



---

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

---

### **En Septembre 2002, Andersen Business Consulting France a rejoint KPMG Consulting, Inc. qui adopte aujourd'hui une nouvelle marque, BearingPoint, pour renforcer sa présence internationale**

New York, NYSE, le 2 octobre 2002 – Aujourd'hui, KPMG Consulting, Inc., l'un des cabinets de conseil et d'intégration de systèmes les plus importants au monde, a annoncé avoir adopté une nouvelle marque, BearingPoint. BearingPoint, c'est littéralement se fixer la route et garder la direction, c'est à dire dans notre métier définir des orientations pour atteindre des résultats. Elle représente parfaitement notre raison d'être et notre culture : la volonté d'aider nos clients à mettre leur organisation et leurs systèmes d'information en phase avec les objectifs qu'ils se fixent.

Pour démontrer plus encore la détermination de notre entreprise à répondre aux besoins de ses clients sur leurs marchés dans le monde entier, l'action BearingPoint sera cotée à la Bourse de New York sous le symbole « BE » afin de renforcer sa portée internationale et la rendre plus accessible aux investisseurs étrangers. L'événement sera marqué par une cérémonie au moment de l'ouverture de la séance de la Bourse le 3 octobre 2002.

« Avec le choix de BearingPoint, nous avons établi une marque qui nous permet de préserver nos valeurs et notre culture. Cette marque a une véritable signification et rassemble nos 16 000 employés sous une même bannière », a déclaré Rand Blazer, président-directeur général. « Sous le nom BearingPoint, nous continuerons à définir pour nos clients des orientations claires et à leur fournir un ensemble de services leur permettant d'accroître leur compétitivité et leur rentabilité. »

« Avec BearingPoint, nous avons créé une marque reflétant ce que nos clients valorisent par-dessus tout : un partenaire qui les aide à définir des orientations, à accéder en temps voulu aux informations pertinentes, à transférer et partager le savoir et à obtenir des résultats s'inscrivant dans une stratégie de développement », a déclaré Linda Rebrovick, directrice générale du marketing de BearingPoint. « C'est ce que nous résumons par l'expression "Business Empowerment" (exploiter les forces de l'entreprise). L'ensemble de notre campagne de promotion de notre marque à l'échelle internationale reflète cette approche. »

L'annonce du changement de nom coïncide d'une part avec le transfert de l'action de l'entreprise, qui sera cotée dorénavant à la Bourse de New York et d'autre part avec l'acquisition de cabinets de conseil de premier ordre en Amérique du Nord, en Europe, dans les régions Asie-Pacifique et Amérique Latine. Ces mesures renforcent à la fois la dimension internationale de BearingPoint et son offre de services de conseil et d'intégration de systèmes.

### **Processus de conception du nouveau nom**

Au mois d'octobre 2001, l'entreprise a lancé une analyse détaillée basée sur une série d'études de marché en travaillant avec différents spécialistes en conception de marque. Des groupes de travail composés de représentants de ses plus importants clients, d'analystes du secteur et de son propre personnel ont été constitués pour faire émerger les valeurs auxquelles nos clients sont les plus attachés.

En février 2002, l'entreprise a commencé à étudier environ 550 noms pour ne retenir que ceux qui pouvaient correspondre au positionnement recherché dans les 134 pays dans lesquels nos clients sont implantés. Après avoir effectué ce travail de sélection dans le monde entier, tous les résultats pointaient dans la même direction : BearingPoint.

### **Promotion du nouveau nom**

L'entreprise a décidé d'appuyer le lancement de son nouveau nom par une campagne de communication et de publicité de portée internationale qui débute aujourd'hui. Les publicités créées à cette fin mettent en avant la devise de BearingPoint : « Business and Systems Aligned » (aligner les organisations et les systèmes). « Business Empowerment » (exploiter les forces de l'entreprise). Phil Mickelson, l'un des plus grands champions de golf, a participé à la réalisation d'un grand nombre de ces publicités dans lesquelles on le voit retirer la visière KPMG Consulting qu'il portait jusqu'à présent au cours des tournois professionnels et mettre la nouvelle visière arborant la marque « BearingPoint ».

### **Transfert du capital de notoriété de l'ancien au nouveau nom**

En accompagnement de cette campagne internationale et pour soutenir la promotion de la nouvelle marque, l'entreprise :

- a changé 16 000 cartes professionnelles,
- a converti 16 000 adresses électroniques,
- a lancé un nouveau site Web international, et
- a remplacé la signalétique dans tous ses bureaux internationaux.

### **Détails concernant la conférence de presse**

Une diffusion de la conférence de presse ayant eu lieu à la Bourse de New York sera accessible jusqu'au mercredi 9 octobre 2002 à 17 heures (heure de New York). Pour accéder à la diffusion, composer le +1-402-998-0941.

### **À propos de BearingPoint, Inc.**

BearingPoint (symbole à la Bourse de New York : BE), est l'un des plus importants cabinets de conseil et d'intégration de systèmes travaillant pour les 2 000 plus grandes entreprises et administrations publiques au monde. BearingPoint emploie 16 000 personnes. Sa mission consiste à élaborer des stratégies



---

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

---

commerciales et technologiques, des architectures de systèmes, des principes de mise en œuvre d'applications, des infrastructures de réseaux et des services d'infogérance. Sa vocation est d'aider chacun de ses clients à déployer des systèmes d'information leur permettant d'obtenir les informations pertinentes en temps voulu et à exploiter leurs forces et leurs atouts pour créer de la valeur. Le siège international de BearingPoint est situé à McLean, dans l'État de Virginie, aux États-Unis. Pour de plus amples informations à propos de BearingPoint, veuillez visiter le site Web de l'entreprise à <http://www.BearingPoint.com>.

### **Avertissement :**

Ce communiqué de presse contient des données de nature prévisionnelle relatives à nos activités et basées sur nos prévisions et estimations actuelles. Les termes et expressions tels que « anticipe », « a l'intention de », « prévoit de », « projette de », « pense que » et « estime que », ainsi que toute expression similaire, sont employés afin de faire référence à de telles données prévisionnelles. Ces informations ne constituent en rien une garantie de résultats futurs et impliquent un certain nombre de risques, d'incertitudes et d'hypothèses difficiles à anticiper. D'autres part, ces données prévisionnelles sont basées sur le caractère hypothétique d'événements futurs qui pourraient ne jamais se matérialiser. L'évolution de la situation de l'entreprise et ses résultats réels pourraient différer de manière matérielle de ce qui figure dans ou de ce qui est anticipé par de telles données prévisionnelles. Il en résulte que ces données sont uniquement valables à la date de leur publication et que l'entreprise ne s'engage aucunement à mettre à jour ou à réviser publiquement l'une ou l'autre d'entre elles, que ce soit sur la base de nouvelles informations, en raison de l'évolution de la situation de l'entreprise ou autrement. Nos résultats réels pourraient différer de ces données prévisionnelles pour un grand nombre de raisons différentes et, notamment, en raison des décisions prises par nos clients en termes d'utilisation de nos services, du calendrier de nos différentes missions et du moment de leur achèvement, de la disponibilité de professionnels qualifiés permettant de fournir nos services, du rythme auquel les technologies informatiques évoluent, de la vigueur de nos relations de marketing et des initiatives diverses de nos concurrents. Par ailleurs, ces informations pourraient être affectées par l'évolution de la situation économique et politique aux États-Unis et dans le reste du monde. Pour de plus amples informations à propos de ces différents facteurs, veuillez vous reporter à l'annexe 99.1 du formulaire 10-K déposé par l'entreprise pour l'exercice clos le 30 juin 2002.

### **Contact pour les médias :**

Aux US :

John Schneidawind

BearingPoint, Inc.

Téléphone: +1 (703) 747-5853

Téléphone portable: +1 (571) 243-1295

En France :

Claire Thiebaut

KCIN Consulting France

Téléphone: +33 1 55 61 38 73

### **Contact pour les investisseurs :**

Deborah Mandeville

BearingPoint, Inc.

Téléphone: +1 (617) 988-1628

