

UNE NOUVELLE ÈRE DE COLLABORATION RENAULT, PUBLICIS, OMD : EN UN MOT, VOILÀ.

Groupe Renault lance aux côtés de ses partenaires de longue date Publicis et OMD un projet unique en son genre : réunir les équipes marketing des trois groupes au sein d'un même plateau en plein cœur de Paris afin de développer de manière collaborative les campagnes des marques Renault et Dacia.

Une plateforme commune, *Voilà* la solution pour un modèle de collaboration agile

Dans un premier temps, cette plateforme réunira **200 talents et plus de 20 métiers pour concevoir et produire l'ensemble des campagnes marketing globales et européennes de Renault et Dacia**. Désormais organisées en équipes projet cross-fonctionnelles réunissant experts marketing de Renault, de Publicis et d'OMD – plutôt qu'en silos d'expertises contenus, média et annonceur – elles auront pour mission de développer en miroir des parcours clients les plans de communication de marque et produit, sur un périmètre qui va du dévoilement du modèle jusqu'à sa mise sur le marché.

Ce nouveau modèle de collaboration agile répond à **l'évolution de la stratégie marketing globale du Groupe Renault**, qui fait de la transition d'un marketing de masse vers un marketing individualisé le moteur de sa propre transformation. *Voilà* incarne à ce titre l'ambition d'une transformation de l'ensemble de la chaîne marketing du Groupe Renault, partout dans le monde, en mettant le client au centre de la réflexion et avec un souci permanent d'agilité, d'efficacité créative et de pertinence média.

“ *Créer de l'engagement client et des marques fortes est au cœur des enjeux marketing du Groupe Renault. Avec cette nouvelle plateforme collaborative Voilà, nous allons faire émerger et grandir nos marques auprès d'audiences fragmentées, contextualiser et individualiser nos contenus, les adapter en temps réels aux parcours clients – en étant au plus près des attentes des consommateurs, déclare Xavier Martinet, Directeur Marketing Monde, Groupe Renault.* **”**

“ *Agilité et efficacité sont les deux maître mots de ce rapprochement. En rassemblant nos équipes respectives au sein d'une même plateforme et en mettant en commun nos process et outils, nous travaillerons de manière beaucoup plus fluide et complémentaire, commente Jean-Guy Saulou, Global Client Leader pour le Groupe Publicis.* ”

“ *Pour mieux engager le consommateur dans un univers en surabondance de contenus et en turbulence permanente, nous avons besoin plus que jamais de le placer au centre de nos réflexions et actions, et cela en pensant le parcours consommateur sans couture, en cohérence et pertinence. Nous voulons ainsi une façon de travailler et une structure plus fluide et interdisciplinaire, afin de prendre des meilleures décisions, et cela plus rapidement, cite Neith Jauregui, Global Client Leader pour OMD.* ”

Une identité fédératrice pour un projet unique en son genre

Pour encapsuler ce concept inédit et dépasser les différences culturelles entre agences et annonceur, les trois partenaires ont construit une identité commune fondée sur un même état d'esprit, qui fonctionne comme un mantra et se résume en un mot : *Voilà*.

« En voilà un drôle de mot. N'est-il pas tellement Français ?

« Voilà » est aussi complexe et aussi direct que nous.

Nous sommes fiers, créatifs et passionnés, parfois râleurs, nous sommes francs et pas souvent d'accords. Mais voilà, nous sommes comme ça.

Ce « Voilà » nous ressemble. (...)

Au-delà d'un nom, voilà une promesse.

Un état d'esprit, qui nous mènera à travailler simplement, humainement et intelligemment sans détour, d'avancer ensemble avec ce que nous avons de meilleur, avec ceux que nous avons de meilleurs, pour construire la nouvelle ère de notre collaboration. »

... précise le manifeste de la plateforme.