



MEDIA FIGARO et EPSILON France s'associent et lancent un programme commun alliant Data, Média et contenu

MEDIA FIGARO et EPSILON France s'associent et lancent un programme commun alliant Data, Média et Contenu au service de la connaissance client pour une communication efficace et responsable.

Dans leur besoin d'engager une relation directe et durable avec leurs consommateurs, l'enjeu pour les marques est d'approfondir la connaissance client pour mieux comprendre leurs attentes, mieux leur parler, là où ils sont le plus à même d'écouter, dans des environnements contextualisés et brand safety.

C'est dans cet objectif que les équipes de MEDIA FIGARO et d'EPSILON France ont décidé d'associer leurs expertises :

- MEDIA FIGARO mettra à disposition sa first party data très granulaire, ses audiences captives et sa connaissance en production de contenu,
- EPSILON France son savoir-faire en matière d'analyse data, de mesure et d'études tout en apportant sa caution de 1/3 de confiance.

Via un pixel sur le site de l'annonceur, nous pourrons analyser les audiences, leur parcours et le comportement des lecteurs au sein du groupe MEDIA FIGARO, 1er groupe Media en France (38 millions d'internautes / mois). Forts de leurs équipes de Data Scientist, Data Engineer et Customer Experience, EPSILON décryptera leur navigation, leurs centres d'intérêt, les contenus consultés, les intentions d'achat, les personae auxquels ils appartiennent.

La qualité de cette analyse s'appuiera sur la puissance du groupe FIGARO, sur la richesse et la diversité des contenus journalistiques sur toutes les thématiques de l'actualité, l'art de vivre et le service.

Cette approche novatrice permettra :

- de concevoir des segments sur mesure activables chez MEDIA FIGARO en contexte et sur tout le web français,
- de mieux s'adresser aux audiences en adoptant une stratégie de contenus pertinente et efficace en SEO avec « 14Hausmann » (l'Agence brand content de MEDIA FIGARO),
- d'enrichir la DMP du client avec les segments créés,
- de mettre en place des mesures « Brandlift » pour mesurer la mémorisation, l'attribution et l'intention d'achat.

Pour Aurore Domont, Présidente de MEDIA FIGARO, « cette association s'inscrit dans notre mission « Cultiver l'intérêt » de nos audiences pour les marques et leurs discours. C'est dans les associations avec les agences que nous développons une nouvelle valeur au service de communications alliant branding et performance et ce, dans un contexte à très forte valeur ajoutée ».

Pour Nicolas Zunz, Président d'EPSILON France, « MEDIA FIGARO x EPSILON, c'est la rencontre d'une audience massive et captive couplée à une analyse ultra pointue des comportements. Le tout activable ensuite dans tout le web français. Une réponse puissante et responsable aux enjeux de performance des marques ».

Contact MEDIA FIGARO
Karine Rielland Mardirossian
Directrice générale déléguée digital
krielland@media.figaro.fr

Contact EPSILON France
Laure Debos
Executive-Vice President
laure.debos@epsilon-france.com