



Communiqué de presse | Paris, le 21 Septembre 2020

## EPSILON France remporte l'accompagnement stratégique marketing data du Groupe Renault

**Suite à une compétition entre différentes structures spécialisées, EPSILON a été sélectionnée par Groupe Renault pour l'accompagner dans l'accélération de sa transformation afin de placer la data au cœur de leurs activités marketing.**

L'objectif de la mission est d'accompagner Groupe Renault dans la mise en place et l'animation de sa démarche marketing data driven. Concrètement, cet accompagnement passe par la construction et le déploiement de solutions marketing permettant aux équipes marketing corporate et locales de mieux exploiter et activer la data et par le renforcement d'une équipe data (science, engineer, analyste) dans ce même objectif.

La démarche vise notamment à améliorer la connaissance client, la définition des audiences et l'exploitation des données pour des insights clés au marketing et à accompagner les équipes dans le développement de scores et algorithmes d'Intelligence Artificielle dédiés à l'activation marketing ciblée et personnalisée sur l'ensemble des canaux de communication.

Les assets data du Groupe Renault sont nombreux et l'arrivée des véhicules connectés et autonomes va amplifier considérablement le volume et la granularité des données disponibles. **La démarche entamée aujourd'hui permettra de fournir un socle solide et évolutif pour préparer l'émergence d'un marketing personnalisé, orienté services et pertinent dans le contexte des nouvelles mobilités.**

### **Pour Bastien Parizot, Vice-Président Customer Activation & Data Groupe Renault :**

*« Nous sommes ravis d'avoir choisi EPSILON pour nous accompagner sur la stratégie data marketing du groupe. Très complémentaire à notre écosystème de partenaires, nous sommes convaincus qu'EPSILON va nous permettre d'accélérer la mise en place d'outils stratégiques sur le long-terme, une vision de la donnée client adaptée à notre industrie en pleine transformation et un impact concret en termes de business. ».*

### **Pour Nicolas Zunz, Président d'EPSILON France :**

*« C'est une magnifique collaboration qui commence et je remercie infiniment Groupe Renault pour leur confiance. Nous sommes exactement dans ce pourquoi EPSILON a été créé : Permettre d'harmoniser les socles technologiques, tant Adtech que Martech, réconcilier la data d'où qu'elle provienne et accéder rapidement à une vision 360 du client et de son comportement. »*

### **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 dernier. 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.

[www.epsilon-france.com](http://www.epsilon-france.com) | Contact presse : [presse@epsilon-france.com](mailto:presse@epsilon-france.com)