

Public-Idées : levée de fonds auprès de Bpifrance pour renforcer un programme d'innovation « Data-Driven »

Public-Idées, spécialiste du Performance Marketing annonce une levée de fonds de 400.000 euros auprès de Bpifrance (Banque Publique d'Investissement) pour un projet d'innovation lié à la « Data ». L'objectif de ce programme consiste notamment à concevoir la mise en place et la validation d'outils d'analyse de grands volumes de données en temps réel. L'intérêt est de pouvoir traiter et d'étudier la caractérisation des internautes, leur activité, le contexte ainsi que le contenu des pages web consultées.

L'innovation au cœur du projet

Le projet de Public-Idées consiste à modéliser et reconnaître par des mesures quantitatives et qualitatives le parcours de l'internaute. L'objectif est de calculer l'impact de chaque site visité dans le tunnel de conversion, et de modéliser le profil de l'internaute pour ainsi proposer un ciblage publicitaire plus pertinent.

Pour se faire, trois innovations technologiques clés sont au cœur de ce projet :

- **L'approche hybride** combinant de grands volumes de données quantitatives (logos, cookies, etc.), et des données qualitatives qui sont récupérées via une méthodologie innovante.
- **L'analyse en temps réel**, l'intégration et l'adaptation des technologies Big Data pour la classification.
- **La mesure de l'impact de chaque composante du parcours client** dans la prise de décision et implicitement une rémunération plus juste pour tous les acteurs impliqués.

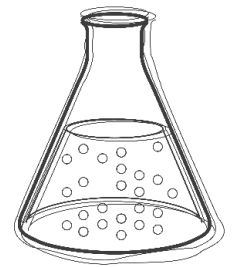
Les objectifs de ce programme

Avec l'émergence de nouvelles technologies et l'évolution des mœurs de consommation, le web est en profonde mutation depuis plusieurs années. Il ne s'agit plus seulement d'un espace où l'information est diffusée vers des destinataires « non-connus », mais un réel espace de communication et d'interaction personnalisée. Pour un annonceur, l'asynchronie qui peut exister sur internet rend difficile la personnalisation de messages. Pour palier cette mauvaise concordance de données, l'expertise de Public-Idées peut leur permettre de disposer des profils des destinataires et ainsi rendre cohérent et pertinent l'envoi de message publicitaire.

De manière générale, les données ont de plus en plus de valeur économique et de nouveaux modèles d'exploitation apparaissent. De ce fait, les opportunités pour les entreprises sont multiples. Elles vont de l'augmentation de la productivité et la réduction des coûts à la communication client (et marketing) optimisée grâce à de meilleures prévisions.

L'internaute, un consommateur très particulier

L'apparition récente de nouvelles technologies ont permis d'enrichir les fonctionnalités d'analyse. Pour un marchand, il est important de comprendre pourquoi un visiteur a cliqué



sur un lien précis, pourquoi a-t-il quitté un site par une page plutôt qu'une autre. Dans l'objectif de pouvoir appréhender les intentions et les motivations des internautes, l'aspect qualitatif devient primordial.

L'internaute devient un consommateur unique, il laisse des avis, commentaires, réalise des opérations d'achat, visite des sites en suivant un parcours précis ayant sens... Toutes ces informations constituent une mine d'informations pour définir une stratégie publicitaire plus ciblée tout en restant respectueux de la vie privée des individus.

Grâce à cette levée de fonds, Public-Idées va pouvoir pousser son expertise dans ce domaine et être en mesure de concevoir des solutions innovantes permettant à ses annonceurs d'avoir à disposition de nouveaux outils prédictifs.

Sylvain Gross, CEO du groupe, précise : *« ce soutien de Bpifrance est une opportunité de renforcer notre société et d'accroître notre savoir-faire. L'innovation étant notre priorité cet apport va permettre à Public-Idées de développer son positionnement autour du Data-Driven Performance Marketing. »*

A propos de Public-Idées

Au carrefour de la data, entre éditeurs et annonceurs, Public-Idées propose des prestations inédites dans l'acquisition de clients, la génération de chiffre d'affaires, la réactivation de dormants et l'engagement de l'internaute. La société intervient sur toute la chaîne de valeur du Performance Marketing : conseil stratégique, mise en œuvre de stratégies multicanal, activation média, animation de réseau d'éditeurs et mesure de résultats.

Public-Idées opère en France et, sous sa marque internationale Public-Ideas, en Espagne, en Italie, au Portugal, au Benelux, en Allemagne, en Colombie, en Afrique du Sud et au Brésil. La société a recruté dans chacun de ces pays un réseau de sites affiliés qualitatifs, garants de campagnes ciblées et performantes, et compte des filiales à Madrid, Milan, Cape Town et à Medellín.

Créée en 2005, Public-Idées est une entreprise privée dont l'actionnariat est détenu à 80% par les fondateurs et à 20% par Ardian (Axa Private Equity). Le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 34 millions d'euros en 2014 (+15% vs 2013).

Plus d'informations sur : <http://fr.publicidees.com>

Contact presse

OXYGEN pour Public-Idées

Audrey DA SILVA CARDOSO - 01 41 11 35 46 - presse@public-idees.com - audreyd@oxygen-rp.com