



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, février 2019

***Ma Vie En Couleurs* continue d'innover
et déploie l'intelligence artificielle au service de ses marques.**



Il y a 7 ans, l'agence Chemistry et Mondelēz International co-créaient la plateforme relationnelle *Ma Vie en couleurs*, rejoints par Unilever, JDE, puis Bel France. La démarche inédite consistait alors à réunir 80 marques iconiques de grande consommation au sein d'un unique programme relationnel. Quelques années plus tard, le pari est réussi. Le programme a recruté des millions de membres et son trafic est en croissance de 15% en 2018.

Depuis sa création, le programme met l'innovation au cœur de son modèle : Le load to card, le load to basket, personnalisation... le rythme a été incessant.

Aujourd'hui c'est l'intelligence artificielle qui décuple les performances du programme. En associant machine learning et cloud computing, elle calcule un score par marque pour prédire la probabilité qu'aura un membre d'imprimer un webcoupon donné, avec une fiabilité de 80% ! Basé sur un historique de milliards de bons de réduction, l'IA permet ainsi d'ajuster les sollicitations commerciales de chaque marque, pour chaque membre. Un pas de plus vers une expérience client toujours plus personnalisée.

A propos de Chemistry :

Nous sommes une agence de marketing relationnel business driven. Nous créons des relations durables entre les marques et leurs consommateurs, toujours au service du business. D'ailleurs, nous créons aussi des relations pérennes avec nos clients tels que BMW, Mondelez International, Unilever, Bel France, Les brasseries Kronenbourg, EDF ... Notre engagement à leur côté est fort puisque nous allons jusqu'à indexer notre rentabilité à l'atteinte de leurs résultats. Profondément collaborative et humaine, Chemistry est une agence où il fait bon vivre et travailler.

A propos de *Ma Vie en couleurs* :

Ma Vie en couleurs est une alliance inédite qui rassemble aujourd'hui 4 industriels (Mondelēz International, Unilever France, JDE, Bel France) et leurs marques iconiques au sein d'un même programme relationnel. Leader des programmes CRM FMCG en France, il fonctionne en architecture ouverte et pourra continuer à s'ouvrir à de nouveaux annonceurs à l'avenir. C'est cette union qui fait sa force : les marques du programme couvrent aujourd'hui 30 catégories majeures, soit 35% du caddie moyen des Français. Ce programme, conçu et animé par l'agence Chemistry depuis 2011, est la propriété de Mondelēz International et Publicis Groupe.

Agence Chemistry, créateur de marques relationnelles.

Retrouvez-nous sur nos réseaux : [Site web](#) - [Facebook](#) - [Twitter](#) - [Linkedin](#)

Contact Presse : muriel.hayat@chemistry-agency.fr - 06.18.83.05.39