

Avec l'acquisition de GSG aux Etats-Unis, Diadeis devient un acteur mondial de la production publicitaire.

**Après sa croissance externe en Inde en mai,
l'agence française complète son internationalisation,
en rachetant une des principales agences de production publicitaire américaines.**

Diadeis annonce l'acquisition de Graphic Systems Group, agence indépendante américaine de production publicitaire. Basée à New York, l'agence réalise depuis plus de 30 ans la production de supports de communication de tous types : campagnes publicitaires audiovisuelles, de presse ou d'affichage, mais aussi supports numériques ou encore packaging.

Déjà présente à travers l'Europe, l'Asie, l'Afrique et le Moyen-Orient, Diadeis confirme ainsi son positionnement d'acteur international dans le domaine du design et du prémédia. Ce rachat fait de Diadeis la première agence française indépendante de son secteur capable de répondre aux besoins des grands annonceurs internationaux et de concurrencer les leaders américains sur leur marché.

« Les Etats-Unis sont le principal marché du packaging de grande consommation, commente Jean-Charles Morisseau, Président de Diadeis. Impossible de faire l'impasse dessus si vous souhaitez compter. Pour pouvoir y émerger, il est indispensable de proposer une offre complète et d'avoir la capacité de prendre en charge des volumes importants. Nous avons donc choisi de procéder par croissance externe. En intégrant les équipes de GSG, nous pouvons dès à présent répondre à toutes les problématiques des marques sur le territoire américain. »

Il s'agit de la seconde acquisition importante de Diadeis cette année. La société avait déjà racheté en mai Alia, la principale agence de production publicitaire travaillant pour le marché en forte croissance de l'Inde. A cela s'ajoute une forte croissance organique en Europe qui s'explique entre autres par le succès des « découplings » mis en place chez des multinationales comme Nestlé, Unilever, Danone ou LVMH. Cette technique d'optimisation des process marketings consiste à séparer la phase de création des supports de communication des étapes de prémédia en aval que sont l'adaptation, l'exécution multilingue ou encore la photogravure. Passer par une agence unique comme Diadeis permet ainsi d'harmoniser l'image de marque sur tous ses moyens de communication et sur tous les territoires, tout en gagnant en time-to-market et en réduisant les coûts. « La force de Diadeis a été d'anticiper les besoins des grands quand ils sont passés d'une gestion locale de leurs marques à desancements mondiaux, continue Jean-Charles Morisseau. Nous leur avons proposé des solutions sur-mesure en termes de process et d'outils pour faire face à des projets marketing de plus en plus complexes. Tout autant que nos compétences techniques, c'est notre capacité à les accompagner dans ce changement et à développer des outils informatiques de gestion de la chaîne graphique qui ont été clé dans notre succès. »

Une philosophie partagée par GSG, qui a suivi le même raisonnement au-delà de l'Atlantique et propose des services similaires aux multinationales. « Grâce au rapprochement avec Diadeis, nos clients vont pouvoir profiter de l'ensemble de nos services au niveau mondial, explique Ken Madsen, Président de GSG. Gérer une campagne de manière optimale, et cela partout dans le monde en simultané, est une problématique qui devient cruciale et auquel nous sommes aujourd'hui fiers de pouvoir offrir une solution.»

Initialement experte en retouches d'images, GSG a étoffé au fil des années ses compétences pour proposer une offre complète de production pour tous les canaux : adaptation locale de publicités, déploiement en magasins de campagnes de promotions, exécution de documents packaging, retouches créatives de photographies, production de contenu pour le web, etc. La société compte 115 salariés et une clientèle de marques renommées tels que L'Oréal, Novartis, Abercrombie & Fitch, Avon et NBC.

