COMMUNIQUE DE PRESSE
Paris, le 1er Septembre 2016

CONTACT PRESSE
KANTAR WORLDPANEL
Anaïs ABBOU
Anais.abbou@kantarworldpanel.com
+33 0 (1) 30 74 87 48

Kantar Worldpanel et Conexance dévoilent 7 nouvelles cibles programmatiques

Kantar Worldpanel et Conexance annoncent la sortie de 7 nouvelles cibles programmatiques pour la rentrée. Enrichissant la data Conexance de données d'achats réels on et offline, Kantar Worldpanel permet la création d'une nouvelle offre orientée Grande Distribution et Drive. Les « fréquentants » d'une enseigne (c'est-à-dire ses clients), les « accessibles » (les foyers dans la zone de chalandise d'une enseigne) ou encore les « zappeurs » (clients mais peu fidèles à l'enseigne) peuvent maintenant être adressés sur la base d'une donnée fiable et robuste reconnue par les enseignes de Grande Distribution.

Ces audiences sont basées sur une projection de type "look alike" de la base de données mutualisée Conexance, le premier référentiel transactionnel en France. Les cibles définies par le panel de ménages Kantar Worldpanel sont adressables à hauteur de plusieurs millions de profils chacune en RTB (Real Time Bidding).

« *Valoriser notre base de données mutualisée en l'enrichissant des achats réels mesurés par Kantar Worldpanel nous permet d'apporter de nouvelles réponses aux besoins des annonceurs, qu'ils soient enseigne de la grande distribution ou marque de grande consommation. Ces nouvelles audiences représentent un enjeu important dans leurs stratégies d'achat media* », explique **Laurent Madeleni, Directeur Digital Conexance**.

« *En tant qu'experts de la grande consommation et référents pour les distributeurs, c'est naturellement que nous avons souhaité permettre à nos clients d'activer ces cibles qui font partie de leur stratégie quotidienne* », déclare **Frédéric Lanfray, Directeur Media chez Kantar Worldpanel**.

La liste des audiences concerne 7 des principales enseignes de grande distribution et du drive et permet de travailler des cibles de recrutement (non clients de l'enseigne) et de fidélisation (clients et zappeurs de l'enseigne). L'approche permet également sur demande de constituer une audience spécifique à une enseigne particulière.

« *Une avancée stratégique dans notre volonté d'accompagner le retail et les enseignes de la distribution par l'amélioration du ciblage à base de data* » souligne **Didier Farge, Président Conexance**.

Les audiences sont disponibles sur plusieurs marketplaces et DSP -Demand Side Platform- (Appnexus, Zipline,etc.) en accès libre, elles sont également synchronisables de manière ad-hoc et activables en email, sms et postal.

« *Ce mode d'accès en libre-service permet d'affirmer notre croyance en un modèle en devenir, le DAAS pour "Data as a service"* », confirme **Nicolas Giard, Directeur Général Conexance**.

COMMUNIQUE DE PRESSE
Paris, le 1er Septembre 2016

A PROPOS DE KANTAR WORLDPANEL

Grâce à nos mesures en continu, à nos modèles d'analyse avancés et à nos solutions adaptées, nous inspirons les bonnes décisions aux marques, aux distributeurs, aux analystes des marchés et aux organisations gouvernementales, partout dans le monde. L'institut accompagne l'ensemble des acteurs media à chaque étape de leur stratégie de communication : optimisation du ciblage, mediaplanning et mesure du ROI.

Avec plus de 60 ans d'expérience, une équipe de 3 500 experts, et des prestations de services dans 60 pays, directement ou avec ses partenaires, Kantar Worldpanel transforme le comportement d'achat en avantage concurrentiel sur les marchés des produits de grande consommation, des produits d'impulsion, du textile, des produits pour bébés, des télécommunications et du divertissement, ainsi que de nombreux autres Marchés.

Visitez notre site internet : http://www.kantarworldpanel.com/fr

Twitter : @KWP_FR / LinkedIn : Kantar Worldpanel France / Google + : Kantar Worldpanel - France

A PROPOS DE CONEXANCE

Créée en 2006, Conexance est positionnée sur la connaissance client et la prédiction du comportement d'achat basée sur des modèles statistiques propriétaires.

L'entreprise a développé la 1ère Base de Données comportementale mutualisée d'acheteurs à distance, d'abonnés presse et de donateurs en France.

Conexance commercialise des solutions de prospection, réactivation, fidélisation et enrichissement en données multicanales.

Configurée dans une architecture Big Data, Conexance propose plus de 24 millions de foyers acheteurs, qualifiés par plus d'un milliard de transactions commerciales issues de plus de 500 enseignes partenaires.

Les données comportementales sont disponibles sur une DMP (Data Management Platform) proposant des audiences comportementales à travers une base de plus de 32 millions de cookies.

Présente sur le marché du display, vidéo et mobile avec une promesse de scoring digital, l'entreprise accompagne également banque, assurance, presse, retail, caritatif, automobile à travers des offres de ciblage Data, de marketing automation et d'enrichissement.

Conexance a reçu le prix Entrepreneur de l'année catégorie Entreprise d'Avenir en 2009 et est classée 29ème Entreprise d'Avenir par l'Express EY au classement 2014.

Plus d'informations sur : http://conexancemd.com

CONTACTS PRESSE

KANTAR WORLDPANEL
Anaïs ABBOU
Anais.abbou@kantarworldpanel.com
+33 0 (1) 30 74 87 48

CONEXANCE
Laurent MADELENI
laurent.madeleni@conexancemd.com

AGENCE KALIMA RP
Claire CAMINATI
ccaminati@kalima-rp.fr - 06 76 75 51 45 /
Tygénia SAUSTIER
tsaustier@kalima-rp.fr