



Le Groupe Le Monde via M Publicité-RégieObs accélère sur la data et sélectionne la DMP de Weborama

Le Groupe Le Monde [23 millions de lecteurs, internautes, mobinautes et tablonautes*] a été l'un des premiers groupes media en France à appréhender de façon opérationnelle les enjeux de la data. Dès 2012, le Groupe a mis en place sa *data management platform* avec une approche centrée sur la collecte, l'analyse, la segmentation et l'activation des données *1st party* (propriétaires). La régie dispose ainsi d'une courbe d'expériences qui s'appuie sur plus d'une centaine de campagnes media + data intégrant des centres d'intérêt, des comportements et des critères sociodémographiques.

Aujourd'hui, Le Groupe Le Monde monte en puissance et sélectionne Weborama Audience Manager (WAM), la *data management platform* de Weborama.

L'ambition est d'enrichir la qualification des audiences et augmenter les volumes disponibles à destination des marques annonceurs. Pour cela la plateforme intégrera les différentes sources *1st party* (navigation, CRM, panel, ad et social analytics...), mais aussi des données partenaires (*2nd* et *3rd party*).

A cela s'ajoutera l'exploitation des data en mobilité, une des priorités du développement de l'offre dans les mois à venir.

Corinne Mrejen, Présidente de M Publicité-RégieObs, précise : « L'optimisation de la performance est essentielle, la consolidation de notre connaissance des audiences aussi. Pour cela, l'ouverture à la mutualisation de données entre partenaires de confiance est une nouvelle étape pour M Publicité-RégieObs. Nous développons de nouvelles compétences, comme le pilotage de campagnes à la performance, mais notre stratégie s'appuie toujours sur notre capacité à proposer toujours plus de personnalisation aux annonceurs. La DMP nous permet cette souplesse avec la création de segments dédiés à chaque annonceur ou campagne ».

Alain Levy, Président de Weborama déclare « Nous sommes fiers d'accompagner Le Groupe Le Monde dans le déploiement de cette nouvelle phase de leur stratégie data. La forte audience de ses sites, la qualité de ses contenus et de ses équipes sont autant d'atouts que le groupe pourra transformer en actifs data. Nous mettons nos technologies et nos expertises au service d'un projet d'envergure et radicalement innovant qui contribuera à la valorisation du groupe dans les années à venir. »

Les équipes du Groupe Le Monde et celles de Weborama travaillent au déploiement de Weborama Audience Manager sur internet fixe, mobile et tablettes, pour toutes les marques du Groupe et celles dont M Publicité-RégieObs est la régie exclusive : Le Monde, M le magazine du Monde, L'Obs, O le cahier de tendances de L'Obs, Télérama, Courrier International, Challenges, Le Huffington Post, Rue89, La Vie et le Monde diplomatique.

CONTACTS

M Publicité – RégieObs

Groupe Le Monde

Elisabeth Cialdella / elisabeth.cialdella@mpublicite.fr / 01 57 28 39 68

Weborama

Jérôme Zamy / jzamy@weborama.com / 01 80 50 13 57

*AudiPresse One Global 2015 V3 Indicateur Brand 30J, populations de plus de 15 ans : Le Monde, M le magazine du Monde, L'Obs, O le cahier de tendances de L'Obs, Télérama, Courrier International, Le Huffington Post, Rue89, La Vie et le Monde diplomatique

A propos du Groupe Le Monde

Le Groupe Le Monde est le premier groupe de presse indépendant en France.

Il rassemble des marques média prestigieuses telles que Le Monde, Télérama, Courrier international, L'Obs, M le magazine du Monde, O le cahier des tendances de L'Obs, Le Monde Diplomatique, Rue89, La Vie, Le Plus et Le Huffington Post.

Leader dans le secteur du numérique, le Groupe Le Monde est présent sur une pluralité de supports : papier, sites Internet, sites et applications mobile et tablette.

Chaque mois, le Groupe Le Monde rassemble, sur l'ensemble de ses supports, 23,1 millions de lecteurs, internautes et mobinautes (1). Le Groupe excelle sur le digital, avec 12,4 millions d'internautes (2), 7,2 millions de mobinautes (3) et 4,1 millions de tablonauts (4) ainsi que 16,2 millions de socionauts (5).

Le Groupe le Monde compte plus de 800 journalistes et repose sur un réseau unique de correspondants à l'étranger.

Les marques du Groupe Le Monde couvrent l'actualité internationale, économique, culturelle et politique. Chacun de ces titres est la référence dans son domaine, et tous partagent les mêmes valeurs de rigueur et d'indépendance.

- (1) AudiPresse One Global 2015 V3 - Indicateur Brand One Global - individus « dédupliés » des marques Le Monde, L'Obs, Télérama, Courrier international - Audience DDL 30jours de La Vie
- (2) Médiamétrie //NetRatings - Audience de l'Internet fixe, juin 2015. Le Monde, L'Obs, Télérama, Courrier international, Huffington Post, Rue89, La Vie
- (3) Médiamétrie //NetRatings - Audience de l'Internet mobile, juin 2015. Le Monde, L'Obs, Télérama, Courrier international, Huffington Post, Rue89
- (4) Médiamétrie //NetRatings - Audience de l'Internet mobile - panel tablettes, juin 2015. Le Monde, L'Obs, Télérama, Courrier international, Huffington Post, Rue89
- (5) Twitter, Facebook, Google +, Instagram, Pinterest et LinkedIn au 2 octobre 2015

A propos de Weborama

WEBORAMA : FROM DATA TO VALUE

Depuis 1998, la société innove dans le domaine de la data. En utilisant le TAL (traitement automatique du langage) et l'analyse sémantique, la société bâtit des taxonomies, des bases de données de profils et des outils technologiques afin de permettre d'améliorer la gestion des contenus digitaux et l'optimisation du marketing digital.

Avec 440 millions de profils, et actif dans 10 pays européens ainsi qu'au LATAM, Weborama est l'un des leaders de la data en Europe. Weborama est cotée sur Alternext depuis juin 2006 (ALWEB). Son chiffre d'affaires est en constante croissance et a atteint 23,9 millions d'euros en 2014.

www.weborama.com