TBWA\ADELPHI intègre au sein d'une même structure, d'une part, les services spécialisés d'Adelphi Group dans le domaine des études de marché, de la communication stratégique, de l'information médicale ('Medical Education') et de l'accès au marché ('Market Access'), et d'autre part, l'expertise de TBWA dans la gestion et le développement de marques globales, permettant ainsi de couvrir l'ensemble des besoins des annonceurs du monde de la santé.

La nouvelle agence sera basée à Paris et fera de TBWA\WorldHealth\France le 1^{er} hub européen du réseau, dédié au développement et au support de stratégies de marques globales.

Ainsi, les managers de TBWA\WorldHealth\France, Alain Sivan et Patrick Papazian, n'ont pas choisi de racheter une agence indépendante sur le marché Français, mais sont allés puiser dans les ressources internationales du groupe Omnicom pour construire cette offre nouvelle. Ils ont confié la direction de cette nouvelle entité à **Véronique Ely**, médecin, MBA, qui a un parcours de 18 ans dans l'industrie Pharmaceutique dont 14 chez MERCK and Co, (MSD en France) où elle a occupé diverses responsabilités marketing et ventes en France mais aussi à l'International, basée aux USA. Plus récemment, elle était en charge des comptes internationaux du groupe Vivactis. Stuart Cooper (CEO d'Adelphi

Group Worldwide) et Nicolas Bordas (Président de TBWA France) s'associeront à cette équipe pour former le comité de direction.

Comme le souligne Alain Sivan (CEO TBWA\WorldHealth\France) : « Il est essentiel que la nouvelle offre santé du groupe TBWA n'apparaisse pas comme une offre internationale de plus mais qu'elle apporte une réponse nouvelle, plus complète, et parfaitement adaptée aux mutations importantes de l'industrie pharmaceutique . Le partenariat avec Adelphi va permettre à TBWA de bénéficier de l'expertise - reconnue au niveau international - d'Adelphi Group en matière d'études de marché, d'accès au marché et d'information médicale, nous permettant ainsi d'améliorer notre offre et notre valeur ajoutée stratégique. »

Stuart Cooper, CEO d'Adelphi Group, indique : « Cette alliance formalise les relations déjà existantes entre TBWA et Adelphi Worldwide. TBWA est un acteur majeur de son secteur qui se démarque par ses approches innovantes; nous sommes ravis d'y associer la créativité et l'expérience d'Adelphi dans le domaine de la santé. Nous sommes particulièrement impressionnés par ce groupe de professionnels talentueux et de stratèges chevronnés. Ce partenariat renforce notre offre non seulement en élargissant le spectre des activités mais également en assurant une couverture locale et régionale par le biais de ce nouveau hub européen. »

La nouvelle structure s'est vu confier dès son lancement plusieurs marques de Pfizer dont Toviaz Europe et Lipitor (Tahor) France. C'est également cette structure qui sera en charge de la marque Abilify au plan européen chez BMS-Otsuka. D'autres annonceurs clés du marché (Novartis pour sa gamme cardio-vasculaire et Novo-Nordisk) viennent également de lui confier la gestion de certains de leurs comptes.

Après 6 mois d'existence, TBWA\WorldHealth\France qui fédère également les offres santé de JumpFrance, d'Auditoire et des pôles corporate et publicitaires de TBWA est définitivement en ordre de marche.

A propos d'Adelphi :

Adelphi Group Worldwide regroupe des sociétés de services marketing spécialisés dans le domaine de la santé et emploie plus de 600 employés

basés à Manchester, New York mais également dans les plus grandes villes d'Europe, des Etats-Unis et d'Asie.

Adelphi bénéficie d'une large expérience dans le domaine des partenariats majeurs globaux, notamment au travers de Mapi Values, société issue de l'association avec le groupe français Mapi. Mapi Values, est aujourd'hui une des agences de consultance les plus performantes en matière de pharmaco économie et de données patients ('patient-reported outcomes').

A propos de TBWA :

TBWA Worldwide (www.tbwa.com) crée des campagnes disruptives pour des clients globaux, notamment ABSOLUT, adidas, Apple, Beiersdorf, Henkel, Infiniti, Mars, McDonald's, Michelin, Nissan, Pernod Ricard, Pioneer, Samsonite, Standard Chartered Bank, Singapore Airlines, Sony PlayStation et Visa. TBWA est l'un des 5 réseaux publicitaires mondiaux les plus dynamiques et a été élu Global Agency of the Year 2008 par *Advertising Age* et *Adweek* magazines. TBWA dispose de 267 agences dans 77 pays, et emploie 12,000 personnes dans le monde.