



**\_ COMMUNIQUÉ DE PRESSE \_**

**W accompagne Arkema sur son nouveau territoire de marque**

**Leader mondial des Matériaux de Spécialités, Arkema dévoile avec W un nouveau positionnement et une nouvelle identité visuelle qui placent résolument l'expertise du Groupe la science des matériaux au service du développement durable.**

Pour accompagner leur trajectoire basse ou zéro carbone, tous les grands secteurs industriels ont besoin de matériaux nouveaux, innovants et performants ; Plus résistants, plus légers, plus recyclables, plus durables : ce sont les matériaux, véritables concentrés de haute technologie, qui rendront un futur plus durable.

C'est tout l'enjeu du repositionnement d'Arkema qui, depuis plusieurs années, est devenu un leader mondial des matériaux de spécialités qui accompagne ses clients pour répondre aux défis sociétaux, environnementaux, ou climatiques contribuant ainsi à préserver la planète.

Pour rendre cette stratégie visible, W accompagne Arkema dans son changement d'identité et la définition d'un nouveau territoire de communication.

C'est autour d'une idée simple, la vague du changement, qu'Arkema donne à relire sa mission. Cette vague du changement au service d'un monde plus durable – est celle qu'Arkema accompagne grâce à ses matériaux pour répondre aux défis de notre époque.

Les couleurs du nouveau signe sont symboliques d'une double transition –vers un monde plus durable qu'Arkema rend possible, mais aussi la mue de la marque elle-même. D'un bleu technique – historique – à un vert technologique, frais et optimiste.

Une nouvelle typographie plus ronde qui évoque aussi la transition du Groupe vers une logique de fluidité et de simplicité.

Pour accompagner ce nouveau logotype, Arkema s'est doté d'un nouveau territoire visuel faisant la part belle à une 3D fluide et moderne, et à la mise en scène des usages concrets et positifs des matériaux de spécialités, dans l'industrie, mais aussi la compétition de haut niveau, et dans la vie quotidienne du plus grand nombre.

Cette nouvelle identité et nouveau territoire reflètent les engagement pris par Arkema depuis plusieurs années sur de nombreux projets sociétaux responsables et sur une activité industrielle plus durable pour aider à rendre le monde meilleur.

Le lancement de cette nouvelle identité se fera via une campagne de communication mondiale orchestrée par Havas Media. Le film, intitulé « La vague du changement » met en scène une série de changement grâce aux matériaux Arkema.

Que ce soit dans le sport, dans la mobilité ou dans le confort de l'habitat, la vague du changement traverse chacun de ces domaines.

Crédit :

Annonceur : Arkema

Agence : W&Cie

Média : Affichage, presse, digital

Date de la campagne : À partir du 9 novembre 2021

Directeur de création : Guillaume Chiffot & Paul Groves

Direction Artistique : Andréa Leopold & Madeleine Issartel

Production 3D : Eddy TV

Production film de Pub : Wanda

Réalisateur : Philippe André

Responsables Annonceur : Gilles Galinier, Vincent Cottureau, Aline Teyssier, Sandrine Chevalier-Renault

Responsables Agence : Denis Gancel, Grégoire Weil, Arnaud Falaise, Sophie Calla

Contact presse

Charlotte Fessou

06 76 70 30 48

[charlotte.fessou@wcie.fr](mailto:charlotte.fessou@wcie.fr)

#### À PROPOS DE W

W est une agence stratégique et créative dont la raison d'être est « d'aider les entreprises, par la marque, à se développer et à se transformer au service du bien commun ».

Elle imagine des solutions pour faire de la marque un vecteur de transformation associant sens et business. Depuis sa création en 1997 par Denis Gancel et Gilles Deléris, l'agence s'est construite sur un modèle qui conjugue le brand management, l'architecture, la publicité et les contenus. Aujourd'hui, ses 120 collaborateurs mettent leurs talents au service de grandes marques telles que : Accor, Ibis, La Poste, MAIF, McDonald's, Michelin, Paris Aéroport, Peugeot, PMU, Roland-Garros, RTE et Le Comité Olympique pour Paris 2024.

Le Contributing, concept développé par l'agence, dessine les contours d'un nouveau marketing. Il défend l'idée d'une nouvelle approche stratégique et créative pour aligner les expressions de la marque avec les engagements de l'entreprise et l'évolution des business Model.

Pour en savoir plus : [www.wcie.fr](http://www.wcie.fr)