





---

22

VMLY&R  
01.22

---

communiqué  
de presse

**VMLY&R France : « La Young » accélère sa mue.  
Nouvelle agence, nouvelles expertises et nouveau positionnement.**

Dans un secteur qui évolue à grand pas (digitalisation croissante, concurrence accrue avec l'arrivée de nombreux nouveaux acteurs), l'agence VMLY&R France se renforce en intégrant les ressources et expertises des agences SensioGrey et Geometry, pour former un modèle d'agence visionnaire et disruptif capable de devancer ces mutations. VMLY&R France s'appuie sur la créativité et la complémentarité de ses talents autant que sur la vision de ses dirigeants pour affirmer un positionnement unique sur le marché français : créer des expériences de marque connectées à la culture, via l'alliance de la créativité et de la technologie.

**Culture, Connexion, Créativité : les trois C du suCCÈs.**

Ce rapprochement est autant stratégique qu'idéologique puisqu'il s'est construit sur la base d'une conviction forte et ancrée dans l'ADN de VMLY&R : la manière la plus efficace pour les marques d'opérer une connexion choisie avec les consommateurs – d'engager leur audience – réside dans leur aptitude à inscrire chaque campagne dans un référentiel culturel, à plus forte raison lorsqu'il s'agit de culture populaire. Bien plus qu'une posture agile visant à capitaliser sur l'engouement suscité par des phénomènes socio-culturels éphémères (au risque de n'en pas saisir l'essence), c'est la volonté de ne jamais envisager une communication sans l'inscrire dans un sujet culturel (de surface ou profond, selon la campagne) qui fait la force et l'originalité de ce modèle.

Pour y parvenir, Cécile Lejeune et Dimitri Guerassimov, CEOs de VMLY&R France, misent sur l'alliance entre deux concepts au cœur de la culture d'entreprise de VMLY&R France : celui de la technologie, à savoir toutes les solutions digitales novatrices qui libèrent la créativité, renforcent l'utilité de marque et impactent voire anticipent les usages ; et celui de la créativité, c'est-à-dire l'ensemble des idées originales qui connectent les marques aux gens, en les divertissant, informant ou en leur étant utile. Pour opérer cette connexion des marques à la vie des consommateurs, VMLY&R France peut compter sur la complémentarité des expertises métiers au sein des trois agences et leur exhaustivité : stratégie de marque, stratégie commerciale, publicité, social media, media, connexion planning, site web, web app, mobile app, e-commerce, shopper experience, activations, ... le tout intégré dans une nouvelle organisation permettant d'exploiter au mieux les talents de chacun.



**« Seul c'est bien, ensemble c'est mieux »**

L'autre aspect remarquable de ce rapprochement d'agences découle lui aussi d'un postulat fort de sens et faisant écho au vieil adage selon lequel le tout est plus que la somme de ses parties. De fait, la nouvelle structure pourra continuer de s'appuyer sur les équipes et les expertises qui ont fait la satisfaction de leurs clients depuis toujours, avec un back-office commun et la préservation des entités propres à chaque expertise, leadées par Ilana Azoulay, Olivier Albert et Martin Mangez. La valeur ajoutée de ce rapprochement tient surtout dans la mise en place d'une nouvelle organisation transversale par métiers, qui permet ainsi un enrichissement mutuel des collaborateurs et un partage des expertises, des savoirs, des idées, des partis-pris et des talents pour porter collectivement le « nouveau » VMLY&R France.

Cécile Lejeune CEO de VMLY&R France déclare : **« Le rapprochement de ces trois agences et de ses multiples expertises est une aubaine qui nous permet aujourd'hui de pouvoir construire l'agence de demain, une agence qui ne crée pas des campagnes de communication mais des connexions culturelles entre les marques et ses consommateurs. Connexions qui permettront aux marques d'être dans une relation choisie et non subie avec ses consommateurs. »**

Et Dimitri Guerassimov, co-CEO et Directeur de la Création de VMLY&R France d'ajouter **« Aujourd'hui les gens attendent des marques plus que des déclarations d'amour, mais des preuves d'amour. Pour connecter les marques à leurs audiences, il faut passer du « storytelling » au « storydoing » et accompagner les marques pour devenir des « service brands », utiles aux gens.»**

---

**A propos de VMLY&R**

VMLY&R est une agence mondiale spécialisée dans les marques et l'expérience client. Nommée leader dans le Gartner Magic Quadrant pour les agences de marketing internationales pendant cinq années consécutives, VMLY&R compte plus de 12 000 employés dans le monde, avec des bureaux principaux à Kansas City, New York, Détroit, Paris, Londres, São Paulo, Shanghai, Singapour et Sydney. L'agence est à l'origine de campagnes primées pour des clients de premier ordre tels que Colgate-Palmolive, Danone, Dell, Ford, Intel, New Balance, Pfizer et Wendy's. VMLY&R France emploie plus de 200 personnes, collabore avec plus de 80 clients.

Pour plus d'informations, visitez le site [www.vmlyr.com](http://www.vmlyr.com). VMLY&R est une société du groupe WPP (NYSE : WPP).

---

**Contact Presse VMLY&R France** : Agence Vianova / Maxime Barlier / 06 72 19 09 47 / [barlier@vianova-rp.com](mailto:barlier@vianova-rp.com)