



PORTRAIT / Agathe Nicolle

L'INFLUENCE CRÉATIVE

MARKETING D'INFLUENCE C'est en 2015 qu'Agathe Nicolle décide de créer Woò, une agence d'influence 360°, à l'âge de 30 ans. Son projet : amener les créateurs de contenus et les marques vers une approche plus créative et éthique de l'influence et du digital.

CÉCILIA DI QUINZIO

Elle nous confie qu'elle vient d'accoucher, qu'elle risque d'être légèrement confuse. Nous lui trouvons au contraire une réactivité et une vivacité étonnantes. Agathe Nicolle, fondatrice de l'agence Woò, agence digitale spécialisée dans l'influence, le social média et le brand content, est une jeune dirigeante simple et accessible. Des valeurs qu'elle met d'ailleurs au cœur de la raison d'être de son entreprise. « Woò signifie "With Our Originality". Je l'ai fondé sur des valeurs de créativité et d'innovation, mais aussi de bienveillance et d'éthique », assure-t-elle.

UNE RENCONTRE DÉCISIVE. Diplômée d'un master management stratégique international à La Sorbonne en 2008, elle s'oriente d'abord dans la publicité digitale pure et fait ses armes au sein d'agences médias et digitales. Rapidement, elle gravit les échelons et devient directrice commerciale, notamment au sein d'Ykone, un magazine en ligne dont le contenu est co-créé par des journalistes et des blogueuses, qui deviendra par la suite une agence d'influence marketing. « Au départ, mon travail consistait à vendre de l'espace publicitaire sur deux sites, des bannières principalement. Mais une rencontre va être décisive pour ma carrière, celle de Betty Autier, du Blog de Betty, se souvient Agathe Nicolle. Celle-ci est venue me demander de l'aide pour organiser des partenariats avec des annonceurs. À l'époque, l'influence digitale en était à ses balbutiements, tout était à inventer. » La jeune



© Damien Caron pour Stratégies

commerciale s'oriente alors à 100 % sur ce domaine d'activité et accompagne de nombreux blogueurs dans la monétisation de leurs contenus sur les réseaux sociaux. L'envie de voler de ses propres ailes se fait sentir. Elle décide à 30 ans de fonder sa propre structure. À l'époque, il n'existe pas d'agence généraliste sur toutes les verticales (beauté, humour, luxe, food...). En outre, un phénomène très en vogue aux États-

Unis est alors ignoré en France : celui des micro et nano-influenceurs, ces créateurs de contenus de niche à la communauté moins importante que les stars du web, mais tout aussi efficaces en termes de prescription. Woò, à la fois agence et plateforme d'influence marketing, voit le jour en 2015.

« Notre positionnement a immédiatement convaincu de grandes marques telles que Ferrero, Lancaster ou Cointreau. L'agence a également bénéficié d'un très bon bouche-à-oreille de la part des talents eux-mêmes, heureux de trouver une agence qui met l'humain vraiment au cœur », selon la fondatrice. Woò compte aujourd'hui plus de 60 salariés dans son bureau parisien. Toujours très engagée dans l'influence éthique, Agathe Nicolle porte un regard indulgent sur les polémiques qui ont entaché le secteur. « C'est normal que ce jeune marché soit encore en phase de structuration. Le positif dans tout ça, c'est que cela soude toutes les personnes conscientes de faire un métier très différent de celui que l'on montre dans certains médias », affirme-t-elle. ■

PARCOURS

24 avril 1985. Naissance.

2008. Master management stratégique international à La Sorbonne.

2013 - 2015. Directrice commerciale associée chez Ykone.

2015. Lancement de Woò.

2017. Lancement de Yoò et rachat de VeryGoodMoment.

2018. Lancement de la Charte d'éthique.

2019. Levée de fonds de 3 millions d'euros auprès d'Inter Invest Capital.

2020. Rachat de Poulpe par Woò.

