



Opinion Act rejoint le Groupe JIN pour créer le premier acteur européen du conseil en influence digitale, spécialiste de l'activation des communautés

PARIS, 19 octobre 2022 – JIN, l'agence pure player de l'influence digitale, annonce aujourd'hui l'intégration d'Opinion Act, spécialiste de l'analyse des communautés et du conseil en stratégie digitale.

Opinion Act est un cabinet conseil en digital, pionnier de la veille e-réputation et de l'étude des comportements en ligne des citoyens-consommateurs.

Ce rapprochement des deux sociétés, porté par la vision commune des deux entrepreneurs co-fondateurs, Edouard Fillias pour JIN et Caroline Faillet pour Opinion Act, crée la première offre européenne intégrée de conseil en influence.

Cette offre répond aux grands enjeux des nouveaux mondes numériques, structurée autour de cinq divisions :

- **Corporate** : Renforcer le capital réputation des marques et des dirigeants
- **Brand** : Construire des expériences social media de qualité pour les clients
- **PR** : Développer la notoriété on et offline des marques et dirigeants
- **Data & Insights** : Prendre des décisions fondées sur l'analyse des communautés
- **Web3** : Se préparer à la nouvelle révolution des usages Web3

JIN et Opinion Act veulent s'engager pour aligner les attentes sociétales des communautés et les objectifs business des organisations en faisant d'elles des référents de confiance.

Caroline Faillet, CEO d'Opinion Act, explique : « *Plus que jamais, la confiance est le socle sur lequel construire le thought leadership des entreprises. Ni social washing, ni dark influence : les entreprises doivent gagner leur acceptabilité sociale de manière transparente et engagée. Les organisations doivent être connectées à leurs communautés, pour dialoguer mais bientôt aussi avec le eb3, pour partager le pouvoir avec elles dans une nouvelle économie de la propriété. Dans une société régie par la recommandation, les entreprises doivent fédérer des alliés authentiques, au-delà des prises de parole rémunérées. La tokenisation du web3 risque de bouleverser ces mécaniques d'advocacy.* »

Edouard Fillias, CEO de JIN, ajoute : « *JIN et Opinion Act sont deux acteurs historiques de la communication digitale, des relations publiques, et de l'étude des communautés. Nous sommes aussi, avant tout, des passionnés d'un Internet libre et utile, au service du citoyen-consommateur. Nous croyons que face au défi de la confiance, la communauté est la solution pour renouer les liens perdus et pour construire ensemble. C'est pourquoi nous décidons de nous rapprocher, entre fondateurs et entrepreneurs du digital, pour répondre à ce défi de la confiance dans les mondes réels comme virtuels.* »

JIN et Opinion Act réunissent leurs 120 collaborateurs, à Paris, Lyon, Berlin, Londres au service de 200 clients.

Pour les clients de JIN, cette acquisition est l'opportunité :

- De renforcer la vision stratégique d'une compréhension fine des terrains de jeux numériques et de connaissance des cibles ;
- De disposer de méthodes et de data pour des plans d'activation plus robustes et efficaces.

Les clients d'Opinion Act de leur côté pourront :

- Poursuivre l'analyse des communautés par une capacité de mise en œuvre des stratégies en social media, advocacy et RP ;
- Prolonger la capacité de veille et d'études en 13 langues par un accompagnement international, grâce à l'implantation européenne de JIN.

Caroline Faillet rejoint le comité de direction du groupe JIN comme Directrice Générale du groupe, en charge de l'activité de Veille et d'étude des Communautés et du Conseil en Stratégie Digitale et Web3.

L'avenir du groupe JIN sera de poursuivre son internationalisation centrée sur l'Europe et d'investir massivement sur l'innovation, ceci par recrutement, croissance organique et acquisitions.

Contact presse

Patrick Chastel pchastel@jin.fr 06 35 47 12 36