

SENSIO DEVIENT SENSIOGREY

En juillet 2017, WPP a déclaré avoir pris une participation majoritaire dans le capital de Sensio.

Aujourd'hui, Sensio annonce rejoindre Grey Europe, l'un des réseaux les plus créatifs de WPP, pour devenir SensioGrey. L'Agence s'ouvre ainsi de formidables opportunités de croissance, en France et à l'international.

Pour le réseau Europe, SensioGrey portera 2 offres en particulier :

Une offre « Digital solutions » : écosystèmes complexes, applications, services connectés en points de vente, consulting technique et analytique, etc. Pour donner à Grey les moyens de gagner et d'opérer de nouveaux marchés à haute valeur ajoutée.

Une offre « Marketing & media activation » pour développer les capacités en *performance marketing* des agences du réseau.

Et plus spécifiquement sur la France, le projet est de construire un hub connecté aux expertises présentes dans le réseau Grey Europe (et au-delà, dans tout WPP), dans le domaine du conseil, du design de service et de produit, du shopper marketing, de la data, du retail ou encore de la production...

Avec l'ambition de les intégrer et de les accélérer par le biais de notre programme Brand As A Service.

Avec une organisation à plat, centrée sur la « digital intelligence », la data et l'agilité, SensioGrey promet de faire converger création, design, content, techno et data marketing pour mieux agir sur les usages, et pour aider ses clients à gagner la bataille de l'attention.

SensioGrey travaillera également en étroite collaboration avec Grey Paris, et chacune des deux agences contribuera séparément à la création de valeur de Grey Europe en France.

Let's change the game !

A propos de SensioGrey

Brand As A Service

Eviter l'obsolescence, créer de nouveaux usages, développer le service, mesurer l'efficacité...

Nous pensons que les consommateurs attendent des marques qu'elles soient utiles.

Des marques accessibles, réactives, et qui résolvent de vrais problèmes.

Les marques doivent donc orienter leurs efforts vers la proposition d'expériences et de services personnalisés, qui vont vraiment aider les consommateurs tout au long de leurs parcours.

SensioGrey est une agence full-services née du rapprochement en 2017 de Sensio (agence digitale et mobile créée en 1998) avec le réseau Grey Europe. Elle porte la convergence entre création, tech, data & média pour aider les marques à être utiles tout au long du consumer journey.

SensioGrey accompagne plus de 80 annonceurs tels que PSA, l'Oréal, E.Leclerc, Optic 2000, Axa, Futuroscope, Nexity, Médiamétrie, Samsung, Bonobo, GRDF, Bescherelle, Sodebo, Häagen Dazs, Buy Paris Duty Free... Avec une offre ouverte et intégrée : Strategy | Brand & Creative Platforms | Content & Channel Planning | Design & Services | 360° experiences | Digital Solutions | Marketing & Média activation.

Fondée par Grégory Pascal et dirigée par Lucas Denjean, SensioGrey figure dans le classement Les Champions de la croissance Les Echos/Statista, et dans les 1000 Fastest Growing Companies du Financial Times.

Contacts Agence :

Clotilde Ravin - Directrice du Développement SensioGrey - clotilde.ravin@sensiogrey.com
01 40 99 82 23

Claire Couzi – Chargée de communication SensioGrey – claire.couzi@sensiogrey.com
01 40 99 82 21

Heloise Guillet - Attachée de presse – heloise@be-rp.fr – 01 44 26 37 27 / 07 62 58 36 06