



Communiqué de presse | Paris, le 9 novembre 2020

EPSILON France boucle une première année dynamique !

Il y a un an, Publicis Groupe lançait EPSILON France en regroupant l'ensemble de ses compétences datamarketing : un alliage alors unique sur le marché de 750 talents data, marketing et technologiques pour accompagner les entreprises dans la constitution et la valorisation de leur patrimoine data.

Lors de son lancement, EPSILON France se voulait le partenaire privilégié des entreprises pour accompagner leur transformation marketing data-driven. 12 mois plus tard, de nombreux projets structurants menés pour le compte de grands clients et des victoires-clés remportées face à nos principaux concurrents, ont rendu tangible cette ambition.

On retiendra notamment :

- L'accompagnement stratégique marketing data du Groupe Renault,
- La stratégie et mise en œuvre du marketing Client de la Banque de Détail du Groupe Société Générale,
- L'orchestration marketing et data du programme CRM Croquons la Vie de Nestlé,
- Ou encore l'accompagnement et la mise en œuvre du dispositif de fidélisation SNCF (CRM Services).

L'expertise d'EPSILON France a également été mise à l'honneur et récompensée par plusieurs prix data et marketing lors de cette première année :

- Le Grand Prix Data et le Prix de l'Intelligence Artificielle du DataFestival avec Carrefour,
- Le Prix de l'Analyse et de la Data Visualisation du DataFestival avec Vattenfall et Spark Foundry,
- Et le Prix Industries et Automobile pour la mise en place d'une campagne Marketing avec Renault.

Pour accélérer davantage cette dynamique en 2021, les équipes EPSILON basées à Paris vont rejoindre, dans les prochaines semaines, le campus de Publicis Bastille aux côtés notamment de l'organisation Publicis Media. Un des objectifs de ce rapprochement physique est de faciliter tous nos chantiers de consolidation des données et de leurs usages, préoccupation majeure de nos clients.

Pour Nicolas Zunz, Président d'EPSILON France : « Dans un monde saturé, où les consommateurs hissent en permanence leur niveau d'exigence envers les marques, adopter un marketing data-driven est devenu une obligation. Nous sommes heureux de cette première année, où EPSILON a pu prouver la complétude et la performance de ses expertises dans ce domaine ».

A propos d'EPSILON France

Le 10 octobre 2019, Publicis Groupe a lancé EPSILON France, un leader français du datamarketing et une alliance unique de compétences data, technologiques et marketing, combinant 4 actifs clés du Groupe : Soft Computing, Publicis ETO, Publicis Media Data Sciences et les équipes françaises d'EPSILON. Sa création fait suite au rachat du Groupe américain EPSILON par Publicis Groupe en juillet 2019. EPSILON France compte 750 collaborateurs Adtech et Martech qui pilotent quotidiennement plus de 80 plateformes data et a la confiance de 350 clients. Cette équipe s'appuie sur toutes les expertises et outils technologiques d'EPSILON qui est un leader du datamarketing, du CRM et de la personnalisation à grande échelle, avec plus de 3 000 clients dans le monde, près de 10 000 collaborateurs répartis dans 40 bureaux dont 3 700 data scientists et 2 000 ingénieurs. L'entreprise est pilotée par 3 EVP : Laure Debos, ex-Directrice Générale de Publicis Media Data Sciences, Sylvain Bellier, ex-Président de Soft Computing et Yan Claeysen, ex-Président de Publicis ETO.

www.epsilon-france.com | Contact presse : presse@epsilon-france.com