



Communiqué de Presse  
New-York, XX Janvier/Février 2019

## ***Datawords et The Lucy Collective s'associent dans la création d'une publicité diversifiée et à caractère inclusif***

[Datawords](#), leader mondial des technologies e-multiculturelles, et The Lucy Collective, agence de publicité axée sur la diversité et l'inclusion, annoncent ce jour un partenariat stratégique pour aider les marques à créer des campagnes marketing diversifiées et inclusives à déployer à l'échelle internationale.

Ce nouveau partenariat permettra à Datawords d'offrir à ses clients actuels et futurs des produits et services créatifs inclusifs issues d'équipes caractérisées par une grande diversité et paritaires, en plus de leurs plateformes de pointe utilisée dans le déploiement de campagnes de marketing digital à l'international. L'objectif n'est pas seulement de déployer des campagnes digitales au sein de différentes cultures, mais aussi d'offrir aux clients la possibilité de créer des campagnes qui sont conçues pour inclure des personnes d'origine et de culture variées.

Fondé en 2017 à New York, The Lucy Collective est rapidement devenu un acteur de référence dans le développement de stratégies et d'idées créatives conçues pour intégrer une meilleure diversité et maximiser l'impact positif des marques sur des communautés culturellement diverses. The Lucy Collective utilise ainsi les notions fondamentales de création, de progrès, d'adaptation, d'aventure dont nous avons hérité de notre lointaine parente Lucy en les transformant de façon à résonner le plus efficacement possible avec les spécificités de chacun. The Lucy Collective collabore notamment avec Amazon Alexa en Inde, Pampelonne Sparkling wine cocktails aux Etats-Unis et EMP Belstar, une société de private equity aux Etats-Unis et en Corée du Sud.

**Alexandre Crazover, PDG et co-fondateur de Datawords**, déclare : « *Notre partenariat avec The Lucy Collective est une évolution naturelle mais aussi stratégique. Depuis près de 20 ans, Datawords déploie des campagnes numériques digitales pour des marques de premier plan dans de nombreuses communautés à travers le monde. Au cours de ce processus nous avons acquis les compétences nous permettant de déterminer précisément l'efficacité des idées créatives que nous déployons et de les modifier en conséquence. Le partenariat avec The Lucy Collective, une entreprise innovante qui se consacre à la création de campagnes pour des publics culturellement divers, s'inscrit donc dans la suite logique de notre développement. Le fait que les cultures de Datawords et de The Lucy Collective s'accordent si bien rend la collaboration encore plus attrayante.* »

**Arun Nemali, CCO et co-fondateur de The Lucy Collective**, ajoute : « *The Lucy Collective part du principe que les créateurs de publicité doivent être d'origine aussi variées que les individus qui la consomment et interagissent avec elle. Quand Alexandre et son équipe nous ont approchés avec ce projet de collaboration, on s'en est un peu voulu de n'y avoir pas pensé plus tôt. Pouvoir déployer des idées créatives magnétiques,*

*diverses et inclusives à travers les plates-formes humaines/machines de pointe de Datawords et connecter avec des cultures diverses est une opportunité incroyable pour Datawords, Lucy et l'ensemble de nos clients. »*

-----

#### **A propos de Datawords**

Créée en 2000, Datawords combine la compréhension des cultures locales et l'expertise technologique pour mettre en œuvre les stratégies internationales des grandes marques mondiales sur toute plate-forme numérique. Dirigée par une équipe de co-fondateurs, Datawords est aujourd'hui implantée en Europe, en Asie et aux Etats-Unis. Datawords se différencie par les technologies e-multiculturelles et la diversité des parcours de ses 600 collaborateurs qui représentent 50 nationalités et plus de 60 langues. Datawords a enregistré un chiffre d'affaires de 70 millions de dollars en 2017. Plus d'infos sur [www.datawords.com](http://www.datawords.com) et sur [LinkedIn](#).

#### **À propos de The Lucy Collective**

Créée en 2017 en réponse à un besoin criant de diversité dans l'industrie de la publicité, Lucy est une agence de publicité fondée sur les principes d'inclusion et de diversité. Basée à New York, le mantra de Lucy est "ceux qui font le travail comptent". En apportant divers points de vue à chaque mission créative, nous créons des idées inclusives qui génèrent des résultats exponentiels pour la marque. [www.WeAreAllLucy.com](http://www.WeAreAllLucy.com)

#### **Contacts médias**

##### **Pour Datawords**

Yoann Besse

+33 (0)1 53 32 78 89 89 / [yoann.besse@citigatedewerogerson.com](mailto:yoann.besse@citigatedewerogerson.com)

Laurence Duhamel

Tel +33 (0)1 53 32 84 73 / [laurence.duhamel@citigatedewerogerson.com](mailto:laurence.duhamel@citigatedewerogerson.com)

Raphaële Coulot-Brette / [raphaele.coulot-brette@grayling.com](mailto:raphaele.coulot-brette@grayling.com)

+ 33 (0)1 55 30 71 07

##### **Pour Lucy**

Adam Levine

+1 917 439 4542 / [adam@wearealllucy.com](mailto:adam@wearealllucy.com)

-----