

Accueil > Agences > WNP lance une offre open source, Big Shift

CRÉATION

WNP LANCE UNE OFFRE OPEN SOURCE, BIG SHIFT

04/07/2016 - par Delphine Le Goff

L'agence indépendante intégrée, fondée par Guy Chauvel (ex-JWT), lance une offre fondée sur un principe d'open source collaboratif.



A l'origine, une constatation. «Les ad-blockers explosent, même l'IAB reconnaît : "We messed up". Comment remet-on l'enjeu créatif au centre de tout cela?», s'interroge Nicolas Gayet, senior partner de WNP (What's Next Partners) et coprésident de WNP Agency, l'offre publicitaire du groupe. WNP, créée en 2010 sur un modèle d'agence intégrée, lance une nouvelle offre, intitulée Big Shift. Il s'agit, explique Nicolas Gayet, «de prendre acte du fait que les marques sont non seulement concurrentes entre elles mais aussi en rivalité avec les "marques" de la pop culture, des artistes comme Beyoncé, des franchises comme Star Wars, etc.» Le principe? «Mettre en place un système d'open source collaboratif, pour développer des formes narratives nouvelles, en faisant appel, par exemple, à des professionnels du cinéma, des séries...», précise Nicolas Gayet.

«V2 de l'intégration»

L'ancien PDG de Rapp, Stéphane Raoul, arrivé en novembre 2015 en tant que senior partner et coprésident de WNP Cross canal, l'offre marketing services et relation client du groupe, pilote Big Shift. «Une quinzaine de personnes travailleront sur l'offre, qui est une forme de V2 de l'intégration», explique-t-il.

Le tout se fera en accord étroit avec des collaborateurs extérieurs, surtout dans le domaine des «tech». «Si on se coupe des start-up, on n'existe plus dans six mois! Et on ne peut pas tout "in-sourcer". Nous ne serons jamais meilleurs que les data scientists ou les UX designers. Nous nous situons en position d'architecte de l'ensemble.»

Ainsi, Big Shift travaille conjointement avec des sociétés comme Zettafox (analyse de data), «de la même façon que nous avons collaboré avec le studio de création de Dailymotion», précise Stéphane Raoul.

Cellule autonome

Cinq personnes ont déjà été embauchées, et deux recrutements sont en cours pour étoffer Big Shift, qui a valeur de test au sein de WNP. «La cellule ne constitue pas un "spin-off" de l'agence. Elle est cependant autonome pour que le test soit viable et pas uniquement alimenté par les clients de WNP», précise Stéphane Raoul. «On ne part pas "from scratch", note Nicolas Gayet. Nous fonctionnons avec des talents structurants et un niveau de seniorité important.»

La cellule œuvre d'ores et déjà pour des clients comme Danone, PSA Banque, Bayard presse, AMV et Moët & Chandon, ainsi qu'un acteur du luxe pour l'heure confidentiel. Objectif: représenter à terme 35% des revenus de WNP. Avec un credo, selon Nicolas Gayet, «l'open intégration». Et d'autres projets de développement pour WNP: «Guy Chauvel, président et fondateur, nous mandate pour repérer les sociétés dans lesquelles nous pourrions prendre des parts», explique Nicolas Gayet.

Chiffres clés

27 millions d'euros. Revenus de WNP en 2015, avec une progression de +45% vs 2014.

120. Effectif du groupe

Une vingtaine : nombre de nouveaux clients qui ont rejoint WNP ces deux dernières années (Eovi, Moët & Chandon, Caudalie, Sloggi, Cordier, etc).

[wnp](#), [Big Shift](#)

PLUS D'INFORMATIONS SUR LES AGENCES AVEC LES GUIDES STRATÉGIES

RAPP

À LIRE AUSSI

COMMUNICATION GLOBALE

MARIE RETIENT WNP

31/05/2017 - par Thomas Pontiroli

AGENCES

JÉRÉMIE WOOG, DIRECTEUR DE LA PRODUCTION DE WNP

24/04/2017 - par Clémence Duranton

AGENCES

KYMCO CONFIE SON BUDGET À WNP

03/04/2017 - par Delphine Le Goff

© Copyright Stratégies