



Paris, le 10 mars 2009

ISABELLE NANCY, NOUVELLE DIRECTRICE DE MARQUES CHEZ JWT PARIS **Un profil atypique, pour une agence repensée**

De la littérature à la publicité, le parcours atypique d'Isabelle Nancy démontre une fois encore l'ouverture qui prévaut au sein de l'agence JWT Paris. En tant que directrice de marques, elle a pour mission de travailler sur les budgets Marie, Bayer et Mövenpick.

Pour Frédéric Winckler : « Il est aujourd'hui incontestable que les agences de publicités se trouvent confrontées à des consommateurs qui ont largement évolués dans leurs comportements, à un usage d'internet qui a modifié le rapport aux marques. Chez JWT Paris nous avons su amorcer le virage depuis maintenant 3 ans. JWT Paris est un cas unique en France d'agence traditionnelle qui a su engager de profondes mutations dans son organisation, intégrer des compétences atypiques : depuis les graphistes aux scénaristes, en passant par les profils issus de l'univers Internet et télévisuel, tout en gardant une taille humaine. Ce dispositif et des profils comme celui d'Isabelle Nancy nous permettent aujourd'hui d'assurer un véritable accompagnement stratégique de nos clients, de générer des idées novatrices, propres à répondre aux enjeux actuels de la publicité. »

Agée de 34 ans, Isabelle Nancy est issue d'une formation littéraire et titulaire d'un DEA de Philosophie, Elle débute sa vie professionnelle en 2000 au sein de la maison d'édition Actes Sud. En 2003, Isabelle Nancy fait ses premières armes en agence de publicité chez CLM BBDO en tant que Chef de groupe. Elle a en charge des budgets tels que Total (France et international), la Fondation Nicolas Hulot ou encore Manix. Isabelle Nancy rejoint Leg en 2007 en tant que Directrice de clientèle et gère alors les budgets SFR Entreprises, Lun's Eyewear et supervise le budget INPES Contraception.

A propos de JWT :

JWT, qui fête son 144^{ème} anniversaire cette année, est classée comme la plus importante agence de publicité aux Etats-Unis et se situe au 4^{ème} rang des groupes de communication dans le monde, et se caractérise par la plus forte concentration de clients gérés globalement. Sa compagnie mère est WPP. JWT Paris est reconnu pour sa capacité à concevoir des projets transversaux comme la campagne Fight For Kisses pour Wilkinson, une campagne qui a remporté 21 prix dont 9 internationaux. Par ailleurs, JWT Paris a remporté le Grand Prix à Cannes ces trois dernières années.

Service de presse JWT Paris

ALCHIMIA 

☎ 01 44 70 90 72

Ouisa Rahab-Guez org@alchimia-communication.fr – Ingrid Brégeon-Fall ibf@alchimia-communication.fr