

Communiqué de presse

Arnaud Caplier et Julien Grossiord créent Datvantage, spécialiste de l'exploitation de la donnée sur les médias et canaux interactifs

Paris, le 22 octobre 2009 - Les données produites sur internet sont encore très largement sous-exploitées par les annonceurs et par les éditeurs de sites. Fort de ce constat, Arnaud Caplier et Julien Grossiord créent Datvantage, société spécialisée dans l'exploitation de ces données à des fins de ciblage et de personnalisation. Objectifs : permettre aux annonceurs d'accroître le ROI de leurs investissements marketing et media et aider les éditeurs à mieux valoriser leurs inventaires publicitaires.

« Un acteur d'un type nouveau, spécialisé sur un métier nouveau, le data-marketing »

Arnaud Caplier et Julien Grossiord ont quitté leurs fonctions respectives de VP Europe Digital d'Acxiom et de Directeur de l'Offre Technologique de TradeDoubler, pour lancer Datvantage. Convaincus que l'avenir du e-marketing passe par l'association du media et de la data, ils ont réuni leurs expertises au sein d'une même entreprise.

« Le projet Datvantage est né d'un constat simple : le marketing comportemental va devenir central dans les stratégies marketing, et il a pour carburant la data. Activer la bonne donnée au bon moment pour cibler l'internaute ou personnaliser l'interaction est un facteur clé d'efficacité sur la Toile. Le data-marketing consiste à exploiter la valeur opérationnelle de la donnée marketing qu'elle soit online ou offline, anonyme ou personnelle, marketing ou media, axée produit ou axée client », explique Arnaud Caplier.

Si la spécificité de Datvantage est l'expertise sur la data, l'objectif de ses fondateurs est de permettre aux annonceurs d'accroître le ROI de leurs investissements marketing et media et aux éditeurs de mieux valoriser leurs inventaires publicitaires.

Datvantage intervient sur quatre grands domaines d'expertise qui s'appuient tous sur l'exploitation de la data : la connaissance clients sociodémographique et comportementale, le ciblage marketing et media, la personnalisation et le e-merchandising. Datvantage propose déjà sept offres à destination des annonceurs et des éditeurs de sites internet :

- ✓ L'offre **Data Activation**, qui consiste à exploiter les flux d'information déjà opérationnels en automatisant des actions marketing et media facilement activables à partir de ces données « prêtes à l'emploi » ;
- ✓ L'offre **Operational Data Architecture**, qui propose une organisation pragmatique de la data marketing dans les systèmes d'information, de façon à la rendre systématiquement opérationnelle et accessible en temps réel ;
- ✓ L'offre **Audience Monetization**, qui se focalise, pour les éditeurs de sites internet, sur l'accroissement du revenu par visiteur unique par une activation des flux de données proposés par Datvantage ;
- ✓ L'offre **Media Optimisation**, qui se focalise sur l'accroissement de ROI de chaque €uro media investi par une activation des flux de données proposés par Datvantage ;
- ✓ L'offre **Personalized Merchandising**, qui permet aux e-marchands d'accroître le CA moyen par visiteur par la mise en place de solutions de personnalisation et d'e-merchandising ;

- ✓ L'offre **Media Network**, qui propose aux annonceurs de s'appuyer sur la connaissance qu'ils ont de leurs clients pour repenser et optimiser la façon d'acheter le media online ;
- ✓ L'offre **Engagement Factory**, dans laquelle Datvantage active ses propres flux de données pour remplir les objectifs quantitatifs pré-établis par l'annonceur.

« La mission de Datvantage est d'aider les marques et les éditeurs de sites à tirer parti de cette formidable opportunité qu'est le data marketing, mais aussi de développer des nouveaux écosystèmes permettant une exploitation plus efficace de la data au sein du media et des canaux interactifs », conclut **Julien Grossiord**, qui se prépare déjà à l'application de cette démarche aux nouveaux media interactifs (media sur mobile, TV sur ADSL, radio numérique).

Datvantage et le respect des internautes :

Conscients des exceptionnelles possibilités de tracking et de ciblage offertes par le protocole internet (IP), les fondateurs de Datvantage sont convaincus qu'il est essentiel de trouver un juste équilibre entre la volonté de ciblage des professionnels et la légitime volonté d'information, de transparence et de contrôle des internautes.

Arnaud Caplier a lancé un groupe de travail ad hoc il y a deux ans au sein du SNCD (Syndicat National de la Communication Directe) dont il est administrateur. L'IAB (Internet Advertising Bureau) et le SNCD coéditent un livre blanc intitulé « Ciblage publicitaire et respect de l'internaute », paru le 19 octobre. Arnaud Caplier est par ailleurs associé aux travaux pilotés par l'UFMD (Union Française du Marketing Direct) pour promouvoir une pratique éthique et responsable du ciblage sur internet.

A propos des fondateurs de Datvantage :

Arnaud Caplier est diplômé de l'ESSEC. Il a occupé des fonctions de directeur marketing et CRM (Europ Assistance, Renault) et de directeur associé dans le conseil en stratégie (A.T.Kearney) et dans le conseil en CRM (KearneyInteractive). Il prend la direction générale de Consodata en 2003, entreprise qu'il a ensuite fusionnée avec Claritas au sein d'Acxiom. De 2004 à 2009, il est successivement directeur général France, Europe Strategy Advisor et VP Europe Digital pour Acxiom. Arnaud Caplier est Administrateur du SNCD au sein duquel il anime les travaux sur le ciblage comportemental online et le respect de la vie privée des internautes, en étroite relation avec l'UFMD et l'IAB.

Julien Grossiord est ingénieur diplômé de l'ESME-Sudria. Co-fondateur, CTO puis Directeur Associé de la web-agency Business Lab, il y a conçu et implémenté les stratégies e-marketing et les plateformes e-commerce de grands comptes. Début 2008, il prend la direction de TD Technology, business-unit en charge des offres d'ad-serving, de tracking et de bid-management du leader européen du marketing à la performance TradeDoublor.

Plus d'informations sur : www.datvantage.com

Relations presse
Agence Wellcom
Clara Guénand
Tél : 01 46 34 60 60
Email : cg@wellcom.fr