



PUBLICIS COMMUNICATIONS

RICH STODDART NOMMÉ CEO DE LEO BURNETT WORLDWIDE TOM BERNARDIN RESTE CHAIRMAN

*Publicis Communications renforce l'état-major de Leo Burnett
pour accélérer sa transformation*

Le 27 janvier 2016 -- Arthur Sadoun, CEO de Publicis Communications, annonce aujourd'hui un important changement à la tête de Leo Burnett Worldwide.

Rich Stoddart, 52 ans, est nommé CEO de Leo Burnett Worldwide à compter du 1er février 2016. Actuellement CEO de Leo Burnett Amérique du Nord, Rich conservera ce poste en parallèle de ses nouvelles responsabilités. Pour assurer la transition, Tom Bernardin, 62 ans, actuel Chairman et CEO, poursuivra sa mission de Chairman jusqu'en juin 2017. Tom Bernardin et Rich Stoddart sont tous les deux membres du ComEx de Publicis Communications, R. Stoddart étant également l'un des dirigeants représentant les Etats-Unis dans la nouvelle organisation pilotée par Arthur Sadoun.

« Leo Burnett joue un rôle moteur dans Publicis Communications. Nous voulons être sûrs que cette marque et sa culture unique seront plus fortes que jamais au moment où nous poursuivons notre but premier, celui d'être le partenaire créatif indispensable de nos clients », affirme A. Sadoun. « Alors que nous amorçons une étape décisive, Maurice Lévy et moi-même sommes convaincus que Rich est le dirigeant idéal pour prendre la tête de Leo Burnett et conduire les équipes dans cette nouvelle aventure, pour le plus grand succès de nos clients et de nos agences. Nous savons également que nous pouvons compter sur Tom et sa solide expérience pour aider le ComEx de Publicis Communications à atteindre ses objectifs. »

Tom Bernardin a rejoint Leo Burnett Worldwide au titre de CEO en 2004, et a recruté Rich Stoddart l'année suivante pour diriger Leo Burnett Chicago. Sous la responsabilité de Rich Stoddart, Leo Burnett Amérique du Nord a enregistré une forte croissance, acquis de nouveaux clients et réussi une intégration poussée. Rich a également mis en place une collaboration efficace entre les différentes divisions de Leo Burnett parmi lesquelles Arc, Lapid et Rokkan. Elle a permis de produire des campagnes intégrées et impactantes pour des clients tels que Allstate, GM, Kellogg's, McDonald's, P&G ou Samsung.

« Rich Stoddart est un dirigeant d'entreprise très compétent, qui allie créativité et talent. Il est mon successeur le plus évident », déclare Tom Bernardin. « Je suis très fier, après ces 11 années, de détenir le record de longévité au poste de Chairman et CEO de Leo Burnett, après Leo Burnett lui-même. Après 40 ans de métier, il est temps pour moi de passer la main à Rich. En tant que Chairman de Leo Burnett, j'aiderai à la fois Rich et Arthur à faire de Leo Burnett un succès permanent tout en assurant celui du nouveau Publicis Communications. »

« Avoir la chance de diriger une entreprise mondiale telle que Leo Burnett, aussi riche de talents, donne une énergie formidable dans ce moment si particulier et sans précédent de changement, d'opportunités et de réinvention, déclare Rich Stoddart. « Avec Arthur et Tom, nous allons respecter nos promesses et développer le potentiel de Leo Burnett afin d'être les meilleurs du monde, ou selon notre slogan « the best in the world bar none ». Ce qui signifie obtenir les meilleurs résultats et mettre au service de nos clients tous les meilleurs talents, et réaliser les meilleures campagnes possibles. »

Rich Stoddart restera basé à Chicago, siège social de Leo Burnett.

À propos de Leo Burnett

Leo Burnett Worldwide use de la créativité pour accompagner et dynamiser la transformation de ses clients. Agence de communication inspirée par l'humanité, Leo Burnett Worldwide est The Humankind Agency. Sa démarche est simple et unique : situer l'essence de chaque marque au coeur de la communication pour établir un lien authentique avec les consommateurs. Appartenant à Publicis Communications, un des 4 pôles de Solutions de Publicis Groupe, Leo Burnett Worldwide compte parmi ses clients quelques-unes des marques les plus prisées du monde telles que Coca-Cola, Fiat, Kellogg's, Kraft, McDonald's, Nintendo, P&G et Samsung. Au cours des six dernières années, Leo Burnett a été distinguée comme l'Agence n°1 par le Gunn Report dans son classement "New World Thinking" et nommée en 2015 « Agence à suivre » par Advertising Age. Pour en savoir plus sur Leo Burnett Worldwide et son riche passé de création de marques emblématiques, consultez notre site, notre page Facebook et suivez-nous sur @leoburnett

À propos de Publicis Communications

Publicis Communications est l'un des quatre pôles de Solutions de Publicis Groupe, avec Publicis Media, Publicis.Sapient et Publicis Healthcare. Dirigé par Arthur Sadoun, CEO, Publicis Communications rassemble toute l'offre créative du Groupe : Publicis Worldwide, Leo Burnett, Saatchi & Saatchi, BBH, ainsi que Prodigious, leader mondial en production, et MSLGROUP, spécialiste de la communication stratégique.

Présent dans plus de 100 pays, Publicis Communications a pour objectif d'accompagner ses clients dans leur transformation et d'attirer les meilleurs talents du secteur. Publicis Communications s'appuie sur l'expertise de plus de 35.000 collaborateurs.

Bande créative : https://youtu.be/PjY9oXZ6_B0

Contacts

Peggy Nahmany

VP, Director of Communications

Peggy.nahmany@publicisgroupe.com

+33(0)1 44 43 76 91

Amy Cheronis

EVP, Reputation & Communications, Leo Burnett

amy.cheronis@leoburnett.com

+1 (312) 220-5996

Biographie - Rich Stoddart CEO de Leo Burnett Worldwide

HD PHOTO

Rich Stoddart, dirigeant marketing expérimenté, a fait ses preuves et sait promouvoir la croissance et l'innovation dans l'une des agences de communication parmi les plus efficaces et les plus primées du monde, Leo Burnett.

Sous sa direction au cours des 11 années écoulées, Leo Burnett Amérique du Nord a connu une forte croissance, a su acquérir de nouveaux clients et de grands talents, tout en réalisant quelques-unes des campagnes les plus impactantes, intégrées et créant le buzz pour des clients de premier ordre comme Allstate, Esurance, GM, Kellogg's, McDonald's, Purina, Samsung ou encore P&G.

En tant que CEO, Rich est reconnu pour sa capacité à développer et intégrer le shopper marketing, le numérique, les réseaux sociaux et le mobile, assurant ainsi le succès de ces campagnes. Il a notamment rapproché Leo Burnett et Arc, agence sœur de services de shopper marketing afin de produire une collaboration fluide entre toutes les plateformes. En réunissant les forces complémentaires de Leo Burnett et d'Arc, il a su, selon les mots mêmes du fondateur Leo Burnett, « aider les clients à se construire une réputation de qualité dans la durée, tout en générant des ventes dans l'immédiat ». Rich a également mis en place de nouvelles structures opérationnelles au sein Leo Burnett, telle que Farmhouse pour l'innovation ou encore de solides offres de design.

Son succès s'explique en grande partie par l'attention toute particulière qu'il porte aux talents et qui fait régulièrement de l'agence l'une des "meilleures entreprises où travailler" selon les palmarès du *Chicago Tribune*.

Rich a débuté sa carrière chez Leo Burnett en 1985, en charge du budget planning média de Hewlett-Packard. Les 10 années suivantes, Rich a géré différents budgets, s'élevant rapidement dans la hiérarchie jusqu'à devenir Directeur Clients.

Il a quitté Chicago en 1995 pour rejoindre Fallon, agence de Publicis Groupe, au sein de la direction de Minneapolis. Au cours de son passage chez Fallon, l'agence a été nommée « Agence de l'année » par Adweek et par Advertising Age.

Six ans plus tard, en 2001, Rich a rejoint Ford Motor Co en tant que directeur de la Communication et du Marketing. Responsable d'un budget annuel de plus de \$800 millions, il y a assuré avec succès les relations de Ford avec les agences, développé le CRM, la présence sur le Web ainsi que l'adaptation de l'offre du constructeur à des marchés multiculturels. A cette époque, Rich s'est vu décerner le prestigieux prix de la Fédération américaine de la publicité, le « Hall of Fame » Achievement Award, qui récompense les professionnels de la publicité de moins de 40 ans dont la réussite professionnelle exceptionnelle est prouvée.

Rich a réintégré Leo Burnett en 2005 en tant que Président de Leo Burnett Chicago puis a été nommé CEO de Leo Burnett Worldwide en janvier 2016. Il est également membre du ComEx de Publicis Communications, et membre de l'équipe de direction mondiale de Leo Burnett depuis cinq ans.

Rich apporte également son talent aux conseils d'administration du *Off the Street Club*, du *Carbon Media Group* et de Hasbro. En 2013, il a reçu de la Fédération américaine de la publicité le prix « Multicultural Career Achiever », en reconnaissance d'une carrière multiculturelle riche. De 2013 à 2015, il était Président de la Fédération américaine de la publicité.

Diplômé de Dartmouth College, Rich vit à Chicago avec sa femme et ses deux filles.