

BOOK

des signataires de la Charte e-mail du CPA



1^{er} inventaire français des bases de données
e-mails opt'in partenaires.



L'Expertise du Marketing Digital
à la Performance



Contacts :
Collectif Performance & Acquisition
8 rue Saint Fiacre
75002 Paris - France

T. (33) 01 77 45 46 23
E. contact@cpa-france.org
www.cpa-france.org
Twitter : @CPA_Performance

Noella Boullay : Déléguée Générale - nboullay@cpa-france.org
Joy Grand : Chargée de Communication - jgrand@cpa-france.org

Cette Edition a été possible grâce au soutien de nos membres : Membres du Collège E-mail



Book Signataires 2017 - Charte de Qualité Emailing du CPA

MOT du président



Chers annonceurs, chères agences, chers prescripteurs,

Depuis 10 ans, le CPA (Collectif de la Performance et de l'Acquisition) organise et régule le marché des éditeurs et prestataires du Marketing à la Performance pour garantir une offre respectueuse de vos besoins.

Il s'agit de s'inscrire dans un nouvel ordre du marché digital marqué par une réglementation plus contraignante, un désir légitime de transparence et de compréhension, et une montée sans précédent de la dépendance aux GAFA.

C'est la capacité des professionnels indépendants à produire des réponses satisfaisantes face à ces enjeux, à construire une offre alternative et attractive qui déterminera le rôle qu'ils joueront sur la future scène digitale. C'est l'engagement et l'action du CPA que d'y parvenir.

Notre travail en Email Marketing le démontre, il n'y a pas de fatalité. Par une démarche volontariste et singulière, nous sommes parvenus à redynamiser un marché que d'aucuns disaient condamné.

Plus de 140 spécialistes de l'Email ont compris leur intérêt à se labelliser « Charte Email du CPA », se sont engagés dans une démarche de collecte responsable et respectueuse des internautes. Mais pas seulement. Ce groupe de sociétés a accepté de se soumettre à une autorité tierce, celle de la « Commission Paritaire » qui audite et contrôle en s'appuyant sur une technologie spécifique, mais surtout dispose du pouvoir de sanction. 30 sociétés ont été purement et simplement exclues du Label depuis 5 ans, cela signifie pour elles une perte de chiffres de d'affaires de l'ordre de 30% à 50%.

Pour vous les donneurs d'ordre, travailler avec ces bases de données « Charte CPA », c'est bénéficier d'opérations performantes, d'une garantie de qualité et du respect des contraintes légales.»

Nous les prestataires indépendants, nous les éditeurs indépendants, adhérents au CPA voulons incarner ce nouveau pacte digital par des engagements concrets ainsi que des actions claires et tangibles, explicables et expliquées et ainsi restaurer la confiance.

Bonne lecture



Guillaume GELIS

Managing Director France AWIN
Président du CPA



EDITO.



Qui aurait dit il y a cinq ans que plus de 50% des messages seraient ouverts sur mobile ?

Chers lecteurs,

La vitalité, l'efficacité, la résilience, et le succès de l'Emailing se confirment chaque année. De tous les médias, l'Emailing est le plus efficace pour inciter les consommateurs à se rendre dans un magasin et pour les inciter à visiter un site web¹.

De tous les médias digitaux, l'Emailing est celui qui apporte aux marques la plus longue exposition, le meilleur taux de clic et le meilleur ROI².

Enfin, de tous les leviers digitaux, l'Emailing est celui qui est considéré comme celui qui a la plus grande probabilité d'être encore efficace dans 10 ans et de produire le ROI le plus élevé, et ce y compris parmi la population la plus jeune dont on aurait pu penser qu'elle soit plus attirée par des médias plus récents³.

Qui aurait dit il y a cinq ans que plus de 50% des messages seraient ouverts sur mobile ?

L'Emailing s'est rapidement adapté à cette mutation vers les mobiles, il a été épargné par le phénomène de l'Ad-block et il a su exploiter les technologies de la data pour renforcer son efficacité.

L'étude prospective Email Marketing in 2020 citée plus haut confirme que l'Emailing continuera d'aller vers toujours plus de personnalisation, de ciblage et de pertinence.

L'art de l'Emailing peut se résumer au slogan «Le bon message à la bonne personne au bon moment.»

Le bon message, c'est une offre attractive, un objet pertinent qui optimise le taux d'ouverture, une créa claire avec un call-to-action efficace qui optimise le taux de clic, une landing-page engageante qui optimise la transformation. La bonne personne c'est un ciblage adapté, un choix de Bases réactives et déontologiques. Le bon moment, c'est un planning et un timing de diffusion optimisés. Plus un internaute aura l'impression que le message lui

1 Source Enquête EMA SNCD 2016

2 Source VentureBeat

3 Email Marketing in 2020 - Litmus



Le bon message à la bonne personne au bon moment



L'internaute aura le sentiment d'être valorisé et respecté

est adressé personnellement, qu'il y avait une bonne raison pour l'annonceur de s'adresser à lui, que l'offre lui est destinée, qu'elle correspond à ses besoins ou à ses goûts, qu'elle lui apporte un réel avantage, et plus l'internaute aura le sentiment d'être valorisé et respecté. Et donc plus la campagne sera efficace. Cette pertinence de bout en bout est la clé de la réussite.

La personnalisation va bien au delà de l'insertion du prénom et du nom dans l'objet ou dans la créa. Prenons l'exemple d'une campagne géo-localisée. Une enseigne disposant de multiples points de vente souhaite faire une grande campagne nationale, mais elle souhaite que chaque consommateur considère que le message lui est destiné personnellement. L'expéditeur ou l'objet contient le nom de la ville ou du quartier, la créa contient l'adresse du magasin, l'offre est attractive et personnalisée en fonction de la civilité et de l'âge de l'internaute, le ciblage a permis de sélectionner des intentionnistes et le timing de diffusion a été bien choisi.

Les internautes qui reçoivent cette campagne percevront qu'on s'adresse vraiment à eux : c'est le magasin de mon quartier ou de ma ville qui m'écrit, à moi, avec une offre qui me correspond. Tous les signaux sont alors au vert pour que cette campagne soit une réussite, qu'elle soit appréciée par les internautes, que sa délivrabilité soit maximale, et que son taux de plaintes soit minimal.

Si l'on ne dispose pas de l'atout de la géolocalisation, notamment parce que la transaction sera réalisée en ligne sur le site de l'e-commerçant, les autres dimensions peuvent être optimisées grâce à toutes les data dont disposent l'annonceur et ses prestataires : finesse dans le choix de l'offre, puissance du call-to-action, efficacité de la landing page, qualité du ciblage, utilisation des données de navigation. Et ce d'autant plus facilement que l'Emailing permet de réaliser rapidement des A-B tests avant de généraliser la campagne.

Comme pour toutes les autres activités numériques, la maîtrise technologique est essentielle dans la réussite et la pérennité des acteurs de l'Emailing. Nous avons su développer des infra-structures et des algorithmes qui assurent à la fois la capacité de diffuser des volumes élevés et personnalisés, et des procédés agiles et flexibles pour nous adapter aux exigences des annonceurs, quelle que soit leur taille et leur modèle économique.

Je termine sur la question de la déontologie. Le respect de nos annonceurs et le respect des internautes sont intimement liés.



Le respect de nos annonceurs et le respect des internautes sont intimement liés

Le strict minimum de la déontologie vis-à-vis de l'internaute, c'est le respect des données personnelles, c'est s'assurer que l'optin a été recueilli de façon claire et légale, c'est s'assurer que l'internaute peut se désabonner instantanément. C'est pourquoi nous avons oeuvré pour établir la Charte de qualité Emailing du CPA et que nous oeuvrons pour qu'elle soit respectée par tous. Mais nous allons au-delà.

Nos annonceurs savent s'adresser à leurs clients via leur CRM et à ceux qu'ils ont identifiés comme prospects chauds via leur PRM. Notre métier, c'est d'aider nos annonceurs dans leur conquête et leur acquisition. **Au moment où nous émettons notre message, nous savons que nous nous adressons à des internautes qui n'ont pas encore manifesté leur engagement vis-à-vis de notre annonceur.** Nos algorithmes de ciblage et de personnalisation nous permettent de nous adresser aux internautes qui ont la meilleure probabilité de valoriser le message reçu et l'offre de l'annonceur.

En veillant à ses données personnelles et en lui adressant un message pertinent nous respectons l'internaute. Et dans le même temps nous respectons l'annonceur dont le message est accepté et valorisé par un maximum de consommateurs.



Stéphane Landry

Co-fondateur de CALOGA
Co-fondateur de la Commission Email du CPA



LA FEUILLE DE ROUTE

du Collège E-mail 2017/2018

Après plusieurs années, la charte emailing de qualité du CPA s'est imposée au sein de l'écosystème de l'email marketing comme une référence en terme de volonté de réguler notre marché par de bonnes pratiques alliant respect de l'internaute et de la loi, et faisant la promotion d'un performance marketing durable.

Cette initiative est actuellement reconnue par nombre d'Agences et Annonceurs qui n'hésitent pas à intégrer directement dans leur appel d'offre l'exigence de travailler avec pré requis et les bases des adhérents CPA.

A cet effet, je tiens à remercier Stéphane Landry (Co-fondateur de Caloga), Noella Boullay (Déléguée Générale du CPA), le Bureau du CPA et l'ensemble des membres du Collège E-mail pour leur implication volontaire. L'année 2017 marque pour nous une nette accélération dans nos actions avec une feuille de route ambitieuse qui se caractérise par les points suivants :



Renforcement des contrôles et de la régulation sur le marché

Sur tout 2016, la Commission Paritaire de régulation a poursuivi les actions entreprises jusqu'alors et également mis en œuvre les constats sous huissier réalisés via l'outil de gouvernance TrackUp* qui permet de veiller à la conformité des opérations de collecte email surveillées avec la loi et la Charte de qualité emailing.

Ce dispositif qui était autrefois restreint à la liste des adhérents sera progressivement élargi à tout le marché dans des modalités juridiquement validées et dans le cadre d'opérations adhoc de surveillance des dispositifs et points de collecte.

Les adhérents bénéficieront de l'accompagnement pédagogique de la commission email pour les alerter lorsque des non-conformités seront établies. Les non-adhérents s'exposeront, en cas de non-conformité avérée avec la loi, à d'éventuelles communications des cas observés auprès des instances administratives appropriées.

Par ailleurs, les contrôles à l'entrée des nouveaux adhérents sont renforcés de sorte que les titulaires du label CPA bénéficient du niveau élevé de qualité fixé par la Charte de qualité emailing.

La poursuite de l'ensemble de cette démarche permettra de distinguer et de valoriser les efforts consacrés par les adhérents à la Charte de qualité emailing pour leur apporter une valeur concrète sur le marché.

* Solution de gouvernance de données éditée par la société Market Espace



Renforcement de la communication

Il est temps pour nous de mieux faire connaître tout ce travail effectué grâce à l'investissement des membres de la commission. Le CPA va désormais prendre plus régulièrement la parole auprès de ses Adhérents, des Agences et des Annonceurs pour mettre en valeur le travail effectué et surtout la qualité des Bases de données Optin des signataires de la Charte.

Le présent ouvrage, Book des Signataires de la Charte, est le premier exemple de cette nouvelle volonté de communiquer. Il est une photographie à date des adhérents qui ont participé à l'enquête pour le déclaratif de leur base.

Nous prévoyons une édition par an pour retranscrire le caractère vivant de notre écosystème. Il est aussi complété par des tribunes spécialisées qui détaillent la richesse des sujets autour de l'email marketing.



Legacy et privacy

Le CPA invite chaque adhérent à la charte de qualité emailing à désigner un Correspondant Informatique et Liberté (CIL) pour constituer le premier cercle de CIL du marketing à la performance en France. Les avantages de cette démarche sont nombreux :

- La démarche est totalement gratuite et permet d'alléger les déclarations des adhérents.
- Distinguer les bases qui disposent d'un CIL dans les supports de communication des adhérents (book)
- Disposer pour chaque adhérent d'une hotline avec la CNIL pour toute question sur la LCEN et ses évolutions et en cas de contrôle CNIL
- Défendre et peser sur le législateur pour défendre les intérêts de notre secteur dans le cadre de l'évolution de la loi
- Bénéficier de formation de la CNIL sur la gestion de la privacy dans les bases de données
- Partager entre CIL au sein du CPA nos bonnes pratiques, questions et réponses, comment gérer un contrôle, etc...

Par ailleurs, dans un contexte réglementaire changeant, le CPA est heureux d'annoncer la création d'un Collège Juridique qui aura pour mission de faciliter l'accès aux règles et leurs évolutions, produire des livres blancs sur des cas concrets et mettre en relation les adhérents, les Agences et les Annonceurs avec des juristes spécialisés dans le droit du marketing à la performance.

Je vous souhaite, au nom du bureau du CPA et des membres du Collège Email une agréable et utile lecture.



Yoann Denee

Chief Data Officer Prisma Media
Correspondant Informatique et Libertés
Chief Executive Officer DYP Solutions
Président du collège email et Vice Président du CPA





Préambule

La présente charte (version V2) est une mise à jour de la charte E-mails initiale (version V1). Elle constitue un code de bonnes pratiques relatives au fonctionnement de l'emailing dans le cadre de l'affiliation (ci-après la « Charte E-mails »). Elle a été conçue et rédigée par les membres du Collectif de la Performance et de l'Acquisition (ci-après le « CPA ») et par les Affiliés e-mailers participant à la Commission E-mailing du CPA puis adaptée par ces derniers afin de tenir compte des évolutions du marché.

Cette initiative a pour but de préserver la qualité du service proposé par les sociétés membres du CPA, d'éviter les dérives pouvant nuire à l'image des sociétés membres du CPA ainsi qu'à celle des Annonceurs clients desdites sociétés.

Par cette initiative, le CPA affirme son attachement au respect des principes fondamentaux de la protection des données à caractère personnel en matière de collecte et d'actualisation de coordonnées électroniques (notamment les principes de finalité et de transparence tels que définis par l'article 6 de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, telle que modifiée le 6 août 2004 (ci-après la « Loi Informatique et Libertés »)) et définit les bonnes pratiques nécessaires à la collaboration avec les sociétés membres du CPA.

Le CPA se réserve le droit de modifier, réviser ou compléter la présente Charte E-mails afin d'en adapter les articles selon l'apparition de nouvelles pratiques et/ou l'évolution de la réglementation ou encore afin d'en renforcer son efficacité.

Le texte de la version V1 de la Charte E-mails est disponible en ligne à l'adresse suivante : http://www.cpa-france.org/CPA_CharteEmails_2011_Diffusion.pdf

En signant la présente Charte E-mails (version V2), la société reconnaît avoir lu et approuvé l'ensemble de ses dispositions.



Définitions

Dans le cadre de la présente Charte E-mails, on entend par :

Affiliation : un modèle de publicité digitale par lequel un Annonceur utilise un réseau de sites Internet, d'éditeurs et de professionnels dits « Affiliés e-mailers » qui, par le biais d'une publicité ou d'un lien, vont diriger du trafic vers le site Internet de l'Annonceur. Si un Internaute clique sur l'e-mail publicitaire et vient à exécuter une action pré-déterminée sur le site de l'Annonceur, alors l'Affilié e-mailer se voit rémunéré.

Emailers : Professionnel Propriétaire et/ou Professionnel Gestionnaire utilisant des fichiers de coordonnées (composés des adresses électroniques de clients ou prospects) qu'ils ont eux-mêmes constitués, ou acquis, ou qui sont l'objet d'une convention de mise à disposition. Les Emailers sont (i) soit Affiliés e-mailers, (ii) soit Professionnels Propriétaires non Affiliés e-mailers et ayant confié leur(s) Base(s) à un Professionnel Gestionnaire lui-même Affilié e-mailers.

Affilié e-mailer : Emailer ayant un contrat d'affiliation avec une plateforme membre du CPA.

Annonceurs : Sociétés agissant directement ou par le biais d'intermédiaires (agences par exemple), qui souhaitent faire diffuser leurs publicités par des Affiliés e-mailers au travers des Plateformes d'affiliation.

Commission Paritaire : commission responsable du suivi des engagements pris par les Affiliés e-mailers signataires de la présente Charte E-mails. Cette commission est composée de 2 représentants Affiliés e-mailers (et un suppléant), de 2 représentants des Plateformes d'affiliation (et un suppléant) et du représentant permanent du CPA. Elle est élue annuellement par les membres de la Commission E-mails du CPA. Elle se réunit chaque mois afin d'étudier les dossiers de non-conformité à la présente Charte E-mails. A la majorité, elle décide de l'envoi des constats de non-conformité aux Affiliés e-mailers et/ou des suspensions de ces derniers.

Coordinées électroniques : adresse de courrier électronique d'une personne physique ou morale et données à caractère personnel s'y rapportant (nom, prénom, adresse postale, etc.).

Les Bases : ensemble de Coordinées électroniques de personnes physiques ayant consenti à recevoir des e-mailings commerciaux (opt-in prospection). Elles peuvent être :

- « Propriétaires » lorsqu'elles ont été constituées et sont détenues par un Affilié e-mailer ; ou
- « en Gestion », quand elles appartiennent à un Emailer Professionnel Propriétaire et sont exploitées par un Professionnel Gestionnaire.

Encore appelées « Fichiers » et également « Sponsors » dans la suite de la présente Charte E-mails.

E-mailing : envoi en nombre, par internet, de courriers électroniques à finalité commerciale. Encore appelé dans la suite de la présente Charte E-mails « offres commerciales » ou « e-mailings commerciaux ».

Personne Concernée : Toute personne (prospect ou client) dont les données à caractère personnel sont contenues dans les Bases.

Plateforme d'affiliation : Professionnels non propriétaires et non utilisateurs des Bases qui assurent un rôle d'intermédiation, en agrégeant des offres d'Annonceurs d'un côté, et un réseau d'Affiliés e-mailers de l'autre. La Plateforme d'affiliation opère comme tiers de confiance, en mesurant les flux d'activité, et les actions à rémunérer entre l'Annonceur et le réseau de sites Affiliés e-mailers. Les Plateformes d'affiliation au sens de la présente Charte E-mails sont membres du CPA.

Professionnel Propriétaire : Professionnel qui est propriétaire d'une ou plusieurs Bases. Il peut exploiter lui-même sa(ses) Base(s) ou en confier l'exploitation à un Professionnel Gestionnaire au moyen d'une convention de mise à disposition. Il est également Responsable de Traitement au sens de la Loi Informatique et Libertés.

Professionnel Gestionnaire : Professionnel qui exploite une ou plusieurs Bases qui ne lui appartiennent pas et qui lui ont été confiées par un Professionnel Propriétaire au moyen d'une convention de mise à disposition. Il est également co-Responsable de Traitement.

Signataire(s) : Désigne les Emailers et les Plateformes d'affiliation membres du CPA ayant signé la présente Charte E-mails.

2. Objet

Dans le cadre de leur activité d'affiliation, les Plateformes d'affiliation membres du CPA permettent aux Annonceurs ou/et à leurs intermédiaires de diffuser des e-mailings publicitaires par des Affiliés e-mailers. Ces e-mailings publicitaires sont adressés aux prospects et clients composant les Bases Propriétaires et/ou les Bases en Gestion des Affiliés e-mailers.

La présente Charte E-mails a pour objet d'encadrer les activités des Emailers, afin d'éviter toute violation de la Loi Informatique et Libertés et de l'article L. 34-5 du code des postes et des télécommunications, pouvant nuire aux Annonceurs, au marché lui-même et à la vie privée des internautes.

Elle s'adresse aux Emailers et aux Plateformes d'affiliation signataires de la présente Charte E-mails.

Les règles présentées ci-après visent plus particulièrement à spécifier les droits et obligations des Signataires quant à la constitution des Bases utilisées dans le cadre de leurs activités de marketing direct et de prospection commerciale.

L'ensemble des Signataires s'engage à respecter la présente Charte E-mails, selon les obligations qui leur incombent, dans toutes les campagnes de marketing direct et de prospection commerciale à destination de prospects et clients.



3. Rôle et obligations du Signataire concernant l'origine et la conformité des Bases à la réglementation en vigueur

I. Principe général : vérification de l'origine de la Base

L'Emailer garantit l'origine de la Base qu'il a lui-même constituée ou acquise, ou, s'il est Professionnel Gestionnaire, atteste qu'il bénéficie d'une convention de mise à disposition, sur des éléments tels que : le mode d'acquisition de la Base, la date et l'heure de la collecte de l'adresse électronique, l'adresse IP de la Personne Concernée ayant donné son consentement, le navigateur, le formulaire d'inscription utilisé (url ou copie d'écran), le site web auquel celui-ci était rattaché ou le formulaire papier, et le type de communications pour lesquelles le consentement a été donné par la Personne Concernée. Il doit être capable de justifier à tout moment (i) la provenance de l'adresse électronique collectée et (ii) le consentement de la Personne Concernée à recevoir des messages électroniques de prospection sur demande du CPA et/ou de la Plateforme d'affiliation avec laquelle il travaille.

II. Nature des obligations du Signataire : Droits des prospects et clients au regard de la réglementation applicable

L'Emailer garantit que les Bases utilisées ont été constituées conformément aux règles en vigueur, notamment eu égard aux dispositions de la Loi Informatique et Libertés et de son décret d'application n° 2005-1309 du 20 octobre 2005 (ci-après le « Décret ») et de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (« LCEN »).

a. Obligations déclaratives et Correspondant Informatique et Libertés :

- L'Emailer garantit qu'il a accompli toutes les obligations déclaratives afférentes à son activité ou a désigné un Correspondant Informatique et Libertés au sein de son entité, en charge de tenir un registre des traitements de données à caractère personnel qu'il met en oeuvre.

- La désignation d'un Correspondant Informatique et Libertés contribue efficacement au respect des principes énoncés. Elle permet notamment de bénéficier d'un allègement de certaines formalités et d'un accès personnalisé aux services de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (ci-après « CNIL ») (extranet, ateliers pratiques, ligne téléphonique et e-mail dédiés, etc.).

b. Public Mineur :

Conformément à ses obligations légales¹, l'Emailer, qui s'adresse majoritairement à un public de mineurs, doit veiller à ce que les mesures d'avertissement, d'information et de protection des mineurs apparaissent sur le

formulaire en ligne de collecte de données à caractère personnel. Cette mention doit notamment stipuler que le représentant légal consent à la collecte de données à caractère personnel relatives au mineur dont il a la charge.

Le principe de finalité doit également conduire les Emailers qui s'adressent à des mineurs à ne collecter que des données strictement nécessaires à la finalité.

Toute collecte de données à caractère personnel auprès de mineurs concernant l'entourage familial, le mode de vie des parents, leur statut socio-professionnel, est considérée comme excessive et déloyale au sens de la loi Informatique et Libertés.

La collecte de données sensibles (telles que plus amplement détaillées ci-dessous) auprès de mineurs doit être considérée comme interdite, sauf si l'Emailer est en mesure de rapporter la preuve que les parents y ont expressément consenti.

En aucun cas, la mise en oeuvre d'un jeu ou d'une loterie à destination des mineurs ne doit conduire à céder à des tiers les données ainsi recueillies, si l'Emailer n'est pas en mesure de rapporter la preuve que les parents y ont expressément consenti.

c. Données sensibles :

Sauf consentement exprès de la Personne Concernée, l'Emailer s'interdit, conformément à l'article 8 de la loi Informatique et Libertés, de collecter ou traiter des données à caractère personnel qui font apparaître, directement ou indirectement, les origines raciales ou ethniques, les opinions politiques, philosophiques ou religieuses ou l'appartenance syndicale des Personnes concernées, ou qui sont relatives à la santé ou à la vie sexuelle de celles-ci.

d. Durée de conservation des données

L'Emailer s'engage à respecter les durées de conservation des données à caractère personnel enregistrées dans ses Bases. A la date de publication de la présente Charte E-mails, les durées de conservation sont spécifiées ci-dessous :

- Les données à caractère personnel relatives aux clients, utilisées à des fins de prospection commerciale, peuvent être conservées pendant un délai de trois ans à compter de la fin de la relation commerciale (c'est-à-dire par exemple à compter d'un achat, de la date d'expiration d'une garantie, du terme d'un contrat de prestations de services, du dernier contact émanant du client) ;

- Les données à caractère personnel relatives à un prospect non client peuvent être conservées pendant un délai de trois ans à compter de leur collecte par l'Emailer ou du dernier contact émanant du prospect (demande de documentation par exemple) ;

- Au terme de ce délai de trois ans, l'Emailer pourra reprendre contact avec la Personne Concernée afin de savoir si elle souhaite continuer à recevoir des offres commerciales. En l'absence de réponse positive et explicite de la Personne Concernée, les données à caractère personnel devront être supprimées ou archivées



conformément aux dispositions en vigueur et notamment celles prévues par le code de commerce, le code civil et le code de la consommation.

c. Sécurité et confidentialité des données

L'Emailer doit prendre toutes les précautions utiles afin de préserver la sécurité et la confidentialité des données à caractère personnel : à ce titre, il s'engage notamment à ne pas réutiliser les données collectées à d'autres fins que celles pour lesquelles elles l'ont été, à protéger la confidentialité des données à caractère personnel liées aux Personnes concernées (email, données nominatives ou toute autre information liée à la collecte) et à soumettre les éventuels sous-traitants auxquels il fait appel aux mêmes obligations, dans le respect de l'article 35 de la loi Informatique et Libertés.

d. Droit d'accès, de rectification, d'opposition

L'Emailer doit faire figurer sur tout support de collecte de données à caractère personnel qu'il utilise, les mentions d'informations suivantes :

Exemple de mention concernant l'information des Personnes concernées, leur droit d'accès, de rectification et d'opposition :

« [Nom de l'Emailer] collecte et traite vos données [détails des données à caractère personnel collectées (i.e. nom, prénom, adresse de messagerie électronique)] aux fins de [finalité du traitement (gestion fichier clients / prospection)]. Conformément à la loi « informatique et libertés » du 6 janvier 1978 modifiée en 2004, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification aux informations qui vous concernent, que vous pouvez exercer en vous adressant à (Veuillez préciser le service et l'adresse). Vous pouvez également vous opposer au traitement des données vous concernant ».

- Après la collecte, l'Emailer doit permettre aux Personnes concernées dont il détient des données à caractère personnel d'exercer pleinement leurs droits d'accès, de rectification et d'opposition.

- Afin de faciliter l'exercice du droit d'opposition et conformément aux dispositions de l'article 96 du Décret, les Personnes Concernées doivent être mises en mesure d'exprimer de manière explicite leur choix avant la validation définitive de leurs réponses. On entend par là que toute Personne Concernée qui souhaite recevoir de la prospection commerciale par e-mails doit explicitement exprimer son choix, en cochant une case par exemple.

- Un lien de désabonnement toujours actif contenant l'identité de l'Emailer doit être présent dans chaque message électronique envoyé, permettant ainsi aux Personnes Concernées destinataires des messages électroniques d'exercer leur droit d'opposition.

- Liste d'opposition :

- Si le droit d'opposition est exercé par la Personne Concernée auprès d'un Gestionnaire de Base et non auprès du Propriétaire de la Base, le Gestionnaire de Base doit transmettre l'opposition au Propriétaire de la Base sans délai et en tous cas sous 48 heures à compter de sa réception.
- Lorsqu'une Personne Concernée exerce son droit d'opposition à recevoir de la prospection commerciale auprès d'un Emailer, les informations permettant de prendre en compte son droit d'opposition doivent être conservées au minimum trois ans à compter de l'exercice du droit d'opposition. Ces données ne peuvent en aucun cas être utilisées à d'autres fins que la gestion du droit d'opposition.

III. Le suivi des opérations par les Affiliés e-mailers.

a. L'Affilié e-mailer certifie avoir pris connaissance du processus de relais d'une campagne via e-mailing :

L'envoi systématique d'un bon à tirer (ci-après « BAT ») afin de valider le respect des volontés de l'Annonceur (charte graphique, fautes d'orthographe, contenu) et de la Plate-forme d'affiliation Signataire de la Charte E-mails. Ce BAT contiendra obligatoirement les informations suivantes :

1. Nom de la Base
2. Expéditeur
3. Objet
4. Adresse de réponse valide
5. Lien page miroir
6. Date et heure d'envoi
7. Volume d'adresses
8. Rappel de la cible (si demandée)
9. Lien de désabonnement
10. Header ou Footer contenant l'identité de la Base

Ce BAT devra impérativement être validé par la Plate-forme d'Affiliation Signataire de la Charte E-mails avant tout envoi.

- b. Une capture d'écran de l'outil de routage de l'Affilié e-mailer pourra être exigée sur demande de la Plate-forme d'Affiliation Signataire de la Charte E-mails.
- c. L'Affilié e-mailer accepte d'échanger en toute transparence avec le ou les responsables e-mailing de la Plate-forme d'affiliation Signataire de la Charte E-mails sur son planning d'envoi par secteur d'activité.
- d. L'Affilié e-mailer accepte d'échanger avec le ou les responsables e-mailing de la Plate-forme d'Affiliation Signataire de la Charte E-mails sur les actions et besoins visant à optimiser la délivrabilité et la performance de ses e-mailings.
- e. L'Affilié e-mailer accepte d'échanger avec le ou les responsables e-mailing de la Plate-forme d'affiliation Signataire de la Charte E-mails sur les conclusions de ses échanges avec les FAIs-webmails-routeurs afin que cette dernière puisse donner de la visibilité à ses Annonceurs.



f. L'Affilié e-mailer accepte de fournir, sur demande du CPA, ses adresses IP de routage

d. Le CPA s'engage à conserver la confidentialité de ces données et à ne les divulguer qu'en tant que de besoin.

IV. Obligations de la Plateforme d'affiliation

La Plateforme d'affiliation s'engage à vérifier la conformité de la constitution de la Base à la présente Charte E-mails préalablement à la réalisation de prestations de service au bénéfice d'un Affilié e-mailer, ce que l'Affilié e-mailer Signataire de la présente Charte

E-mails reconnaît et accepte.

Lorsque la Plateforme d'affiliation est appelée à travailler avec un Emailer non Signataire de la Charte E-mails, elle s'engage à faire signer à cet Emailer la présente Charte E-mails.

4. Collectes de Consentement Autorisées par la présente Charte

a. Un consentement libre et spécifique pour une collecte loyale et transparente

- Dans le cadre de ses activités de prospection commerciale à destination des particuliers, l'Emailer s'engage à obtenir le consentement préalable de toute personne (opt in prospection) à son enregistrement dans les Bases utilisées aux fins de réalisation des campagnes d'e-mailings consistant en la réception d'offres commerciales.

- La notion de consentement préalable (opt in prospection) est définie par la LCEN et l'article 34.5 du Code des Postes et Communications électroniques comme « toute manifestation de volonté libre, spécifique et informée par laquelle une personne accepte que des données à caractère personnel la concernant soient utilisées pour certaines finalités à fin de prospection directe ».

- Ainsi, la condition de consentement préalable (opt-in prospection) correspond à une action volontaire du prospect qui a souhaité recevoir des offres commerciales. L'Emailer s'engage à ne pas utiliser de formulaire pré-coché conformément aux recommandations de la CNIL et à la Loi Informatique et Libertés.

- L'Emailer garantit que le client ou prospect a été informé, lors de la collecte de ses données à caractère personnel, de l'ensemble de ses droits, conformément à l'article 32 de la loi Informatique et Libertés. L'information de la Personne Concernée, qui doit en principe avoir lieu au moment de la collecte de ses données à caractère personnel, doit porter sur :

- l'identité de l'Emailer et/ou nom de la Base ;
- les finalités du traitement ;
- le caractère obligatoire ou facultatif des réponses à apporter ;

- les conséquences éventuelles d'un défaut de réponse ;
- les destinataires des données ;
- l'existence et les modalités d'exercice de ses droits d'accès, de rectification et d'opposition au traitement de ses données.

Comme précisé dans le Code de Déontologie de la Communication Directe Electronique du SNCD (Mars 2005), les clauses relatives aux droits de la Personne Concernée dont le consentement est recherché devront être de taille et de mise en forme comparables au reste du texte, placées avant ou après les données qui seront exploitées et avant le bouton de validation s'il existe.

- Est considéré comme « opt-in prospection », le consentement libre, exprès et spécifique d'une personne à la réception d'offres commerciales envoyées par l'Emailer pour son propre compte ou pour le compte d'Annonceurs.
Exemples de mentions concernant la collecte du consentement préalable des Personnes Concernées à recevoir des messages de prospection (opt in prospection) : J'accepte de recevoir de la part de [Base] des offres commerciales, par courrier électronique (ou e-mail)

ou

J'accepte de recevoir des emails publicitaires envoyés par [Base]

ou

J'accepte de recevoir des messages publicitaires envoyés par [Base] par courrier électronique (ou e-mail)

- Il est précisé qu'un « opt-in newsletter », n'est pas suffisant pour être considéré comme un « opt-in prospection ». Dans l'exemple suivant, [Base] n'est pas autorisé à envoyer des messages de prospection à la Personne Concernée pour le compte d'Annonceurs :

J'accepte de recevoir la newsletter de [Base]

Ou

Je m'inscris à la newsletter de [Base]

b. Consentement et Jeu concours :

Il est rappelé aux Emailers que conformément à la Délibération de la CNIL n° 2012-209 du 21 juin 2012 portant création d'une norme simplifiée concernant les traitements automatisés de données à caractère personnel relatifs à la gestion de clients et de prospects :



« La participation à un jeu concours ou une loterie ne peut être conditionnée à la réception de prospection directe au moyen d'un automate d'appel, d'un télécopieur ou d'un courrier électronique de la part du responsable de traitement ou de ses partenaires. »

c. Dispositif « Clic-inscrit » :

- Le Clic-inscrit permet de recueillir le consentement de la Personne Concernée à recevoir des e-mailings commerciaux de la part d'un Emailer au moyen d'un clic réalisé au sein même d'un e-mailing commercial. Ce type d'opération n'est autorisé par la présente Charte E-mails que si une seule Base est visée dans l'e-mailing commercial.

- Recueil du consentement : Il doit être expressément prévu de dissocier le consentement à la participation à l'opération et le consentement à la réception d'offres commerciales et donc de donner à la Personne Concernée le choix entre :

- Choix 1 : participer à l'opération et accepter de recevoir des messages publicitaires envoyés par [Base] (opt-in prospection)

- Choix 2 : participer à l'opération uniquement

Deux exemples de mentions : Exemple A (jeu concours)

- Je participe au jeu-concours et j'accepte de recevoir des offres commerciales envoyées par [Base]

- Je participe au jeu-concours uniquement

Exemple B (cadeau)

- Je reçois le cadeau et j'accepte de recevoir emails publicitaires envoyés par [Base]

- Je reçois le cadeau uniquement

- La zone cliquable permettant chaque choix doit être clairement visible et limitée pour correspondre audit choix :

- soit en rendant cliquable la phrase du choix en question (hyperlien) ;
- soit en adjointant un bouton cliquable «Oui» ou «OK» positionné clairement de façon à valider ledit choix.

- Si la Personne Concernée a donné son consentement, l'Emailer peut alors lui envoyer des offres commerciales pour le compte d'Annonceurs. Dans ces e-mailings commerciaux, l'Emailer devra mentionner la Base comme l'expéditeur du message. Aux termes de la présente Charte E-mails, le nom de la Base visée sur la page

d'inscription au moment où le consentement de la Personne concernée a été recueilli est la Base qui a recueilli le consentement de la Personne concernée et qui est donc autorisée à envoyer à cette Personne les messages publicitaires.

d. Dispositif de Collecte « multi-Sponsors » :

- Description du dispositif de collecte : la collecte multi-Sponsors est un dispositif qui permet de recueillir le consentement de la Personne Concernée à recevoir par courrier électronique les offres commerciales de la part de plusieurs Bases Sponsors.

- Ce type d'opération n'est autorisé par la présente Charte E-mails que si le nombre de Bases Sponsors est limité et visible sur la page d'inscription dudit dispositif. Ainsi, le logo de chaque Base Sponsor doit être présent sur la même page que le formulaire où les coordonnées électroniques seront collectées et visible en permanence sans nécessité de cliquer sur un lien ni attendre un défilement quelconque. Le(s) logo(s) doivent comporter de façon lisible le nom de la Base Sponsor.

- Recueil du consentement : il doit être expressément prévu de dissocier le consentement de la participation à l'opération du consentement à la réception d'offres commerciales et donc de donner à la Personne Concernée le choix entre :

- Choix 1 : participer à l'opération et accepter de recevoir les offres commerciales envoyées par l'organisateur du jeu et les Sponsors du jeu;

- Choix 2 : participer à l'opération uniquement sans recevoir les offres commerciales de l'organisateur du jeu ni des Sponsors du jeu.

Deux exemples de mentions :

Exemple A (jeu concours)

- Je participe au jeu-concours et j'accepte de recevoir les offres commerciales envoyées par l'organisateur et les Sponsors.

- Je participe au jeu-concours uniquement sans recevoir les offres commerciales de l'organisateur et des Sponsors. Exemple B (cadeau)

- Je reçois le cadeau et j'accepte de recevoir des messages publicitaires envoyés par l'organisateur et les Sponsors

- Je reçois le cadeau uniquement sans recevoir les messages publicitaires de l'organisateur et des Sponsors.

- Chaque choix doit être clairement visible et le choix peut s'effectuer :

soit par un bouton cliquable en face de chaque choix ;

- soit en rendant cliquable la phrase du choix en question (hyperlien) ;

- soit par une case à cocher en face de chaque choix accompagnée d'un bouton de type «Valider» ou «Inscription» ou «OK» ;

- soit par un menu déroulant proposant chaque choix accompagné d'un bouton de type «Valider» ou «Inscription» ou «OK».



- Si la Personne Concernée a donné son consentement, les Emailers propriétaires des Bases Sponsors peuvent alors lui envoyer des offres commerciales pour le compte d'Annonceurs. Dans ces e-mailings commerciaux, chaque Emailer devra mentionner la Base Sponsor comme l'expéditeur du message. Aux termes de la présente Charte E-mails, le nom de la Base Sponsor figurant sur la page d'inscription au moment où le consentement de la Personne Concernée a été recueilli est le nom de la Base qui a recueilli le consentement de la Personne Concernée. C'est donc cette Base Sponsor qui est seule autorisée à être l'expéditeur de messages publicitaires à cette Personne Concernée.

- Si un droit d'opposition est exercé auprès de l'organisateur du jeu, il informe de cette opposition sans délai et en tous cas sous 48 heures à compter de sa réception, l'ensemble des Bases Sponsors qu'il a rendu destinataire des données à caractère personnel, conformément à l'article 97 du Décret, de sorte que la Personne Concernée n'ait besoin de faire qu'une seule opposition.

e. Consentement attaché à une Base

Si la Personne Concernée a donné son consentement opt-in prospection à une Base, l'Emailer propriétaire de la Base peut lui envoyer des offres commerciales pour le compte d'Annonceurs. Dans ces e-mailings commerciaux, l'Emailer devra mentionner la Base comme l'expéditeur du message. Aux termes de la présente Charte E-mails, le nom de la Base figurant sur la page d'inscription au moment où le consentement de la Personne Concernée a été recueilli est le nom de la Base qui a recueilli le consentement de la Personne Concernée et qui est donc autorisée à envoyer à cette Personne les messages publicitaires.

Si un groupe ou une entreprise dispose ou souhaite disposer de plusieurs Bases susceptibles d'envoyer des offres commerciales, alors chacune de ces Bases devra recueillir le consentement opt-in prospection.

f. Transfert d'adresses électroniques [interdiction de l'opt out] :

Tout transfert d'adresses électroniques « opt-in prospection » d'une Base ici appelée BaseAAA à une autre Base ici appelée BaseBBB est interdit sauf à obtenir, pour cette BaseBBB, un nouveau consentement préalable « opt-in prospection » de la part des Personnes Concernées. Cette interdiction est applicable y compris (i) dans le cas où les bases BaseAAA et BaseBBB sont détenues ou gérées par la même société ou par le même groupe de sociétés et y compris (ii) dans le cas où le consentement a été recueilli en mentionnant des partenaires comme dans les exemples suivants (exemples non-limitatifs) :

J'accepte de recevoir de la part de [Base] et de ses partenaires des offres commerciales, par courrier électronique (ou e-mail)

ou

J'accepte de recevoir des messages de prospection de la part de [Base] et de ses partenaires par courrier électronique (ou e-mail)

Ou si une Base Sponsor a recueilli le consentement comme suit :

Je participe au jeu-concours et j'accepte de recevoir les offres commerciales de l'organisateur du jeu, des Sponsors et de leurs partenaires
ou

Je reçois le cadeau et j'accepte de recevoir les offres commerciales de l'organisateur du jeu, des Sponsors et de leurs partenaires

Par exception à ce qui précède, si le propriétaire de BaseAAA souhaite changer le nom de cette base et l'appeler désormais BaseBBB, ou s'il souhaite transférer ses adresses de la BaseAAA vers une BaseBBB qu'il possède par ailleurs, il peut le faire sous réserve de respecter les deux conditions suivantes :

a) BaseAAA envoie un message électronique aux Personnes Concernées les informant de ce changement de nom ainsi que de la possibilité d'exercer leur droit d'opposition ;

b) Seule BaseBBB peut alors envoyer des messages de prospection et BaseAAA cesse d'envoyer des messages de prospection aux Personnes Concernées.

5. Contrôle des Signataires

Les Emailers Signataires de la présente Charte E-mails s'engagent à en respecter l'intégralité des dispositions pour toute campagne d'e-mailing dont ils assurent la diffusion dans le cadre ou en dehors des plateformes d'affiliation.

En cas de violation de ses dispositions, l'Emailer s'expose aux sanctions prévues par ladite Charte.

a. Le CPA, à son initiative ou sur demande d'un de ses membres, sans préavis, pourra réaliser des tests via des « adresses pièges » certifiées par une solution tierce. Ces « adresses pièges » sont introduites dans les Bases des Emailers afin de vérifier le respect de l'ensemble des dispositions de la présente Charte E-mails. Sous réserve d'obtenir les autorisations nécessaires de la part de cette solution tierce et de ses clients, le CPA se réserve également le droit d'utiliser toutes les « adresses pièges » mises à disposition par ladite solution tierce, en complément de celles qui résultent de ses propres demandes ou de celles de ses membres.

b. Une adresse email abuse@cpa-france.org a été créée afin de permettre aux Signataires de la présente Charte E-mails de signaler au CPA :



- i. une non-conformité éventuelle en cas de réception d'emailings commerciaux sur des adresses de courrier électronique collectées de manière potentiellement non conforme,
- ii. un non-respect éventuel des dispositions de la présente Charte E-mails et en particulier de ses articles 3 et 4.
- c. L'adresse email abuse@cpa-france.org. permettra également à un Signataire de la présente Charte E-mails d' informer le CPA lorsqu'il constate qu'un formulaire de collecte de données à caractère personnel et de recueil du consentement à recevoir des offres commerciales ne respecte potentiellement pas les dispositions de la présente Charte E-mails et en particulier ses articles 3 et 4.
- d. Des tests sur les liens de désinscription pourront être réalisés, sans préavis, par le CPA et/ou un de ses membres. En cas d'échec au test (lien qui ne fonctionne pas, désabonnement non pris en compte, etc.), l'Emailer devra répondre aux demandes d'explications dans un délai raisonnable défini par le CPA et mettre en place une procédure de désinscription efficace, systématique et immédiate, afin de permettre l'exercice du droit d'opposition des Personnes Concernées. En cas de non-retour, l'Emailer s'expose aux sanctions prévues aux présentes.

6. Statut des Signataires de la Charte E-mails.

- a. Les Signataires de la Charte E-mails ont un rôle de régulateur : toute opération réalisée avec la Base d'un Emailer et/ou par une Plateforme d'affiliation devra respecter les engagements pris dans la Charte E-mails.
- b. Seuls les Signataires de la présente Charte E-mails (et uniquement eux) pourront mettre en avant sur tous ses supports le logo « Signataire de la Charte E-mails du CPA » comme un faire-valoir de la qualité de ses Bases et prestations de service. Le logo sera disponible en téléchargement sur l'interface d'inscription.

7. Procédure d'adhésion à la présente Charte E-mails

- a. La Charte E-mails sera signée électroniquement à l'adresse :

<https://charte-emails/cpa-france.org> (url à confirmer)

Trois étapes seront nécessaires à la signature de la Charte E-mails. La signature électronique se fera grâce à un accès personnel sécurisé :

- Etape 1 : l'Emailer renseignera les informations sur sa société ;
- Etape 2 : l'Emailer réglera les coûts de fonctionnement liés au suivi du respect des engagements pris ;
- Etape 3 : l'Emailer signera la Charte E-mails grâce à un dispositif de signature électronique.

L'Emailer recevra confirmation de la signature de la Charte E-mails par la réception d'un sms au numéro de téléphone portable qu'il aura renseigné lors de l'adhésion.

- b. S'il est Propriétaire des Bases, l'Affilié e-mailer ou l'Emailer paie un forfait annuel de 250€ pour chaque Base Propriétaire enregistrée. Le paiement de ce forfait est annuel (date à date).

S'il est uniquement Gestionnaire de base(s), l'Affilié e-mailer paie un forfait annuel de 250€. Le paiement de ce forfait est annuel (date à date).

S'il est Propriétaire et Gestionnaire de bases, l'Affilié e-mailer paie un forfait annuel de 250€ pour chaque Base Propriétaire enregistrée, mais non pour les bases qu'il gère en régie.

Le paiement de ce forfait couvre les frais de fonctionnement liés au suivi du respect des engagements pris par chaque Signataire, notamment les frais de mise en place et de gestion de l'interface personnalisée, les frais de surveillance par une société tiers de confiance. Le prix de ce forfait pourra être révisé chaque année.

- c. Les demandes d'adhésion à la présente Charte E-mails sont traitées sous 10 jours ouvrés et le CPA se réserve le droit d'annuler rétroactivement une signature électronique d'un Emailer. Elles pourront notamment être refusées si l'Emailer a déjà eu des pratiques non conformes à la Charte E-mails Version 1. Dans cette hypothèse, le CPA procèdera au remboursement intégral des sommes versées à l'occasion de la demande d'adhésion.

8. Infractions aux règles et sanctions

I. Infractions

- a. En cas d'utilisation d'un formulaire de collecte de données à caractère personnel non conforme ou de recueil non conforme de consentement à recevoir des offres commerciales (voir article 5.c de la présente Charte) ou d'un lien de désinscription défaillant (voir article 5.d de la présente Charte), le CPA ouvrira un dossier de non-conformité à l'encontre de l'Emailer et le contactera pour lui demander de mettre son formulaire en conformité ou de mettre en place une procédure de désinscription efficace. Si, sous 5 jours ouvrés, la mise en conformité n'est pas effective, l'Emailer s'exposera aux sanctions exposées ci-dessous.

- b. En cas de réception d'offres commerciales non conformes (articles 5.a et 5.b de la présente Charte), le CPA ouvrira un dossier de non-conformité à l'encontre de l'Emailer et fera une demande de justification de collecte soit à l'Emailer soit à la Plateforme d'affiliation. Si la demande est formulée auprès de la Plateforme d'affiliation, celle-ci devra la transmettre à l'Emailer sous 5 jours ouvrés. Celui-ci aura à son tour 5 jours ouvrés pour transmettre à la Plateforme d'affiliation la justification de collecte ou de recueil qui la transmettra sans délai au CPA. Si la demande est formulée directement auprès de l'Emailer, celui-ci aura 5 jours ouvrés pour transmettre au CPA la justification de collecte ou de recueil.



c. Si une adresse a été collectée dans la Base concernée avant le 5 septembre 2014, alors le dossier de non-conformité sera examiné en utilisant les règles de conformité de la Charte précédente téléchargeable à l'adresse :

http://www.cpa-france.org/CPA_CharteEmails_2011_Diffusion.pdf. (changer)

II. Constat de non-conformité et suspension

a. Chaque dossier de non-conformité ainsi que les justificatifs transmis par l'Emailer relatifs à l'origine et à la conformité de la collecte de l'adresse de courrier électronique suspectée d'avoir été collectée de manière non conforme à la présente Charte E-mails seront étudiés par la Commission Paritaire.

b. Si, à la majorité, les membres de la Commission Paritaire constatent que l'Emailer n'a pas respecté les engagements pris en signant la Charte E-mails, la Commission Paritaire prononcera un constat de non-conformité à l'encontre de l'Emailer.

S'il s'agit d'un premier constat de non-conformité, un rappel de mise en conformité sera adressé par le CPA à l'Emailer. Ce dernier disposera de 5 jours ouvrés pour mettre ses Bases en conformité.

c. Après l'envoi d'un rappel de mise en conformité (alerte) :

- Si, à l'issue d'une période de 9 mois suivant ce constat de non-conformité, aucun dossier de non-conformité à l'encontre de l'Emailer n'est en cours, ce constat de non-conformité sera effacé, ce qui signifie qu'un éventuel nouveau constat de non-conformité sera considéré comme le premier.

- Si, avant l'expiration d'une période de 9 mois suivant ce constat de non-conformité, un dossier de non-conformité concernant l'Emailer est en cours, alors la Commission Paritaire, après examen de ce dossier peut :

i) Soit décider que la plainte ne peut donner lieu à un constat de non-conformité et donc classe ce dossier ;

ii) Soit décider de prononcer un constat de non-conformité, ce qui entraîne la suspension de l'Emailer telle que décrite à l'article 8.IV de la présente Charte E-mails.

d. Aucun justificatif de collecte ne pourra être accepté par la Commission Paritaire après l'envoi d'une demande de mise en conformité ou d'une suspension.

e. Cas spécifique des Affiliés e-mailers Gestionnaires de Bases (régies) : le gestionnaire de Bases dispose d'une ou plusieurs Base(s) dont il est gestionnaire mais non propriétaire. Dans ce cas :

- Si le propriétaire de la Base en gestion est signataire de la Charte E-mails, le constat de non-conformité lui sera adressé. Dans ce cas, la Commission Paritaire demandera au gestionnaire une copie de la Charte co-signée par le propriétaire de la Base en gestion. L'éventuelle suspension visera alors l'Emailer propriétaire de la Base en gestion pour l'ensemble de ses Bases.

- Si le propriétaire de la Base en gestion n'est pas signataire de la Charte E-mails, le constat de non-conformité sera destiné et adressé au gestionnaire de la Base. L'éventuelle suspension visera alors l'Emailer gestionnaire de la Base en gestion pour l'ensemble des Bases qu'il gère, quel qu'en soit le propriétaire, y compris pour ses éventuelles propres Bases.

III. Procédure de réintégration après une suspension

Lorsqu'un Emailer a fait l'objet d'une suspension :

a. Cas d'une réintégration classique :

- Si, à l'issue d'une période de 3 mois suivant sa suspension, aucun dossier de non-conformité concernant l'Emailer n'est en cours, il peut à nouveau devenir Signataire en procédant à une nouvelle adhésion dans les conditions visées à l'article 7 ci-dessus. Dans ce cas, les frais liés à la signature de la Charte E-mails lui seront à nouveau facturés.
- Si, avant l'expiration d'une période de 3 mois suivant sa suspension, un dossier de non-conformité à l'encontre de l'Emailer est en cours, la Commission Paritaire, après examen du dossier de non-conformité, peut :

- i. Soit décider que le dossier de non-conformité ne peut donner lieu à un constat de non-conformité, donc classe ce dossier. L'Emailer peut à nouveau devenir Signataire en procédant à une nouvelle adhésion dans les conditions visées à l'article 7 ci-dessus. Dans ce cas, les frais liés à la signature de la Charte E-mails lui seront à nouveau facturés.

- ii. Soit décider de prononcer un constat de non-conformité, ce qui entraîne la prolongation de la suspension de l'Emailer telle que décrite au 8.IV de la présente Charte E-mails pour une nouvelle période de 3 mois à compter du prononcé.

b. Cas d'une réintégration exceptionnelle :

Si l'Emailer engage des actions immédiates en vue de se remettre en conformité avec la Charte E-mails et remet au CPA des documents attestant des rectifications mises en place ou de son engagement irrévocable à apporter les rectifications nécessaires, alors le délai de 3 mois pourra être raccourci. Après remise des documents et examen de ceux-ci par la Commission Paritaire, une réintégration exceptionnelle pourra être prononcée.



c. Lorsqu'un Emailer a fait l'objet d'une réintégration :

- Si, avant l'expiration d'une période de 6 mois suivant sa réintégration, un dossier de non-conformité à l'encontre de l'Emailer est en cours, alors la Commission Paritaire, après examen de ce dossier de non-conformité, peut :

i. Soit décider que le dossier de non-conformité ne peut pas donner lieu à un constat de non-conformité et donc classe ce dossier de non-conformité.

ii. Soit décider de prononcer un constat de non-conformité, ce qui entraîne alors la suspension de l'Emailer telle que décrite à l'article 8.IV de la présente Charte E-mails.

IV. Suspension de l'Emailer

Lorsqu'au titre du 8.II. ou du 8.III de la présente Charte E-mails, l'Emailer fait l'objet d'une Suspension, il est alors privé de son statut de Signataire sur l'ensemble des Plateformes d'affiliation Signataires de la présente Charte E-mails, et il lui est interdit d'utiliser le logo « Signataire de la Charte E-mails ». Ladite Suspension ne donnera pas lieu au remboursement de tout ou partie des frais d'adhésion.

Toute utilisation du logo par des sociétés non Signataires de la Charte E-mails ou ayant fait l'objet d'une exclusion pourra faire l'objet de poursuites et de sanctions au titre notamment de la contrefaçon du logo ou d'usurpation de droits. En particulier le montant de la sanction applicable à tout Signataire ayant fait l'objet d'une exclusion et utilisant le logo postérieurement sera de 3.000 euros par mois et par Base.

L'Emailer s'expose aux sanctions prévues aux présentes, sans préjudice de celles qui pourraient être prévues dans les conditions contractuelles le liant à sa Plateforme d'affiliation et sans préjudice des recours judiciaires et notamment la déclaration de l'infraction constatée à la CNIL par les parties concernées, dont le CPA.

9. Loi applicable

Cette présente Charte est régie par la loi française et relève de la compétence des juges français.

10. Entrée en vigueur de la présente Charte E-mails (version V2) et coexistence avec la version précédente de la Charte E-mails (version V1)

La présente Charte E-mails entre en vigueur le 5 septembre 2014. La présente Charte s'applique pour toute adresse collectée à partir de son entrée en vigueur. La version V1 de la Charte s'appliquera aux adresses collectées antérieurement à l'entrée en vigueur de la Charte Emails Version V2.

11. Remerciements

Le Collectif de la Performance et de l'Acquisition tient à remercier le Cabinet August et Debouzy (Me Florence CHAFIOL CHAUMONT et Me Mathilde GEROT), Avocats au Barreau de Paris (<http://www.august-debouzy.com/>), qui a accompagné le CPA dans la rédaction de la Charte Emails Version V2.



Dans le cadre de sa Charte de qualité emailing dont la dernière évolution de texte date de Juin 2014, le CPA (Collectif de la Performance et de l'Acquisition) procède à une régulation de ses signataires au travers d'une Commission paritaire qui se réunit une à deux fois par mois.

Le CPA s'engage à communiquer au travers de son collectif auprès des grandes instances sur l'effort de régulation mené et des engagements stricts tenus par ses signataires afin de valoriser la Charte de qualité emailing.

5 années d'existence

Les plateformes d'affiliation ont individuellement pris un engagement fort en n'acceptant de ne travailler uniquement qu'avec les signataires de la Charte emailing de CPA



La régulation en quelques chiffres



5

Sur 5 années de régulation



50 URLs de jeux concours suivies sous TrackUp*

* Solution de gouvernance de données éditée par la société Market Espace



L'engagement digital ultime : encore promesse ou déjà réalité ?

Acquérir de nouveaux clients, les convertir, les fidéliser, en faire des avocats de la marque. Les objectifs majeurs des directions marketing n'ont pas fondamentalement changés au fil de la dernière décennie.

Ce qui a profondément changé, ce sont les moyens d'y arriver, les outils à disposition et, bien sûr, les pratiques. Au milieu des années 2000, le marché était entièrement tourné vers des solutions « one to many », avec ses batteries d'emailing envoyés en masse.

Les années qui ont suivi ont vu l'arrivée de nouveaux canaux, mobile, réseaux sociaux et un désir d'engagement différent soutenu par l'arrivée d'une nouvelle génération de consommateurs. De simple récepteur d'informations il est devenu contributeur/acteur.

Ces évolutions ont soulevé de nouveaux enjeux : comment mieux connaître son futur client, ses habitudes, ses goûts et sur quel canal lui proposer la meilleure offre au meilleur « moment marketing » ?

Ceci a obligé la profession à s'orienter vers l'hyper-personnalisation et le marketing de dialogue, l'animation de conversations sur des réseaux sociaux type Facebook et Twitter, email personnalisé, ou encore notifications push.

Avec le client ou futur client comme seul maître du jeu. Peu importe le canal, pourvu qu'il y ait une relation susceptible de l'engager véritablement.

Un seul canal restait encore un peu indépendant avec des règles à part entière, le canal publicitaire. Mais cette ère est désormais révolue. Désormais, il est possible de synchroniser comportements anonymes capturés sur différents sites et comportements de clients déjà connus et présents dans un CRM ou autre système d'information. Donc, réunir Adtech et Martech ! Canal publicitaire et canaux digitaux d'envoi de messages et de promotions.

Objectif : Nourrir intelligemment l'exécution de campagnes afin de délivrer le bon contenu individualisé sur le bon canal optimisé, au bon « micro-moment », celui qui garantit la réceptivité maximale de leur audience et sa fidélité. Y associer un retargeting intelligent, lui aussi personnalisé.

La DMP (Data Management Platform) qui collecte et fabrique cette intelligence doit donc être finement couplée avec le gestionnaire de campagnes multicanal, à commencer par l'email. Pour une efficacité et un ROI maximal de ces campagnes.

C'est ce que fait Mapp avec sa nouvelle plate-forme d'engagement client. Celle-ci vous permet de trouver le parcours le plus performant et le plus rentable pour atteindre vos cibles et les fidéliser. L'expérience digitale ultime !

Le canal email est loin d'être mort. Il trouve une deuxième jeunesse, aidée par l'intelligence de la DMP.

François Pichon

Directeur Marketing Europe de l'Ouest chez Mapp



mapp



Le CPA s'équipe de TrackUp pour veiller au respect de la charte de qualité emailing par ses membres signataires

L'efficacité de l'email marketing n'est plus à prouver. Au fil de années, l'email reste favori des marques car il est souvent numéro un des contributeurs de valeur parmi l'ensemble des leviers marketing, tant en fidélisation client, qu'en acquisition : il est économique, pertinent, et moins intrusif que d'autres médias.

Mais la médaille a son revers, la sur-sollicitation par emails publicitaires génère l'insatisfaction des internautes, qui se désabonnent, ou résignés, laissent leur messagerie se remplir, jusqu'à son abandon définitif pour se créer une autre adresse. Cette pollution numérique entraîne des performances à la baisse, c'est la spirale négative bien connue des professionnels de l'email. Ce mouvement est-il inéluctable ?

Non ! Les principaux acteurs de l'email se mobilisent contre les mauvaises pratiques, les e-commerçants gèrent mieux la pression commerciale adressée à leurs clients, les routeurs s'unissent pour lutter contre le spam, les professionnels de l'acquisition se rassemblent pour limiter les abus de la course au volume et lutter contre les pratiques de l'opt-out, cette Charte matérialise notamment cet engagement.

Mais un autre péril guette encore la santé de l'email, et plus généralement les données personnelles qui évoluent dans l'ère digitale au point de représenter un frein au développement du numérique. Il prend la forme du phishing, du ransomware, ou d'autres types encore d'escroqueries numériques qui freinent la confiance des citoyens à son expansion.

Ce risque est très peu appréhendé par la plupart des acteurs économiques, c'est la raison pour laquelle les législateurs européens ont mis en œuvre le contraignant RGPD.

Quel rapport y a-t-il entre le règlement européen pour la protection des données et la performance de l'emailing ? C'est le vol des données emails, il se propage avant même les cercles de la cybercriminalité, dans les circuits commerciaux de l'emailing à la performance.

Pas une seule semaine, depuis plusieurs années, sans l'annonce d'un « piratage » de base de données, soit d'un grand nom de l'internet, soit d'un opérateur mobile ou d'un e-commerçant. Or la très grande majorité de ces « fuites » de données provient du personnel interne : salarié ou ex-salarié, consultant ou stagiaire, marketeur ou RSSI. Ils sont nombreux à pouvoir manipuler les données, et à l'inverse, rares sont les mesures de sécurité mises en place. Alors la tentation est grande de revendre les données, les échanger auprès d'agences-éditeurs de bases qui eux-mêmes les monétisent dans les circuits officiels de l'affiliation.

On atteint ainsi l'apogée de la destruction de valeur, quand l'annonceur rémunère un intermédiaire pour les ventes réalisées sur les emails de ses propres clients, en même temps que ses concurrents qui, eux aussi sans le savoir, réalisent et payent pour des campagnes sur les mêmes clients. La généralisation des systèmes de retargeting, et ceux du marketing programmatique ont tendance à rendre la traçabilité de la donnée encore plus difficile à établir, c'est la raison pour laquelle les moyens techniques de TrackUp sont mis à la disposition du CPA pour contrôler le respect de la Charte.

Ainsi, avant l'entrée en vigueur du règlement européen, et la mise aux normes obligatoire de tous, sous peine d'une lourde amende, cette charte de qualité représente pour ses signataires un gage de confiance assurant les annonceurs de la conformité des traitements de données. Autrement dit un guide pour le choix des bons prestataires, et le meilleur de l'emailing pour le consommateur.



Lionel Obin

Fondateur Market-espace



SOMMAIRE

Listing des sociétés chartées

2-30 Media	(p.42)
3W Régie.....	(p.46)
Acheter-louer.fr.....	(p.58)
Actiplay.....	(p.62)
Akezio.....	(p.74)
Algorithmedia.....	(p.76)
Ambre Marketing	(p.78)
Antevenio.....	(p.84)
AssurAgency.....	(p.90)
Autobiz.....	(p.92)
Aventers.....	(p.94)
Belinks.....	(p.102)
Bilendi.....	(p.116)
Born4Web.....	(p.118)
Caloga	(p.120)
Convertize.....	(p.126)
Cooper Advertising	(p.128)
Dalenys.....	(p.130)
DevisProx	(p.132)
Easyvoyage.....	(p.134)
Effinet	(p.144)
Egentic	(p.166)
Elixis	(p.168)
Elyxis.....	(p.176)
eMarketPlace	(p.178)
Eskami.....	(p.180)
Evolution France	(p.184)
Financière Media	(p.188)
FLinteractive	(p.192)
Futura	(p.194)
Ga media	(p.196)
Gabiloo Media	(p.200)
Hitheq Developpements.....	(p.202)
Hw-Agency	(p.208)
Itema	(p.210)
Kelpromo.....	(p.212)
Kow Media SPRL	(p.224)
Lead'in.....	(p.226)
Ludio Media.....	(p.228)
M6 Web.....	(p.230)
Marketshot.....	(p.240)
Mediazeen.....	(p.242)
Moogli Media.....	(p.252)
Net&Work.....	(p.258)
Netlead SAS	(p.260)
Netvendeur.....	(p.266)
Planet.fr.....	(p.268)
Predictys.....	(p.272)
Prisma Media	(p.274)
Proleagion.....	(p.318)
Qassa	(p.320)
ReflexeMedia.....	(p.322)
Respawn	(p.326)
Response Concepts	(p.330)
Riviera Web	(p.332)
R'mailer	(p.338)
SLS Data	(p.350)
Snake Interactive.....	(p.352)
Sygnature	(p.368)
Web Edition Planet.....	(p.370)
Webmaster Business.....	(p.372)
Webravage.....	(p.376)
Welcome Media	(p.378)
WRM Media	(p.380)
Yaka Mailer.....	(p.382)
Zakil.....	(p.386)

2-30 MÉDIA

2-30 MEDIA
3 rue de la fidélité
75010 Paris

www.deux-trente.com
501 000 € de
Capital Social

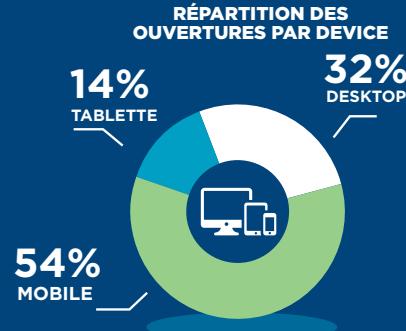
Responsable de
la commercialisation
des bases :

01 77 12 24 78
amadoudiallo@deux-trente.com
amss23

M^r DIALLO Amadou
Responsable des bases
de données

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

2 Bases de données
550 K d'adresses emails opt-in paternaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Tous-testeurs

Test-club

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes



TAILLE DE LA BASE OPT-IN PARTENAIRE ACTIVE À 90 JOURS
TAILLE DE LA BASE TOTALE OPT-IN PARTENAIRE
TAUX D'OUVERTURE MOYEN
TAUX DE CLICS MOYEN
PRESSION MOYENNE/ADRESSE EMAIL (PAR JOUR)



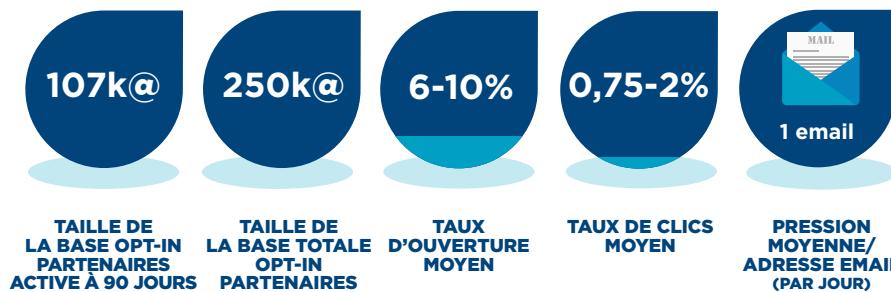
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Emploi/Formation | Enchères | Immobilier
- | Informatique/High tech | Jeux concours | Loterie | Minceur
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition | Obsèques | Panel
- | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Sport | Surf | Ventes privées



 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>

 THÉMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Emploi/Formation | Enchères | Immobilier
- | Informatique/High tech | Jeux concours | Loterie | Minceur
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition | Obsèques | Panel
- | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Sport | Surf | Ventes privées

RetailMeNot

Captez une audience à forte intention d'achat



BOOSTEZ VOS REVENUS ONLINE & IN-STORE
GRÂCE À NOS SOLUTIONS MULTICANALES



4,1 MILLIONS
DE VISITES PAR MOIS



3,2 MILLIONS
D'ABONNÉS AUX
NEWSLETTERS



259 MILLIONS D'€
DE REVENUS GÉNÉRÉS POUR
NOS PARTENAIRE FRANÇAIS EN 2016

ma **reduc**

 **poulpeo**
CASHBACK & REDUCTION

RetailMeNot

VOTRE PARTENAIRE
DE PROMOTION DIGITALE



3WREGIE
120/126 Quai de Bacalan
33067 Bordeaux
www.3wregie.eu

13 (Millions) d'emails opt-in
23 (Millions) de tél (fixe + mobile)
4,5 (Millions) de push SMS opt-in
40 (Millions) d'adresses postales
360 000 colis/mois via Cdiscount

Responsable de
la commercialisation
des bases :

05 40 54 33 81
marc.lagrandeur@3wregie.com
NC

M^r LAGRANDEUR Marc
Directeur 3WMD

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

10

Bases
de données



2 M

(Millions)
d'adresses emails
opt-in partenaires
(Actives à 90 jours)



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Cdiscount
Cardata
Immoinvest
Priceminister

Le rendez-vous
des ventes privées
Vivastreet
Wanimo

Webrivage
Mistergooddeal
SLS data

MODÈLES ÉCONOMIQUES :

CPM

NOM DE LA BASE : CDISCOUNT 1/10 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1361314

172k@

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRES
ACTIVE À 90 JOURS

NC k@

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRES

NC%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

NC%

TAUX DE CLICS
MOYEN

1,5 emails

PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR MOIS)

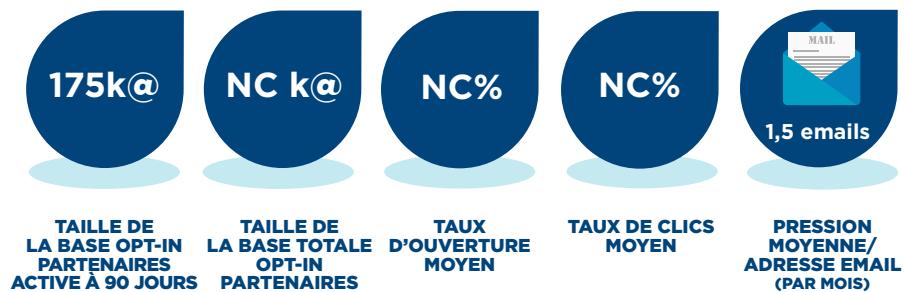
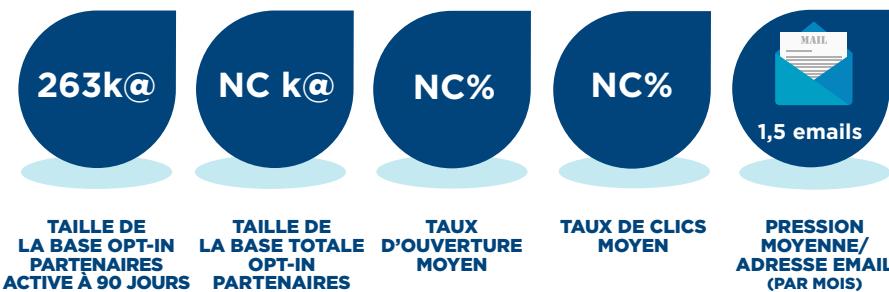


CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

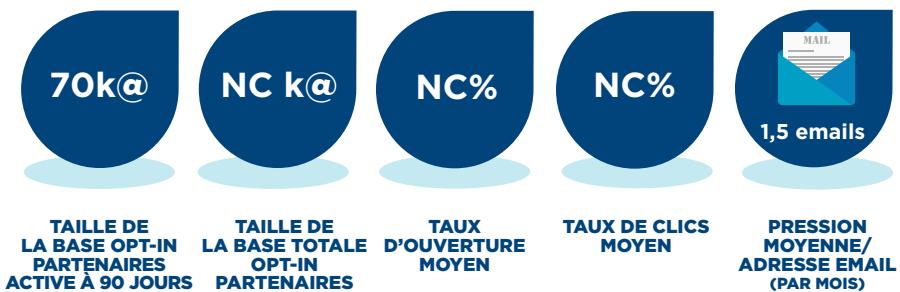
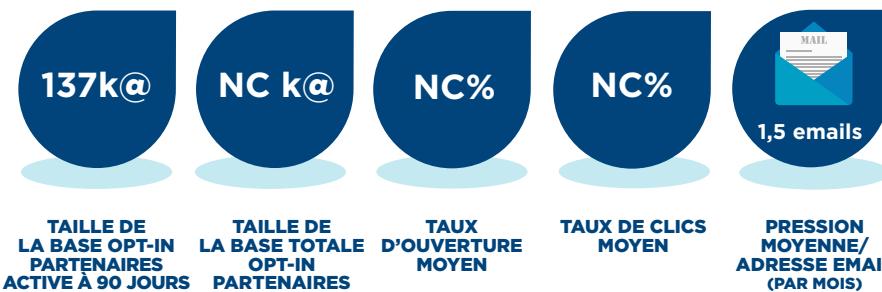
Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>

CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>

THEMATIQUES PERFORMANTES : NC

THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	OUI	✓
Critères BtoB	NON	✗



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

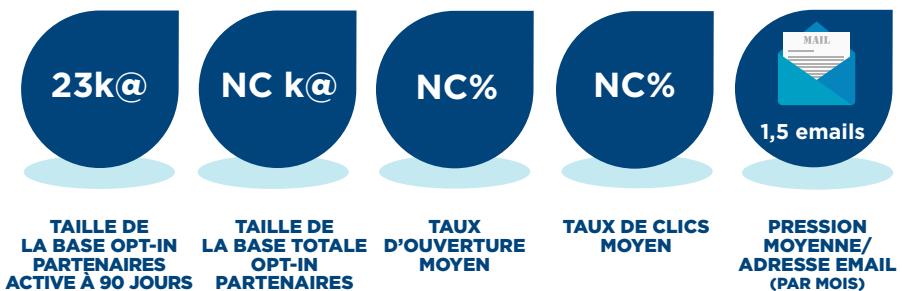
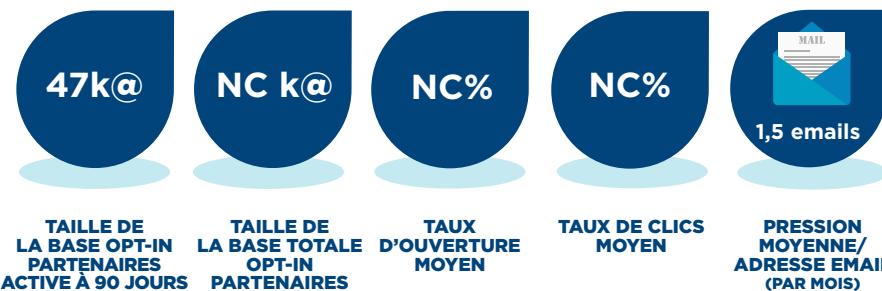
Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	NON	✗
Critères BtoB	NON	✗



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NON	
Civilité	OUI	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	
CSP	NON	
Critères BtoB	NON	

CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	
Civilité	OUI	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	
CSP	OUI	
Critères BtoB	NON	

THEMATIQUES PERFORMANTES : NC

THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



TAILLE DE LA BASE OPT-IN PARTENAIRES ACTIVE À 90 JOURS TAILLE DE LA BASE TOTALE OPT-IN PARTENAIRES TAUX D'OUVERTURE MOYEN TAUX DE CLICS MOYEN PRESSION MOYENNE/ADRESSE EMAIL (PAR MOIS)



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	OUI	✓
Critères BtoB	NON	✗



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



TAILLE DE LA BASE OPT-IN PARTENAIRES ACTIVE À 90 JOURS TAILLE DE LA BASE TOTALE OPT-IN PARTENAIRES TAUX D'OUVERTURE MOYEN TAUX DE CLICS MOYEN PRESSION MOYENNE/ADRESSE EMAIL (PAR MOIS)

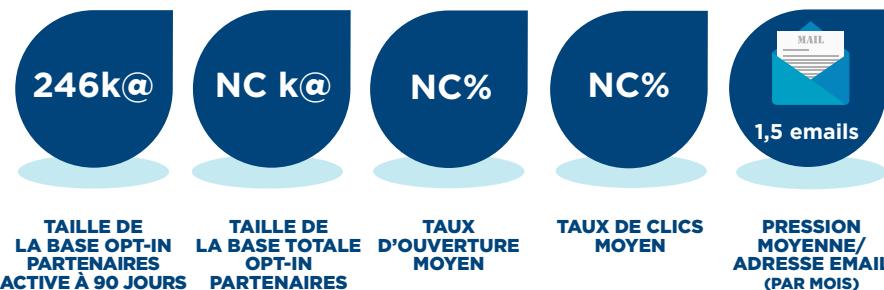


CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	OUI	✓
Critères BtoB	NON	✗



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	NON	✗
Critères BtoB	OUI	✓



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



NetAffiliation by Kwanko
ÉLUE MEILLEURE PLATEFORME D'AFFILIATION FRANCE
European Performance Marketing Awards 2016

LE PARTENAIRE DE VOTRE STRATÉGIE D'ACQUISITION ET DE MONÉTISATION B2C ET B2B

Tentez l'expérience Kwanko !

ANNONCEURS & AGENCES

- Gestion de vos campagnes, expertise de nos équipes
- Variété des leviers d'acquisition : Email marketing, comparateurs, émulateurs, display, social...
- Studio créa : vos htmls et landing pages responsives
- Nos outils exclusifs pour piloter votre ROI et optimiser vos investissements

ÉDITEURS

- Plus de 500 campagnes dans tous les secteurs d'activité
- Conseil dans le choix des meilleures campagnes
- Négociation des meilleures conditions de rémunération
- Équipe publisher dédiée



Ils nous font confiance



Contactez-nous dès maintenant : contact@kwanko.com

CIL

ACHETER-LOUER.FR

ACHETER-LOUER.FR
3 avenue du Canada
91940 Les ULIS

www.acheter-louer.fr

Responsable de
la commercialisation
des bases :

M^r RONDEAU Baptiste
Emailing Manager



01 60 92 96 20



brondeau@acheter-louer.fr



NC

NOM DE LA BASE : MA LETTRE IMMO 1/2 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1665846



226k@



NC k@



NC%



NC%



MAIL

NC

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRES
ACTIVE À 90 JOURS

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRES

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

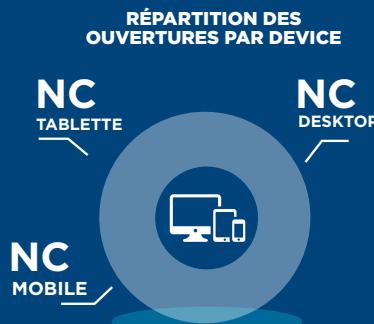
TAUX DE CLICS
MOYEN

PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

2

915 K

Bases
de donnéesd'adresses emails
opt-in partenaires

LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Ma lettre immo

Acheter-louer.fr

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



CPA1*

CPM

1* : fixe sur les ventes



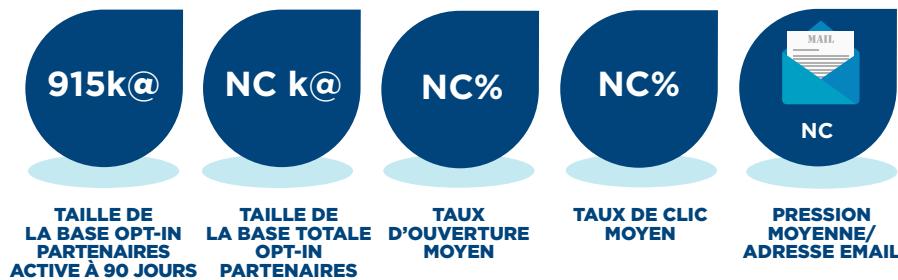
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
	70 000	
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	138 000	
Hommes	87 000	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
	226 000	
CSP	NON	<input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input type="checkbox"/>
Autres : Profil immobilier		



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Animaux | Assurances | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Immobilier | Mutuelles | Obsèques
- | Rachat de crédit | Senior



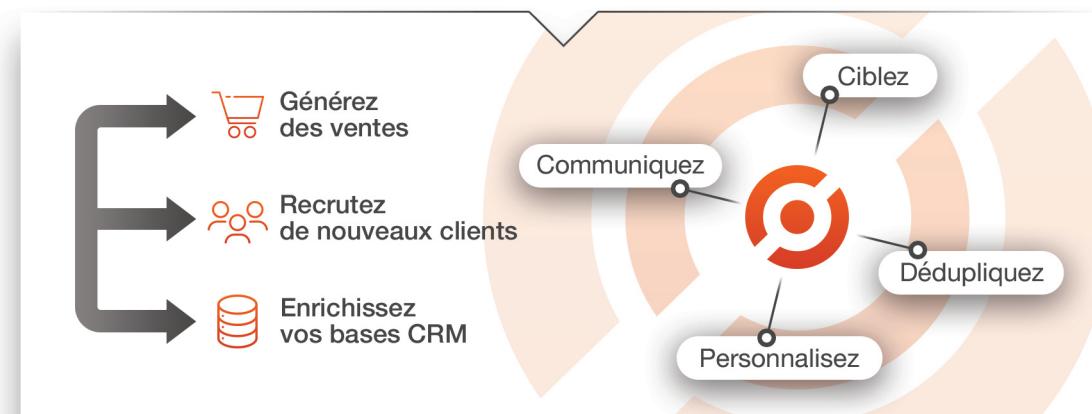
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
18-25 ans	12 167
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	520 000
Hommes	300 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	910 000
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Profil immobilier	

THEMATIQUES PERFORMANTES :

Défiscalisation | Immobilier | Financement

L'annonceur est Roi



 **11 Millions**
de consommateurs
attendent vos meilleures offres



Chiffres Clés

+1,2 Milliards d'emails routés par an / **21** bases opt-in / **42** ciblages thématiques / **+1300** annonceurs satisfaits

Actiplay.

ACTIPLAY
1 cours Xavier Arnozan
33000 Bordeaux

www.actiplay.com

Responsable de la commercialisation des bases :

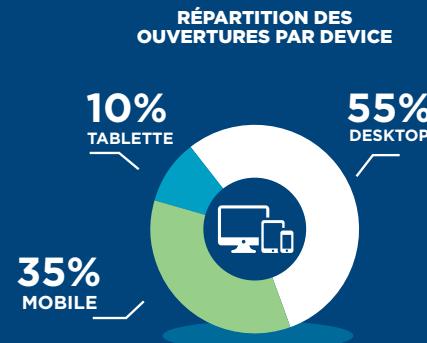
05 57 22 76 60
polemailing@concoursmania.com
live : cmery_1

Mr MERY Christophe
Responsable
Pôle Emailing

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

11 Bases de données


8 M (Millions) d'adresses emails opt-in partenaires

LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Ciblexo
Instant avantages
Parlons Filles
Panda guide

Concours
Consomalin
Ma tribu & Moi
Plein d'Astu

Zero euro
Soirée Filles
Gagner

MODÈLES ÉCONOMIQUES :

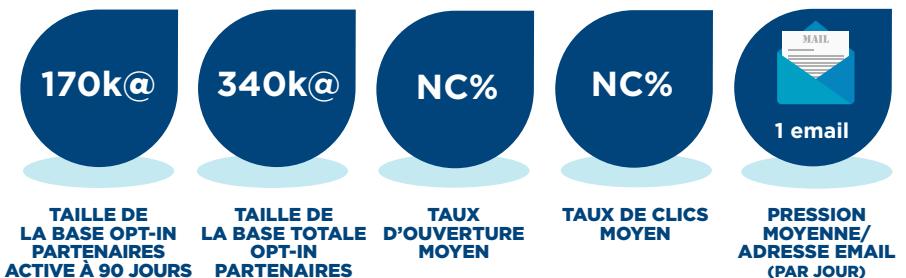
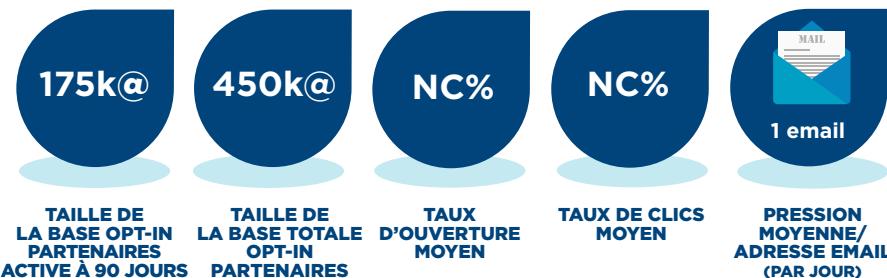


CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>

THEMATIQUES PERFORMANTES :

- Actualité | Alimentaire | Assurances | Automobile | Banque
- Deals | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- Loterie | Maison/Jardin/Déco | Mobile content | Mode/Accessoires
- Mutuelles | Panel | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior
- Shopping Femme | Shopping Homme | Sondages | Vente en ligne
- Ventes privées | Voyage/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



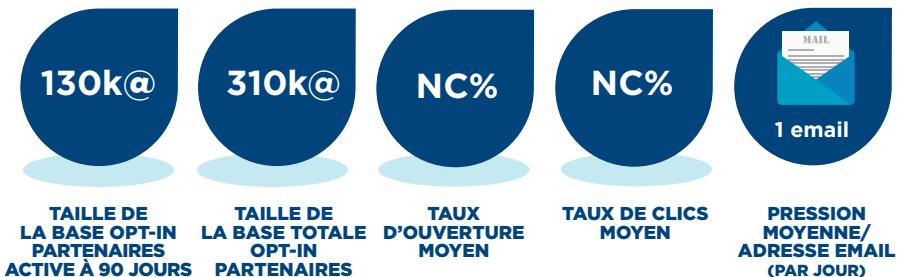
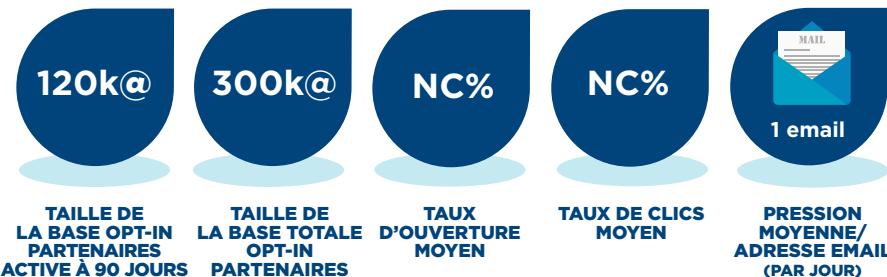
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Actualité | Alimentaire | Assurances | Automobile | Banque
- | Deals | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Mobile content | Mode/Accessoires
- | Mutuelles | Panel | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sondages | Vente en ligne
- | Ventes privées | Voyage/Tourisme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Actualité | Alimentaire | Assurances | Automobile | Banque
- | Deals | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Mobile content | Mode/Accessoires
- | Mutuelles | Panel | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sondages | Vente en ligne
- | Ventes privées | Voyage/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



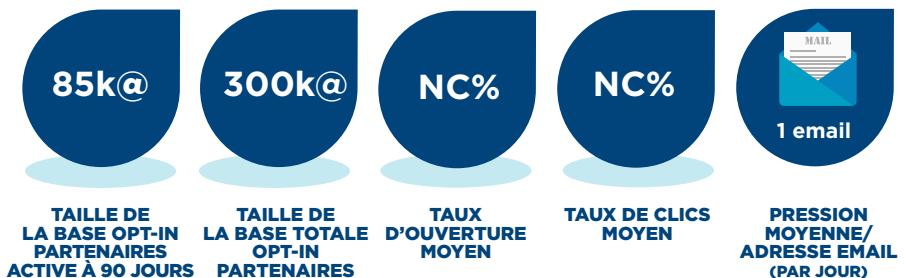
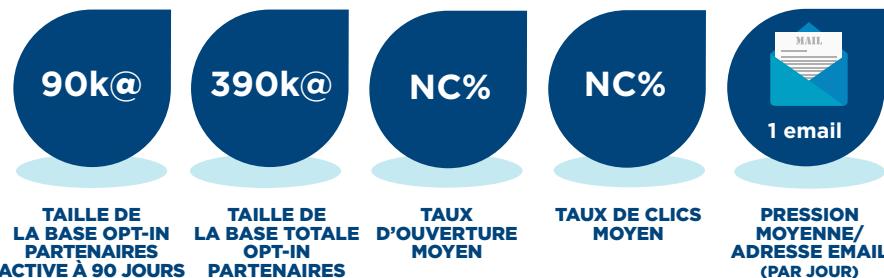
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Actualité | Alimentaire | Assurances | Automobile | Banque
- | Deals | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Mobile content | Mode/Accessoires
- | Mutuelles | Panel | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sondages | Vente en ligne
- | Ventes privées | Voyage/Tourisme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Actualité | Alimentaire | Assurances | Automobile | Banque
- | Deals | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Mobile content | Mode/Accessoires
- | Mutuelles | Panel | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sondages | Vente en ligne
- | Ventes privées | Voyage/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



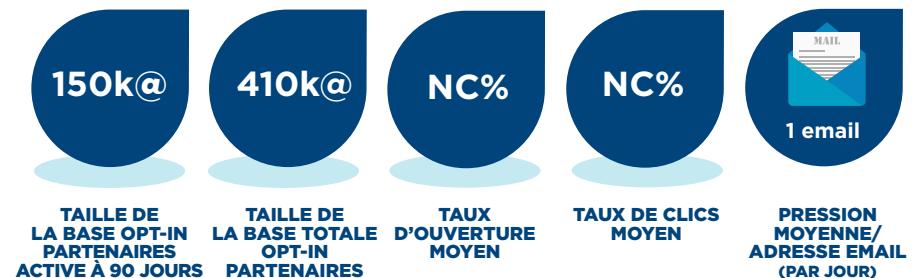
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Actualité | Alimentaire | Assurances | Automobile | Banque
- | Deals | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Mobile content | Mode/Accessoires
- | Mutuelles | Panel | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sondages | Vente en ligne
- | Ventes privées | Voyage/Tourisme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Actualité | Alimentaire | Assurances | Automobile | Banque
- | Deals | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Mobile content | Mode/Accessoires
- | Mutuelles | Panel | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sondages | Vente en ligne
- | Ventes privées | Voyage/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



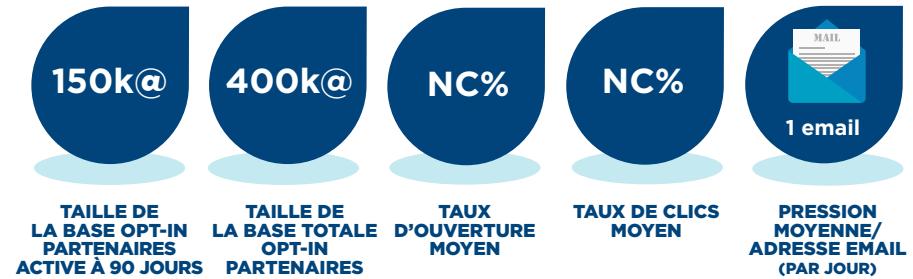
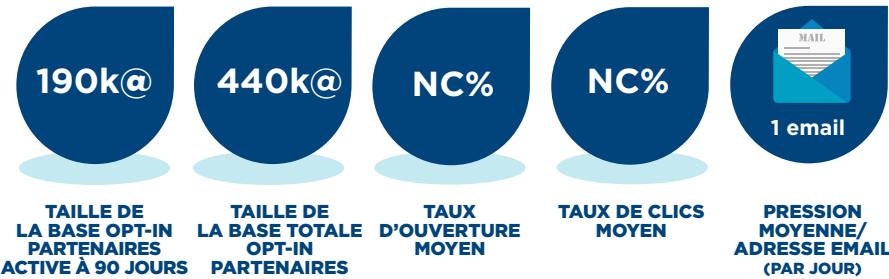
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Actualité | Alimentaire | Assurances | Automobile | Banque
- | Deals | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Mobile content | Mode/Accessoires
- | Mutuelles | Panel | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sondages | Vente en ligne
- | Ventes privées | Voyage/Tourisme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Actualité | Alimentaire | Assurances | Automobile | Banque
- | Deals | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Mobile content | Mode/Accessoires
- | Mutuelles | Panel | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sondages | Vente en ligne
- | Ventes privées | Voyage/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Actualité | Alimentaire | Assurances | Automobile | Banque
- | Deals | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Mobile content | Mode/Accessoires
- | Mutuelles | Panel | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sondages | Vente en ligne
- | Ventes privées | Voyage/Tourisme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Actualité | Alimentaire | Assurances | Automobile | Banque
- | Deals | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Mobile content | Mode/Accessoires
- | Mutuelles | Panel | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sondages | Vente en ligne
- | Ventes privées | Voyage/Tourisme



AKEZIO
684 avenue du club hippique
13090 Aix en Provence

www.officiel-des-vacances.com

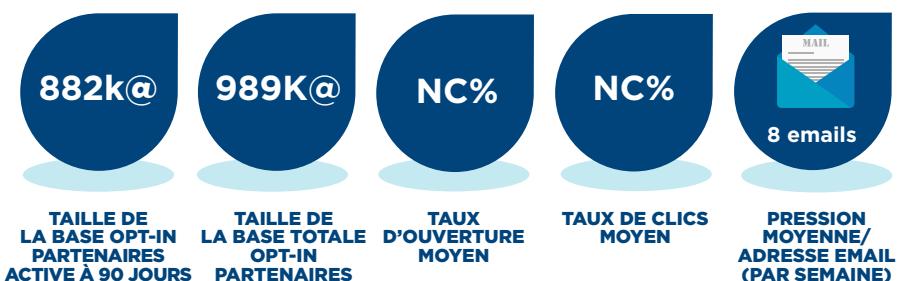
Responsable de
la commercialisation
des bases :

04 86 22 01 34

jxuereb@officiel-des-vacances.com

Mme XUEREB Jennifer
Responsable Régie

jennODV



SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1

Base
de données

989 K

d'adresses emails
opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Officiel des vacances

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NON
Civilité	NC
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI
Codes postaux	628 000
CSP	OUI
CSP+	400 000
Critères BtoB	OUI
Autres : Comportemental voyage	



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Voyage/Tourisme



ALGORITHMEDIA
Corso V. Marini 23
Alessandria (15121)
Italie
www.algorithmedia.com

Responsable de la commercialisation des bases :
M^{me} MILIONI Gaia
Product Manager

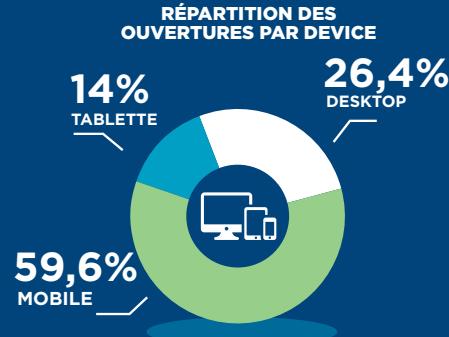
0039 -131232089
gaia.milioni@algorithmedia.com
gaia.milioni@hotmail.it

2 (Millions) d'inscrits sur l'ensemble du réseau - 1M de pages visitées par jour - 700K fans Facebook - 500K visiteurs uniques par jour

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1
Base de données

165 K
d'adresses emails opt-in partenaires



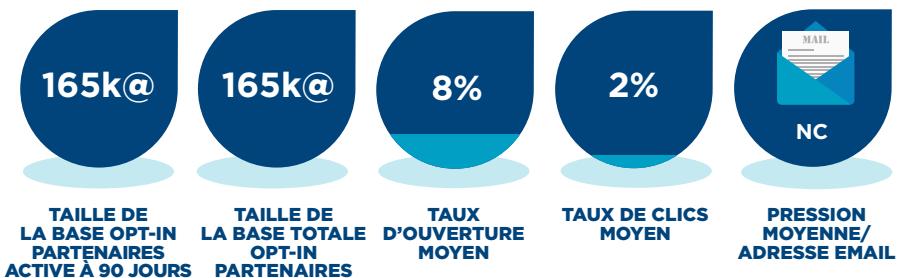
LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

EchantillonsGratuits.fr

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



NOM DE LA BASE : ECHANTILLONSGRATUITS.FR 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>

THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Deals | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Panel | Santé/Beauté | Shopping Femme



AMBRE MARKETING
68 rue Sainte
13001 Marseille

www.ambre-marketing.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :

M^{me} DAVY Claire
Gérante

04 91 55 02 61
ambre@ambre-marketing.com
ambremarketing

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

4

Bases
de données

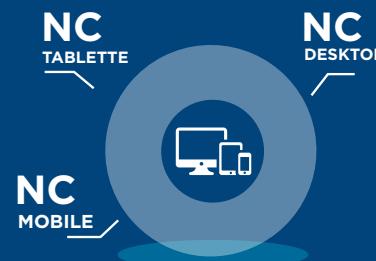


NC

d'adresses emails
opt-in partenaires



RÉPARTITION DES OUVERTURES PAR DEVICE



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Jadeshoping

Lignemobile

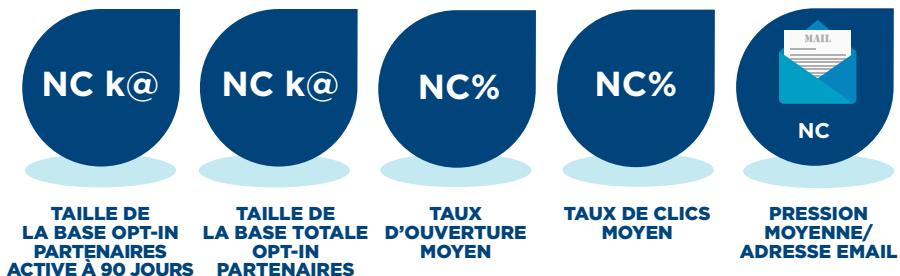
quelforfait

soglamshopping

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes



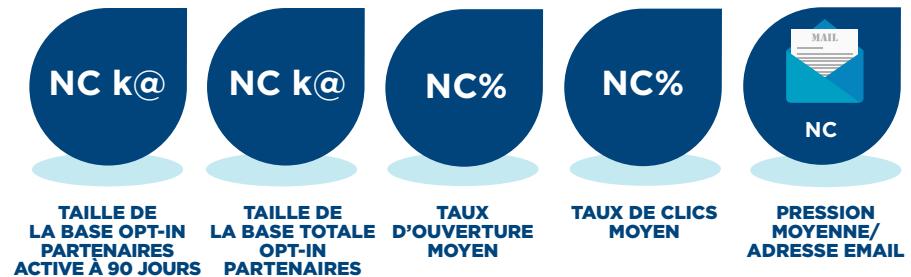
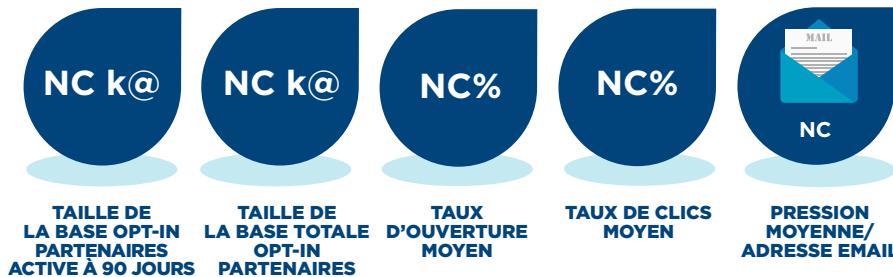
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Assurances | Crédit | Emploi/Formation | Jeux concours
| Mode/Accessoires | Senior | Shopping Femme | Shopping Homme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



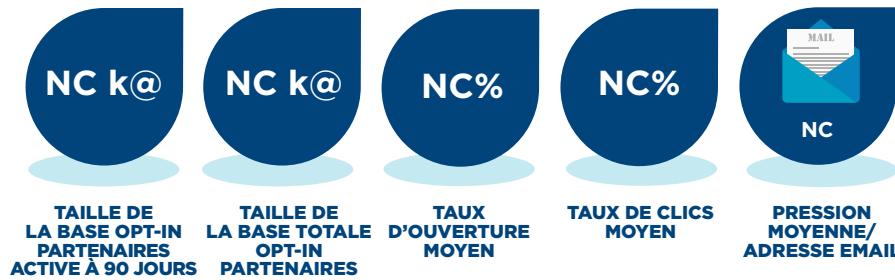
THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Assurances | Crédit | Emploi/formation | Mutuelles | Santé/beauté | Shopping femme | Shopping homme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Assurances | Crédit | Emploi/formation | Mutuelles | Santé/beauté | Shopping femme | Shopping homme



 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI 
Civilité	OUI 
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI 
CSP	NON 
Critères BtoB	NON 

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- |  Assurances |  Crédit |  Emploi/formation |  Mutuelles |  Santé/beauté
- |  Shopping femme |  Shopping homme



zanox.  affiliatewindow 

We Power Connections

Awin est un réseau international de marketing à la performance et le nouveau nom des réseaux zanox et Affiliate Window.

Opérant sur les secteurs du E-commerce, des Télécoms, du Voyage et de la Finance, Awin a généré 6,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires pour ses annonceurs et 377 millions d'euros pour ses éditeurs au cours du dernier exercice.

Contactez-nous pour savoir comment nous pouvons vous aider.

 6 000
Annonceurs

 15 Marchés
Internationaux

 100 000
Editeurs actifs

 6,2 milliards €
Chiffre d'affaires
annonceurs



ANTEVENIO PUBLICITE
62 bis rue des Peupliers 92100
Boulogne-Billancourt

www.antevenio.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :
Mr KERAVAL Lan

DG associé

06 37 01 39 44
lkeraval@antevenio.com
lan.keraval

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

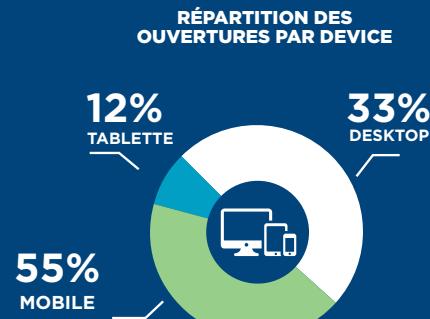
4

Bases
de données



5 M

(Millions)
d'adresses emails
opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

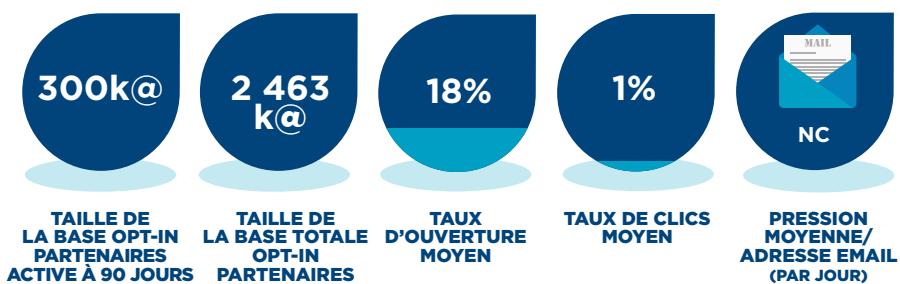
Inviputus

Jobenstock

Labelforme

Le Globe Trotteur

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



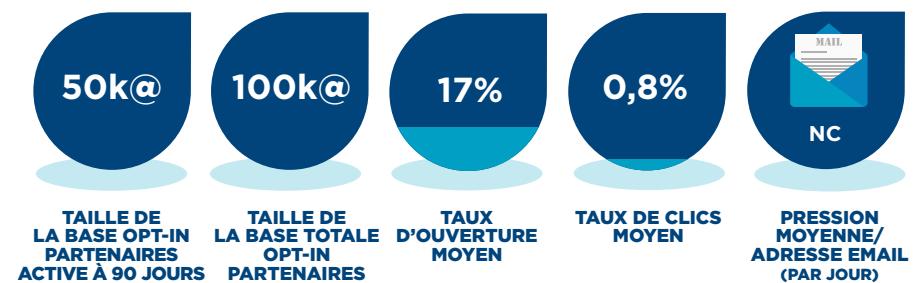
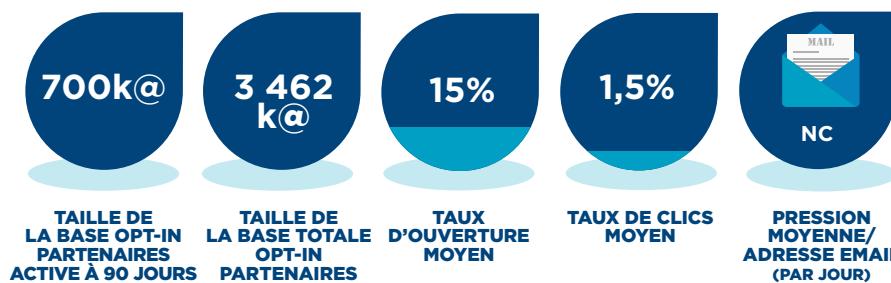
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	☒
18-25 ans	270 000	
25-35 ans	712 000	
35-50 ans	906 000	
50 ans et +	515 000	
Civilité	OUI	☒
Femmes	2 404 000	
Hommes	59 000	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	☒
	2 463 000	
CSP	NON	☒
Critères BtoB	NON	☒
Autres : Intérêt shopping (prix & marque), Numéro mobile		



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Shopping femme | Mode/Accessoires | Ventes privées | Deals
| Emploi/Formation | Informatique/High tech



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
18-25 ans	1 005 000	
25-35 ans	985 000	
35-50 ans	857 000	
50 ans et +	615 000	
Civilité	OUI	✓
Femmes	2 343 000	
Hommes	1 119 000	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
	3 462 000	
CSP	NON	✗
Critères BtoB	NON	✗
Autres : Niveau d'études/formation, Numéro mobile		



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | ✓ Emploi/Formation | ✓ Automobile | ✓ Assurances
- | ✓ Informatique/High tech



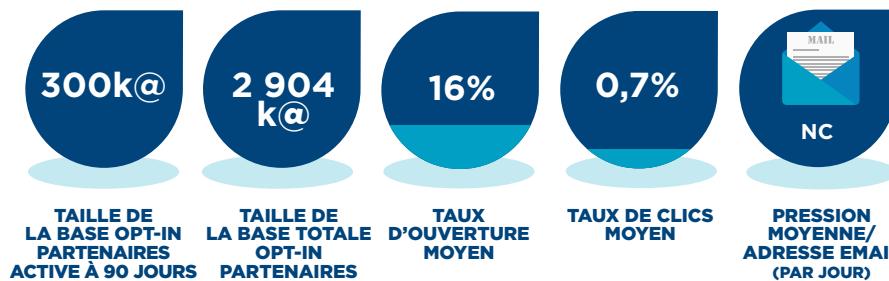
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
18-25 ans	22 000	
25-35 ans	26 000	
35-50 ans	31 000	
50 ans et +	21 000	
Civilité	OUI	✓
Femmes	66 000	
Hommes	34 000	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
	100 000	
CSP	NON	✗
Critères BtoB	NON	✗
Autres : Activité sportive pratiquée, Numéro mobile		



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | ✓ Santé & Beauté | ✓ Minceur | ✓ Nutrition | ✓ Sport



 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
18-25 ans	424 000
25-35 ans	818 000
35-50 ans	919 000
50 ans et +	742 000
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	1 251 000
Hommes	1 653 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	2 904 000
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Intérêt voyage (prix & destination)	

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

Voyage/Tourisme | Panel | Jeux concours | Immobilier



ATTRIBUTION
MULTITOUCH
CONTRIBUTION
DES LEVIERS
AIDE À LA
DECISION

-  Réduction des coûts d'acquisition
-  Visibilité complète de la customer journey
-  Compréhension du mix marketing omnichannel





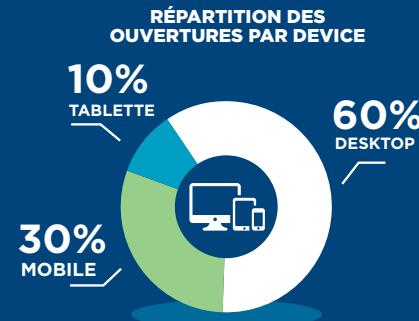
ASSURAGENCY
74 allée Helsinki
83500 La Seyne sur mer
www.assuragency.net

Responsable de la commercialisation des bases :
Mlle LALLEMENT Coralie
Responsable Marketing

04 83 36 81 10
coralie.lallement@assuragency.com
coralie.lallement

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1 Base de données
500 K d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

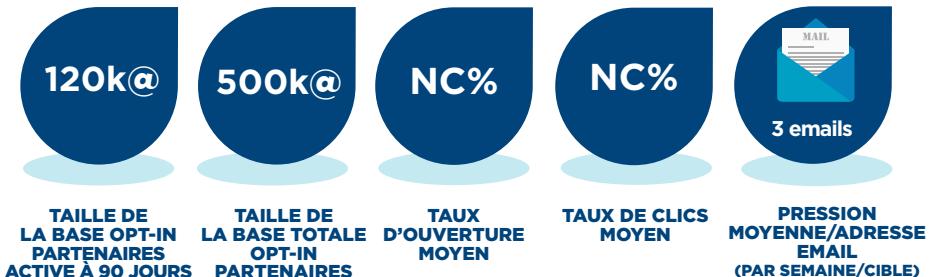
Assuragency

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

NOM DE LA BASE : ASSURAGENCY 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 876740



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	60 000
Hommes	60 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Autre : Propriétaire, Nombre d'enfants, Nombre de crédits en cours, Profession	

THEMATIQUES PERFORMANTES :

Animaux | Assurances | Automobile | Crédit | Emploi/Formation
 Immobilier | Mutualistes | Rachat de crédit | Rencontre | Senior |
 Voyage/Tourisme

autobiz

AUTOBIZ
15-19 Quai Gallieni
92150 Suresnes

www.vendre.autobiz.fr
350k VU / mois

Responsable de
la commercialisation
des bases :

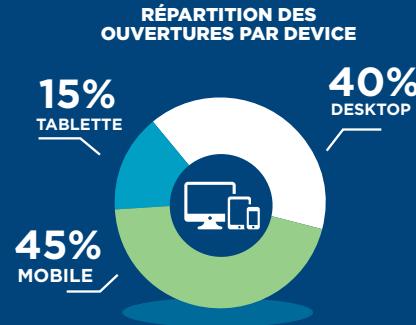
M^{me} BARZANI-GUENOUN Ikram
Responsable Monétisation

07 60 55 22 80
i.barzani@autobiz.com
Ikram Barzani-Guenoun

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1
Base de données

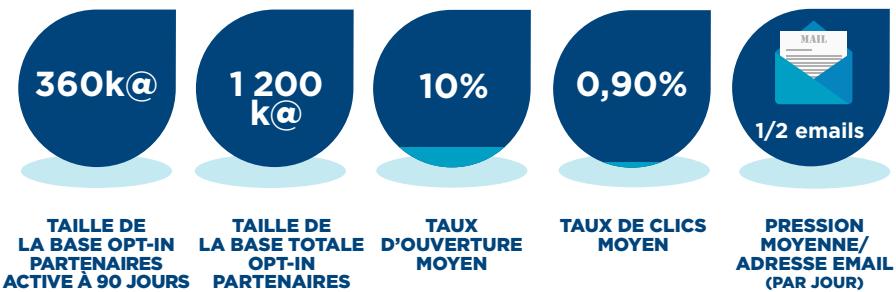

1,2 M
(Million) d'adresses emails opt-in partenaires


**LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :**

Autobiz

MODÈLES ÉCONOMIQUES :

1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes


 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NON 
Civilité	OUI 
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI 
CSP	NON 
Critères BtoB	NON 

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- |  Animaux |  Assurances |  Automobile |  Crédit |  Deals
- |  Défiscalisation |  Immobilier |  Informatique/High tech
- |  Maison/Jardin/Déco |  Minceur |  Mobile content |  Mode/Accessoires |  Mutuelles |  Obsèques |  Professionnel |  Rachat de crédit | Rencontre
- | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Sport | Voyage/Tourisme | Ventes privées



AVENTERS
86 bis,
rue de la République
92800 Puteaux
www.dromadaire.com
20M de VU par an /
1,2M d'adresses
opt-in partenaires actives

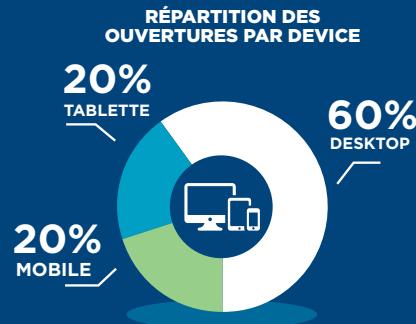
Responsable de
la commercialisation
des bases :
Mr NIKOU Alexandre
Chef de projets

01 49 67 05 53
anikou@aventers.net
alexandrenikou.braderie

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

6 Bases de données

4,8 M (Millions) d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Braderie
Le Magfemmes

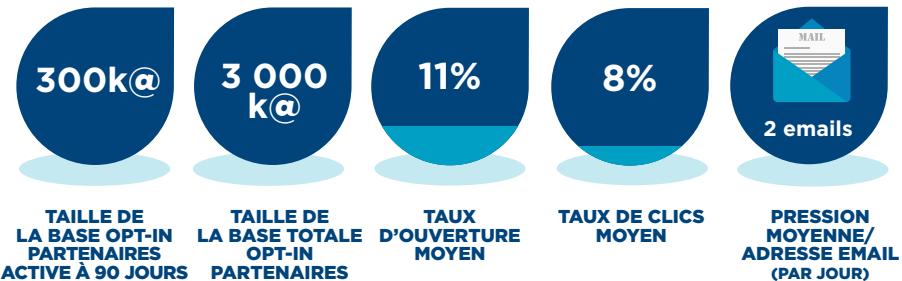
Tendances&Vous
La Pie Shoppeuse

Mon Envie du Jour
Top du Shop

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



NOM DE LA BASE : BRADERIE 1/6 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 608505



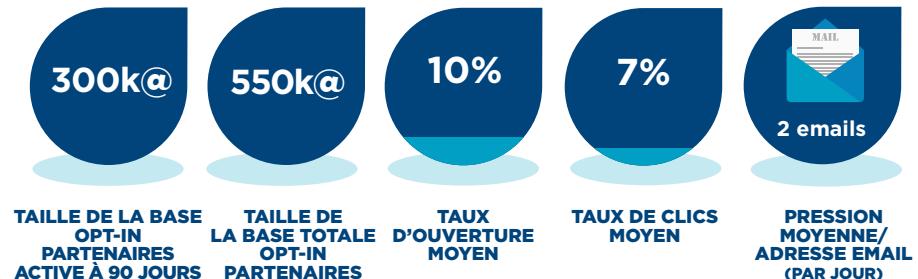
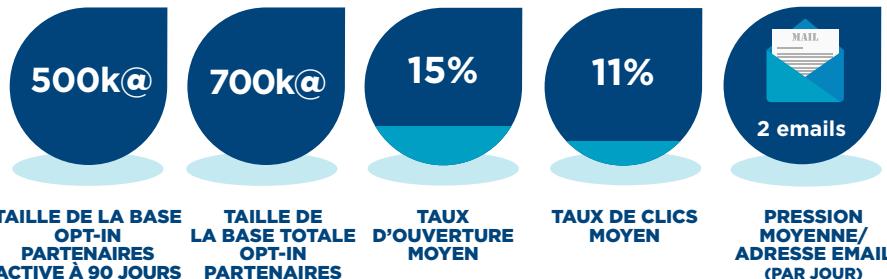
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI
15-24 ans	11 000
25-39 ans	55 000
40-54 ans	120 000
55 ans et plus	60 000
Civilité	OUI
Femmes	275 000
Hommes	25 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON
Critères socio-professionnels (CSP)	NON
Critères BtoB	NON
Autre : Centres d'intérêts	



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Assurances | Immobilier
- | Maison/Jardin/Déco | Mode/Accessoires | Mutuelles | Obsèques
- | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI 
15-24 ans	17 000
25-39 ans	62 000
40-54 ans	155 000
55 ans et plus	70 000
Civilité	OUI 
Femmes	500 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI 
Critères socio-professionnels (CSP)	NON 
Critères BtoB	NON 
Autre : Centres d'intérêts	

CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

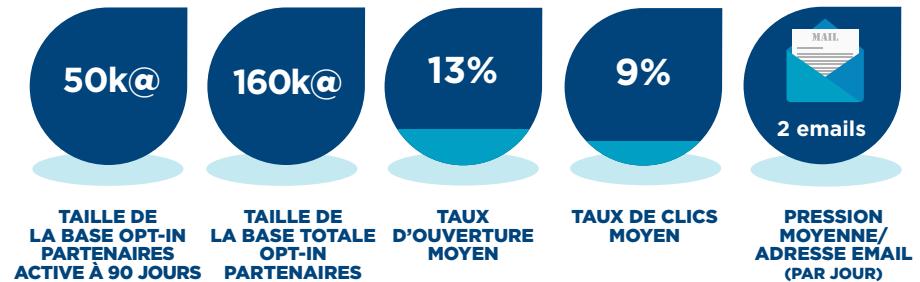
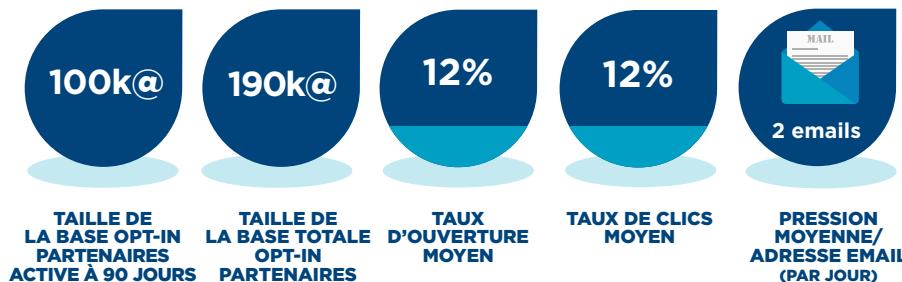
Age	OUI 
15-24 ans	9 000
25-39 ans	44 000
40-54 ans	140 000
55 ans et plus	50 000
Civilité	OUI 
Femmes	150 000
Hommes	150 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON 
Critères socio-professionnels (CSP)	NON 
Critères BtoB	NON 
Autre : Centres d'intérêts	

THÉMATIQUES PERFORMANTES :

- Alimentaire | Animaux | Assurances | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition | Obsèques | Santé/Beauté
- Senior | Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme

THÉMATIQUES PERFORMANTES :

- Alimentaire | Assurances | Automobile | Immobilier
- Maison/Jardin/Déco | Mode/Accessoires | Mutuelles | Rachat de crédit
- Santé/beauté | Senior | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport
- Voyage/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
15-24 ans	4 000
25-39 ans	9 000
40-54 ans	30 000
55 ans et plus	45 000
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	85 000
Hommes	15 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	


CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

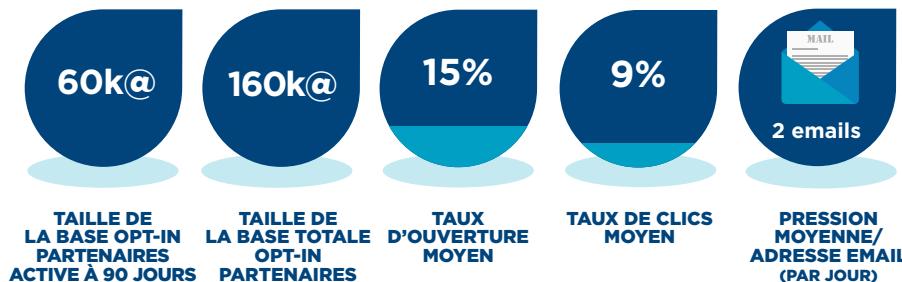
Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
15-24 ans	2 000
25-39 ans	7 000
40-54 ans	33 000
55 ans et plus	12 000
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	45 000
Hommes	5 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	


THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Assurances | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition | Obsèques | Santé/beauté
- | Senior | Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme


THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Maison/Jardin/Déco | Mode/Accessoires
- | Mutuelles | Santé/beauté | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
15-24 ans	3 000
25-39 ans	9 000
40-54 ans	30 000
55 ans et plus	13 000
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	52 000
Hommes	8 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Assurances | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Santé/beauté | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Voyage/Tourisme |

**BOOSTEZ
VOTRE ACQUISITION
AVEC CALOGA**

.....

PIUSSANCE **MAÎTRISE**
DÉONTOLOGIE **CIBLAGE**



BELINKS
22 rue Basse
59000 Lille
www.belinks.fr

Responsable de la commercialisation des bases :
Mr MAUX Bertrand
CEO

06 99 85 00 86
bmaux@belinks.fr
bertrand.maux

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

13

Bases de données



1 M

(Million) d'adresses emails opt-in partenaires



RÉPARTITION DES OUVERTURES PAR DEVICE



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Promodisiac
Comptoir des marques
Alphonse et Lucie
Mademoiselle Shopping
Cerise club

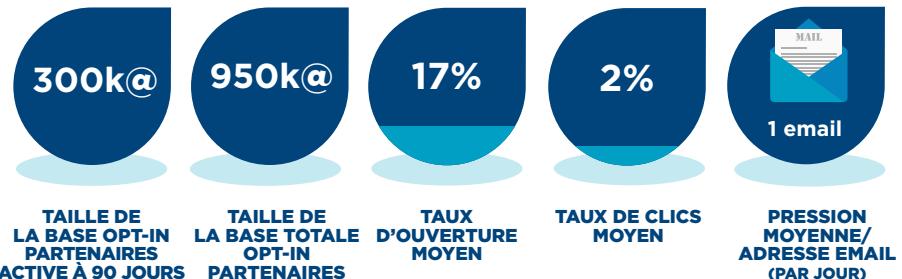
Consochic
Le coin des marques
Les Malices
Shopping Privilège
La Folie des marques

Idylle Shopping
Chef cuistot
Boulevard shopping

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes



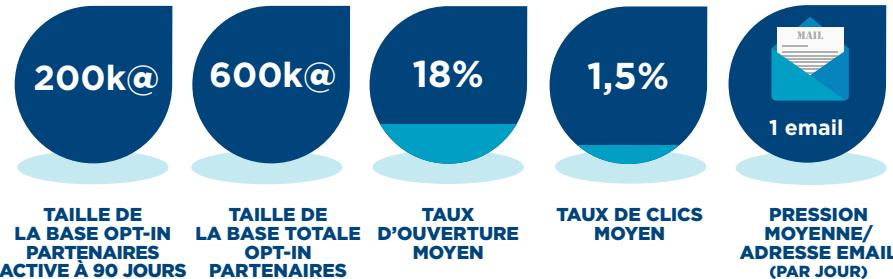
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	210 000
Hommes	90 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Informatique/High Tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées

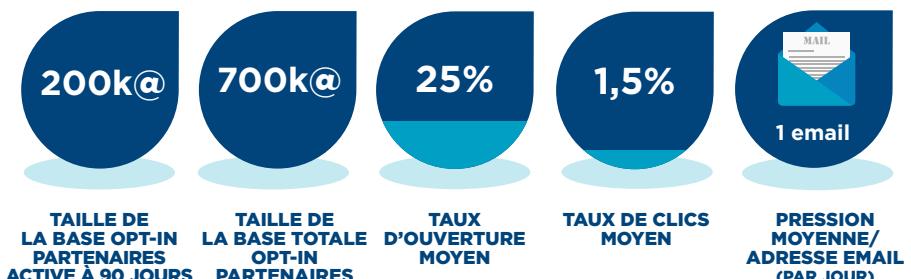


 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	140 000
Hommes	60 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Informatique/High Tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées

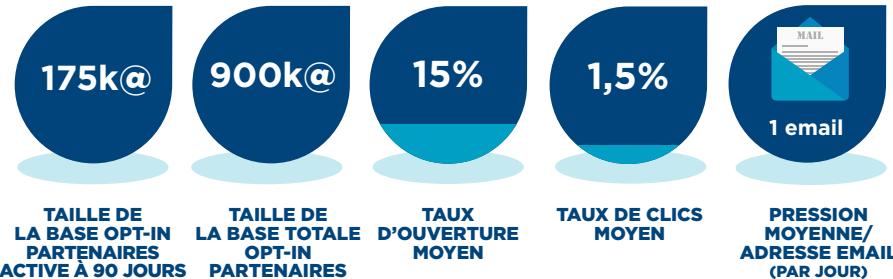


 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	120 000
Hommes	80 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Informatique/High Tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées

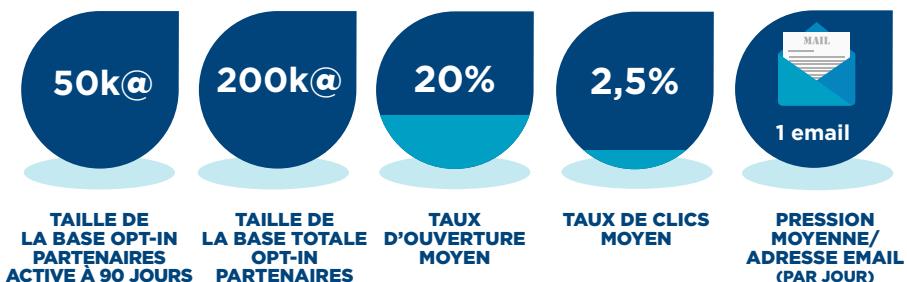


 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	140 000
Hommes	35 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Informatique/High Tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées

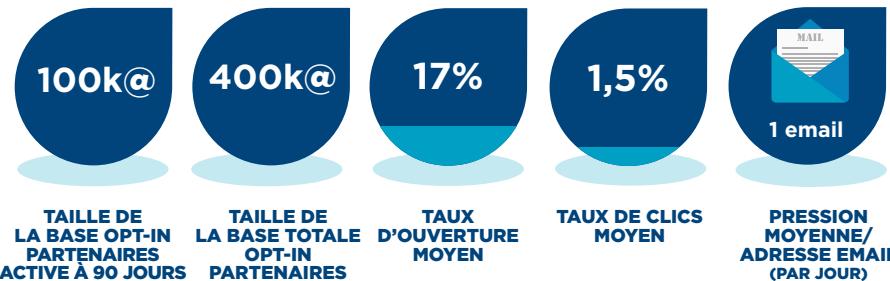


 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	35 000
Hommes	25 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Informatique/High Tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées

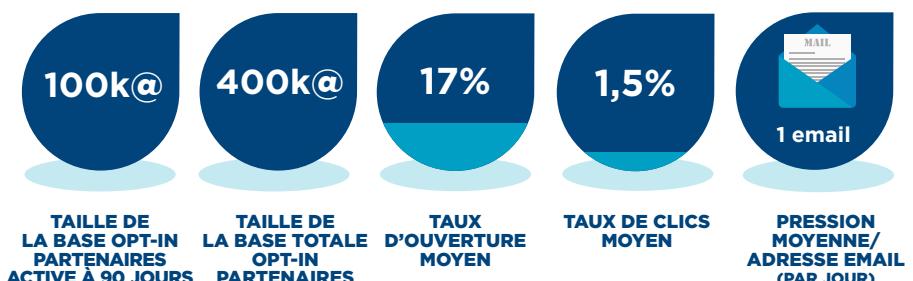


 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	70 000
Hommes	30 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Informatique/High Tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées

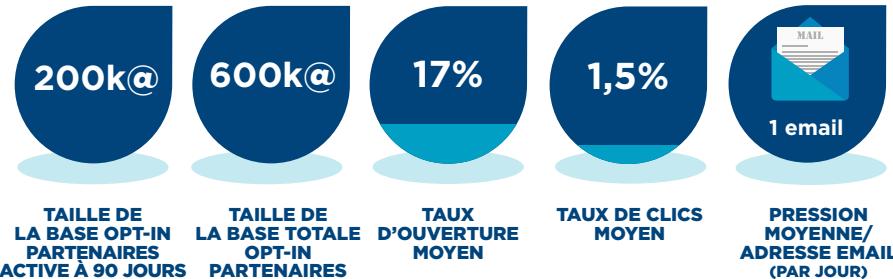


 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	70 000
Hommes	30 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	

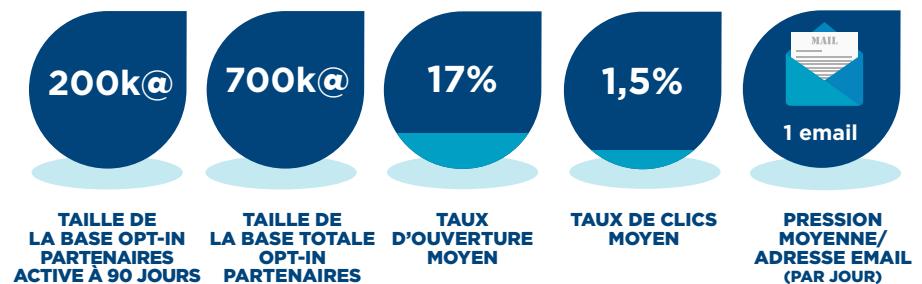
 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Informatique/High Tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées



 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	140 000
Hommes	60 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	



 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

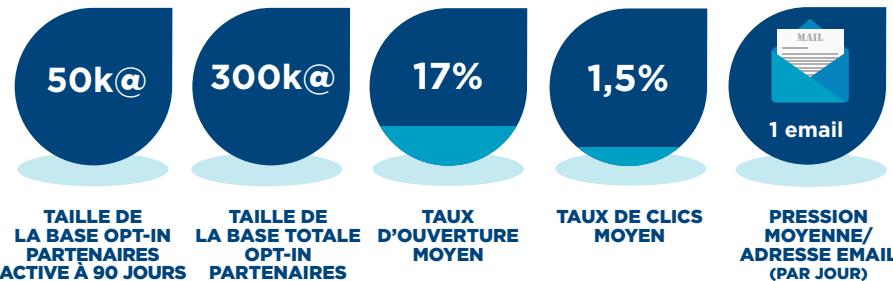
Age	NC
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	140 000
Hommes	60 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Informatique/High Tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Informatique/High Tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées

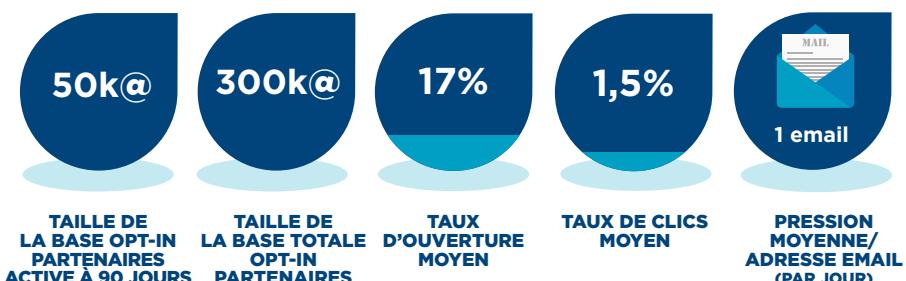


 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	35 000
Hommes	25 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Informatique/High Tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées

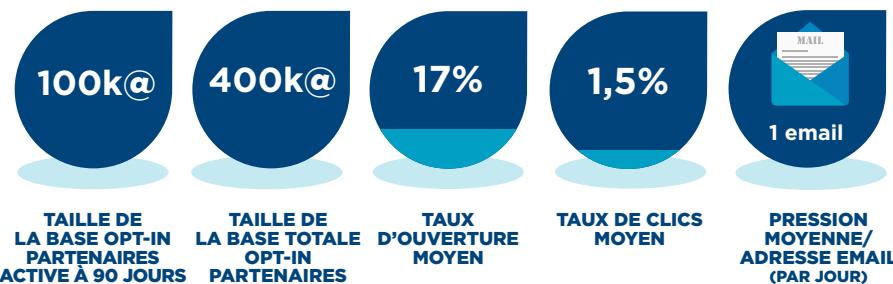


 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	35 000
Hommes	25 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Informatique/High Tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées

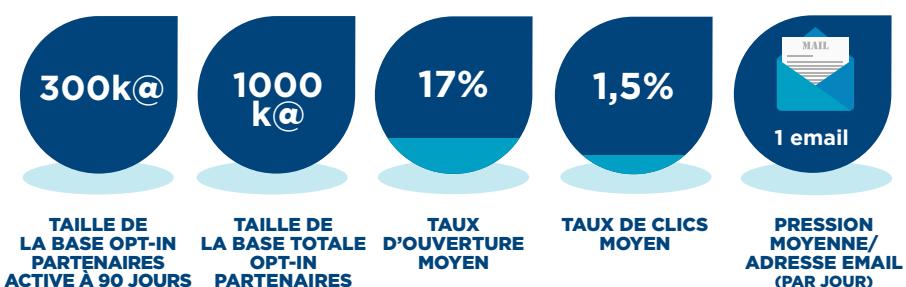


 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	70 000
Hommes	30 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Informatique/High Tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées



 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	210 000
Hommes	90 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>
Autre : Centres d'intérêts	

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Informatique/High Tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées

Bilendi

BILENDI
3 rue d'Uzès
75002 Paris
www.maximiles.com

Responsable de la commercialisation des bases :
M^{me} LANZA Fabienne
Directrice commerciale
Media Web & Mobile

01 44 88 91 76
f.lanza@bilendi.com
fabienne.bilendi

Chiffres clés : Maximiles est la plateforme de fidélisation web et mobile N^o1 en Europe avec 8 (Millions) de membres répartis en France, au Royaume-Uni, en Espagne et en Italie

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1 Base de données


1,3 M (Million) d'adresses emails opt-in partenaires



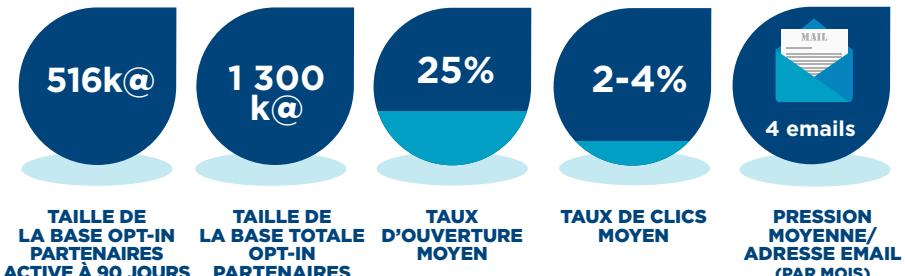

LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Maximiles France

MODÈLES ÉCONOMIQUES :

CPM

NOM DE LA BASE : MAXIMILES 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1689800VO



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	334 000
Hommes	182 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>

Autre : 300 autres critères (Maison, Auto, Voyage, Tabac, Animaux, Médias, Internet, Beauté/Santé, Shopping, Loisirs, Assurances, Environnement, Foyers, Intentions)



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



BORN4WEB
Rue de Tenremonde
59800 Lille
www.born4web.fr

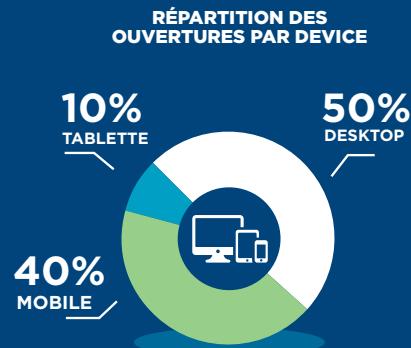
Responsable de
la commercialisation
des bases :
M^r WAUQUIER Ludovic
Gérant

06 64 09 97 21
ludovic@born4web.fr
ludovic.wauquier

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1
Base de données

1 M
(Million)
d'adresses emails
opt-in partenaires



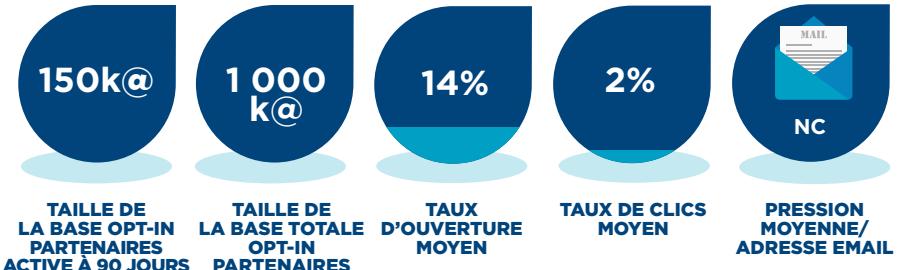
LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Mes bons plans

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



NOM DE LA BASE : MES BONS PLANS 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NC	
Critères BtoB	NC	



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Deals | Enchères | Informatique/High tech
- | Maison/Jardin/Déco | Mode/Accessoires | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport | Voyage/Tourisme
- | Ventes privées



CALOGA
170 rue Raymond
Losserand
75014 PARIS
www.caloga.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :

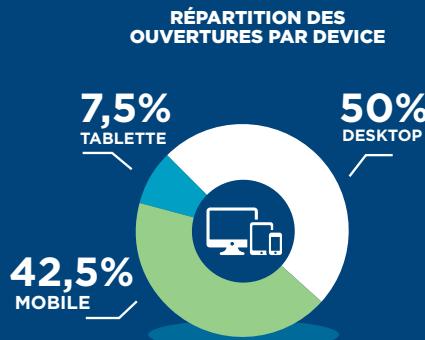
M^r BALOIS William
Directeur Clients

01 40 52 36 74
wbalois@caloga.com
NC

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

4 Bases de données

10 M (Millions) d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Caloga

Basylo

Zeplan

Vozeko

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

3 500 k@

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRE
ACTIVE À 90 JOURS

NC k@

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRE

NC%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

NC%

TAUX DE CLICS
MOYEN

NC

PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL



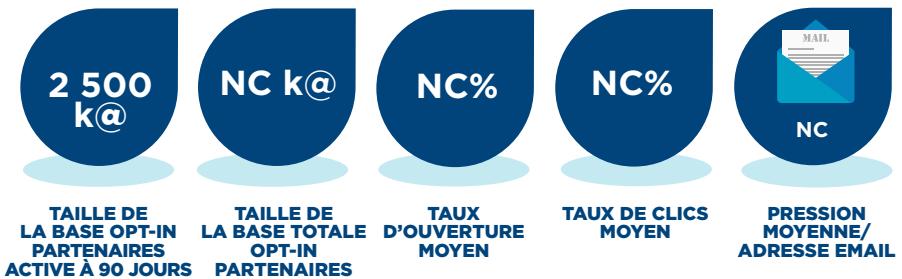
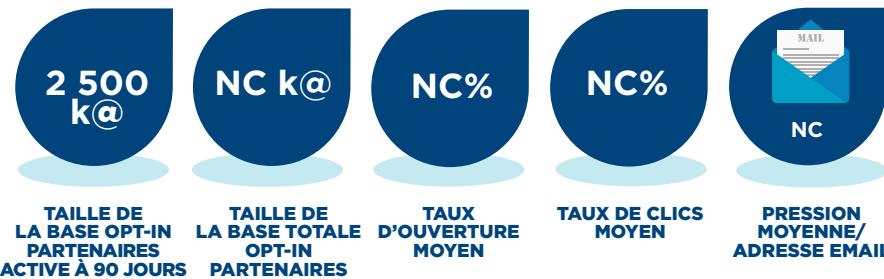
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Ciblages thématiques, Intentonnistes		



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Assurances | Automobile | Banque | Santé/Beauté | Crédit
- | Défiscalisation | Energie | Formation | Immobilier
- | Minceur | Mutuelles | Rencontre | Santé | Sécurité
- | Shopping Homme | Shopping Femme | Sondages | Télécom
- | Travaux | Vente en ligne | Ventes privées | Voyages/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Ciblages thématiques, Intentionnistes	



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Ciblages thématiques, Intentionnistes	



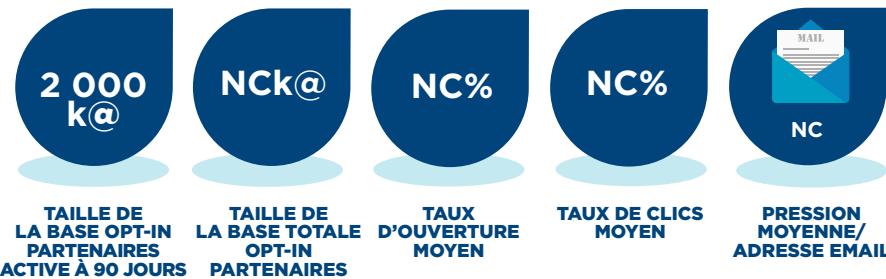
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Assurances | Automobile | Banque | Santé/Beauté | Crédit
- | Défiscalisation | Energie | Formation | Immobilier
- | Minceur | Mutuelles | Rencontre | Santé | Sécurité
- | Shopping Homme | Shopping Femme | Sondages | Télécom
- | Travaux | Vente en ligne | Ventes privées | Voyages/Tourisme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Assurances | Automobile | Banque | Santé/Beauté | Crédit
- | Défiscalisation | Energie | Formation | Immobilier
- | Minceur | Mutuelles | Rencontre | Santé | Sécurité
- | Shopping Homme | Shopping Femme | Sondages | Télécom
- | Travaux | Vente en ligne | Ventes privées | Voyages/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Ciblages thématiques, Intentionnistes	



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Assurances | Automobile | Banque | Santé/Beauté | Crédit
- | Défiscalisation | Energie | Formation | Immobilier
- | Minceur | Mutuelles | Rencontre | Santé | Sécurité
- | Shopping Homme | Shopping Femme | Sondages | Télécom
- | Travaux | Vente en ligne | Ventes privées | Voyages/Tourisme

DATADRIVEN

PERSONALISATION

CUSTOMER LIFETIME VALUE

INSIGHTS

CROSS DEVICE

DRIVE TO STORE

CONTENT MARKETING

Porter l'affiliation et les leviers d'acquisition à un niveau stratégique

Influencer de nouveaux consommateurs tout au long du processus de décision.

Nous créons pour nos clients des stratégies sur mesure en valorisant l'ensemble des leviers.

Découvrez notre approche analytique et le réseau international de CJ Affiliate



cj.com

#CJFRNETWORK

GLOBAL NETWORK + LOCAL EXPERTISE



CONVERTIZE
Riverbank House
1 Putney Bridge Approach
SW6 3JD London
www.convertize.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :

Melle FARON Catherine
Email Marketing Manager

44 (0)20 3675 9005

catherine@convertize.com

onlinemedia056

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1

Base
de données

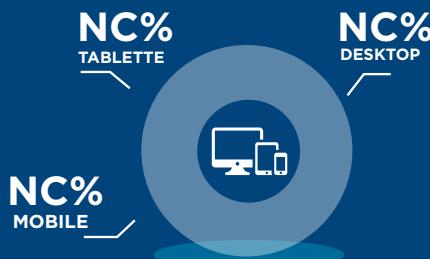


2 M

(Millions)
d'adresses emails
opt-in partenaires



RÉPARTITION DES OUVERTURES PAR DEVICE



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Chiligo

MODÈLES ÉCONOMIQUES : NC

NOM DE LA BASE : CHILIGO 1/1 | GESTIONNAIRE | N° CNIL : NC

2 000
k@

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRE
ACTIVE À 90 JOURS

NC k@

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRE

NC%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

NC%

TAUX DE CLICS
MOYEN



PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NC	
Critères BtoB	NC	



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



COOPER
ADVERTISING

121 avenue
des Champs Elysées
75008 Paris

www.cooper-advertising.fr

Responsable de
la commercialisation
des bases :

M' FRITEL Sébastien
Développement Commercial

01 84 25 49 00

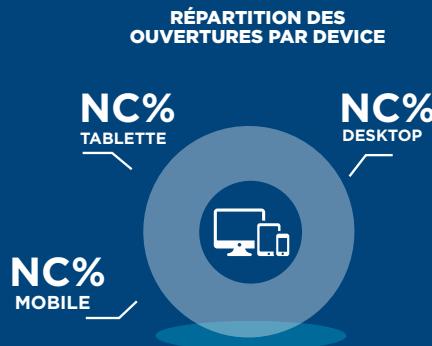
sf@cooper-ads.com

pro_sebastien

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1
Base de données

100 K
d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

CEO Marketing

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



NOM DE LA BASE : CEOO MARKETING 1/1 | PROPRIÉTAIRE
| N° CNIL : NUMÉRO ALLEMAND

81k@

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRE
ACTIVE À 90 JOURS

100k@

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRE

NC%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

NC%

TAUX DE CLICS
MOYEN

2/3 emails

PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR SEMAINE)



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Propriétaire/Locataire, Mascotas		



THEMATIQUES PERFORMANTES :

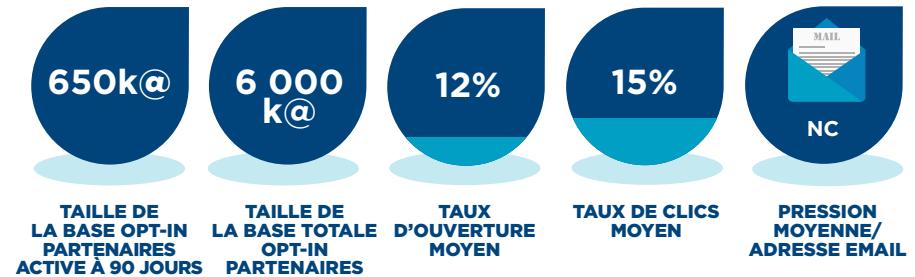
- | Alimentaire | Animaux | Assurances | Automobile | Deals
- | Défiscalisation | Emploi/Formation | Immobilier
- | Informatique/High tech | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mobile content | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition | Obsèques
- | Panel | Paris sportifs | Rencontre | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport | Voyage/Tourisme
- | Ventes privées



DALENYS
55 rue raspail
92300 Levallois-Perret
www.mailorama.fr

Responsable de la commercialisation des bases :
M^{lle} BONELLO Audrey Team leader

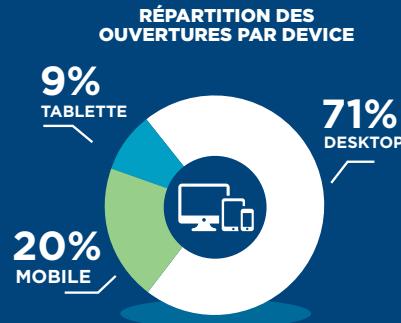
01 76 23 04 15
audrey.bonello@dalenyS.com
audrey.b_rentabiliweb



SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1 Base de données

6 M (Millions) d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Mailorama.fr

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Informatique/High tech
- | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Mutuelles | Paris sportifs
- | Santé/Beauté | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Minceur



DevisProx
N°1 de la mise en relation de proximité

DEVISPROX
120 avenue du général Leclerc
75014 Paris

www.devisprox.com
60 000 devis par mois / plus de 2 millions de mises en relation en 2016

Responsable de la commercialisation des bases :

M^r PORRET Sébastien
Directeur Marketing



01 85 46 01 14

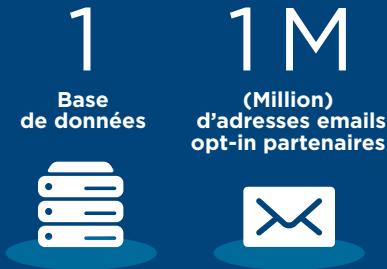


sebastien@devisprox.com

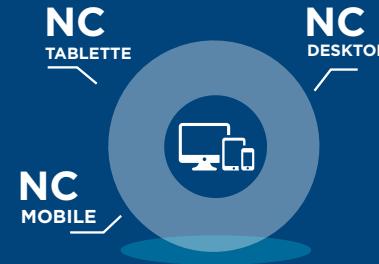


sporret_3

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :



RÉPARTITION DES OUVERTURES PAR DEVICE



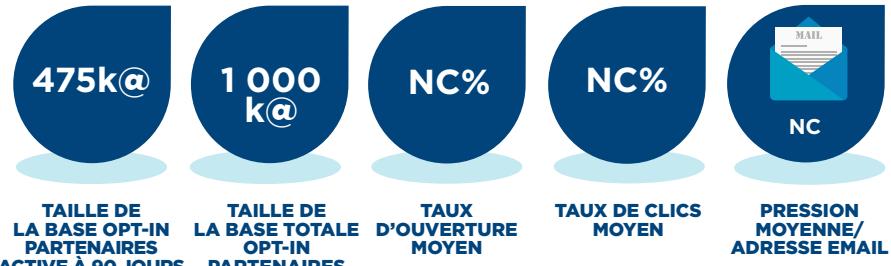
LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Devisprox

MODÈLES ÉCONOMIQUES :

CPM

NOM DE LA BASE : DEVISPROX 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1437954



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
60+ ans	292 643	
56-60 ans	77 117	
51-55 ans	92 010	
46-50 ans	105 629	
41-45 ans	112 713	
36-40 ans	106 558	
31-35 ans	98 720	
26-30 ans	65 323	
20-25 ans	20 198	
0-19 ans	965	
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	396 938	
Hommes	574 937	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Animaux | Assurances | Crédit | Défiscalisation | Immobilier
- | Maison/Jardin/Déco | Mode/Accessoires | Mutuelles | Obsèques
- | Rachat de crédit | Senior

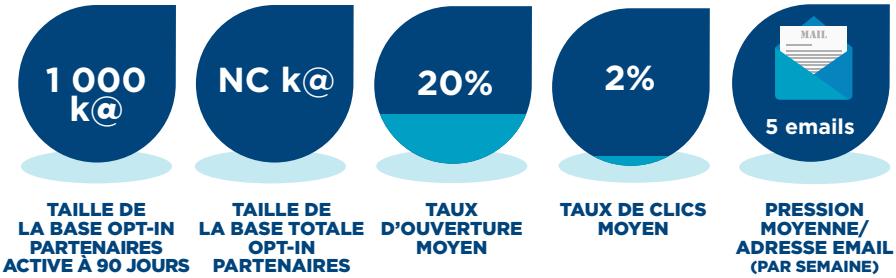


EASYVOYAGE
2 Rue Paul Vaillant
Couturier
92300 Levallois-Perret
www.easyvoyage.com
Plus de 5 (Millions)
de visiteurs uniques
par mois en Europe

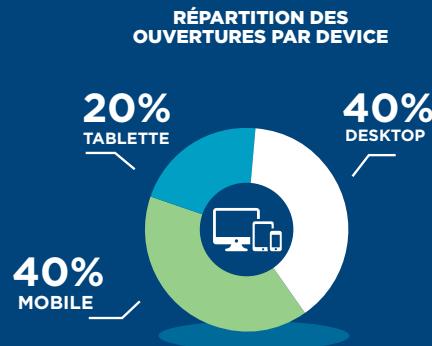
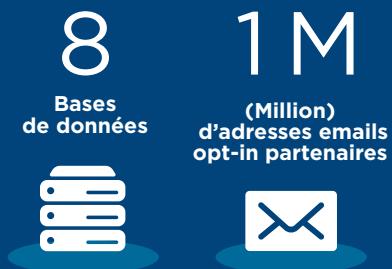
Responsable de
la commercialisation
des bases :
M^r COLMET DAAGE Grégory
Emailing Sales Manager

06 86 86 74 78
gcolmet@easyvoyage.fr
easygreg@hotmail.fr

NOM DE LA BASE : EASYVOYAGE 1/8 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1298016



SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Easyvoyage
Socialmail
Mon guide pratique

1 jour une offre
Suggestion du chef
Reflexeconso

Logouroo
Mymobico

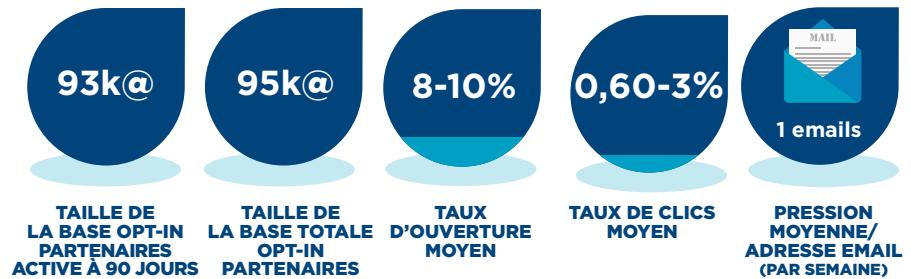
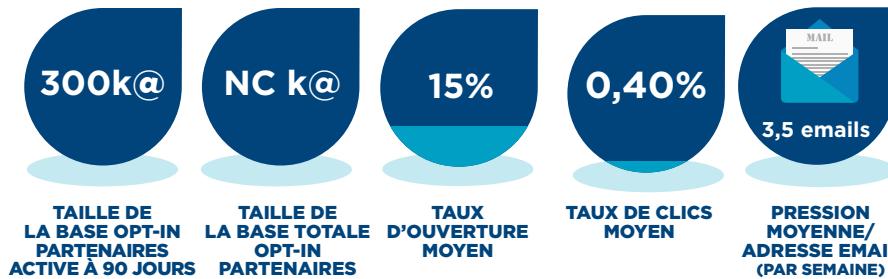
MODÈLES ÉCONOMIQUES :



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input type="checkbox"/>

THEMATIQUES PERFORMANTES :
Voyage/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	OUI	✓
Critères BtoB	NON	✗



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	OUI	✓
Critères BtoB	OUI	✓



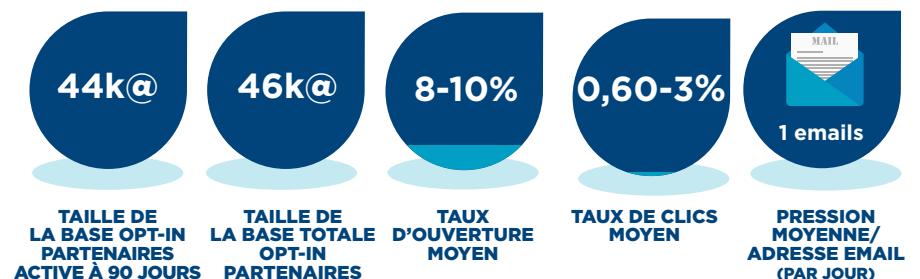
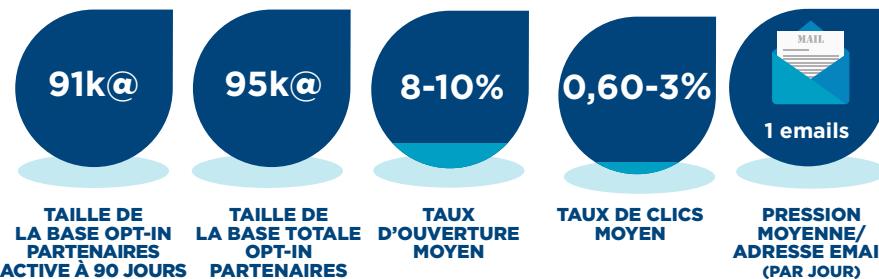
THEMATIQUES PERFORMANTES :

| ✓ Mode | ✓ Automobile | ✓ Beauté | ✓ Finance/Immobilier | ✓ Maison/Déco



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| ✓ Alimentaire | ✓ Assurances | ✓ Automobile | ✓ Crédit | ✓ Immobilier
| ✓ Informatique/High tech | ✓ Maison/Jardin/Déco | ✓ Mutuelles
| ✓ Shopping Femme | ✓ Shopping Homme | ✓ Voyage/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI <input checked="" type="checkbox"/>



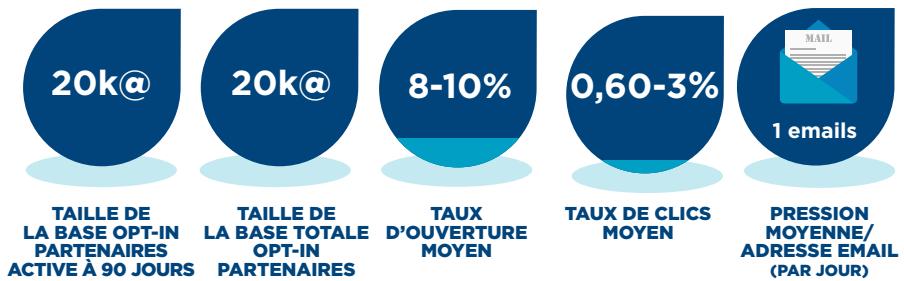
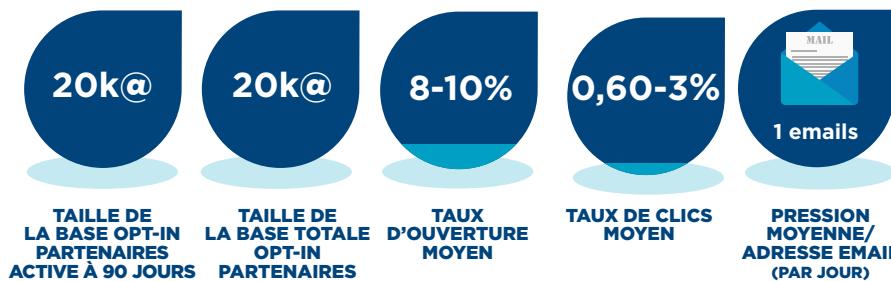
THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Immobilier
| Informatique/High tech | Maison/Jardin/Déco | Mutuelles
| Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Immobilier
| Informatique/High tech | Maison/Jardin/Déco | Mutuelles
| Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>



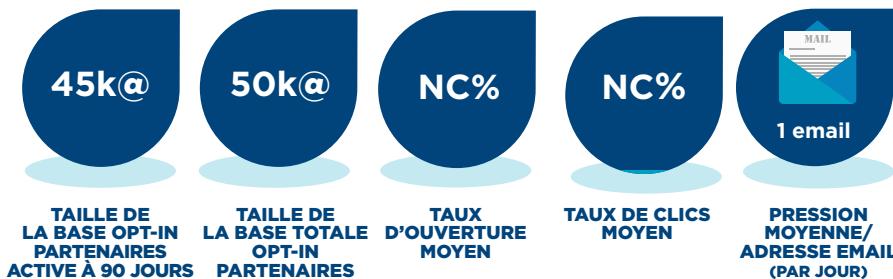
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Immobilier
- | Informatique/High tech | Maison/Jardin/Déco | Mutuelles
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Immobilier
- | Informatique/High tech | Maison/Jardin/Déco | Mutuelles
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



L'EMAILING À LA CHARTE

(pour annonceurs de qualité seulement)



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC

GESTION DES BAT • MODÉRATION DE LA PRESSION PUBLICITAIRE
DÉDUPLICATION DES CONTACTS • MAÎTRISE DE COÛTS • CONTRÔLE DE VOTRE IMAGE



EFFINET
14 rue de Savoie
75006 Paris
www.effinet.com

Responsable de la commercialisation des bases :
M^{me} DEVAUX Caroline
Responsable Emailing

09 72 38 52 53
caroline@effinet.com
carolinedevaux1

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

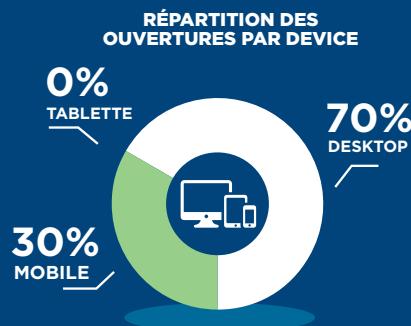
21

Bases de données



11 M

(Millions) d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Zannier
SBP
Déco facile
Séjours VIP
Club régime
Dressing VIP

Alerte Deal
Parfums VIP
Mon univers bébé
Mon univers enfant
Soins VIP
Jeans moins chers

Chaussures moins chères
AnimoVip
Vins Pas Chers
Easy Celib
Maquillage VIP

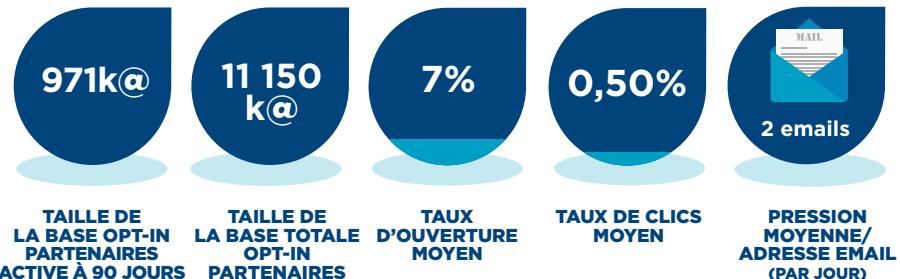
Horoscopissimo
Mon univers auto
Mon univers sport
Courses moins chères

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

NOM DE LA BASE : ZANNIER 1/21 | GESTIONNAIRE | N° CNIL : 1008675



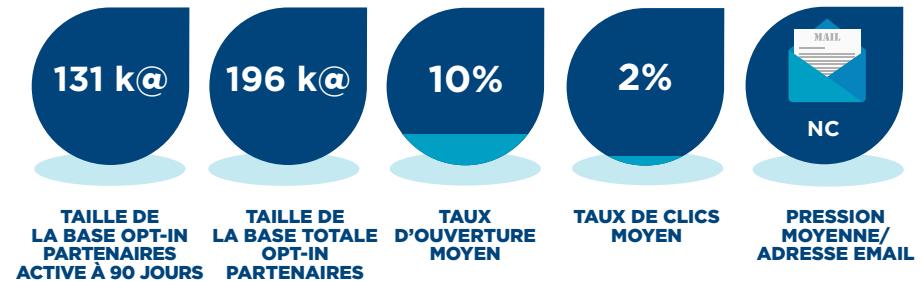
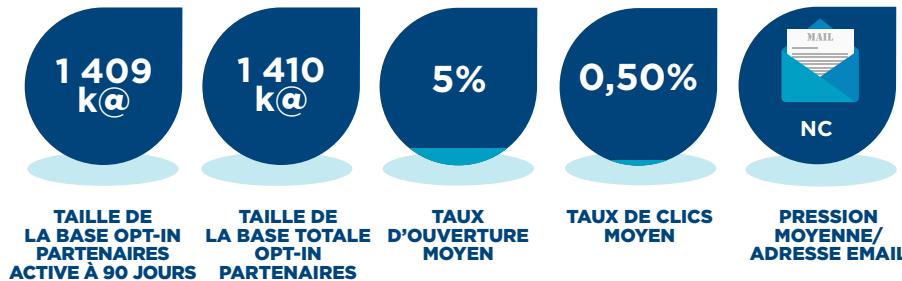
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	6 720 000
Hommes	4 480 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Automobile | Défiscalisation | Immobilier | Informatique/High tech
- | Maison/Jardin/Déco | Minceur | Mode/Accessoires | Mutuelles
- | Rencontre | Santé/beauté | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Sport | Voyage/Tourisme | ventres privées | Voyance



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	845 400
Hommes	563 600
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>

CRITÈRES DE SEGMENTATION DISPONIBLES :

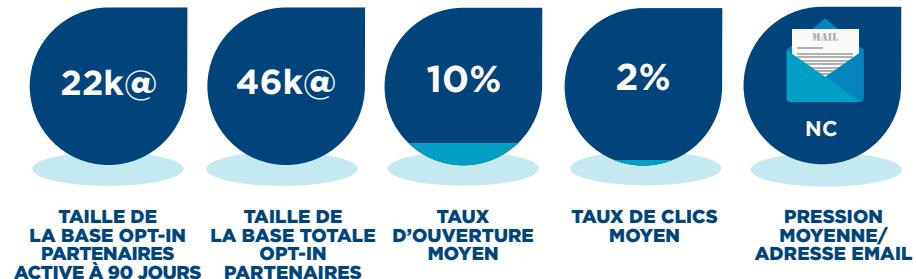
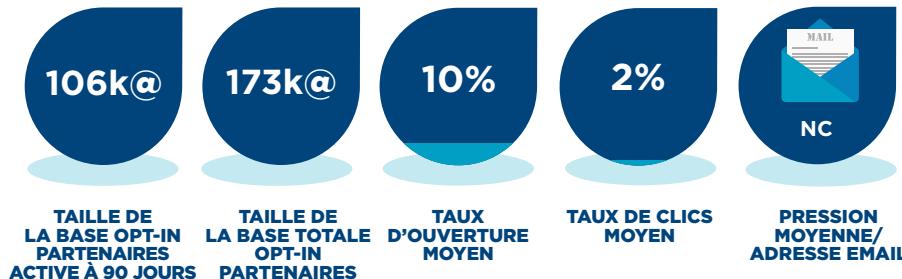
Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	117 600
Hommes	78 400
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>

THÉMATIQUES PERFORMANTES :

- | Assurances | Automobile | Défiscalisation | Immobilier
- | Informatique/High tech | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Rencontre | Santé/beauté
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport | Voyage/Tourisme
- | ventres privées | Voyance

THÉMATIQUES PERFORMANTES :

- | Maison/Jardin/Déco



 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	103 800
Hommes	69 200
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>

 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

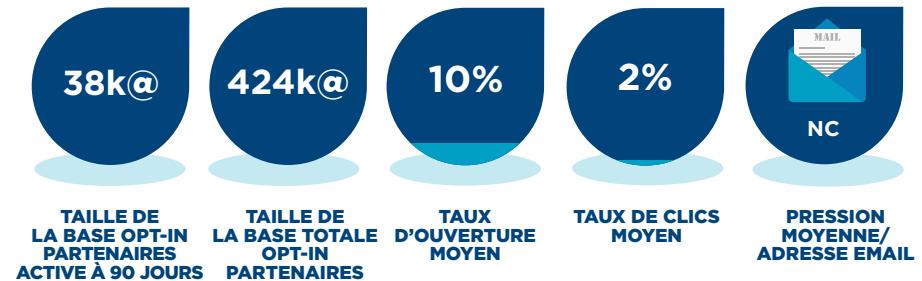
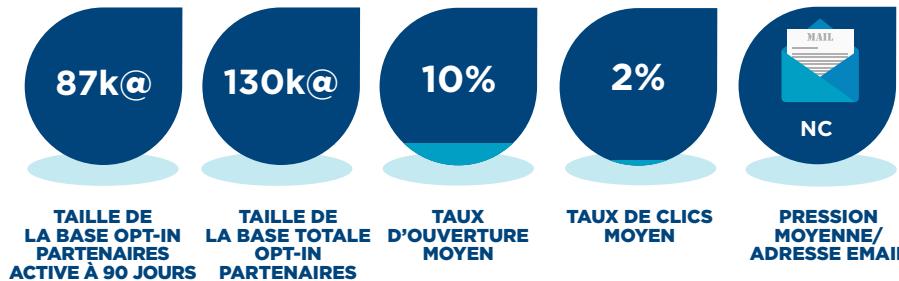
Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	27 600
Hommes	18 400
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Voyage/Tourisme

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Minceur



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	78 000	
Hommes	52 000	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>

CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

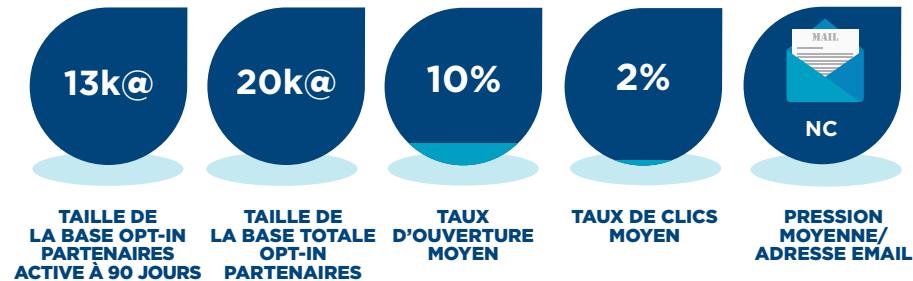
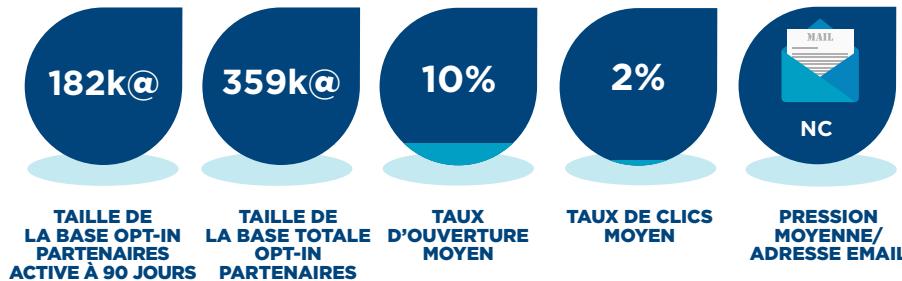
Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	254 400	
Hommes	169 600	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>

THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Mode et accessoires

THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Maison/Jardin/Déco | Mode/Accessoires | Shopping Femme
| Shopping Homme | Informatique/High tech



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Femmes		215 400
Hommes		146 600
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)		OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)		NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB		NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Femmes		12 000
Hommes		8 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)		OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)		NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB		NON <input checked="" type="checkbox"/>



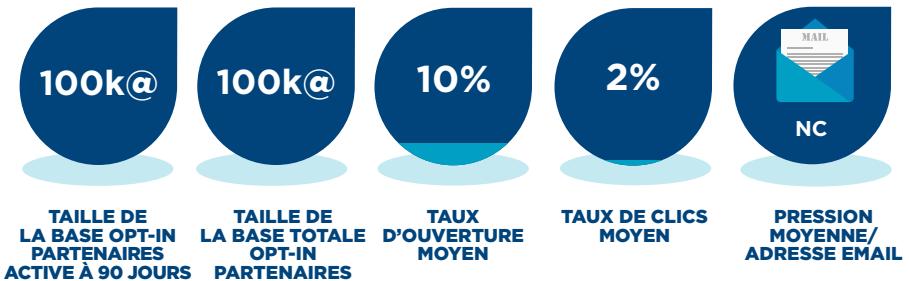
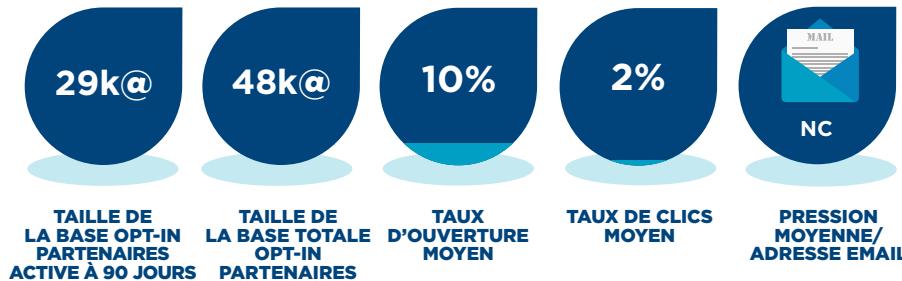
THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Santé/beauté



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Bébé



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	28 800
Hommes	19 200
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	60 000
Hommes	40 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



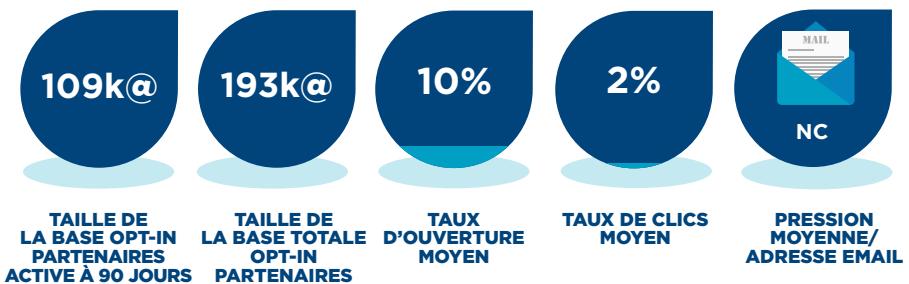
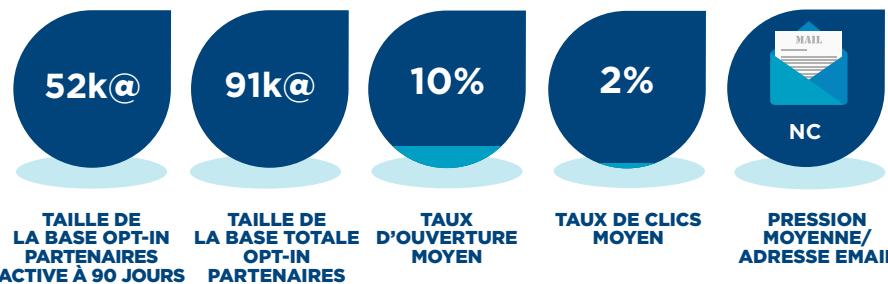
THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Enfant



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Santé/beauté



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	54 600
Hommes	36 400
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	115 800
Hommes	77 200
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



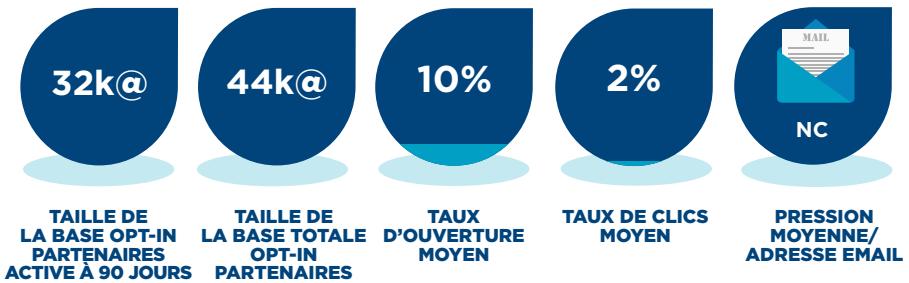
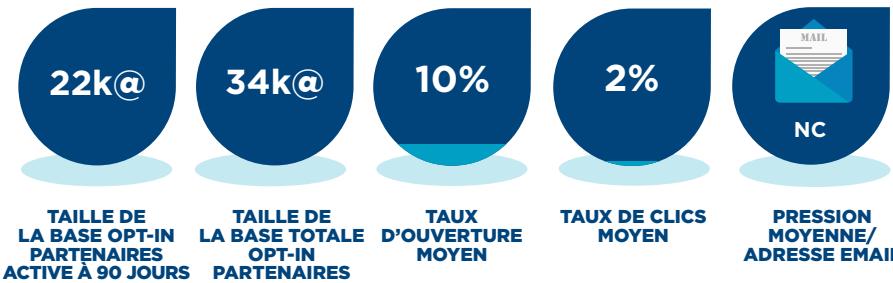
THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Mode/Accessoires



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Mode/Accessoires



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	20 400	
Hommes	13 600	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	26 400	
Hommes	17 600	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



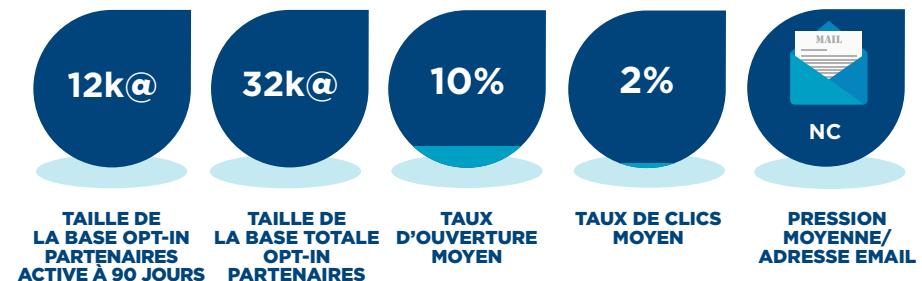
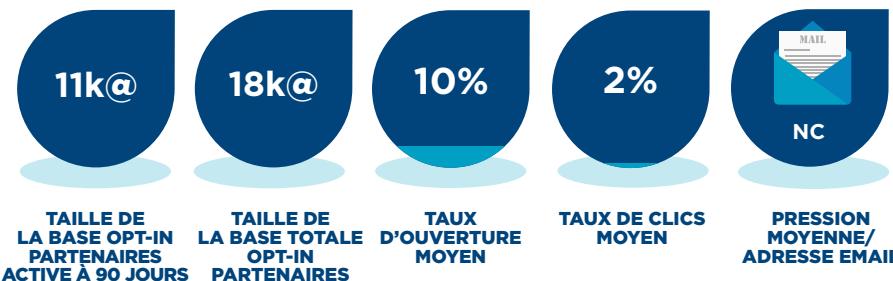
THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Animaux



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Vin



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	10 800	
Hommes	7 200	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	19 200	
Hommes	12 800	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



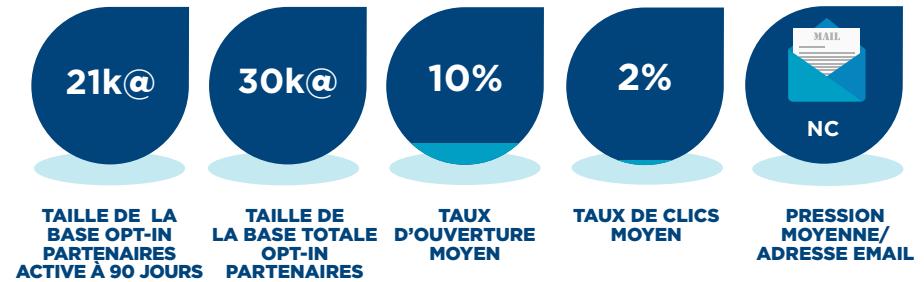
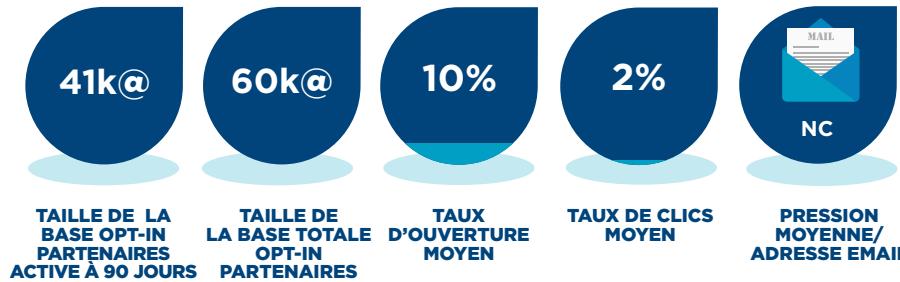
THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Rencontre



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Santé/Beauté



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	36 000
Hommes	24 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	18 000
Hommes	12 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



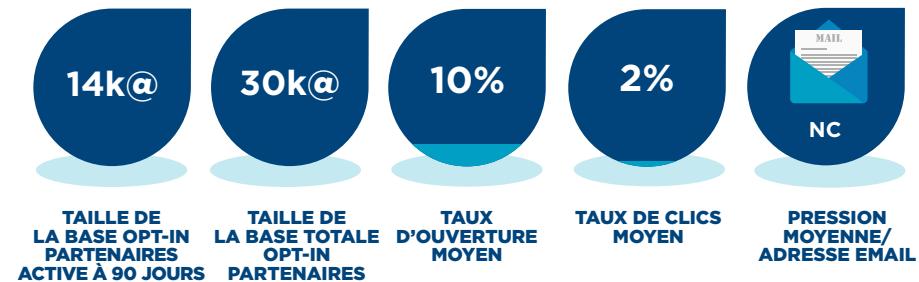
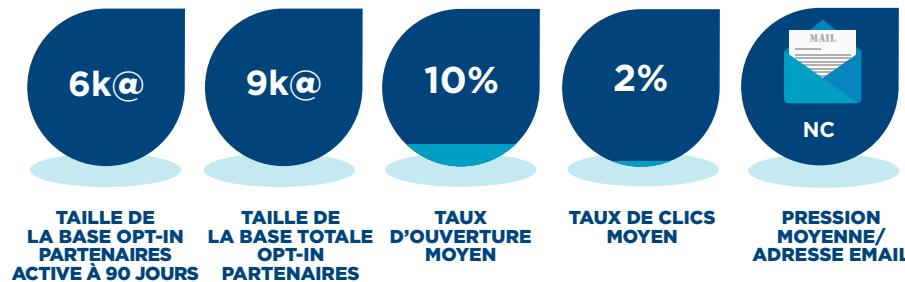
THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Voyance



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Assurances | Automobile



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	5 400
Hommes	3 600
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	18 000
Hommes	12 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Sport



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Alimentaire



EGENTIC GMBH
Oberriederbacher
Weg 25
65843 Sulzbach
(Taunus)
Allemagne
www.egentic.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :

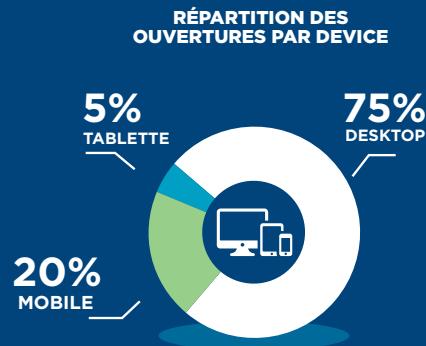
M' CARRE Mickael
Campaign Manager FRANCE

+49-6196-8022-228
infofrance@egentic.com
mickael.carre_1

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1
Base de données

2 M
(Millions)
d'adresses emails
opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

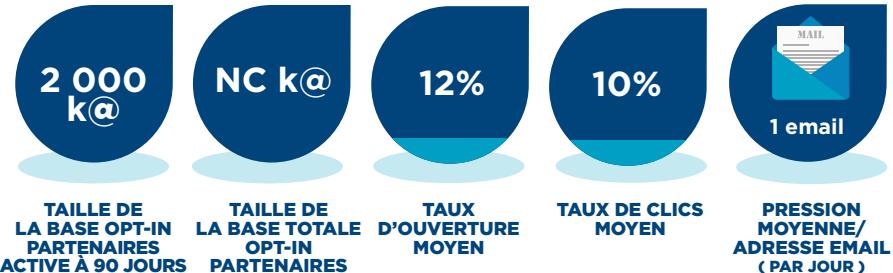
Toleadoo

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

NOM DE LA BASE : TOLEADOO 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 2052657



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Charme | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Emploi/Formation | Forex | Immobilier
- | Jeux concours | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition | Obsèques | Paris sportifs
- | Poker | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport | Voyage/Tourisme
- | Ventes privées | Voyance



ELIXIS DIGITAL
14 rue Rougemont
75009 Paris
www.elixis.fr

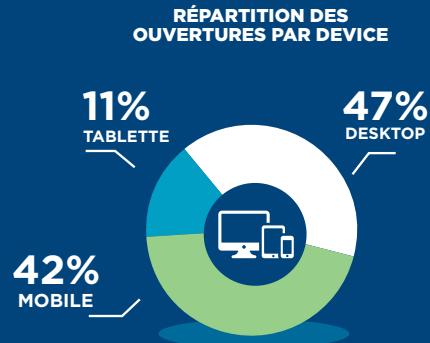
Responsable de
la commercialisation
des bases :

M^{me} ROUABAH Sara
Responsable Pôle
Monétisation

01 83 62 42 01
srouabah@elixis.com
sara_elixis

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

7 6,2 M
Base de données (Millions) d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

123actu
Elleraconte
Jolice

Consoemo
Voitureo

Decointerieur
Wimea

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes



TAILLE DE LA BASE OPT-IN PARTENAIRE ACTIVE À 90 JOURS
TAILLE DE LA BASE TOTALE OPT-IN PARTENAIRE
TAUX D'OUVERTURE MOYEN
TAUX DE CLICS MOYEN
PRESSION MOYENNE/ADRESSE EMAIL (PAR SEMAINE)



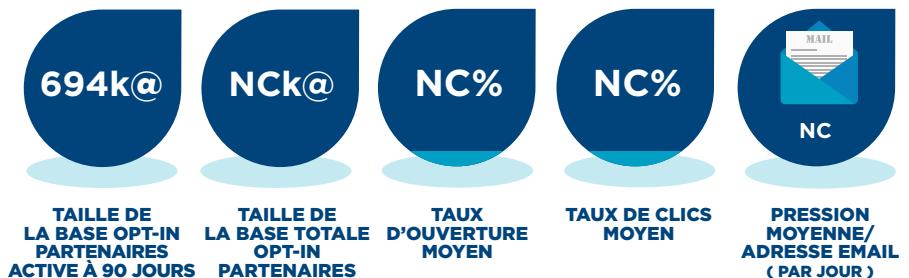
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Acheteurs, Intentionnistes, Affinitaires		



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Emploi/Formation | Immobilier
- | Informatique/High tech | Jeux concours | Loterie | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Panel | Paris sportifs
- | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport | Ventes privées
- | Voyance



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Acheteurs, Intentionnistes, Affinitaires		



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Acheteurs, Intentionnistes, Affinitaires		



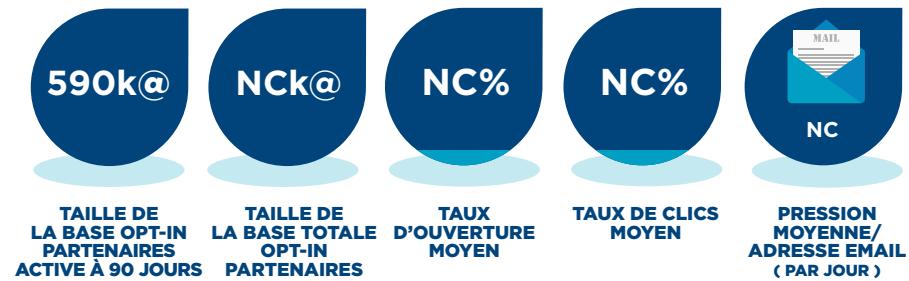
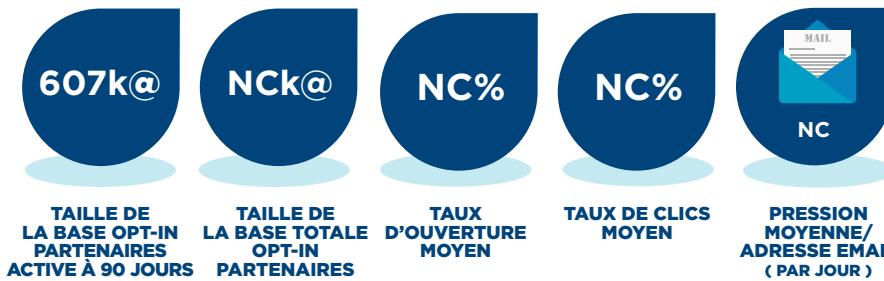
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Emploi/Formation | Immobilier
- | Informatique/High tech | Jeux concours | Loterie | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Panel | Paris sportifs
- | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport | Ventes privées
- | Voyance



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Emploi/Formation | Immobilier
- | Informatique/High tech | Jeux concours | Loterie | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Panel | Paris sportifs
- | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport | Ventes privées
- | Voyance



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Acheteurs, Intentionnistes, Affinitaires		



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Acheteurs, Intentionnistes, Affinitaires		



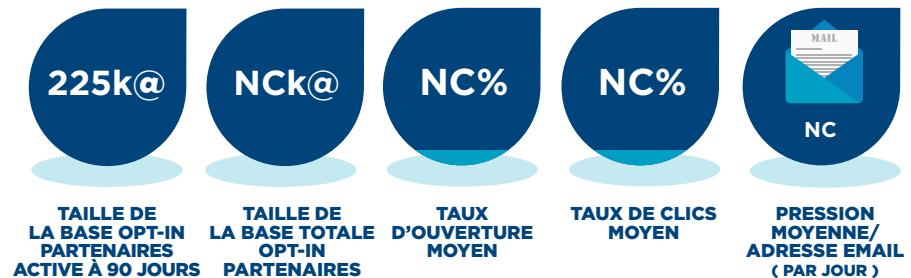
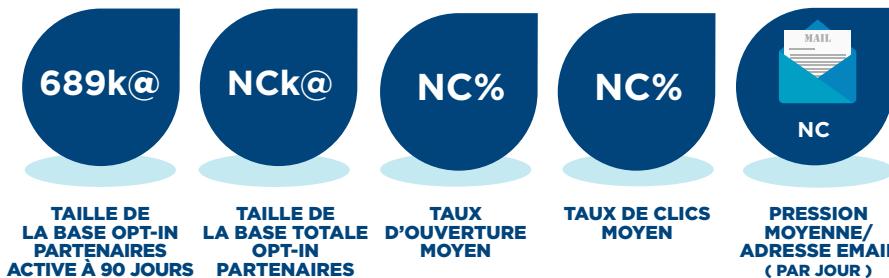
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Emploi/Formation | Immobilier
- | Informatique/High tech | Jeux concours | Loterie | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Panel | Paris sportifs
- | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport | Ventes privées
- | Voyance



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Emploi/Formation | Immobilier
- | Informatique/High tech | Jeux concours | Loterie | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Panel | Paris sportifs
- | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport | Ventes privées
- | Voyance



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI 
Civilité	OUI 
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI 
CSP	NON 
Critères BtoB	NON 
Autres : Acheteurs, Intentionnistes, Affinitaires	



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI 
Civilité	OUI 
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI 
CSP	NON 
Critères BtoB	NON 
Autres : Acheteurs, Intentionnistes, Affinitaires	



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- |  Alimentaire |  Assurances |  Automobile |  Crédit |  Deals
- |  Défiscalisation |  Emploi/Formation |  Immobilier
- |  Informatique/High tech |  Jeux concours |  Loterie |  Maison/Jardin/Déco
- |  Mode/Accessoires |  Mutuelles |  Panel |  Paris sportifs
- |  Rachat de crédit |  Rencontre |  Santé/Beauté |  Senior
- |  Shopping Femme |  Shopping Homme |  Sport |  Ventes privées
- |  Voyance



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- |  Alimentaire |  Assurances |  Automobile |  Crédit |  Deals
- |  Défiscalisation |  Emploi/Formation |  Immobilier
- |  Informatique/High tech |  Jeux concours |  Loterie |  Maison/Jardin/Déco
- |  Mode/Accessoires |  Mutuelles |  Panel |  Paris sportifs
- |  Rachat de crédit |  Rencontre |  Santé/Beauté |  Senior
- |  Shopping Femme |  Shopping Homme |  Sport |  Ventes privées
- |  Voyance



ELYXIS
7 Place
de la Ferrandière
69003 LYON
www.elyxis.com

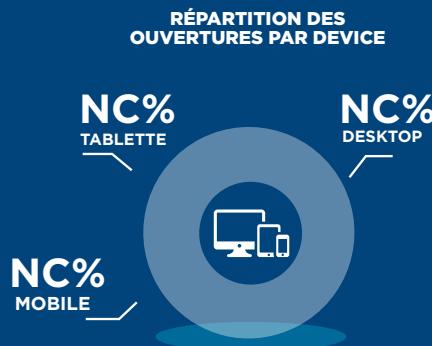
Responsable de
la commercialisation
des bases :
M^r MOTA Christophe
Directeur Général

04 82 53 16 32 / 06 20 00 13 41
christophe.mota@gmail.com
mota.christophe

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1
Base de données

60 K
d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

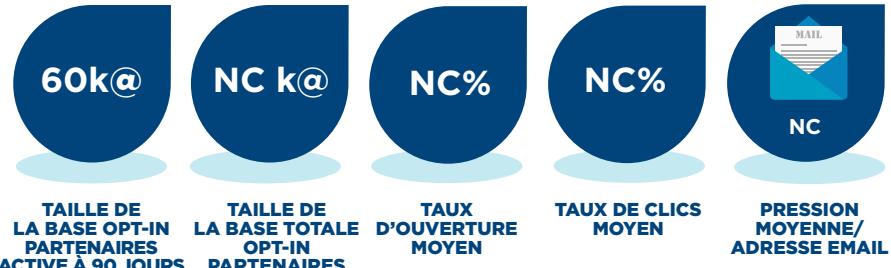
Elyxis

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

NOM DE LA BASE : ELYXIS 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1961010



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Assurances | Défiscalisation | Immobilier | Maison/Jardin/Déco

eMarketPlace

EMARKETPLACE
Rue de Maulévrier
49300 Cholet

www.grands-meres.net
2,3M VU/mois

Responsable de
la commercialisation
des bases :

NC
contact@emarketplace.pro
S NC

M^r VERGLAS Cyril
CEO

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1

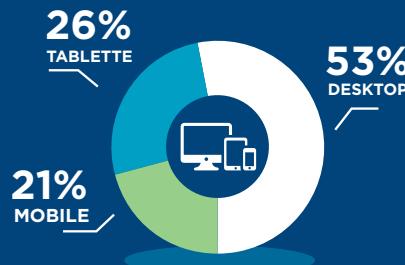
Base de données

754 K

d'adresses emails opt-in partenaires



RÉPARTITION DES OUVERTURES PAR DEVICE



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Grands-mères

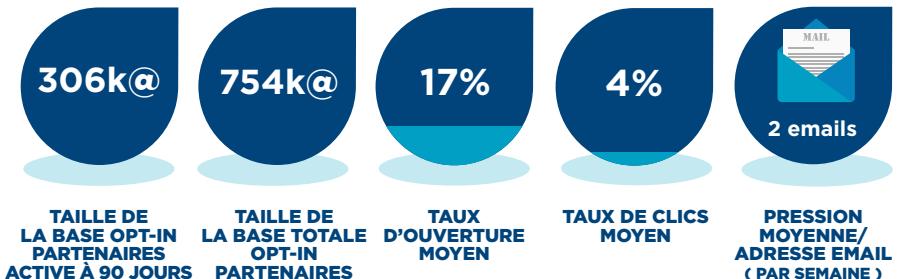
MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

NOM DE LA BASE : GRANDS-MERES 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1838287

La base est en régie chez : MEDIAZEEN - contact@mediazen.com



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>	336 022
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>	
Femmes		386 965
Hommes		22 550
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>	437 653
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input type="checkbox"/>	
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>	

THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Animaux | Assurances | Immobilier | Jeux concours | Loterie
| Maison/Jardin/Déco | Minceur | Mutuelles | Nutrition | Obsèques
| Panel | Santé/Beauté | Senior

CIL



ESKAMI
48 rue du Docteur
Marçon
83150 BANDOL

www.eskami.fr

Responsable de
la commercialisation
des bases :

07 83 56 31 31

hbarraud@eskami.fr

eskami-hb

M^r BARREAUD Hubert
Responsable
Webmarketing

NOM DE LA BASE : SOLUTION DEVIS 1/2 | GESTIONNAIRE | N° CNIL : 1149350

210k@

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRE
ACTIVE À 90 JOURS

NC k@

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRE

NC%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

NC%

TAUX DE CLICS
MOYEN

MAIL
1 email

PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR JOUR)

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

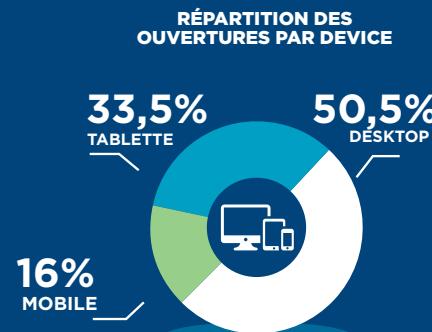
2

Bases
de données



5 M

(Millions)
d'adresses emails
opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Solution Devis

Privilège Store

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes



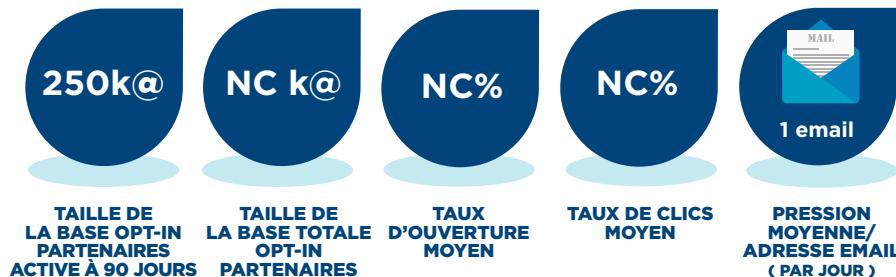
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Assurances | Automobile | Crédit
- | Défiscalisation | Immobilier | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mobile content | Mode/Accessoires | Mutuelles | Obsèques
- | Paris sportifs | Rachat de crédit | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport | Voyage/Tourisme



 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Assurances | Automobile | Crédit
- | Défiscalisation | Immobilier | Loterie | Maison/Jardin/Déco
- | Minceur | Mobile content | Mode/Accessoires | Mutuelles | Obsèques
- | Paris sportifs | Rachat de crédit | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport | Voyage/Tourisme

Offrez à vos campagnes marketing la solution pour les rentabiliser !

COLLECTE • ANALYTICS • ATTRIBUTION • DMP



La plateforme leader d'exploitation des données prospects et clients en France



Eulerian sélectionné dans le Magic Quadrant for Digital Marketing Hubs 2017

Télécharger notre étude sur www.eulerian.com



EVOLUTION FRANCE

7 rue Victor Hugo
59350 Saint André Lez
Lille

www.evolutioncom.eu
35 000 visites/mois

Responsable de
la commercialisation
des bases :

M^r HENRY Morgane
Web Project Manager

06 93 03 78 86

morgane.henry@evolutioncom.eu

morgane.h2

NOM DE LA BASE : LES P'TITES VENTES 1/2 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1688053

100k@

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRE
ACTIVE À 90 JOURS

160k@

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRE

8,5%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

1,2%

TAUX DE CLICS
MOYEN

1/2 emails

PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR JOUR)

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

2
Bases
de données

1 M
(Million)
d'adresses emails
opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Potoroze France

Les P'tites Ventes

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



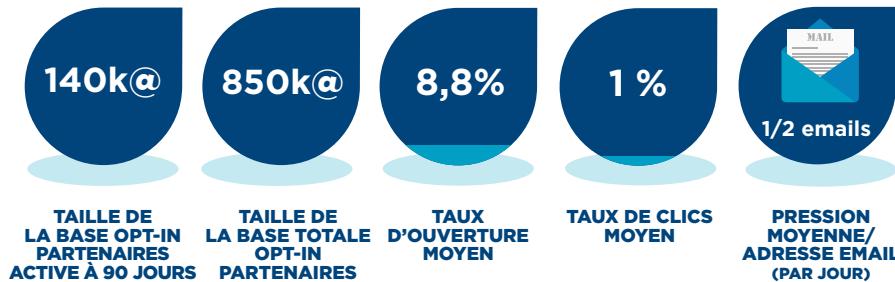
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
25-45 ans	136 000
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	144 000
Hommes	16 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Maison/Jardin/Déco | Modes et accessoires | Santé/Beauté
| Shopping Femme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
25-45 ans	722 500
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	765 000
Hommes	85 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>

THEMATIQUES PERFORMANTES :

- Maison/Jardin/Déco
- Modes et accessoires
- Santé/Beauté
- Shopping Femme



Nous éditons l'un des plus gros sites de codes promo en Europe et générerons chaque mois des dizaines de milliers de commandes pour nos partenaires.



550 000 visites/mois



45 000 Abonnés Newsletter



14 000

Ventes/leads par mois



FINANCIERE MEDIA
1bis cité Paradis
75010 Paris
www.financieremedia.com

Responsable de la commercialisation des bases :
M^{me} NICOLAS Alice
Traffic Manager

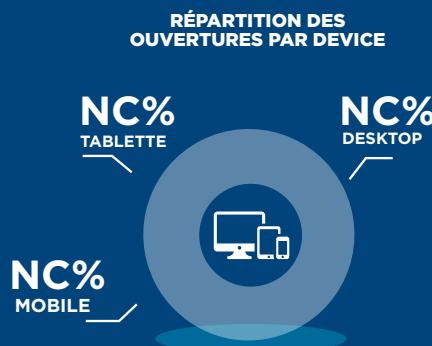
01 78 09 52 43
traffic@etoilemedia.com

NC

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

3 Bases de données


1,7 M (Million) d'adresses emails opt-in partenaires

LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Ma Sélection Exclusive

Idéesmart

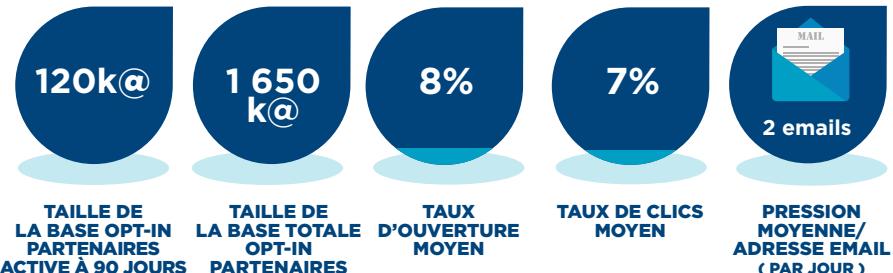
Les Plans Malins

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

NOM DE LA BASE : MA SELECTION EXCLUSIVE 1/3 | PROPRIÉTAIRE
| N° CNIL : 1562606VO



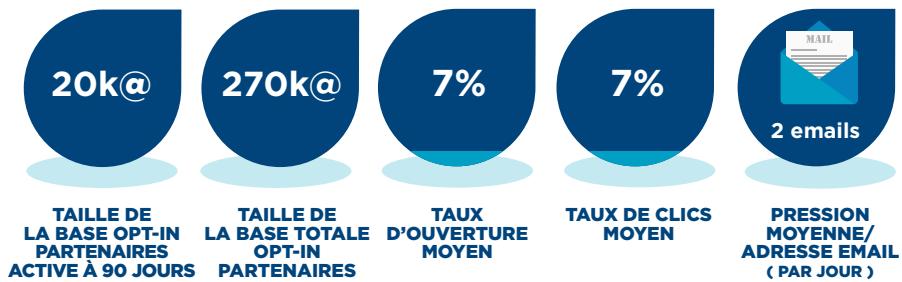
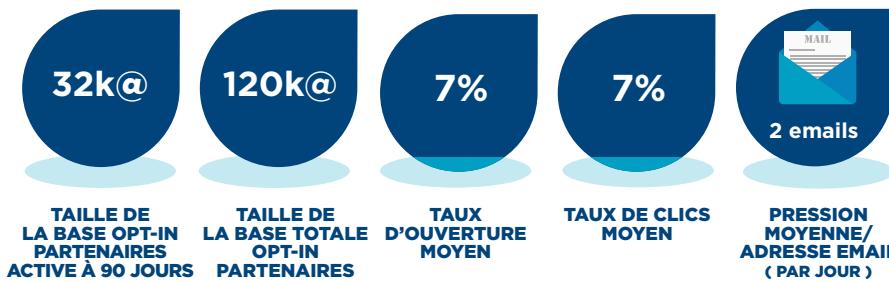
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Immobilier | Modes/Accessoires



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Immobilier | Modes/Accessoires



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Immobilier | Modes/Accessoires



FLINTERACTIVE

33 rue Saint Simon
Espace GreeGree
69009 Lyon

www.flinteractive.fr

Responsable de
la commercialisation
des bases :

04 27 02 16 90

swann.berard@flinteractive-group.com

pole_emailing.flinteractive

M^r BERARD Swann
Directeur Data

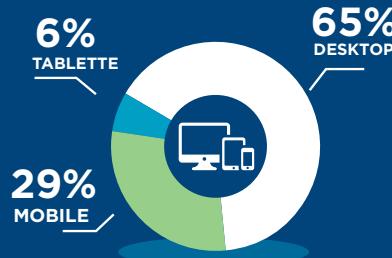
SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1



3,5 M

(Millions)
d'adresses emails
opt-in partenaires

RÉPARTITION DES
OUVERTURES PAR DEVICE

LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

OffresVIP

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



NOM DE LA BASE : OFFRESVIP | 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1276076

300k@

3 500
k@

4-7%

0,15-1%

1/2 emails

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRES
ACTIVE À 90 JOURS

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRES

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

TAUX DE CLICS
MOYEN

PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR JOUR)



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

	OUI	NON
Age		
18-30 ans	975 803	
30-50 ans	909 489	
45-60 ans	513 259	
+ 60 ans	216 591	
Civilité		
Femmes	1 800 000	
Hommes	1 200 000	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)		
CSP		
Critères BtoB		



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Mode | High tech | Automobile | Finance

MADE IN FUTURA
Influence & Performance

FUTURA
Business PARK ZI Epsilon 2
Bd du Cerceron
83700 Saint-Raphaël

www.futura-sciences.com
10 millions de visites/mois
Média de décryptage sur les
innovations des sciences et
technologies
TOP 15 des médias

Responsable de
la commercialisation
des bases :

M^r ROY Brice
Business Development

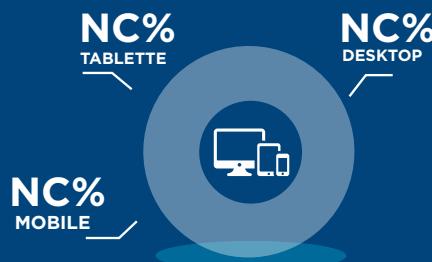
06 19 26 35 06
broy@mediazeen.com
brice.roy13

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1

Base
de données

810 K

d'adresses emails
opt-in partenairesRÉPARTITION DES
OUVERTURES PAR DEVICE

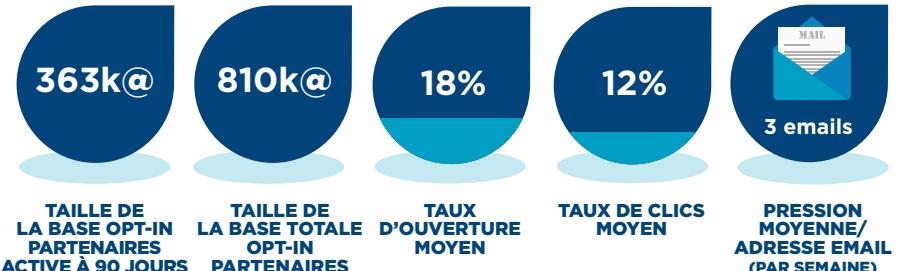
LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Futura

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



NOM DE LA BASE : FUTURA 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1007187

La base est en régie chez : MEDIAZEEN - contact@mediazeen.com

CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
< 30 ans	190 000
30-50 ans	315 000
> 50 ans	300 000
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	395 000
Hommes	415 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Automobile | Crédit | Emploi/Formation | Immobilier | Mutuelle
| Seniors | Divertissement | Assurances | Energies
| Shopping/E-commerce



GA MEDIA
160 Chemin de
la Demorte
13330 La Barben

www.ga-media.fr

Responsable de
la commercialisation
des bases :

04 42 65 80 38

capucine.bertier@gamedia.fr

capucine_bertier_gamedia

Mme BERTIER Capucine
Responsable
Marketing Digital

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

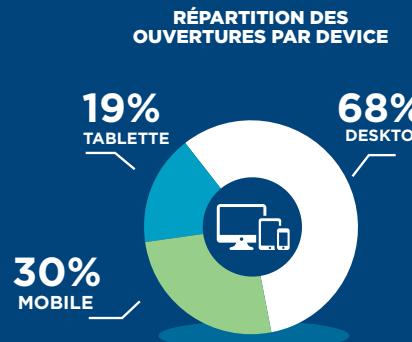
2

Bases
de données



170 K

d'adresses emails
opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

PromoFolie

Tous Cuisiniers

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



NOM DE LA BASE : PROMO FOLIE 1/2 | GESTIONNAIRE | N° CNIL : NC



TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRES
ACTIVE À 90 JOURS



TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRES



TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN



TAUX DE CLICS
MOYEN



PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR JOUR)

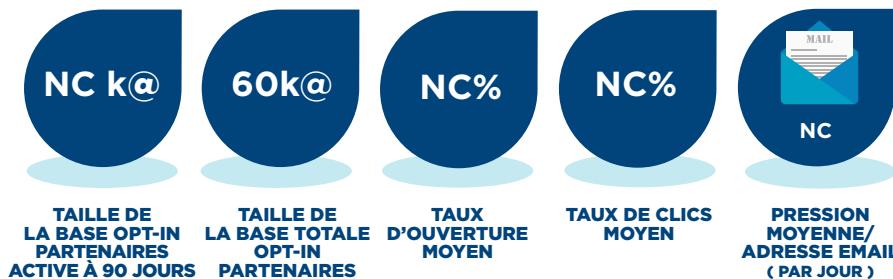


CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>

Autres : Situation familiale, Adresse, CP, Ville, Pays, Date d'inscription, Date dernière connexion



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC

I 
data

Découvrez la puissance
de la donnée intentionniste
en temps réel.

marketSHOT

contact@marketshot.fr / www.marketshot.fr

CIL



GABILOO MEDIA
Lyon

www.gabiloo-media.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :

06 14 65 90 55

laurent@gabiloo-media.com

laurent.gabiloo

M^r GERBAULT Laurent
Gérant

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

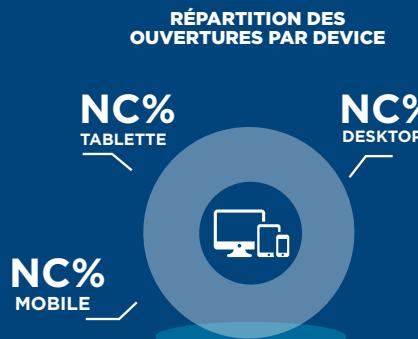
1

Base
de données



500 K

d'adresses emails
opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Lebonplandujour

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



NOM DE LA BASE : LEBONPLANDUJOUR 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1819097

210k@

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRES
ACTIVE À 90 JOURS

500k@

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRES

8%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

NC%

TAUX DE CLICS
MOYEN



PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR JOUR)

1 email



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Femmes	350 000	
Hommes	150 000	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	NC	
Critères BtoB	NON	✗

Autres : 100% des adresses de moins de 6 mois sont des adresses françaises.



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



HITHEQ DEVELOPPEMENTS
6 rue quiénotte
08400 Toges
11 ans d'activités
dans l'e-marketing

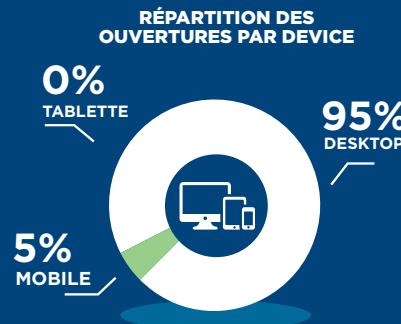
Responsable de
la commercialisation
des bases :
M^r BIGOT Olivier

NC
obigot@hitheq.com
NC

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

3
Bases
de données

NC
(Millions)
d'adresses emails
opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Cadeautheque

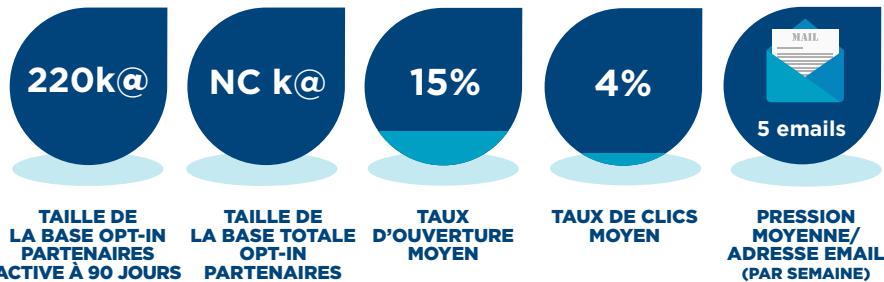
Maison Jardin Déco

Hitheq

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes



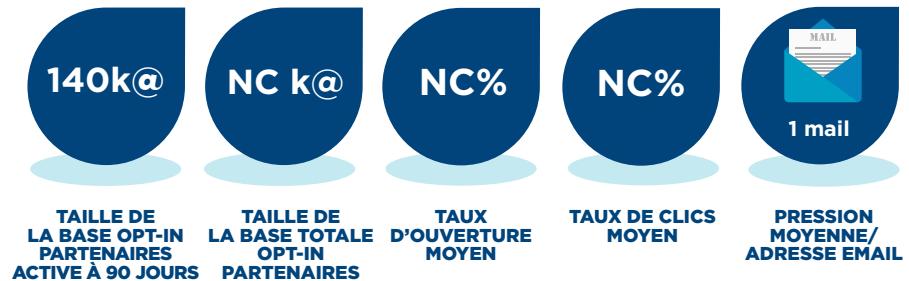
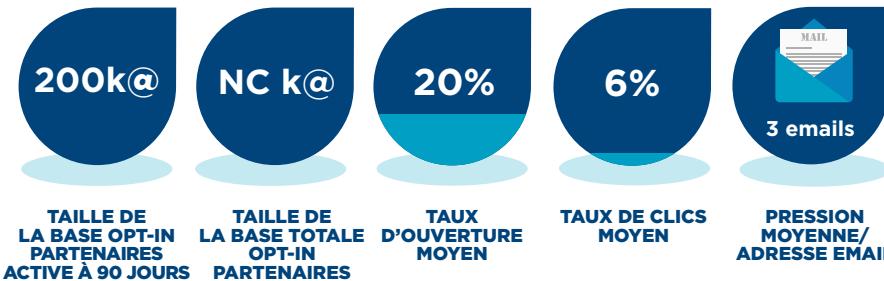
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	132 000
Hommes	88 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	66 000
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	33 000

Autres : Centres d'intérêtss, annonceurs, périodes shopping

THEMATIQUES PERFORMANTES :

Automobile | Crédit | Immobilier | Mutuelles | Mode/Accessoires
 Santé/beauté | Senior | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport
 Voyage/Tourisme | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	120 000
Hommes	80 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	60 000
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	20 000
Autres : Centres d'intérêtss, annonceurs, périodes shopping	



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	42 000
Hommes	98 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	28 000
Critères socio-professionnels (CSP)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	70 000
Autres : Centres d'intérêtss, annonceurs, périodes shopping	



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- Immobilier
- Maison/Jardin/Déco
- Senior
- Shopping Femme
- Shopping Homme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- Automobile
- Crédit
- Informatique/High tech

UNE SOLUTION MARKETING DE NOUVELLE GENERATION



Nous marions AdTech and MarTech pour vous fournir une plateforme unique d'acquisition et de fidélisation.

Customer Engagement Platform :

Notre solution cloud, Customer Engagement Platform, exploite toutes vos sources de données afin de mieux comprendre le comportement de vos clients. Elle vous permet d'orchestrer les interactions avec vos audiences sur les canaux email, mobile, web et réseaux sociaux via une interface unique et intuitive. Puis d'automatiser et d'exécuter des campagnes marketing personnalisées, avec des interactions pertinentes, au juste moment et sur le bon canal.

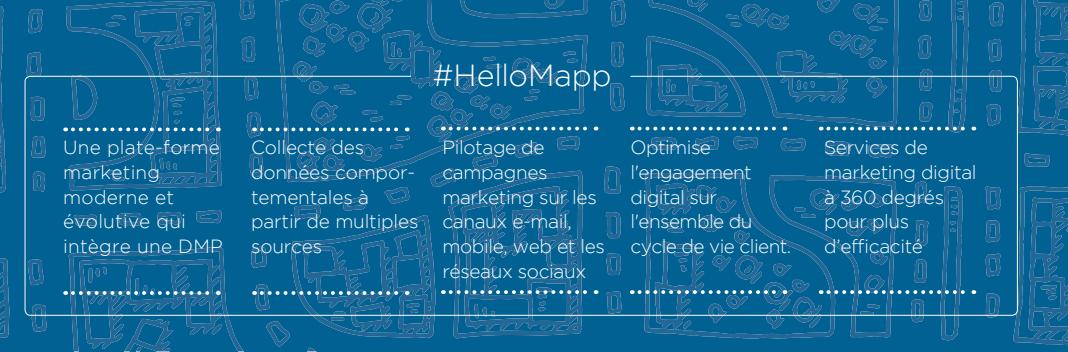
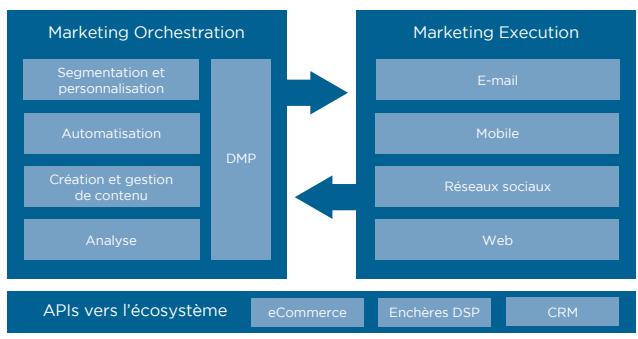
Services de Marketing Digital :

Nos services de marketing digital vous apportent le conseil indispensable qui vous aide à établir une relation durable avec vos clients et à booster la performance de vos campagnes marketing. Vous améliorez ainsi vos taux de réponse, votre retour sur investissement et développez la satisfaction client ce qui vous permet de les fidéliser.

Services de marketing :

- Gestion de campagnes multicanales
- Génération de leads
- DMP et services d'encheres médias
- Stratégie et conseil
- Data services
- Creative services

Customer Engagement Platform :



Pourquoi Mapp ?

- ✓ L'une des plus importantes sociétés indépendantes de marketing digital au monde
- ✓ Plus de 3000 clients dans le monde
- ✓ Plus de 120 millions de messages envoyés chaque jour
- ✓ + de 17 ans d'expérience en marketing digital
- ✓ Plus de 600 employés dans 11 pays
- ✓ 2 Cloud Data Centers aux États-Unis et en Allemagne

Qui sont nos clients ?



Ce sont nos clients qui parlent le mieux de Mapp :

QANTAS Nous pouvons maintenant envoyer des communications et avoir des conversations basées sur les comportements et préférences perçues de nos clients. Nos délais de création de campagnes sont passés de 5 jours à 4 heures - **Qantas**

Unilever Je suis extrêmement satisfait de l'équipe Mapp, de son professionnalisme, de son attention soutenue et de son implication sur l'ensemble des projets qu'ils ont pilotés et livrés - **Unilever**

Pour nous contacter, envoyez un email à : france@mapp.com ou allez sur le site www.mapp.com/fr/

Le logo Mapp est une marque déposée de Mapp Corporation et/ou de ses filiales aux États-Unis et dans le monde. Mapp améliore continuellement ses produits à mesure que de nouveaux composants et de nouvelles technologies sont disponibles. Mapp se réserve par conséquent le droit de modifier ses spécifications sans préavis. Toutes les caractéristiques, fonctions et utilisations décrites dans ce document peuvent ne pas être disponibles dans toutes les parties du monde. Consultez votre représentant Mapp ou www.mapp.com pour plus d'informations.

Copyright © 2016 by Mapp Corporation. All Rights Reserved.



HW-AGENCY
34 rue Jean Mermoz
39100 Dole

www.hw-agency.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :

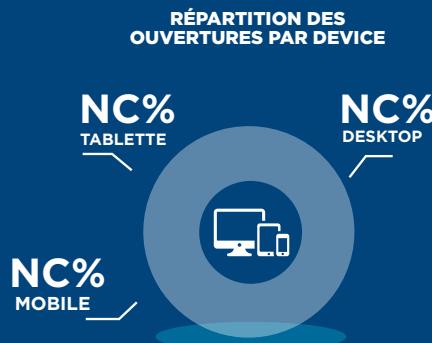
06 69 72 98 45
yanis.allais@hw-agency.com
yanis.allais

M^r ALLAIS Yanis
Directeur général

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1
Base de données

200 K
d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

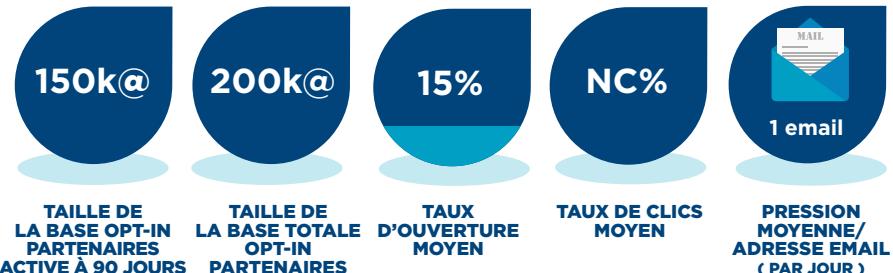
Guide comparateur

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

NOM DE LA BASE : GUIDE COMPARATEUR 1/1 | PROPRIÉTAIRE
| N° CNIL : 1566467



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Crédit | Immobilier
- | Informatique/High tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mobile content | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition | Obsèques
- | Paris sportifs | Santé/Beauté | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Sport | Voyage/Tourisme | Ventes privées



ITEMA
18 rue Panhard Levassor
33510 Andernos les Bains

www.123amour.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :

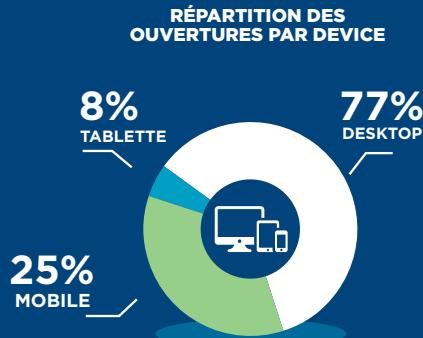
05 56 26 48 49
m.viallard@.email
MarieV48

M^{me} VIALLARD Marie
Responsable Production

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1
Base de données

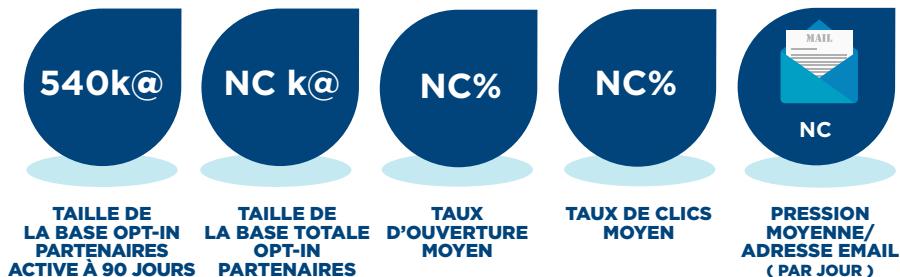
540 K
d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

123Amour

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



KELPROMO
4 avenue Napoléon
77600 Chanteloup en brie

www.kelpromo.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :

01 80 81 74 20
g.hirth@kelpromo.com

NC

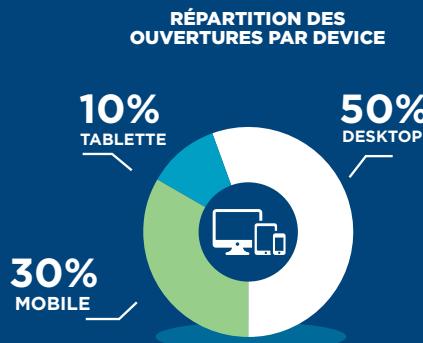
M^r HIRTH Guillaume
Responsable commercial

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

10
Bases
de données



140 K
d'adresses emails
opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Mistergagnant
Onlyvoyage
Tvdujour

Instant meteo
Mon coin deco
Cote gourmandise

365 priviléges
Envie de detente
Essai sur route

Officiel du shopping

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes



NC k@



130k@



NC%



NC%



MAIL
NC

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRES
ACTIVE À 90 JOURS

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRES

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

TAUX DE CLICS
MOYEN

PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR JOUR)

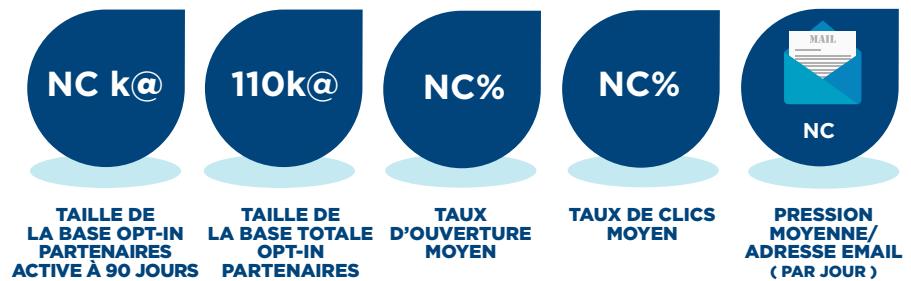
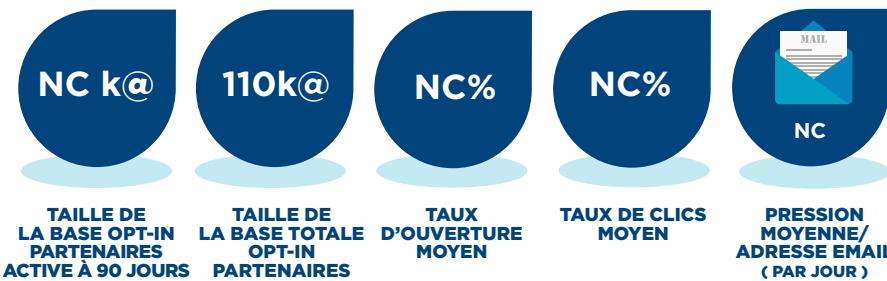


CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	NC
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NC
CSP	NC
Critères BtoB	NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	NC
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NC
CSP	NC
Critères BtoB	NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

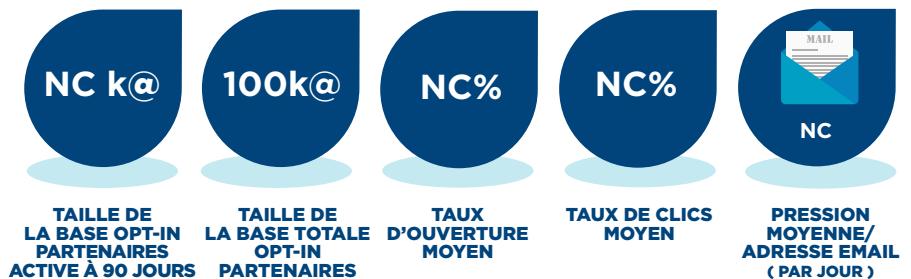
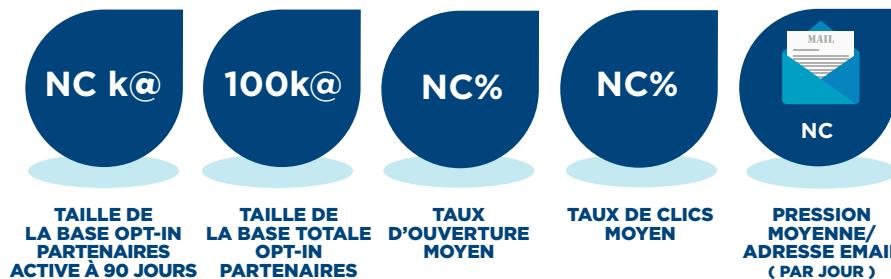
Age	NC
Civilité	NC
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NC
CSP	NC
Critères BtoB	NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	NC
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NC
CSP	NC
Critères BtoB	NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

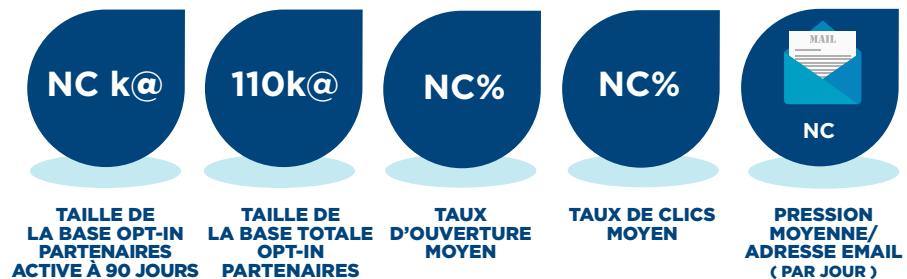
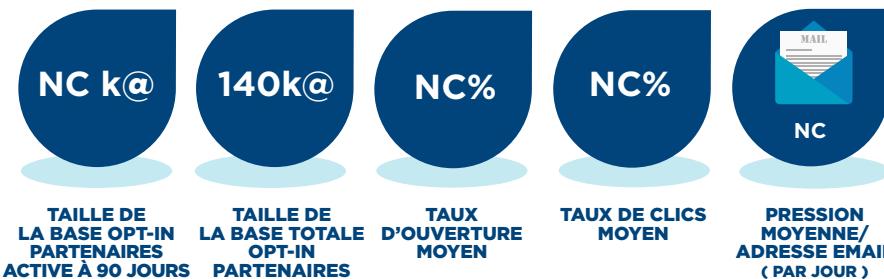
Age	NC
Civilité	NC
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NC
CSP	NC
Critères BtoB	NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	NC
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NC
CSP	NC
Critères BtoB	NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

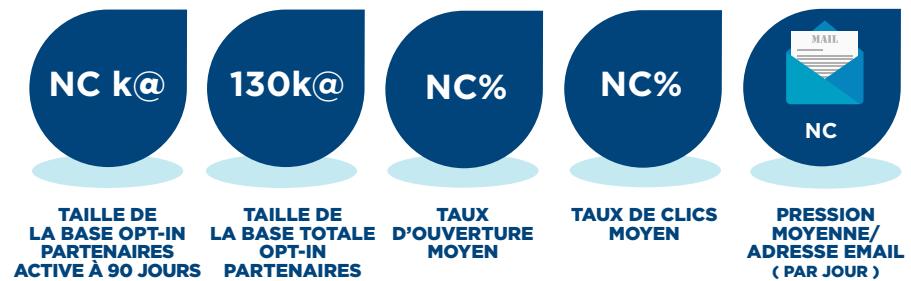
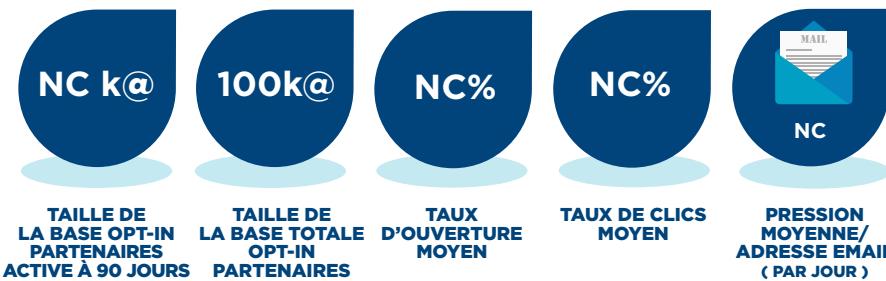
Age	NC
Civilité	NC
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NC
CSP	NC
Critères BtoB	NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	NC
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NC
CSP	NC
Critères BtoB	NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

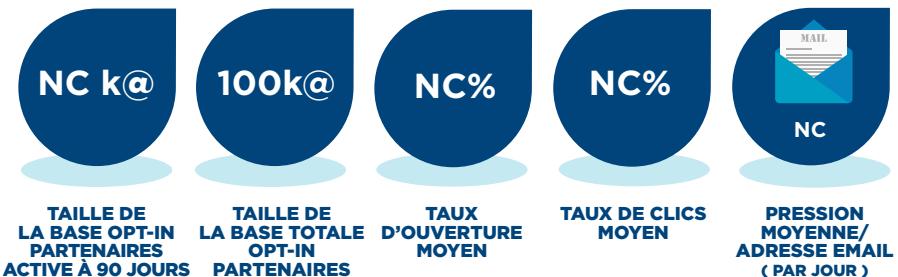
Age	NC
Civilité	NC
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NC
CSP	NC
Critères BtoB	NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NC
Civilité	NC
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NC
CSP	NC
Critères BtoB	NC

 THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



**Studios
Mercury**

AFFILIATION / EMAILING

Demandez
un audit personnalisé
gratuit et sans engagement.

Bénéficiez
des recommandations
de nos équipes d'experts.

01 80 87 63 65

www.studiosmercury.com



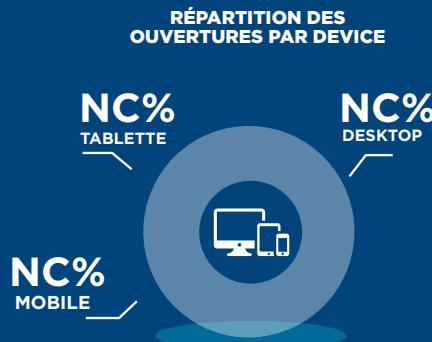
KOW MEDIA SPRL
117 rue belle jardinière
4031 Angleur
Belgique
www.kowmedia.com

Responsable de la commercialisation des bases :
M^r LILIEN Pierre Gérant

+32 (0)474 740 701
pierre@kowmedia.com
kowmedia@hotmail.com

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

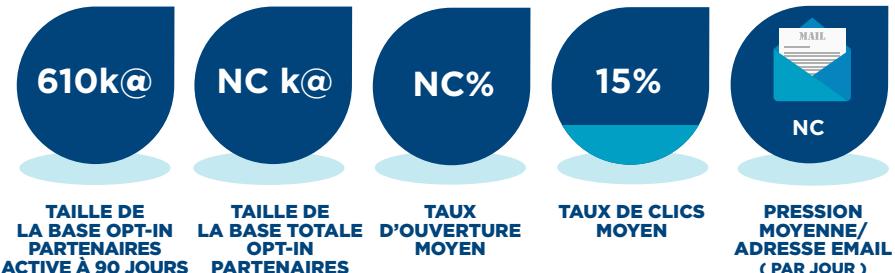
1 Base de données
 610 K d'adresses emails opt-in partenaires

LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Konkours.com

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Jeux concours | Panel | Ventes privées



LEAD'IN
58 rue de Lisbonne
75008 Paris

www.lead-in.fr

Responsable de
la commercialisation
des bases :

09 82 47 44 62

david@lead-in.fr

[dandavidchemla](https://www.linkedin.com/in/davidchemla)

M'CHEMLA David
CEO

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1
Base de données

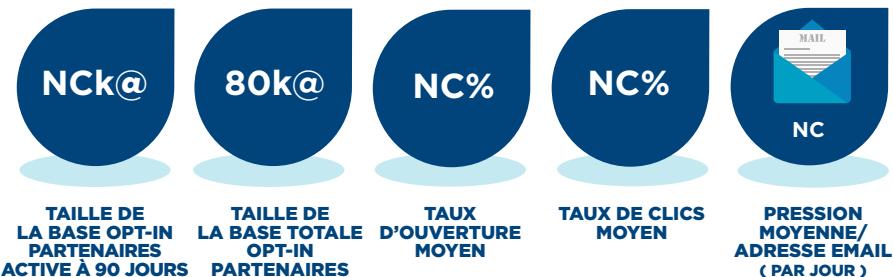
80 K
d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Compare credit

MODÈLES ÉCONOMIQUES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	
Civilité	OUI	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	
CSP	OUI	
Critères BtoB	NON	
Autre : Données professionnelles		

THEMATIQUES PERFORMANTES :

Crédit | Défiscalisation | Rachat de crédit



LUDIO MEDIA
1 Rue de la République
13002 Marseille

www.ruedesjoueurs.com

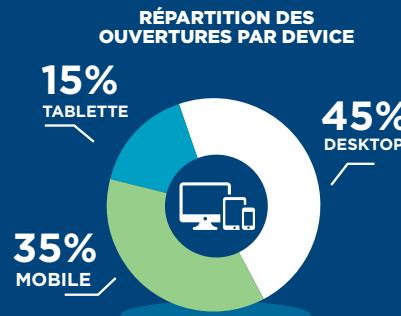
Responsable de la commercialisation des bases :

04 96 17 51 75
sandrine@ruedesjoueurs.com
sandrine.farhi

M^{me} FARHI Sandrine
Responsable
WebMarketing & CRM

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1 Base de données
 500 K d'adresses emails opt-in partenaires



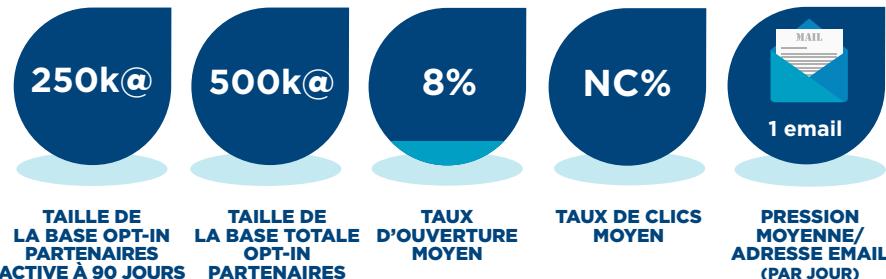
LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

RueDesJoueurs

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Critère	Oui	Non
Age	✓	
Civilité	✓	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	✓	
Critères socio-professionnels (CSP)		✗
Critères BtoB		✗



THEMATIQUES PERFORMANTES :

Alimentaire | Automobile | Informatique/High tech | Jeux concours
 Loterie | Paris sportifs | Poker | Sport | Surf



M6WEB
89 avenue Charles
De Gaulle
92575 Neuilly Sur Seine
www.Groupem6.fr

Responsable de
la commercialisation
des bases :

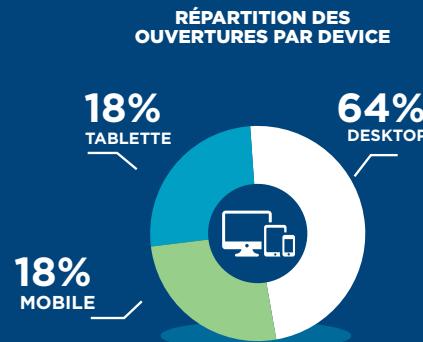
M^{me} BAYON Nathalie
Business Development
Manager

06 31 51 19 13
nathalie.bayon@m6.fr
nath.bayon

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

9 Bases de données

4 M (Millions) d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Deco
Turbo
Cubic

6Play
Radins.com
Cuisine AZ

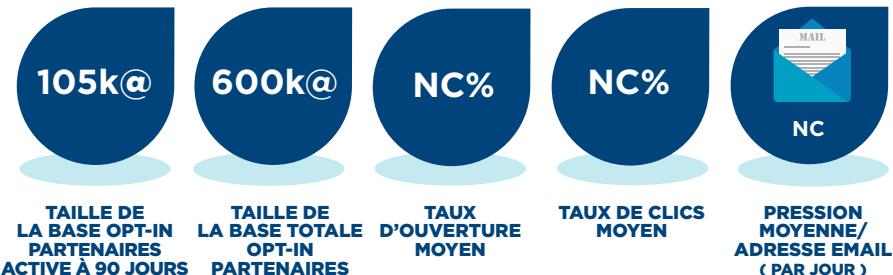
Fourchette et Bikini
Météocity
Passeport Santé

MODÈLES ÉCONOMIQUES :

CPL CPMO CPM CPC

NOM DE LA BASE : CLUBIC 1/9 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1423320

LA BASE EST EN RÉGIE CHEZ : M6WEB



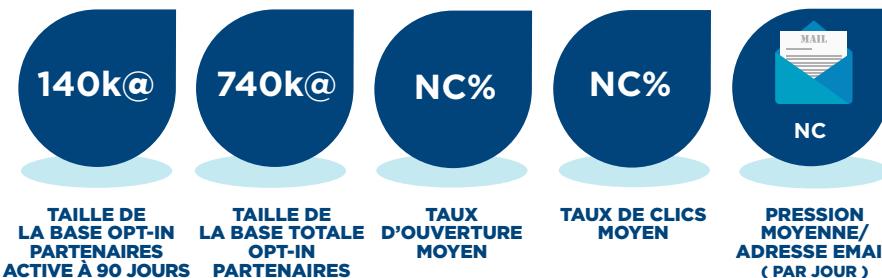
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC

LA BASE EST EN RÉGIE CHEZ : M6WEB

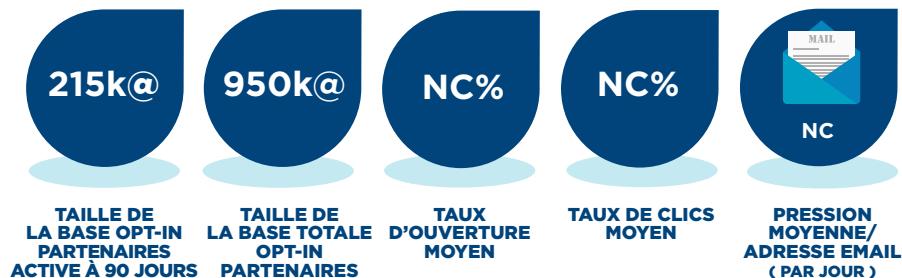


 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI 
Civilité	OUI 
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI 
CSP	NON 
Critères BtoB	NON 

 THEMATIQUES PERFORMANTES : NC

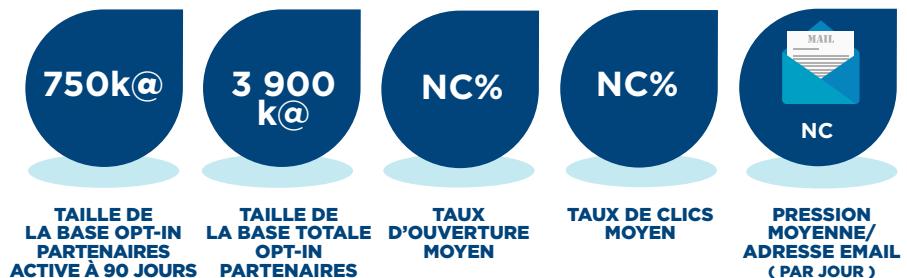
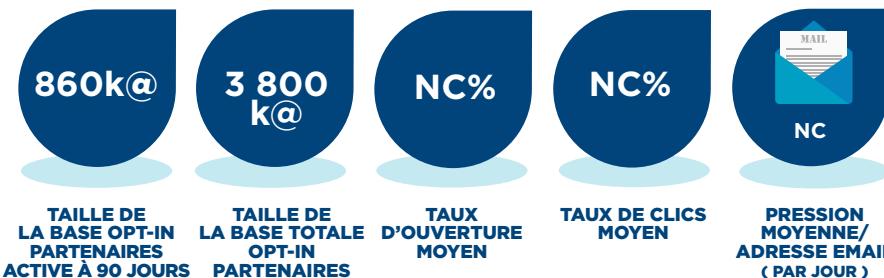
LA BASE EST EN RÉGIE CHEZ : M6WEB



 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI 
Civilité	OUI 
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI 
CSP	NON 
Critères BtoB	NON 

 THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>

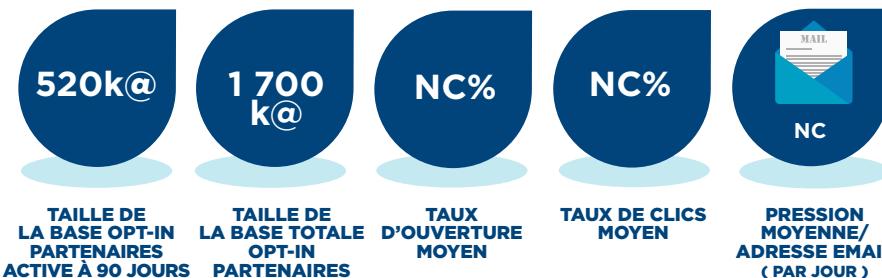


THEMATIQUES PERFORMANTES : NC

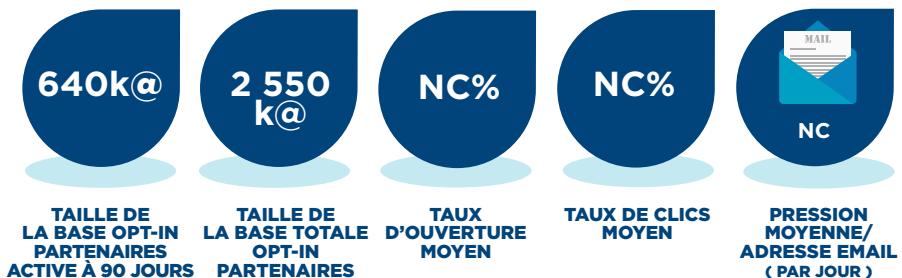


THEMATIQUES PERFORMANTES : NC

LA BASE EST EN RÉGIE CHEZ : M6WEB



LA BASE EST EN RÉGIE CHEZ : M6WEB



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>

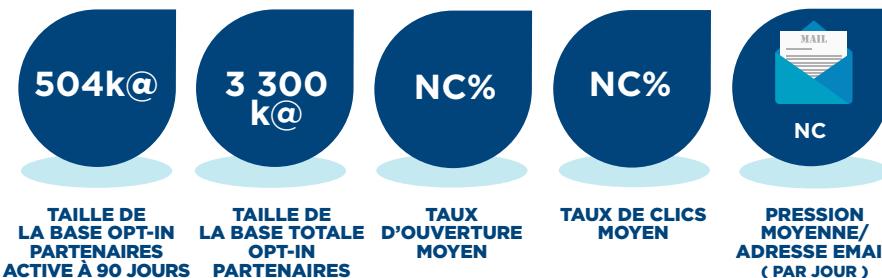


THEMATIQUES PERFORMANTES : NC

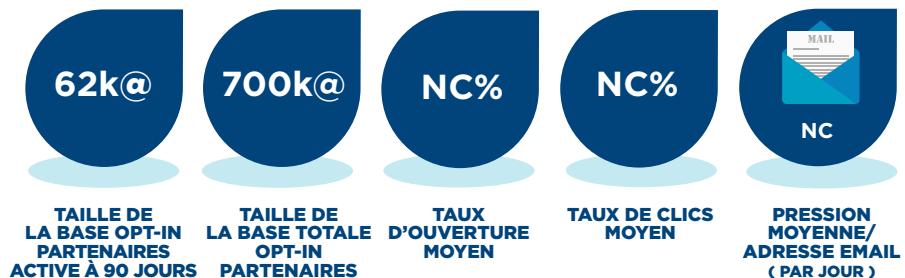


THEMATIQUES PERFORMANTES : NC

LA BASE EST EN RÉGIE CHEZ : M6WEB



LA BASE EST EN RÉGIE CHEZ : M6PUB



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC

marketshot

MARKTHOT
40 rue de paradis
75010 Paris

Marketshot est un éditeur de comparateurs spécialisés réunis sous la marque

www.choisir.com

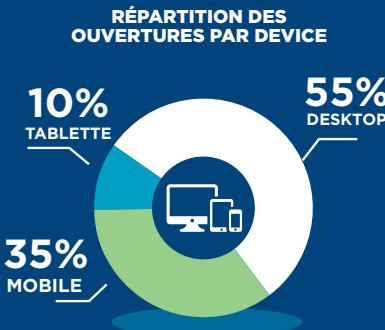
Responsable de la commercialisation des bases :

01 84 83 02 35
isabelle.lodin@choisir.com
isabellelodin1

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1 Base de données


6,7 M (Millions) d'adresses emails opt-in partenaires

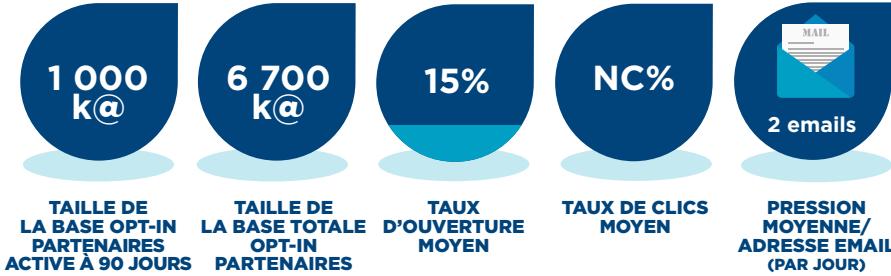
LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Choisir.com

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	400 000
Hommes	600 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Assurances | Automobile | Défiscalisation | Immobilier
| Maison/Jardin/Déco | Senior | Voyage/Tourisme | Ventes privées
| Banque | Crédit | Énergie | Épargne | Télécom

Mediazeen

MEDIAZEEN
Business PARK ZI Epsilon 2
Bd du Cerceron
83700 Saint-Raphaël

9 BDD dont 2 en gestion
2,8M@ optin partenaires
dont 1M @ actives
www.mediazeen.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :

M^r ROY Brice
Responsable
Business Development

06 19 26 35 06

broy@medaizeen.com

brice.roy13

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

9

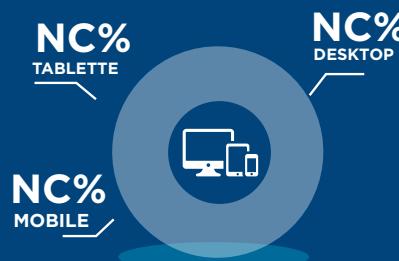


2,8 M

(Millions)
d'adresses emails
opt-in partenaires



RÉPARTITION DES OUVERTURES PAR DEVICE



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Futura
Grandsmères
Dealwego
Consosurf

Cashengo
astuclub
Clubdesmalins
Consoreduc

Minuteconso

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



363k@

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRES
ACTIVE À 90 JOURS

810k@

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRES

18%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

12%

TAUX DE CLICS
MOYEN

3 emails

PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR SEMAINE)



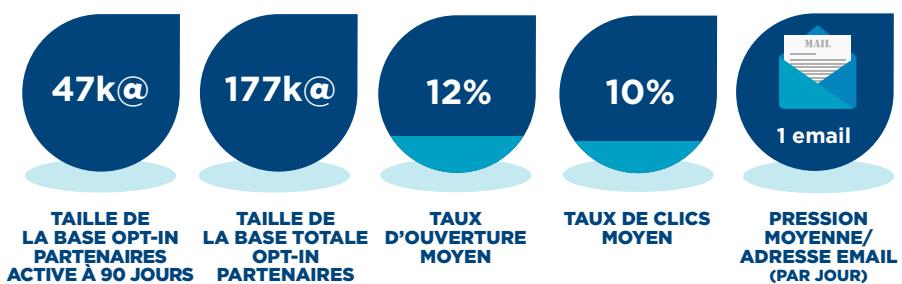
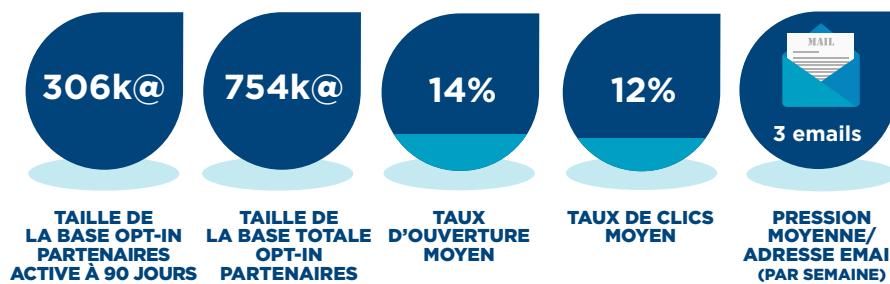
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

	OUI	NON
< 30 ans	190 000	
30-50 ans	315 000	
> 50 ans	300 000	
Civilité	OUI	NON
Femmes	395 000	
Hommes	415 000	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	NON
CSP	OUI	NON
Critères BtoB	OUI	NON



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Automobile | Crédit | Emploi/Formation | Immobilier



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	336 022	
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	386 965	
Hommes	22 550	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	437 653	
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Crédit | Emploi/Formation | Immobilier



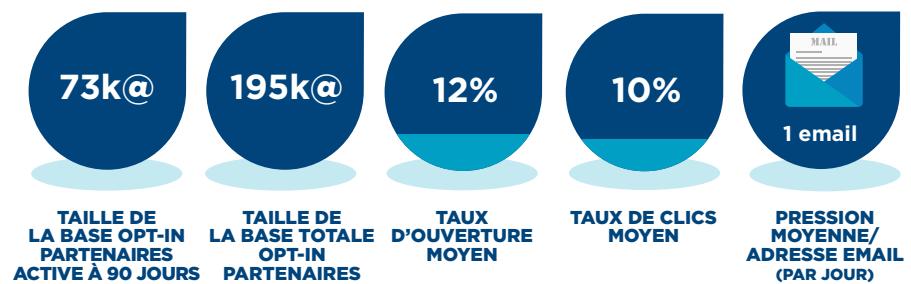
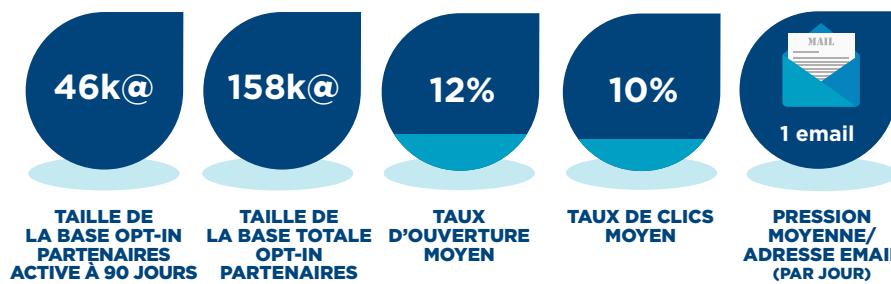
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité		OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)		NON <input checked="" type="checkbox"/>
CSP		NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB		NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Deals | Jeux concours



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON	✗
CSP	NON	✗
Critères BtoB	NON	✗



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON	✗
CSP	NON	✗
Critères BtoB	NON	✗



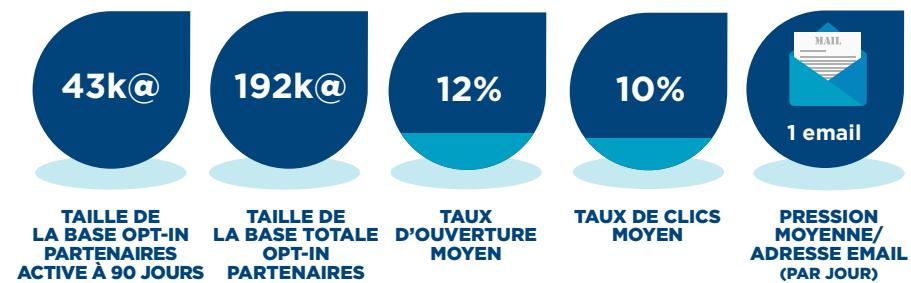
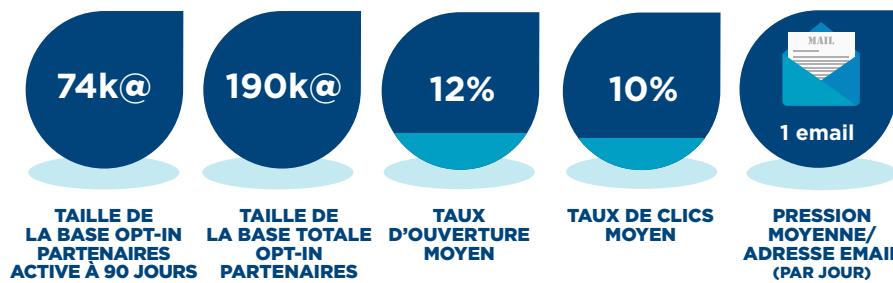
THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Deals | Jeux concours



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Deals | Jeux concours



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON	✗
CSP	NON	✗
Critères BtoB	NON	✗



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON	✗
CSP	NON	✗
Critères BtoB	NON	✗



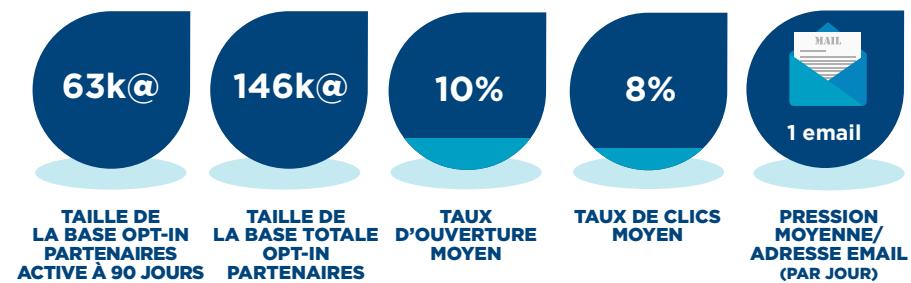
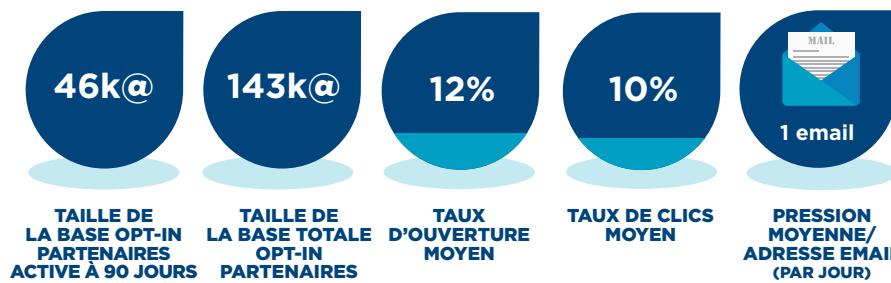
THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Deals | Jeux concours



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Deals | Jeux concours



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON	✗
CSP	NON	✗
Critères BtoB	NON	✗



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON	✗
CSP	NON	✗
Critères BtoB	NON	✗



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| ✓ Deals | ✓ Jeux concours



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| ✓ Automobile | ✓ Deals | ✓ Emploi/Formation | ✓ Immobilier | ✓ Jeux concours
| ✓ Senior



MOOGLI MEDIA SL
Carrer Josep
Anselm Clave, 13
08002 Barcelona
Espagne
www.moogli-media.com

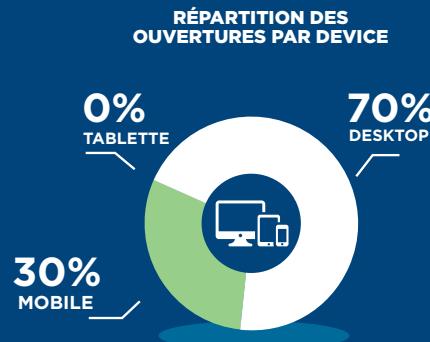
Responsable de
la commercialisation
des bases :
M^r PEREZ Guilhem
Directeur

00 34 6 65 41 25 51
gperez@moogli-media.com
guilhemperez

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

5 Bases de données

1,5 M (Million) d'adresses emails opt-in partenaires



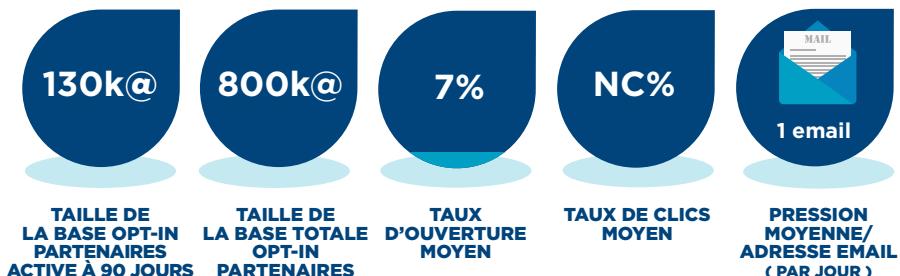
LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Jecible Shopping-Attitude Shopman Sagafamily Travelprix

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

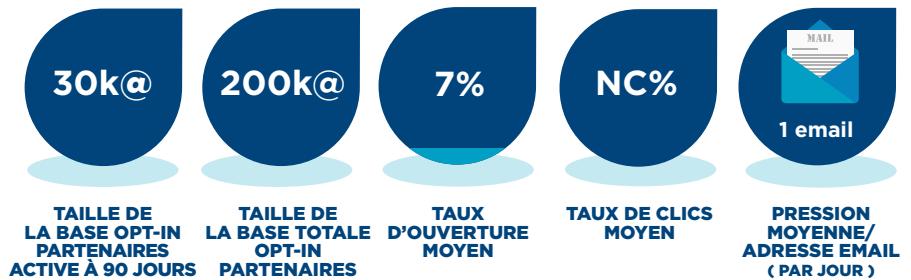
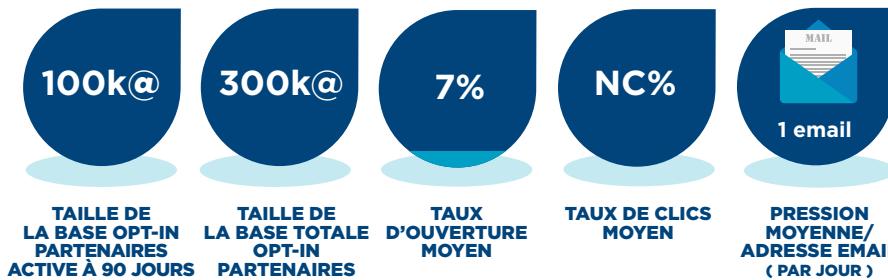


CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Autre : Webmail sur 100% des adresses		



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Webmail sur 100% des adresses	



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

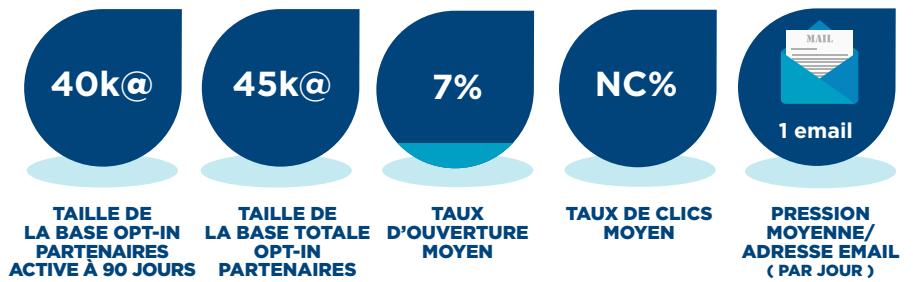
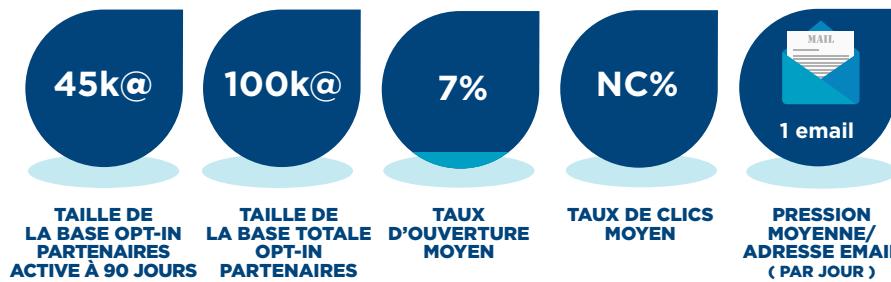
Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Webmail sur 100% des adresses	



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Webmail sur 100% des adresses	



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Webmail sur 100% des adresses	



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



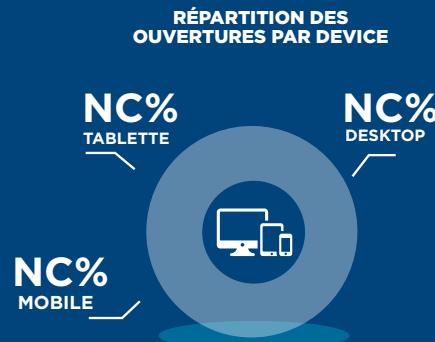
NET&WORK
17 avenue Victor Hugo
750016 Paris
www.netandwork.fr

Responsable de la commercialisation des bases :
M^r SLIMANI Samir
Managing Director

06 78 25 96 31
samir@netandwork.fr
samir_slimani

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1 Base de données
400 K d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

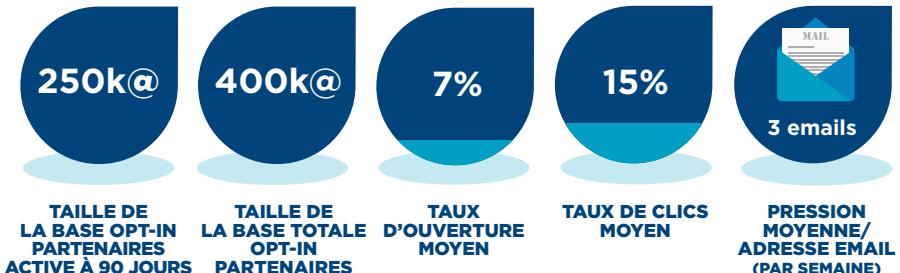
Codes de réduction

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

NOM DE LA BASE : CODES-DE-REDUCTION 1/1 | PROPRIÉTAIRE
| N° CNIL : 1234305



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Alimentaire | Deals | Informatique/High tech | Maison/Jardin/Déco
| Minceur | Mode/Accessoires | Nutrition | Santé/Beauté | Senior
| Shopping Femme | Voyage/Tourisme | Ventes privées

NET LEAD

NETLEAD SAS
12, avenue Maurice
Thorez
94200 Ivry-sur-Seine
www.net-lead.fr

Responsable de
la commercialisation
des bases :

M^{me} DALMAZ Fanny
Chef de projet digital

01 46 22 87 66
fanny@net-lead.fr
NC

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

4 Bases de données


6,1 M (Millions) d'adresses emails opt-in partenaires



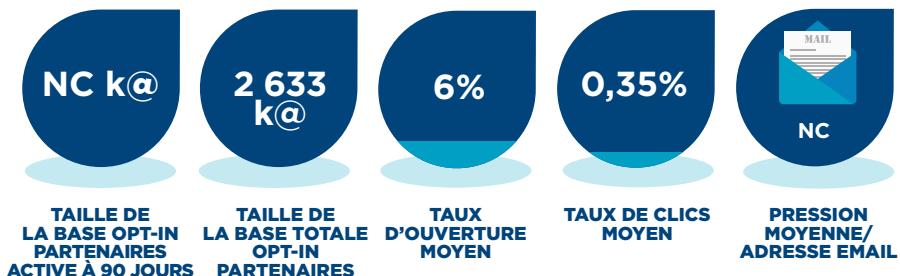

LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Webpoint Webinvestors Comme à la maison Immo Invest

MODÈLES ÉCONOMIQUES :

CPL CPC CPM CPMO

1* : fixe sur les ventes



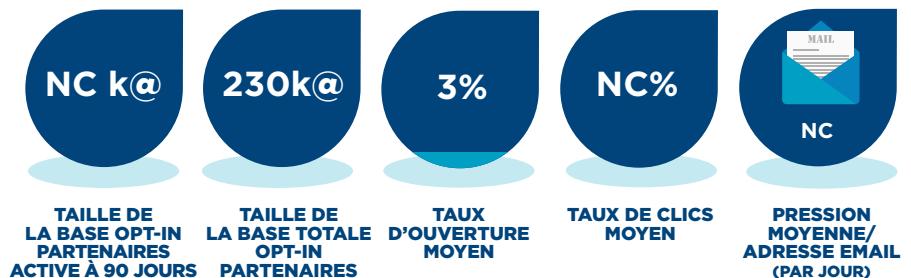
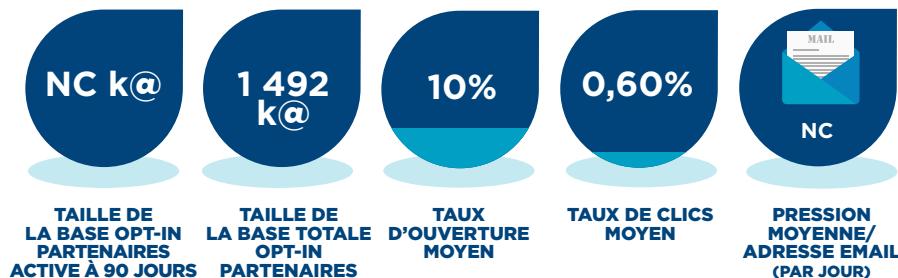
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Crédit | Rachat de crédit | Immobilier | Habitat | Jeux concours | Shopping



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



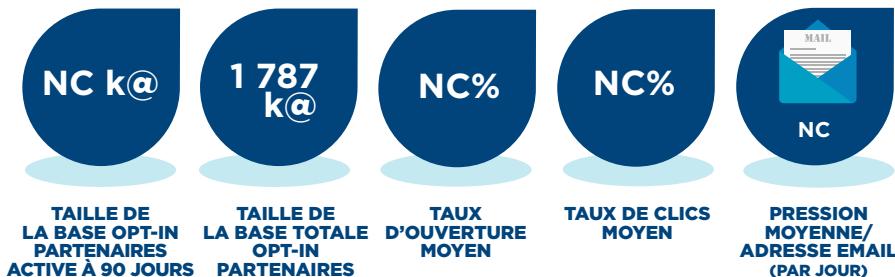
THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Crédit | Rachat de crédit | Immobilier | Habitat | Jeux concours
| Shopping



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Crédit | Rachat de crédit | Immobilier | Habitat | Jeux concours
| Shopping



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- |  Crédit |  Rachat de crédit |  Immobilier |  Habitat |  Jeux concours
|  Shopping



La Co-Registration

Collecter des prospects qualifiés



La Diffusion Email

Envoyer des offres commerciales par email



Le Co-Sponsorings

Collecter efficacement des prospects



La Collecte Retargeting

Recibler et collecter mon trafic sortant



Focus sur la diffusion email

Exemples de KPI observés sur les bases emails optin partenaires :



Nous pouvons répondre
à l'ensemble de vos besoins sur :



CIL



NETVENDEUR
204, rond-point du Pont
de Sèvres
92649 Boulogne-Billancourt
www.netvendeur.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :
M^r DELOUME Julien
Directeur Exécutif



contact@netvendeur.com



SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

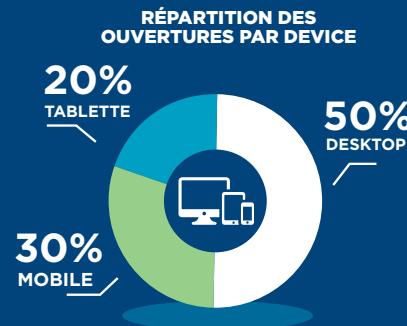
1

Base
de données



100 K

d'adresses emails
opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Netvendeur

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

NOM DE LA BASE : NETVENDEUR 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1784374

La base est en régie chez : PRISMA MEDIA

25k@

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRE
ACTIVE À 90 JOURS

100k@

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRE

60%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

25%

TAUX DE CLICS
MOYEN



PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	15 000
Hommes	10 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Province	15 000
Ile de France	10 000
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Crédit | Immobilier



PLANET.FR SA
47 rue de la Chaussée
d'Antin
75009 Paris
www.planet.fr

Responsable de
la commercialisation
des bases :
M^r BENARD Boris
Directeur Data

01 53 06 64 46

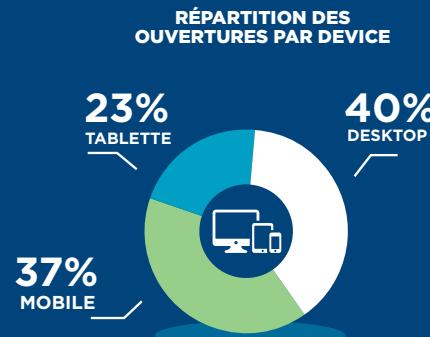
boris.benard@planet.fr

NC

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

2 Bases de données


3,5 M (Millions) d'adresses emails opt-in partenaires

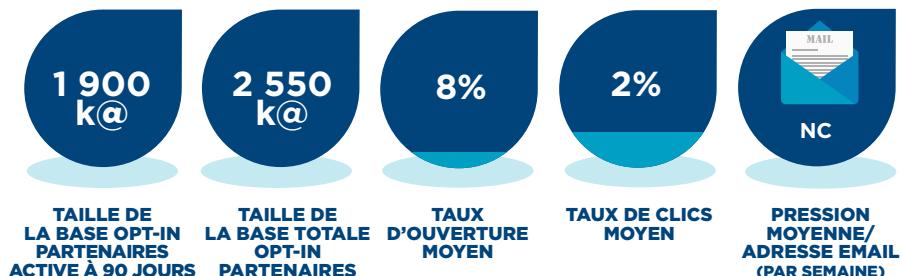



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Planet.fr

Femmesplus.fr

MODÈLES ÉCONOMIQUES :

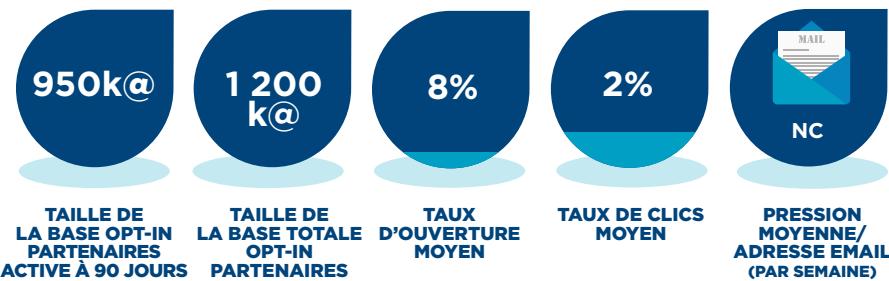


CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Attribut	OUI	NC
Age	✓	
Civilité	✓	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	✓	
CSP		NC
Critères BtoB		NC

THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | ✓ Alimentaire | ✓ Animaux | ✓ Assurances | ✓ Automobile | ✓ Crédit
- | ✓ Défiscalisation | ✓ Immobilier | ✓ Informatique/High tech | ✓ Jeux concours
- | ✓ Loterie | ✓ Maison/Jardin/Déco | ✓ Minceur | ✓ Mobile content
- | ✓ Mode/Accessoires | ✓ Mutuelles | ✓ Nutrition | ✓ Obsèques | ✓ Panel
- | ✓ Rachat de crédit | ✓ Rencontre | ✓ Santé/Beauté | ✓ Senior
- | ✓ Shopping Femme | ✓ Shopping Homme | ✓ Voyage/Tourisme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NC
Critères BtoB	NC



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Assurances | Automobile | Crédit
- | Défiscalisation | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Minceur | Mobile content
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition | Obsèques | Panel
- | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme

Ciblage de Requêtes Search

**UN BOOSTER
D'ÉFFICACITÉ POUR VOS
CAMPAGNES EN LIGNE !**

www.nanointeractive.fr

In Search we trust.
In Display we deliver.

Contactez nous
Amaury Delloye
amaury@nanointeractive.com



PREDICTYS
1 rue des Méridiens
38130 Echirolles
www.predictys.fr

En 2015 :
700 000 leads
2,7 M de visites uniques

Responsable de
la commercialisation
des bases :

04 76 27 54 28

Nathalie.quinette@predictys-group.com

Mme QUINETTE Nathalie
CEO

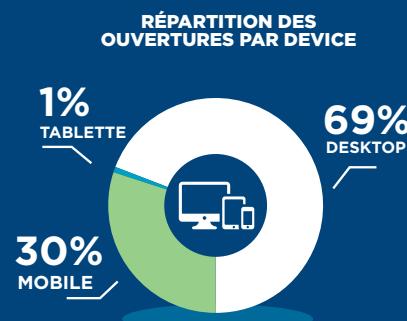
NC

CIL

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1
Base de données

13 M
(Millions)
d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Conso One

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

NOM DE LA BASE : CONSO ONE 1/1 | GESTIONNAIRE | N° CNIL : 1338761

250k@

TAILLE DE LA BASE OPT-IN PARTENAIRE ACTIVE À 90 JOURS

13 000 k@

TAILLE DE LA BASE TOTALE OPT-IN PARTENAIRE

10%

TAUX D'OUVERTURE MOYEN

2%

TAUX DE CLICS MOYEN

1 email

PRESSION MOYENNE/ADRESSE EMAIL (PAR JOUR)



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
moins de 18 ans	26 000	
de 18 à moins de 25	1 170 000	
de 25 à moins de 30 ans	1 820 000	
de 30 à moins de 40 ans	3 900 000	
de 40 à moins de 50 ans	2 990 000	
de 50 à moins de 60 ans	1 820 000	
60 ans et +	1 300 000	
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	6 240 000	
Hommes	6 760 000	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
	8 190 000	
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
	130 000	
Autres : comportement		



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Assurances | Automobile | Crédit | Emploi/Formation | Minceur
- | Paris sportifs | Santé/Beauté | Voyage/Tourisme | Immobilier
- | Animaux | Maison/Jardin/Déco | Mode/Accessoires | Rencontre
- | Panel | Informatique/High tech

PRISMA MEDIA
13 Rue Henri Barbusse
92624 Gennevilliers Cedex
www.prismamedia.com

Responsable de la commercialisation des bases :
Mr CALDERA Jérôme & DILMI Samir
Responsable opérations & Directeur Délégué Data

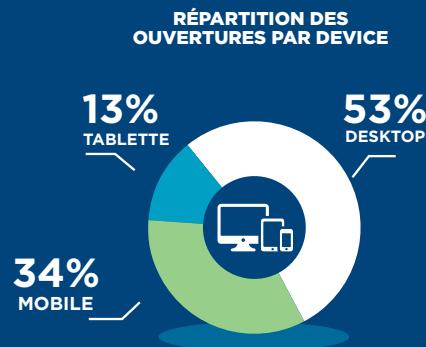
CIL

01 73 05 46 85 / 01 73 05 46 79
jcaldera@prismamedia.com sdilmi@prismamedia.com
[jeromecaldera](http://jeromecaldera.com)

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

12
Bases de données


6,7 M
(Millions) d'adresses emails opt-in partenaires (dédupliquées)

LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Gala
Cuisinie actuelle
Téléloisirs
Serengo

Femme actuelle
Geo
Télé 2 Semaines
Neon

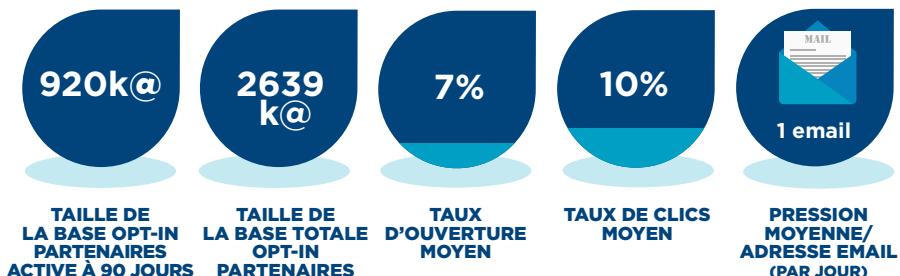
Voici
Capital
VSD
Prima

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes

NOM DE LA BASE : GALA 1/12 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : NC

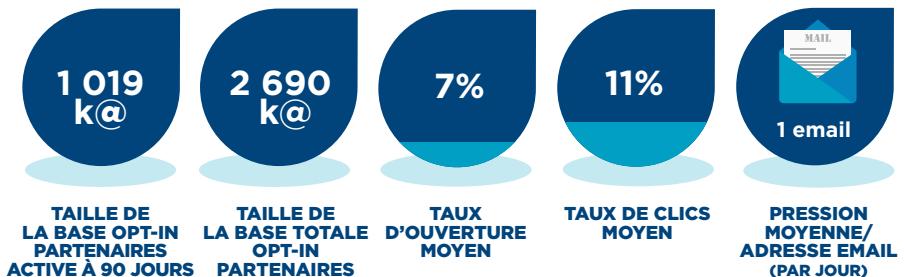
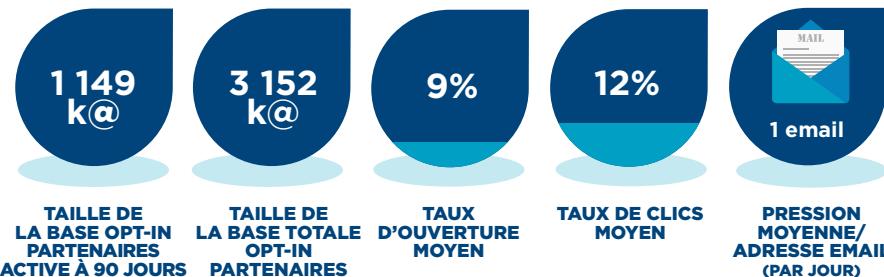


CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>

THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurance | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Immobilier | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Minceur | Mobile content | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition
- | Obsèques | Panel | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté
- | Senior | Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme
- | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



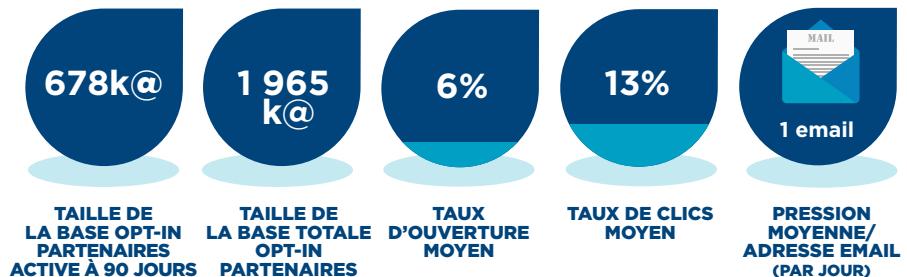
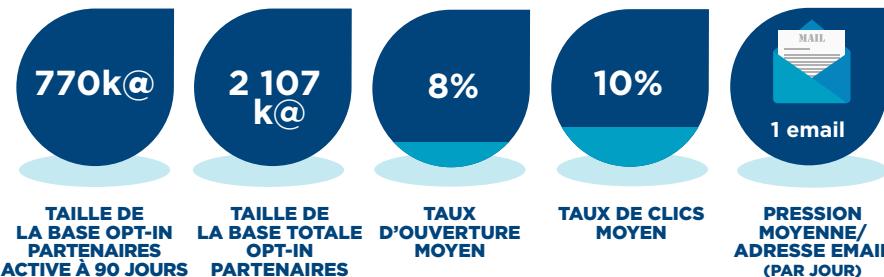
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurance | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Immobilier | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Minceur | Mobile content | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition
- | Obsèques | Panel | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté
- | Senior | Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme
- | Ventes privées



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Assurance | Automobile | Crédit
- | Défiscalisation | Immobilier | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Minceur | Mobile content | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition
- | Obsèques | Panel | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté
- | Senior | Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme
- | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



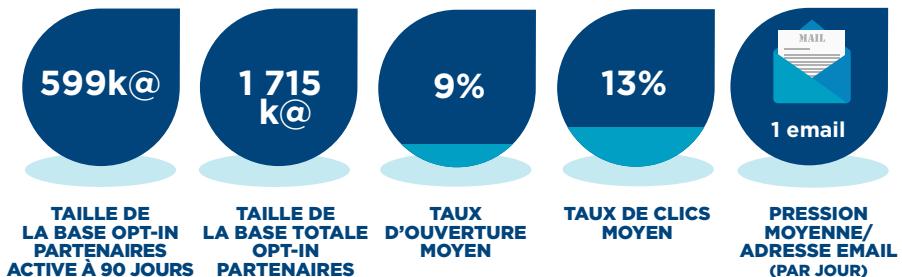
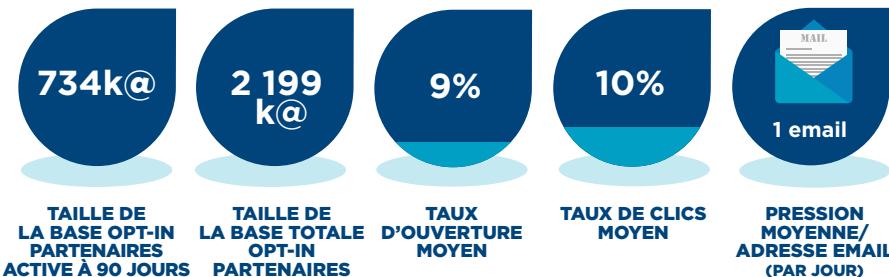
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Assurance | Automobile | Crédit
- | Défiscalisation | Emploi/Formation | Immobilier | Jeux concours
- | Maison/Jardin/Déco | Minceur | Mobile content | Mode/Accessoires
- | Mutuelles | Nutrition | Obsèques | Panel | Rachat de crédit
- | Rencontre | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Voyage/Tourisme | Ventes privées



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Automobile | Crédit | Défiscalisation | Immobilier
- | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Mutuelles | Obsèques
- | Rachat de crédit | Senior | Voyage/Tourisme | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



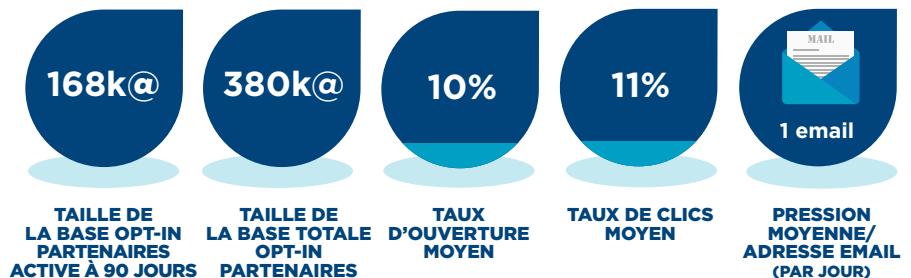
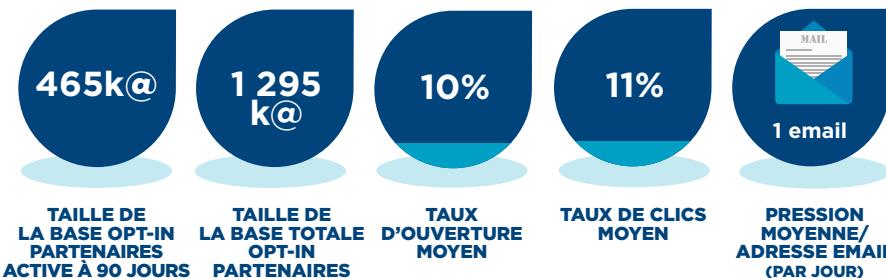
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Automobile | Crédit | Défiscalisation | Immobilier
- | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Mutuelles | Obsèques
- | Rachat de crédit | Senior | Shopping Femme | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Immobilier | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition | Obsèques
- | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme
- | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



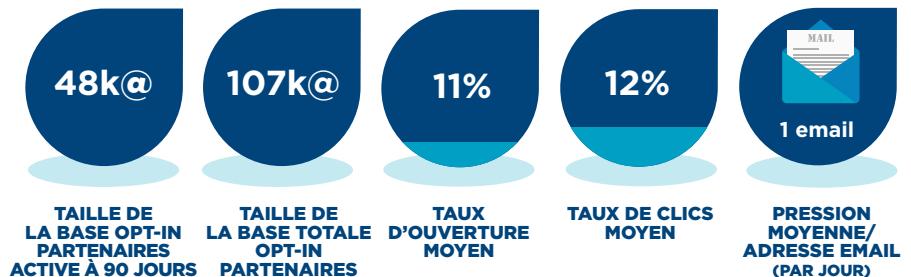
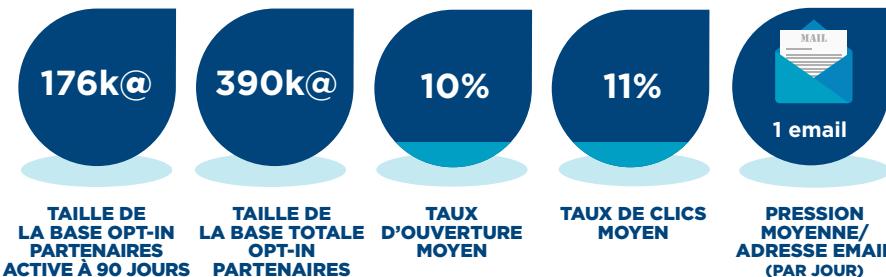
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Immobilier | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition | Obsèques
- | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme
- | Ventes privées



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Immobilier | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition | Obsèques
- | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme
- | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



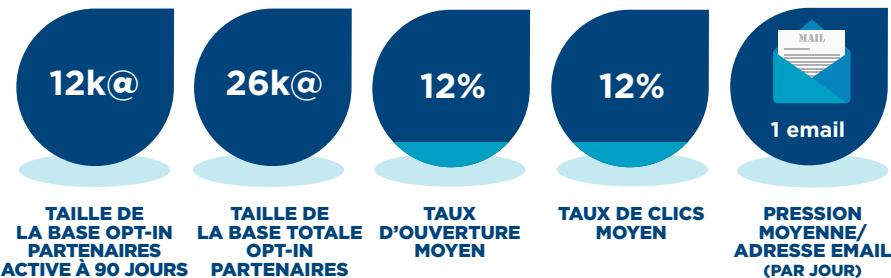
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Immobilier | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition | Obsèques
- | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme
- | Ventes privées



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Crédit | Défiscalisation | Emploi/Formation | Immobilier
- | Jeux concours | Mutuelles | Nutrition | Obsèques | Rachat de crédit
- | Rencontre | Shopping Femme | Shopping Homme | Voyage/Tourisme
- | Ventes privées



 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>

 THÉMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Immobilier | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Minceur | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition | Obsèques
- | Rachat de crédit | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Voyage/Tourisme | Ventes privées

IMAGINEZ UNE SOLUTION QUI CONCILIE...

PERFORMANCE & DATA

PIUSSANCE & CONTENU

PERSONNALISATION & CIBLAGE

PMS
DATA
ROOM

LE CONTEXTE
FAIT LA DIFFÉRENCE

CIL



PRISMA MEDIA
13 Rue Henri Barbusse
92624 Gennevilliers
Cedex
www.prismamedia.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :

Mr CALDERA Jérôme
& DILMI Samir
Responsable opérations
& Directeur Délégué
Data

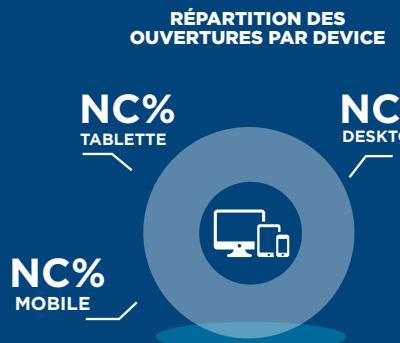
01 73 05 46 85 / 01 73 05 46 79
jcaldera@prismamedia.com
sdilmi@prismamedia.com
jeromecaldera

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

29

Bases
de données

3 M

(Millions)
d'adresses emails
Opt-in partenaires
(actives à 90 jours)

LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Gault&Millau
FUN RADIO
Eden Flirt
Voyage Privé
Mes-codes-promos.fr
Club des réductions
Qapa
Theoptinmachine
Netvendeur
Ohmymag

RTL
Girls
Meilleurs des bons plans
Aujourd'hui
Ma minute essentielle
Happy Conso
Special Mode
UGC
Promoprivilège
Easyvoyage

RTL2
Welcome Media
Easyvoyage
Corner promo
Ma news 7/7 - Actu malin
We love
Sublime moi
Reserverlessai
Gentside

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



NOM DE LA BASE : GAULT&MILLAU 1/29 | GESTIONNAIRE | N° CNIL : 1361691

NC k@

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRES
ACTIVE À 90 JOURS

NC k@

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRES

5,8%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

14,4%

TAUX DE CLICS
MOYENMAIL
1 emailPRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR JOUR)

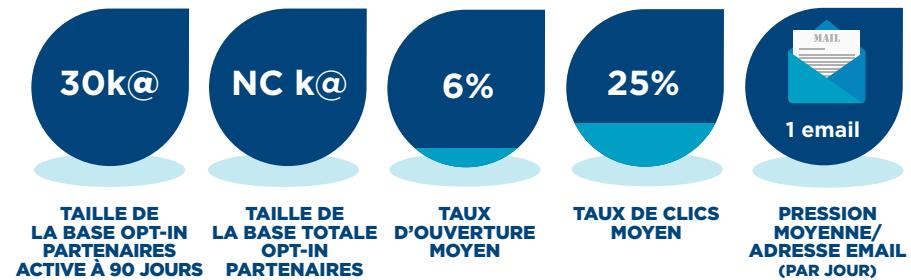
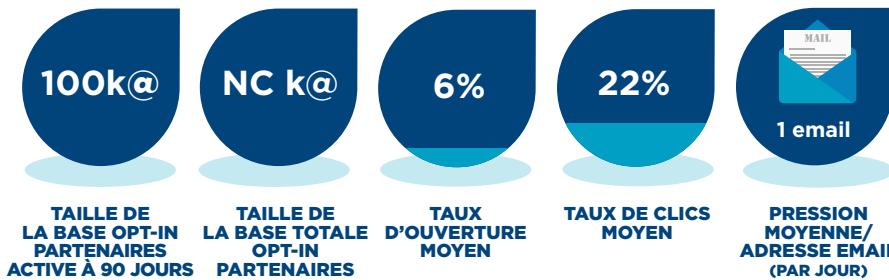
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Crédit | Défiscalisation
- | Maison/Jardin/Déco | Mutuelles | Panel | Santé/Beauté
- | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI
Civilité	OUI
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI
CSP	NON
Critères BtoB	NON

CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

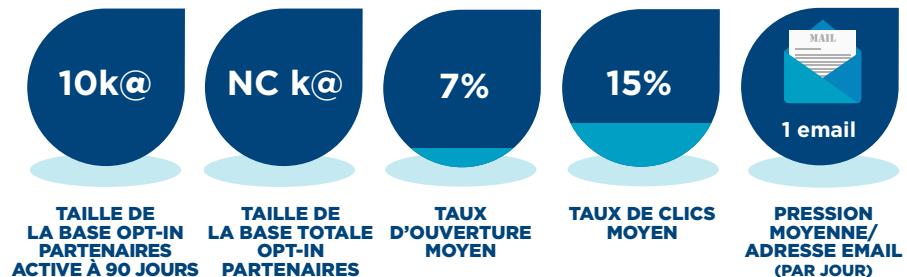
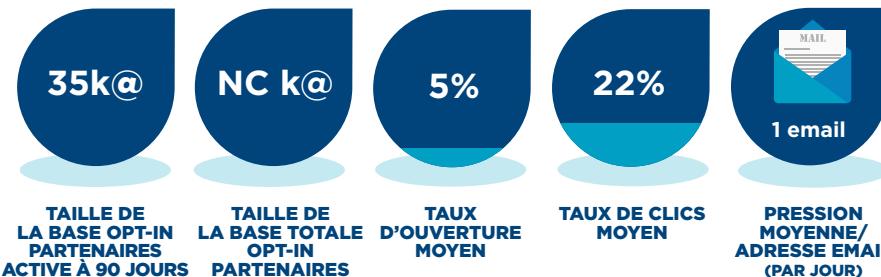
Age	OUI
Civilité	OUI
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI
CSP	NON
Critères BtoB	NON

THÉMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Maison/Jardin/Déco | Minceur | Mutuelles | Obsèques | Panel
- | Shopping Femme

THÉMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Maison/Jardin/Déco | Minceur | Mutuelles | Obsèques | Panel
- | Shopping Femme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	NON	✗
Critères BtoB	NON	✗



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	NON	✗
Critères BtoB	NON	✗



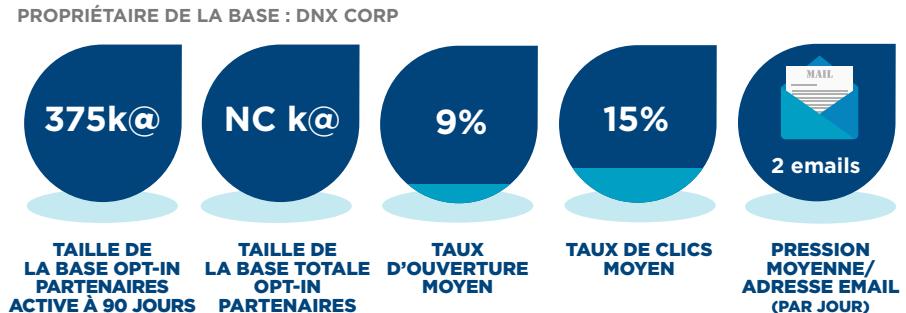
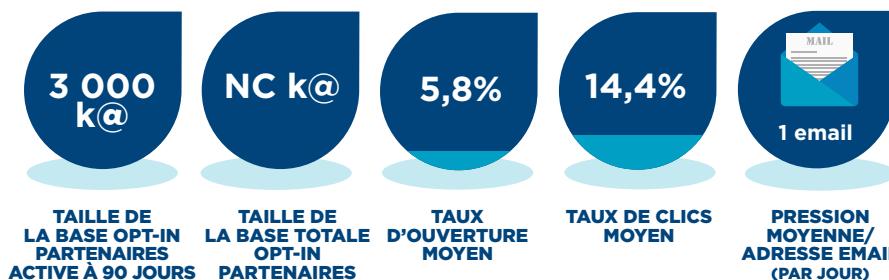
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | ✓ Alimentaire | ✓ Automobile | ✓ Crédit | ✓ Défiscalisation
- | ✓ Maison/Jardin/Déco | ✓ Minceur | ✓ Mutuelles | ✓ Obsèques | ✓ Panel
- | ✓ Shopping Femme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | ✓ Alimentaire | ✓ Automobile | ✓ Crédit | ✓ Défiscalisation
- | ✓ Maison/Jardin/Déco | ✓ Minceur | ✓ Mutuelles | ✓ Obsèques | ✓ Panel
- | ✓ Shopping Femme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI
Civilité	OUI
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI
CSP	NON
Critères BtoB	NON



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI
Civilité	OUI
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI
CSP	NON
Critères BtoB	NON



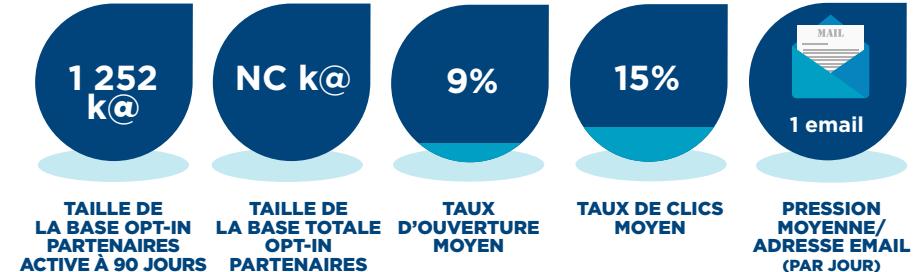
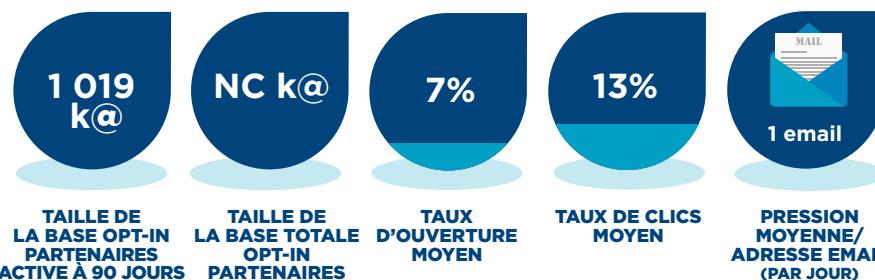
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- Alimentaire | Assurances | Automobile | Charme | Défiscalisation
- Jeux concours | Senior



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- Adulte | Assurances | Automobile | Charme | Crédit
- Défiscalisation | Immobilier | Rachat de crédit | Rencontre | Voyance



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



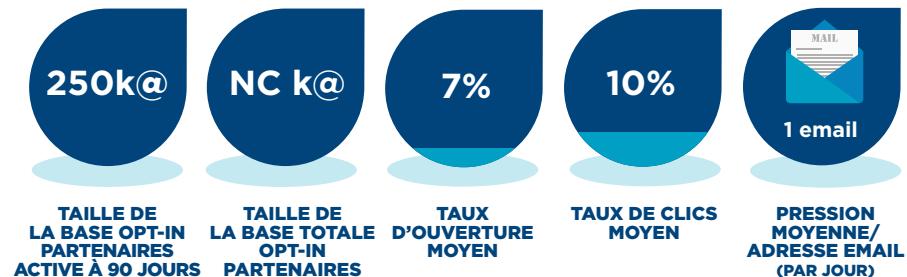
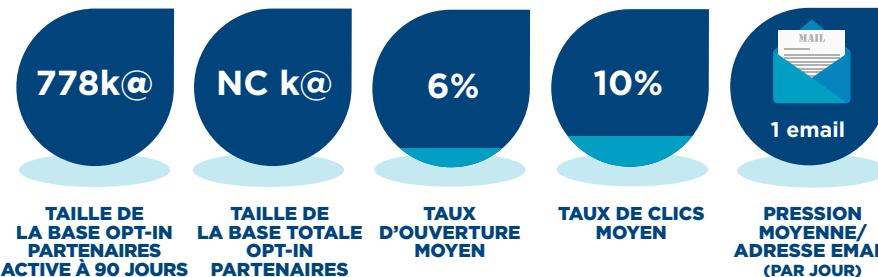
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mutuelles | Obsèques | Panel | Rachat de crédit | Santé/Beauté
- | Senior



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Jeux concours
- | Maison/Jardin/Déco | Minceur | Mutuelles | Nutrition | Obsèques
- | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté | Senior | Voyance



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



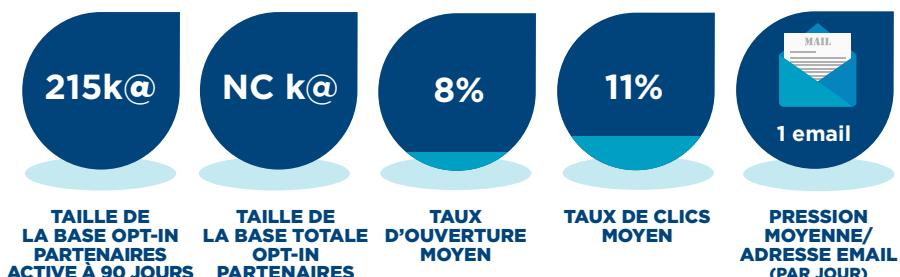
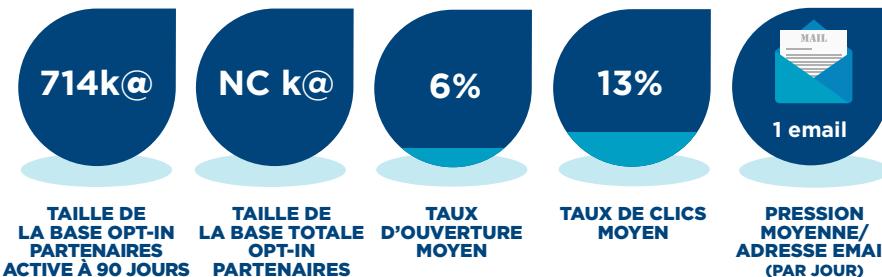
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Immobilier
- | Jeux concours | Minceur | Mutuelles | Obsèques | Panel
- | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Immobilier | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mutuelles | Nutrition | Obsèques | Rachat de crédit | Santé/Beauté
- | Senior | Shopping Femme | Voyage/Tourisme | Voyance



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



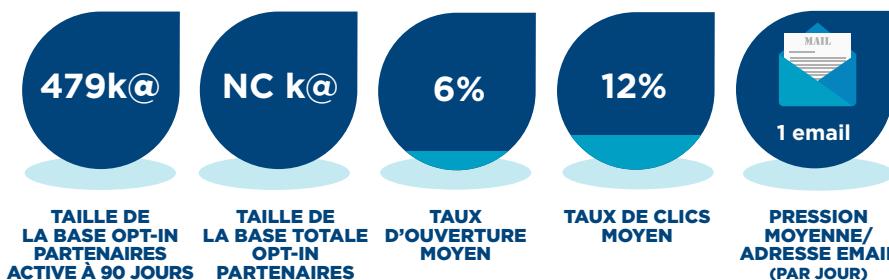
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Informatique/High tech | Maison/Jardin/Déco | Minceur | Mutuelles
- | Obsèques | Panel | Rachat de crédit | Rencontre | Santé/Beauté
- | Voyance



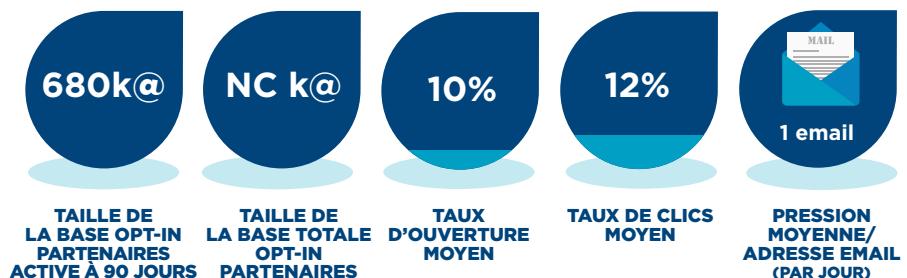
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Assurances | Charme | Crédit | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Minceur | Obsèques | Rachat de crédit | Rencontre | Voyance



| N° CNIL : 1478221

PROPRIÉTAIRE DE LA BASE : SYGNATURE



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



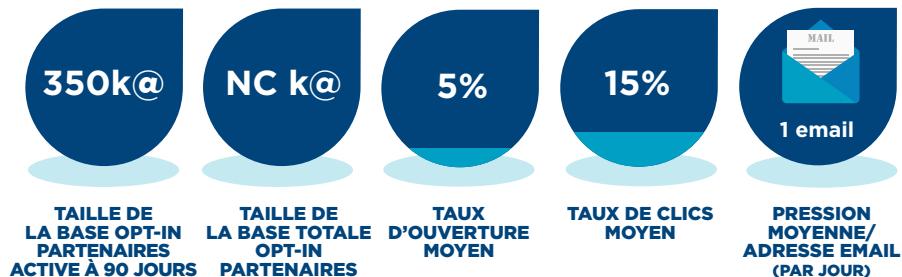
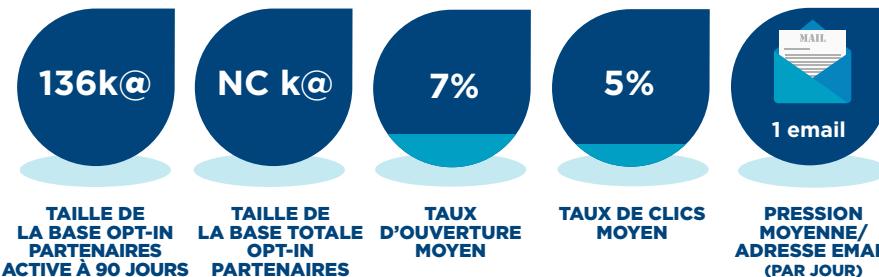
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Mutuelles
- | Obsèques | Santé/Beauté | Senior | Voyance



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Immobilier | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mutuelles | Rachat de crédit | Rencontre | Voyance



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	NON	✗
Critères BtoB	NON	✗



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	NON	✗
Critères BtoB	NON	✗



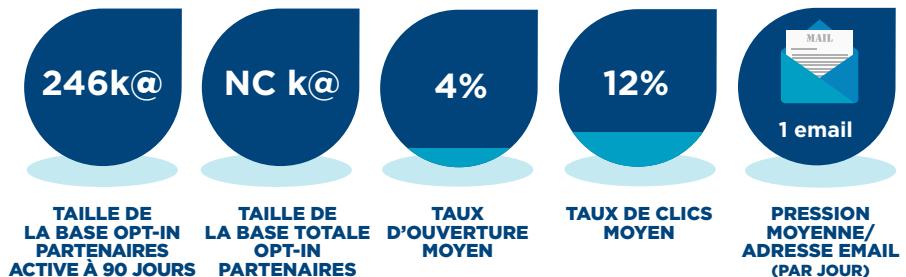
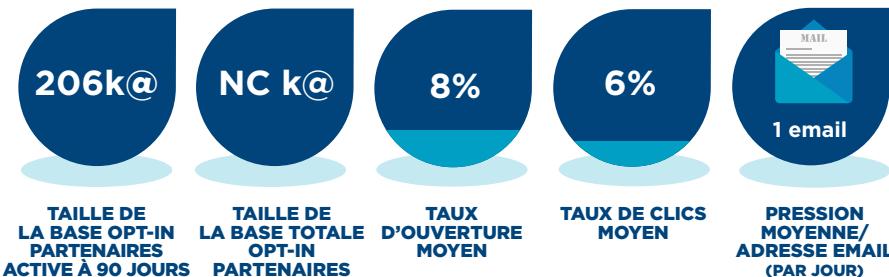
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | ✓ Alimentaire | ✓ Assurances | ✓ Automobile | ✓ Crédit | ✓ Défiscalisation
- | ✓ Emploi/Formation | ✓ Immobilier | ✓ Jeux concours | ✓ Maison/Jardin/Déco
- | ✓ Mutuelles | ✓ Rachat de crédit | ✓ Rencontre | ✓ Voyance



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | ✓ Alimentaire | ✓ Assurances | ✓ Automobile | ✓ Crédit | ✓ Défiscalisation
- | ✓ Emploi/Formation | ✓ Immobilier | ✓ Jeux concours | ✓ Maison/Jardin/Déco
- | ✓ Mutuelles | ✓ Rachat de crédit | ✓ Rencontre | ✓ Voyance



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



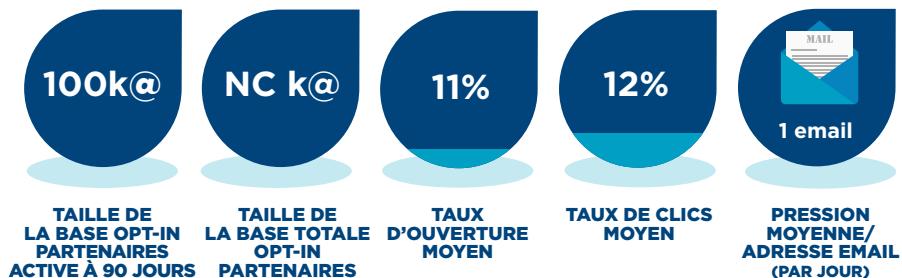
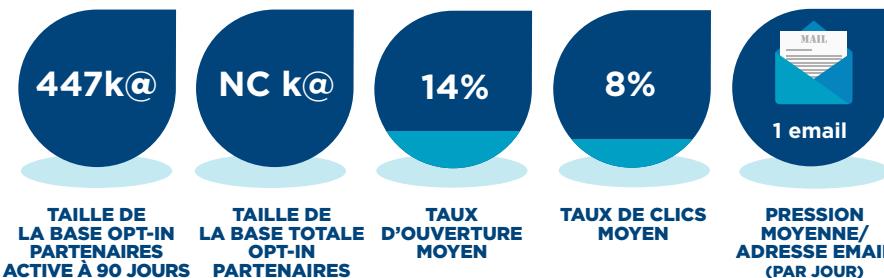
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Jeux concours
- | Maison/Jardin/Déco | Nutrition | Obsèques | Rachat de crédit
- | Rencontre | Santé/Beauté | Shopping Femme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Assurances | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Immobilier | Maison/Jardin/Déco | Mutuelles
- | Obsèques | Rachat de crédit | Voyance



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



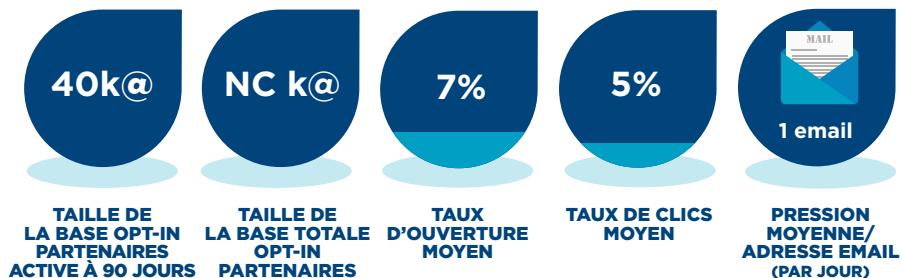
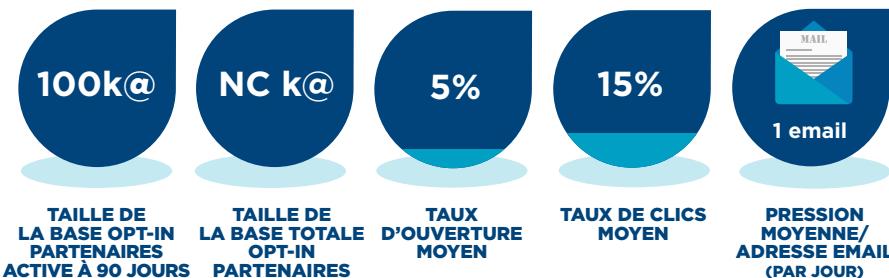
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Adulte | Alimentaire | Assurances | Automobile | Charme | Crédit
- | Défiscalisation | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mutuelles | Obsèques | Rachat de crédit | Shopping Femme
- | Ventes privées | Voyance



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Adulte | Assurances | Automobile | Charme | Crédit
- | Défiscalisation | Rachat de crédit | Rencontre | Voyance



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



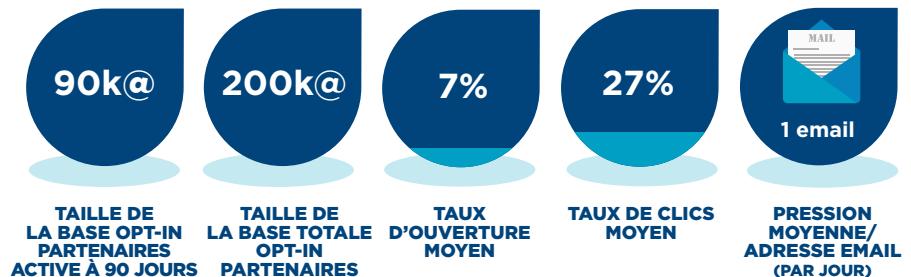
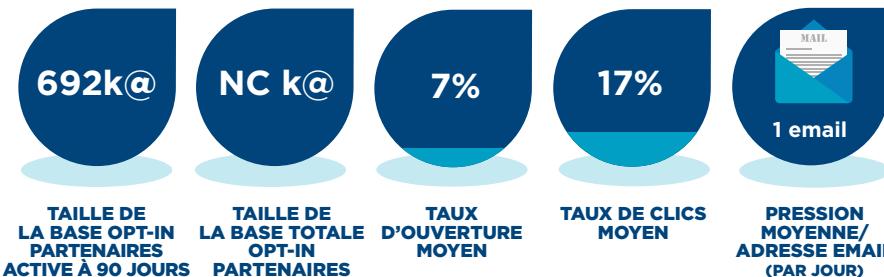
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- Assurances | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- Emploi/Formation | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Mutuelles
- Obsèques | Rachat de crédit | Rencontre | Voyance



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- Alimentaire | Automobile | Crédit | Immobilier | Jeux concours
- Informatique/High tech | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- Santé/Beauté



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



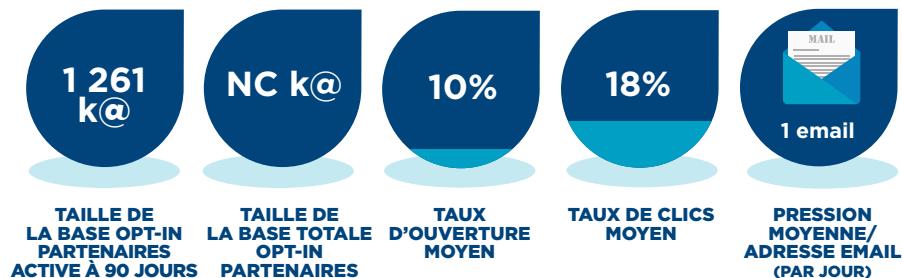
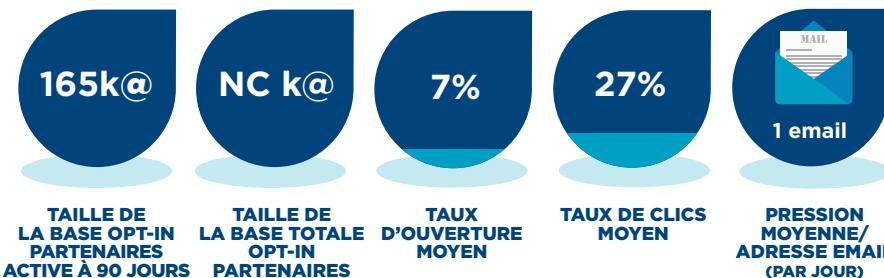
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Immobilier | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Minceur | Mutuelles | Obsèques | Rachat de crédit | Santé/Beauté
- | Shopping Femme



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mutuelles | Obsèques | Rachat de crédit | Rencontre
- | Shopping Femme | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



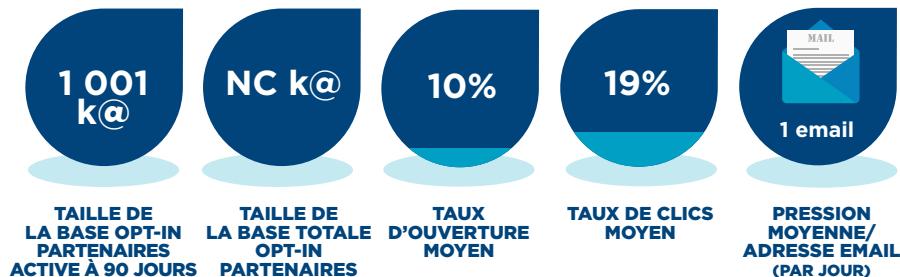
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mutuelles | Obsèques | Rachat de crédit | Rencontre
- | Shopping Femme | Ventes privées



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Immobilier | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Mode/Accessoires | Obsèques | Rachat de crédit | Shopping Femme
- | Shopping Homme



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Immobilier | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Minceur | Mode/Accessoires | Obsèques | Rachat de crédit
- | Santé/Beauté | Shopping Femme | Shopping Homme

adloop



REPENSER L'ATTRIBUTION

Avec son algorithme comportemental, Adloop redéfinit la mesure de la performance publicitaire.

www.adloop.co



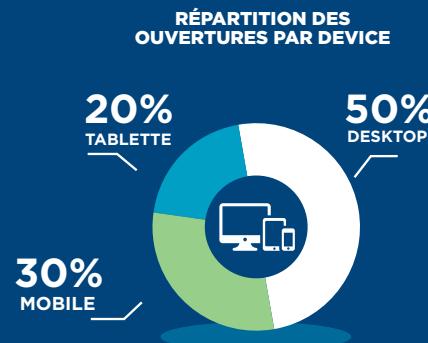
PROLEAGION
GMBH
Kreuzberger Ring 24
Wiesbaden 65205
Allemagne
www.proleagion.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :
Mr FAY Anthony
Country manager FR

+49 (0) 611-723777-33
anthony.fay@proleagion.com
anthonyfay

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

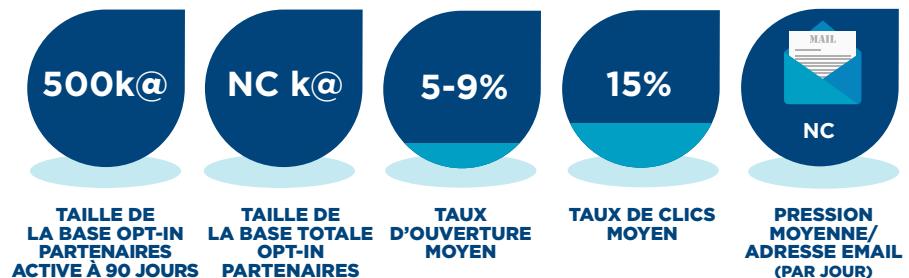
1 Base de données
500 K d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

7section

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Assurances | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Immobilier | Informatique/High tech
- | Jeux concours | Loterie | Maison/Jardin/Déco | Minceur
- | Mobile content | Mode/Accessoires | Rachat de crédit | Santé/Beauté
- | Senior | Shopping Femme | Sport | Voyage/Tourisme | Ventes privées



QASSA FRANCE
BV
Planetenveld 35
3893GE Zewolde
Pays-Bas
www.qassa.fr

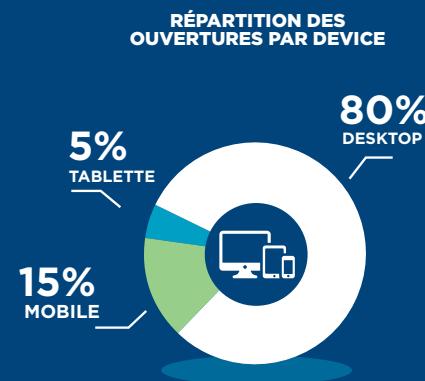
Responsable de
la commercialisation
des bases :
Mr LOPEZ Grégoire
Senior International
Account Manager

0031 36 539 7868
sales@qassa.com
NC

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1
Base de données

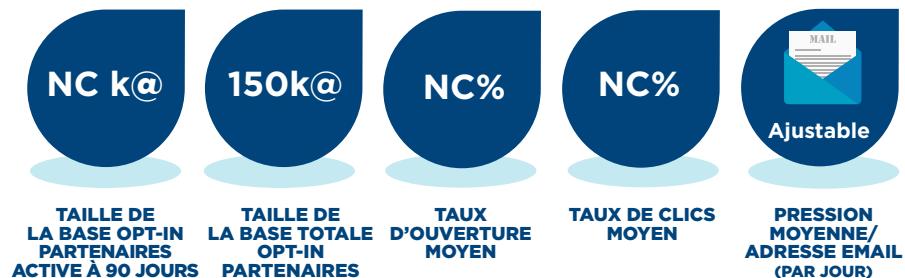
150 K
d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Qassa

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Plus de 1250 possibilités		

THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Voyage | Mode | ElectroMénager | Bien-être | Bons plans



REFLEXEMEDIA
5 rue Thomas Edison
44470 Carquefou

www.reflexemedia.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :

M^{me} LERAY Nicolas &
DENIS David
Co-Gérant

02 28 23 59 03
contact@reflexemedia.com
NC

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

3 Bases de données

1 M (Million) d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

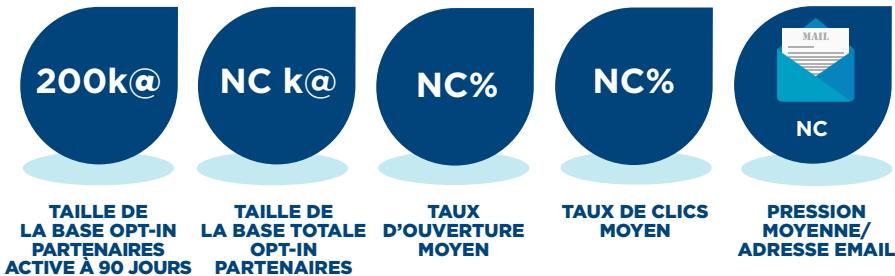
ReflexeMedia

Ekojeu

NetFever

MODÈLES ÉCONOMIQUES :

CPL CPC

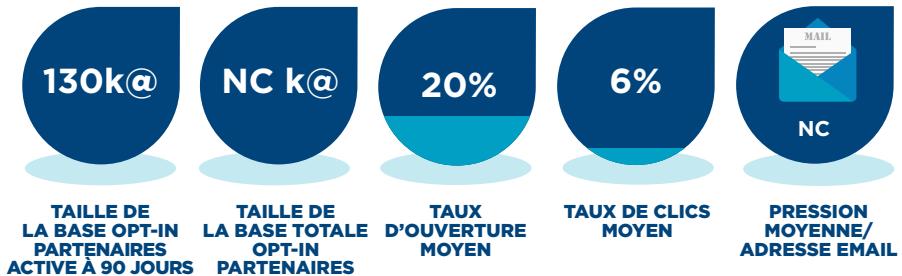
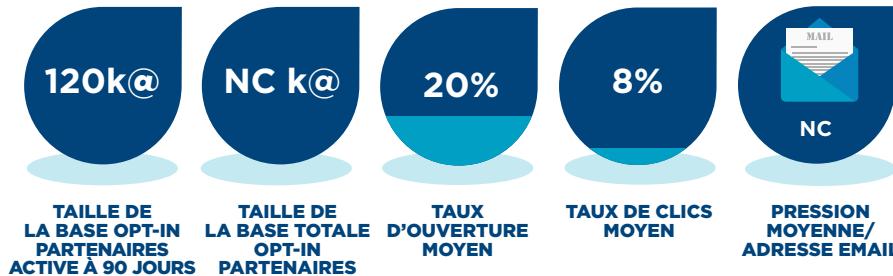


CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	80 000
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	110 000
Hommes	90 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	150 000
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>

THEMATIQUES PERFORMANTES :

Deals Jeux concours Minceur Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	80 000
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	70 000
Hommes	50 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	80 000
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	65 000
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	85 000
Hommes	45 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	65 000
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Jeux concours



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Jeux concours



RESPAWN
104 boulevard
de Magenta
75010 Paris
www.respawn.fr

Responsable de
la commercialisation
des bases :
Mr KOUKI Kevin
DG

01 85 09 64 74

kevin.kouki@respawn.fr

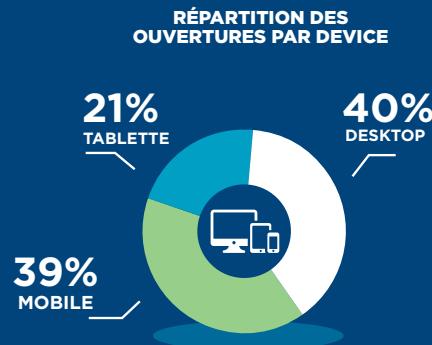
kevin.kouki

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1



2 M



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

MyBad

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

50k@

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRE
ACTIVE À 90 JOURS

2 000
k@

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRE

1-2%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

6-12%

TAUX DE CLICS
MOYEN

2/3 emails

PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR SEMAINE)



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	100 000
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	450 000
Hommes	250 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	400 000
CSP	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>

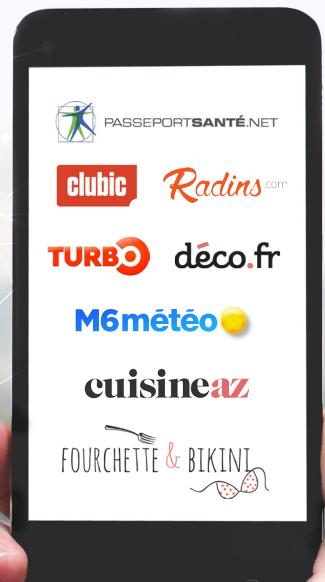


THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Maison/Jardin/Déco | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Ventes privées



UN RÉSEAU DE MARQUES PUISSANTES
POUR ACCOMPAGNER VOTRE DÉVELOPPEMENT.



CONTACT | Nathalie BAYON Responsable Equipe Commerciale CRM | +33 6 31 51 19 13 | nathalie.bayon@m6.fr

mediarithmics

Full Stack Data Marketing Activation Platform



EDITEURS, RÉGIES ET OPÉRATEURS DATA

Protégez et valorisez au mieux votre actif Data en créant de nouveaux modèles d'affaires.



ANNONCEURS

Profitez d'une plateforme intégrée pour lancer rapidement des campagnes multicanales scénarisées transparentes et performantes.

DMP AUDIENCE

User profile & timeline

Segmentation

Analytics

SCENARIO AUTOMATION

Multichannel Touch scenario

Product recommendation

Dynamic Creative Optimization

PROGRAMMATIC DELIVERY

DSP display

E-mail

On-Site

PERFORMANCE OPTIMIZATION

Attribution

Conversion



UNDERSTAND



PLANIFY



ACTIVATE



OPTIMISE

API

+

PLUG IN

09 72 10 07 20

www.mediarithmics.com
contact@mediarithmics.com

Response Concepts

Premium lead generation

RESPONSE CONCEPTS
 Joan Muyskenweg 140-142
 1114 AN Amsterdam
 The Netherlands
www.response-concepts.nl
 Date de création 2012,
 effectif 2016 : 80 employés

Responsable de la commercialisation des bases :
 Mr STUCKI Cédric
 Country Manager France

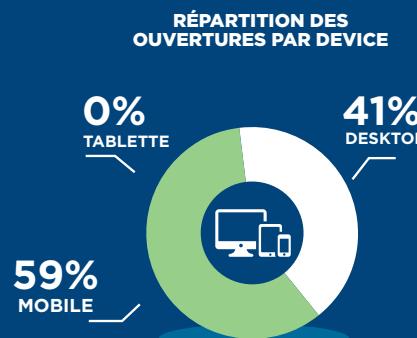
06 76 47 63 05

cedric@response-concepts.nl

cedric.stucki

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

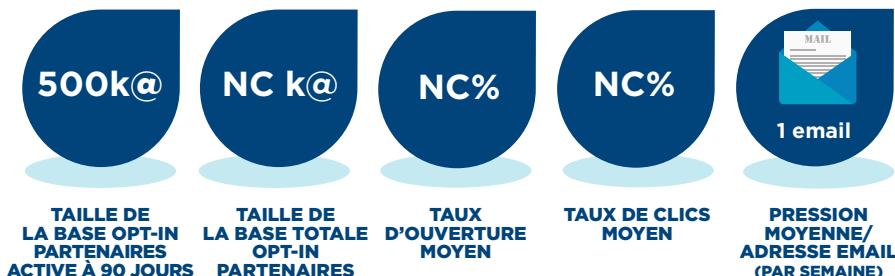
1 Base de données
 500 K d'adresses emails opt-in partenaires

**LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :**

Super deals

MODÈLES ÉCONOMIQUES :

1* : fixe sur les ventes

**CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :**

Age	OUI	NON
Entre 20 et 24 ans	10 000	
Entre 25 et 29 ans	10 000	
Entre 30 et 39 ans	45 000	
Entre 40 et 49 ans	110 000	
Entre 50 et 59 ans	145 000	
60 ans et plus	180 000	
Civilité	OUI	NON
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	
CSP	NON	
Critères BtoB	NON	

**THEMATIQUES PERFORMANTES :**

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Deals | Jeux concours
- | Maison/Jardin/Déco | Minceur | Mode/Accessoires | Panel
- | Rachat de crédit | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Voyage/Tourisme



RIVIERA WEB
41-43 bis rue des Chantiers
78000 Versailles

Responsable de
la commercialisation
des bases :

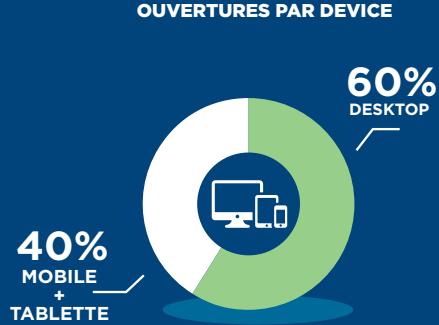
01 39 54 05 44
lina.bounsy@rivieraweb-rw.com
linabounsy

Melle BOUNSY Lina
Responsable
Emarketing

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

4 Bases de données

1,2 M (Million) d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Lecoindesmarques

Shoppingprivilege

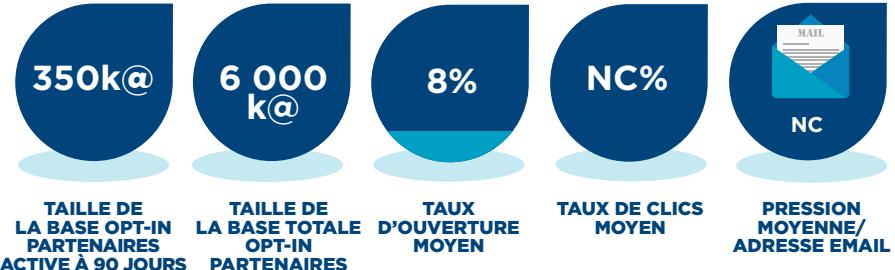
Lesmalices

Mesemplettesvip

MODÈLES ÉCONOMIQUES :

CPL CPM CPC CPMO

NOM DE LA BASE : LECOINDESMARQUES 1/4 | PROPRIÉTAIRE
| N° CNIL : 1283048

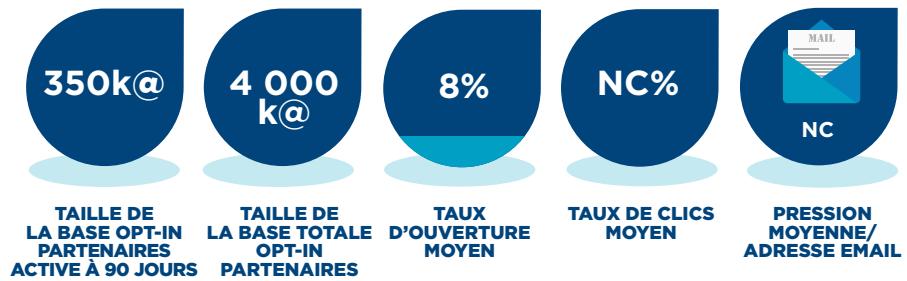
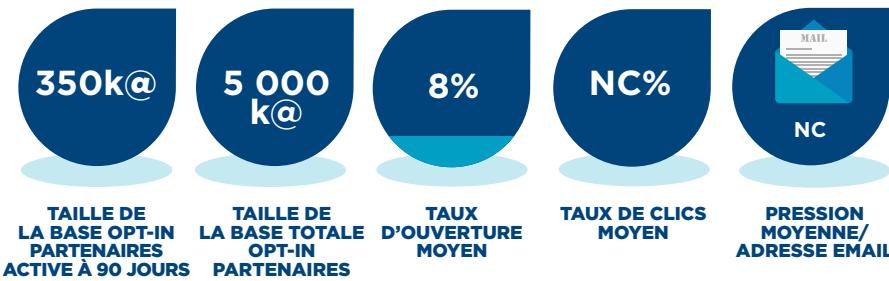


CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>

THEMATIQUES PERFORMANTES :

| E-shopping | Crédit/Finance | Mutuelles | Assurance



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	OUI	✓
Critères BtoB	NON	✗



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	OUI	✓
Critères BtoB	NON	✗



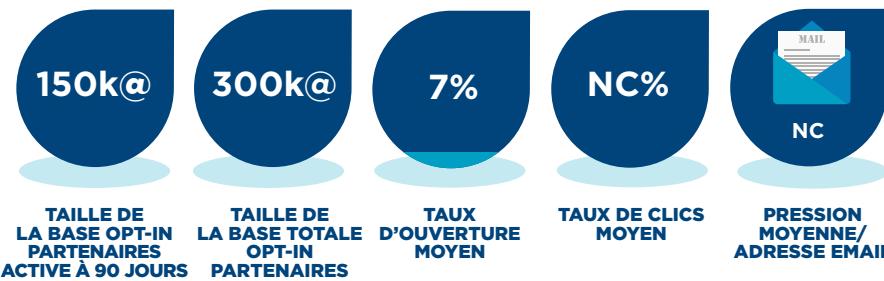
THEMATIQUES PERFORMANTES :

| ✓ E-shopping | ✓ Crédit/Finance | ✓ Mutuelles | ✓ Assurance



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| ✓ E-shopping | ✓ Crédit/Finance | ✓ Mutuelles | ✓ Assurance



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>

THEMATIQUES PERFORMANTES :

✓ E-shopping | ✓ Crédit/Finance | ✓ Mutuelles | ✓ Assurance

Une base de données propriétaire hyperqualifiée pour :

Enrichir, Prospector, Fidéliser



ENRICHISSEMENT

COMPORTEMENTAL

CONNAISSANCE CLIENT

MARKETING MULTICANAL



SMS géociblé



Courrier postal



Télémarketing



Email marketing

Fabrice MAYAUD
fmayaud@comparadise.com
01 82 28 89 32
comparadisedata.com

✓ Campagne SMS & email

✓ Collecte de leads

✓ Télémarketing

€ Monétisation de données

✓ Comptage et location de données

✓ Enrichissement et acquisition de données



R'MAILER
55 rue Raspail
92300 Levallois Perret

Responsable de
la commercialisation
des bases :

M^{me} DIARRA Yakaré
Team leader push emailing

01 76 23 06 11
yakare.diarra@dalenys.com
NC

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

11

Bases
de données



1,8 M

(Million)
d'adresses emails
opt-in partenaires



RÉPARTITION DES OUVERTURES PAR DEVICE



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Consoclient
Toox
P&r formation
Onlinevoyance
P&r psychologie

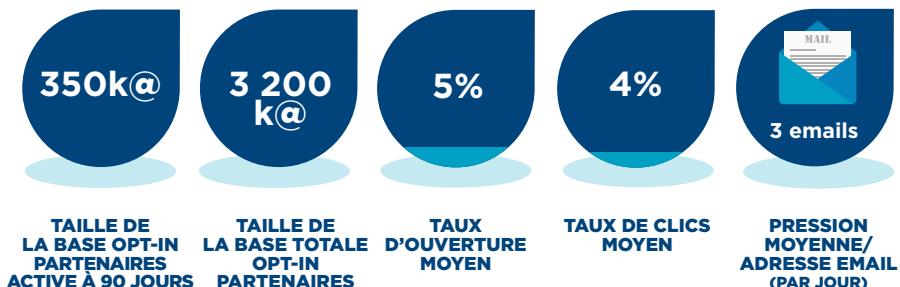
Wellpack
Filiassur
Votre quincaillerie
Mailody C
Mes emplettes-vip

Top privilège

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

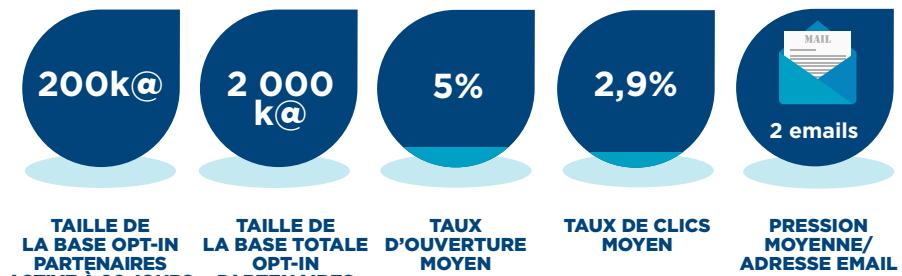
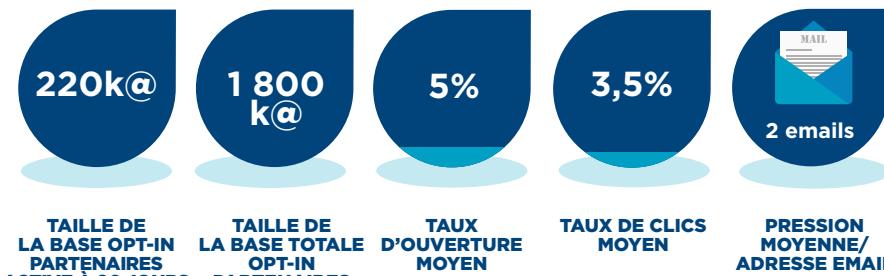


CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI
Civilité	OUI
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI
CSP	NON
Critères BtoB	NON



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

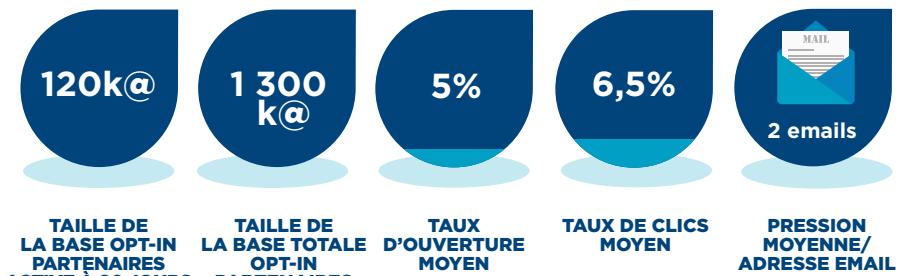
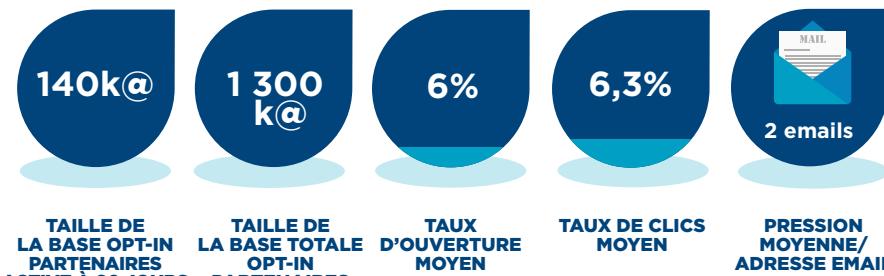
Age	OUI
Civilité	OUI
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI
CSP	NON
Critères BtoB	NON



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON <input type="checkbox"/>
CSP	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

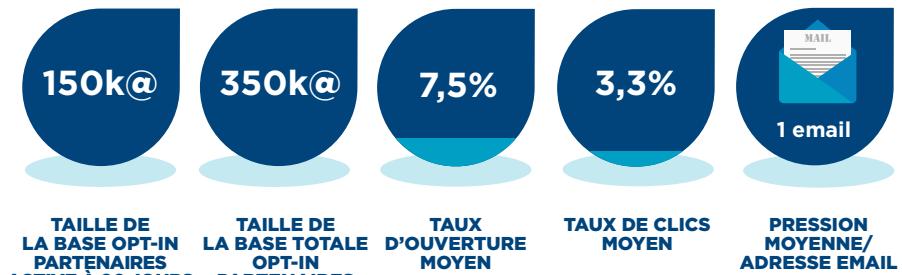
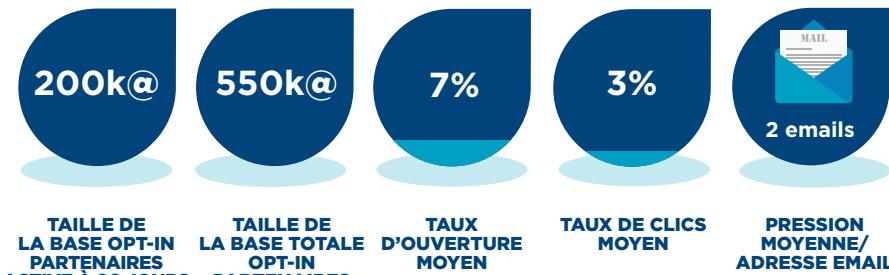
Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	NON <input type="checkbox"/>
CSP	NON <input type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

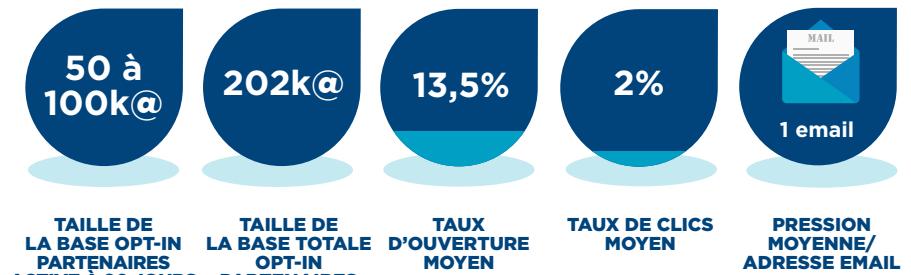
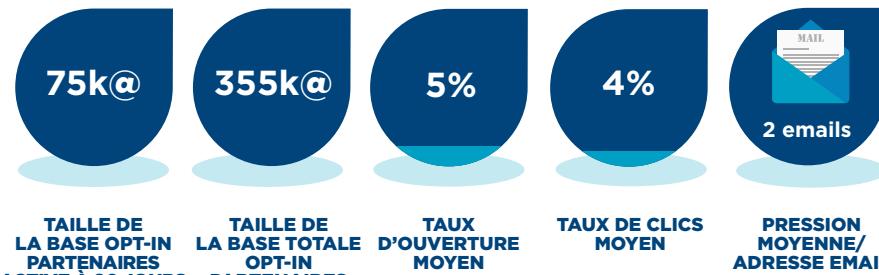
Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

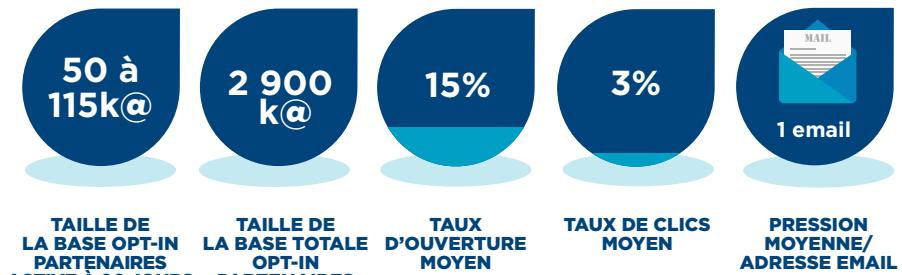
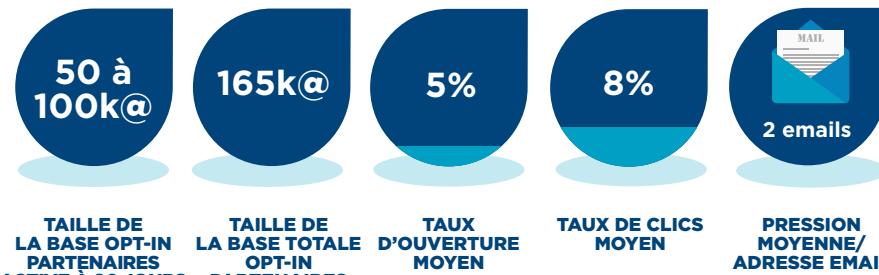
Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI
Civilité	OUI
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI
CSP	NON
Critères BtoB	NON



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI
Civilité	OUI
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI
CSP	NON
Critères BtoB	NON



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



SLS DATA
12, rue Vivienne
75002 Paris

www.sls-data.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :

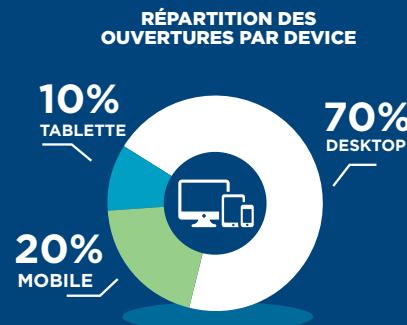
M^r Madelman Stéphan
Directeur Commercial

01 80 48 65 75
smadelman@sls-data.com
NC

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1
Base de données

1,8 M
(Million)
d'adresses emails
opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

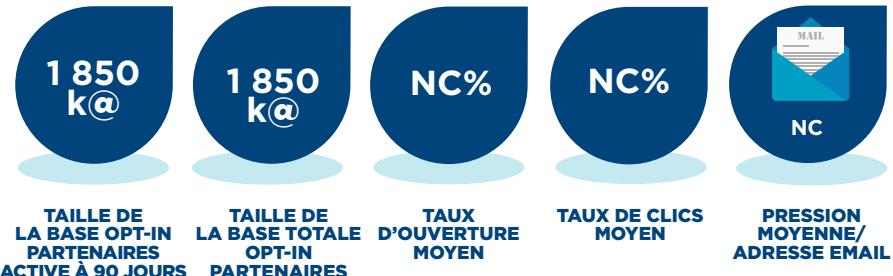
Softdirect

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

NOM DE LA BASE : SOFTDIRECT 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1753547



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	1 250 000
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	970 000
Hommes	824 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	1 385 000
Critères socio-professionnels (CSP)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	885 000
Critères BtoB	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
	950 000
Autres : Prénom, Nom, Appétence	

THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



SNAKE
INTERACTIVE SAS
12, rue Viviennes - Lot 3
75002 Paris
www.snakeinteractive.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :
M^r OV Daniel
Directeur

01 48 58 75 57
agence@snakeinteractive.com
daniel_ov

CIL

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

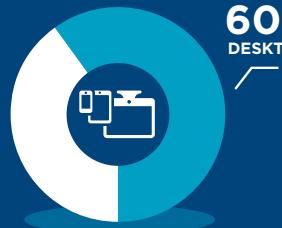
13

Bases
de données

NC

(Million)
d'adresses emails
opt-in partenaires

40%

RÉPARTITION DES
OUVERTURES PAR DEVICE60%
DESKTOP

LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Mes meilleurs achats
Mes meilleures vacances
Web deals
Revue shopping
Mes recettes à moi

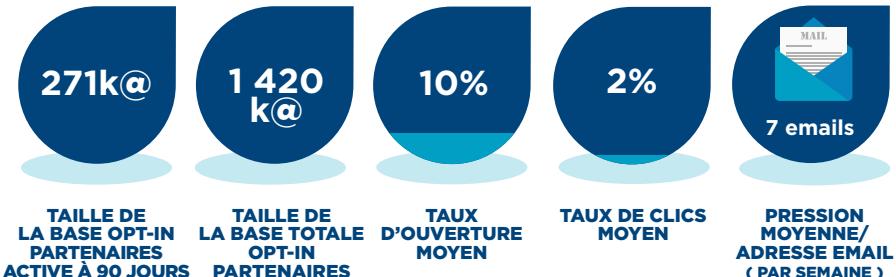
Ma mode à moi
Astuce coupon
Astuce reduc
Nos choix immanquables
Nos tendances mode

Club detente
Votre hard discount
V pour vacances

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



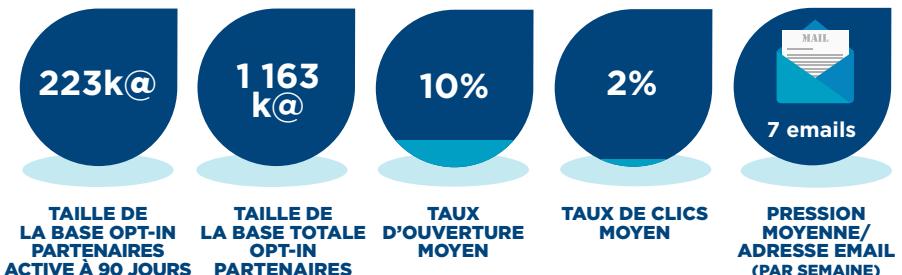
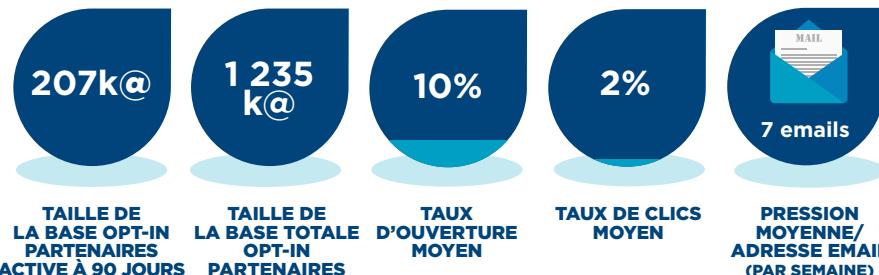
NOM DE LA BASE : MES MEILLEURS ACHATS 1/13 | PROPRIÉTAIRE |
N° CNIL : 1577507


 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input type="checkbox"/>

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Maison/Jardin/Déco | Mode/Accessoires | Mutuelles | Obsèques
- | Rachat de crédit | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Sport | Voyage/Tourisme | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



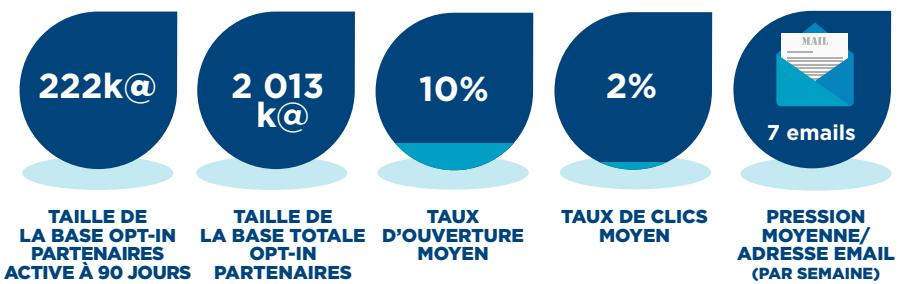
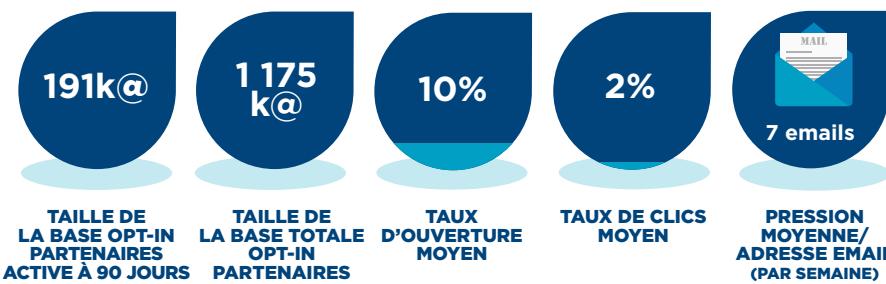
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Maison/Jardin/Déco | Mode/Accessoires | Mutuelles | Obsèques
- | Rachat de crédit | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Sport | Voyage/Tourisme | Ventes privées



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Maison/Jardin/Déco | Mode/Accessoires | Mutuelles | Obsèques
- | Rachat de crédit | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Sport | Voyage/Tourisme | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	OUI	✓
Critères BtoB	NON	✗



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	OUI	✓
Critères BtoB	NON	✗



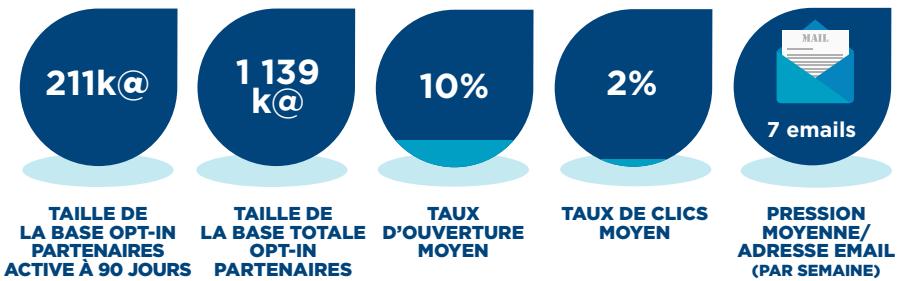
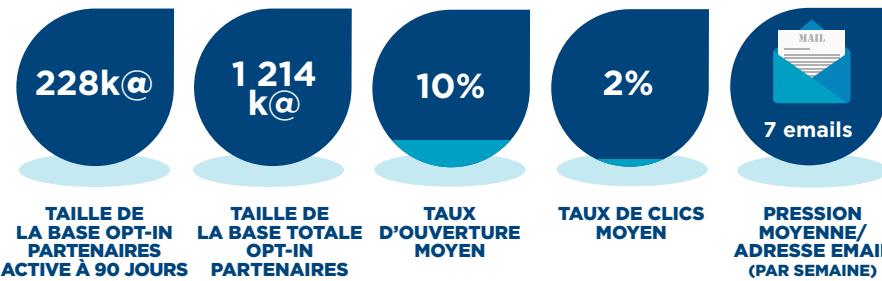
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | ✓ Alimentaire | ✓ Assurances | ✓ Automobile | ✓ Crédit | ✓ Deals
- | ✓ Défiscalisation | ✓ Immobilier | ✓ Informatique/High tech | ✓ Jeux concours
- | ✓ Maison/Jardin/Déco | ✓ Mode/Accessoires | ✓ Mutuelles | ✓ Obsèques
- | ✓ Rachat de crédit | ✓ Santé/Beauté | ✓ Senior | ✓ Shopping Femme
- | ✓ Shopping Homme | ✓ Sport | ✓ Voyage/Tourisme | ✓ Ventes privées



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | ✓ Alimentaire | ✓ Assurances | ✓ Automobile | ✓ Crédit | ✓ Deals
- | ✓ Défiscalisation | ✓ Immobilier | ✓ Informatique/High tech | ✓ Jeux concours
- | ✓ Maison/Jardin/Déco | ✓ Mode/Accessoires | ✓ Mutuelles | ✓ Obsèques
- | ✓ Rachat de crédit | ✓ Santé/Beauté | ✓ Senior | ✓ Shopping Femme
- | ✓ Shopping Homme | ✓ Sport | ✓ Voyage/Tourisme | ✓ Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



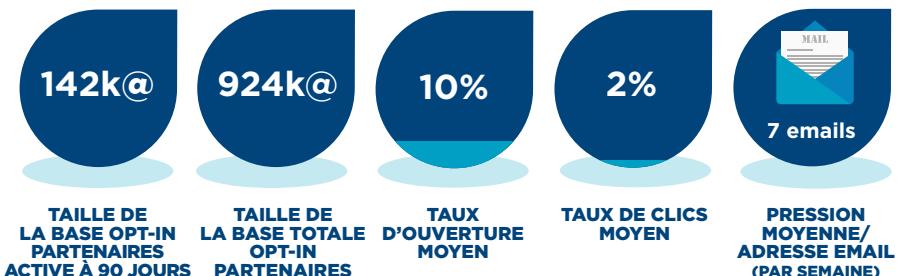
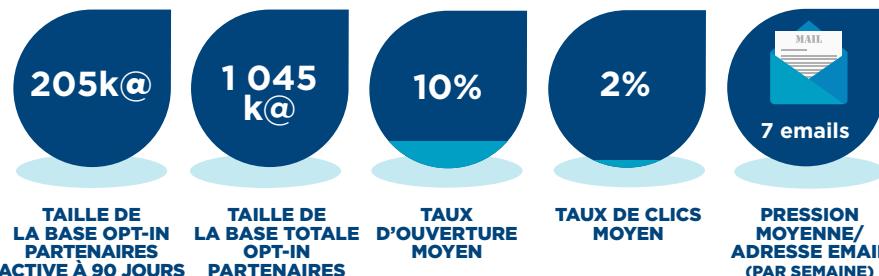
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Maison/Jardin/Déco | Mode/Accessoires | Mutuelles | Obsèques
- | Rachat de crédit | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Sport | Voyage/Tourisme | Ventes privées



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Maison/Jardin/Déco | Mode/Accessoires | Mutuelles | Obsèques
- | Rachat de crédit | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Sport | Voyage/Tourisme | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	OUI	✓
Critères BtoB	NON	✗



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	✓
Civilité	OUI	✓
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	✓
CSP	OUI	✓
Critères BtoB	NON	✗



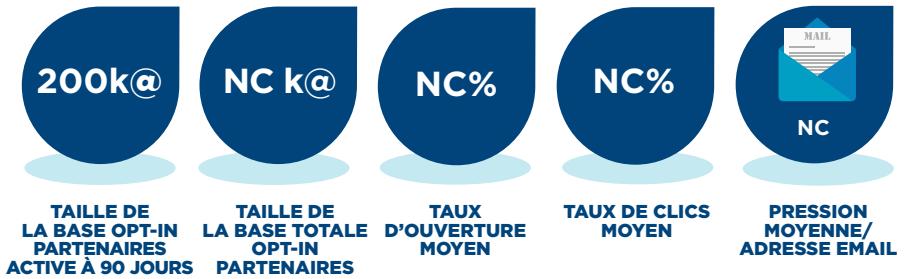
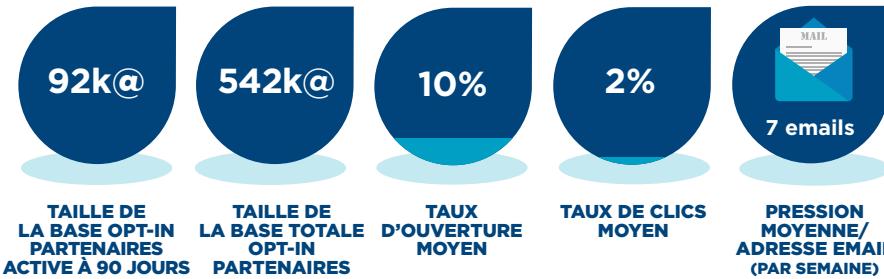
THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | ✓ Alimentaire | ✓ Assurances | ✓ Automobile | ✓ Crédit | ✓ Deals
- | ✓ Défiscalisation | ✓ Immobilier | ✓ Informatique/High tech | ✓ Jeux concours
- | ✓ Maison/Jardin/Déco | ✓ Mode/Accessoires | ✓ Mutuelles | ✓ Obsèques
- | ✓ Rachat de crédit | ✓ Santé/Beauté | ✓ Senior | ✓ Shopping Femme
- | ✓ Shopping Homme | ✓ Sport | ✓ Voyage/Tourisme | ✓ Ventes privées



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | ✓ Alimentaire | ✓ Assurances | ✓ Automobile | ✓ Crédit | ✓ Deals
- | ✓ Défiscalisation | ✓ Immobilier | ✓ Informatique/High tech | ✓ Jeux concours
- | ✓ Maison/Jardin/Déco | ✓ Mode/Accessoires | ✓ Mutuelles | ✓ Obsèques
- | ✓ Rachat de crédit | ✓ Santé/Beauté | ✓ Senior | ✓ Shopping Femme
- | ✓ Shopping Homme | ✓ Sport | ✓ Voyage/Tourisme | ✓ Ventes privées



 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>

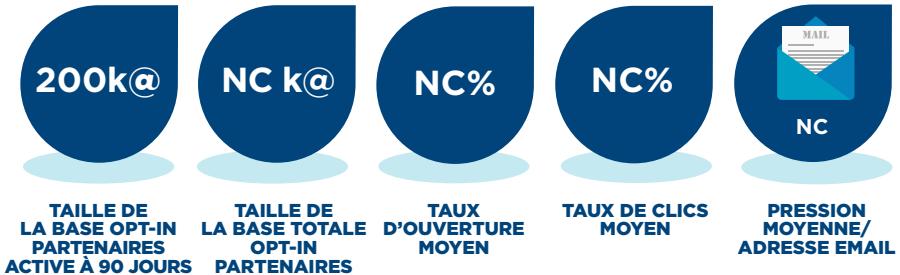
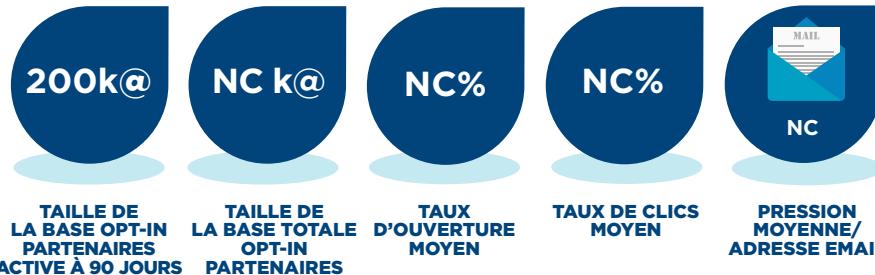
 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Immobilier | Informatique/High tech | Jeux concours
- | Maison/Jardin/Déco | Mode/Accessoires | Mutuelles | Obsèques
- | Rachat de crédit | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Sport | Voyage/Tourisme | Ventes privées

 THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC

L'AGENCE DIGITALE WEB AU SERVICE DE LA PERFORMANCE

NOS SOLUTIONS

🎯 Collecte ciblée (lecteur presse ou intentionniste achat) sur votre audience. Nous ciblons vos internautes anonymes afin de vous permettre de leur proposer de s'abonner à votre newsletter et de les relancer.

✉ Emailing, habillage (brand-performance) : CPM, CPC, CPL.

✉ Collecte de leads opt'in email et téléphoniques : cosponsoring, coregistration.

€ Monétisation de bases de données opt'in : France, Australie.

ILS NOUS RECOMMANDENT



L'équipe sait toujours être à l'écoute de nos besoins et proposer de nouvelles solutions, faisant notamment de nos campagnes emailing et de recrutement d'abonnées un succès.

L'équipe est très réactive et force de proposition pour nous accompagner dans notre quête de leadership et nous accompagner dans l'internationalisation de notre société. **J'apprécie tout particulièrement l'implication des équipes dans nos problématiques et les solutions proposées pour y remédier**





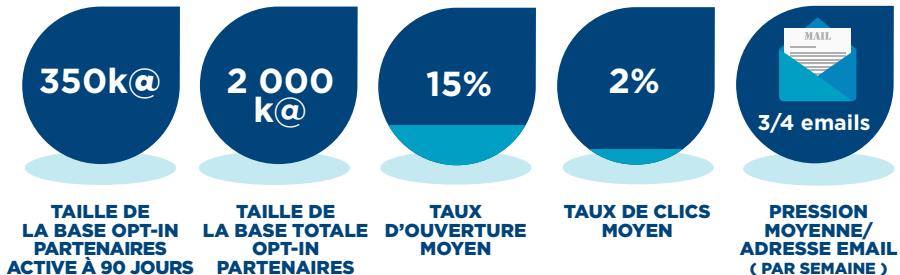
SYGNATURE
465 rue pasteur
59134 Fournes en weppes
www.manews7sur7.fr

Responsable de la commercialisation des bases :
M^{me} Dhelin Mathilde
Responsable opérations emailing

09 84 23 89 85
mathilde@sygnature.fr
mathilde.dhelin1

CIL

NOM DE LA BASE : MA NEWS 7/7 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1478221



Métrique	Valeur
TAILLE DE LA BASE OPT-IN PARTENAIRE ACTIVE À 90 JOURS	350k@
TAILLE DE LA BASE TOTALE OPT-IN PARTENAIRE	2 000 k@
TAUX D'OUVERTURE MOYEN	15%
TAUX DE CLICS MOYEN	2%
PRESSION MOYENNE/ADRESSE EMAIL (PAR SEMAINE)	3/4 emails

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

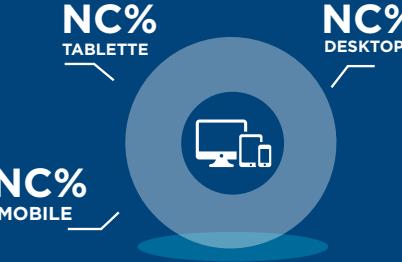
1 Base de données



2 M (Millions) d'adresses emails opt-in partenaires



RÉPARTITION DES OUVERTURES PAR DEVICE



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Ma News 7/7

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes


CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NC
Critères BtoB	NC



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Emploi/Formation | Immobilier | Jeux concours | Maison/Jardin/Déco
- | Minceur | Mutuelles | Nutrition | Santé/Beauté | Senior
- | Shopping Femme

368

Book Signataires 2017 - Charte de Qualité Emailing du CPA





Book Signataires 2017 - Charte de Qualité Emailing du CPA

369

WEB EDITION
PLANET105, rue Anatole France
92300 Levallois-Perretwww.webeditionplanet.com
CA : 80 000 euros
(base Avantics)Responsable de
la commercialisation
des bases :M^r PAILLOCHER Johan
Vice-DG

06 69 76 63 83

jpaillocher@webeditionplanet.com

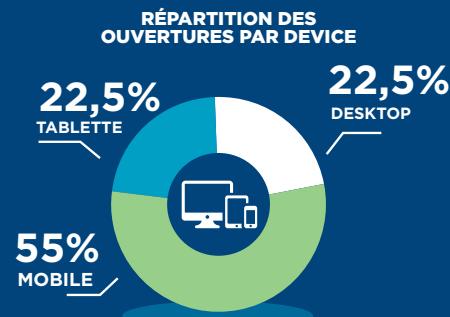
Johan.paillocher

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1



450 K

Base
de données
d'adresses emails
opt-in partenaires

LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Avantics

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



NOM DE LA BASE : AVANTICS | 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1786920VO

230k@

TAILLE DE LA BASE
OPT-IN PARTENAIRE
ACTIVE À 90 JOURS

450k@

TAILLE DE LA BASE
TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRE

10,5%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

0,71%

TAUX DE CLICS
MOYEN

2 emails

PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR SEMAINE)

CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

	OUI	NON
Age		
+ 60 ans	75 900	
De 50 à 59 ans	90 600	
De 35 à 49 ans	117 000	
De 25 à 34 ans	45 000	
De 18 à 24 ans	9 000	
NC	112 500	
Civilité		
Femmes	207 000	
Hommes	243 000	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	NON
Alsace : 8 106	Aquitaine : 19 915	Auvergne : 8 855
Bourgogne : 9 993	Bretagne : 21 087	Centre : 16 063
Champagne Ardenne : 8 815	Corse : 2 214	Franche-Comté : 6 694
Haute-Normandie : 11 559	Ile de France : 39 303	Languedoc Roussillon : 16 153
Limousin : 4 523	Lorraine : 13 610	Midi-Pyrénées : 16 665
Nord Pas de Calais : 23 511	Pays de la Loire : 25 053	Picardie : 12 368
Poitou Charente : 11 524	PACA : 25 099	Rhône Alpes : 31 778
CSP	OUI	NON
Critères BtoB	OUI	NON



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- Jeux concours
- Maison/Jardin/Déco
- Santé/Beauté
- Shopping Femme
- Shopping Homme
- Voyage/Tourisme
- Alimentaire
- Assurances
- Automobile
- Forex
- Enchères



WEBMASTER
BUSINESS
10 RUE DE PENTHIEVRE
75008 PARIS
www.Ffeminin.com
www.Mmasculin.com
300 000 @ qualifiés
240 000 VU / mois

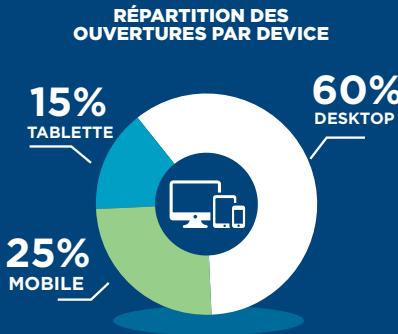
Responsable de
la commercialisation
des bases :

06 68 13 45 59
stephane@wbusiness.fr
stefpaz

M^r PAZOUMIAN Stéphane
Gérant

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

2 Bases de données
200 K d'adresses emails optin-partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Ffeminin

Mmasculin

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

110k@

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRE
ACTIVE À 90 JOURS

NC k@

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRE

10%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

2%

TAUX DE CLICS
MOYEN

1 email

PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR JOUR)



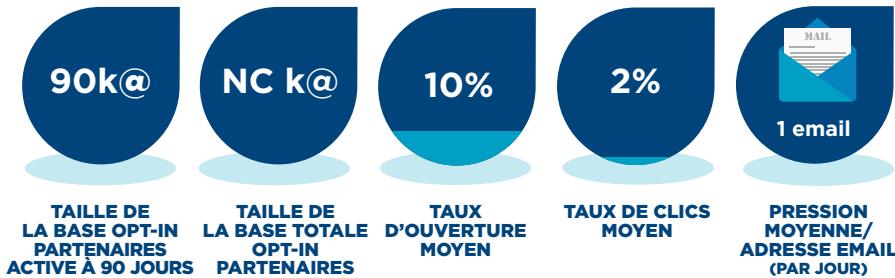
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	110 000
Hommes	0
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| Alimentaire | Crédit | Immobilier | Maison/Jardin/Déco | Minceur
| Mode/Accessoires | Nutrition | Panel | Rencontre | Santé/Beauté
| Shopping Femme | Voyage/Tourisme | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	0
Hommes	90 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Automobile | Crédit | Immobilier | Informatique/High tech | Panel
- | Paris sportifs | Poker | Rencontre | Shopping Homme
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées

Simplicité, Rapidité,
Sécurité !

Automatisez
la gestion de vos BAT
avec
affilinet
Newsletter Wizard

20
years

affilinet



WEBRIVAGE
1200 avenue Olivier Perroy
Les portes de Rousset
BAT C
13106 Rousset cedex
www.optincollect.com

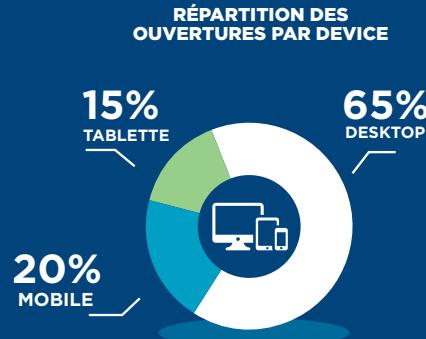
Responsable de la commercialisation des bases :
M^r VANGYSEL Xavier
Directeur Emailing

04 84 25 88 63
xaviervangysel@webrivage.com
xavier.webrivage

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1 Base de données

6,5 M (Millions) d'adresses emails opt-in partenaires



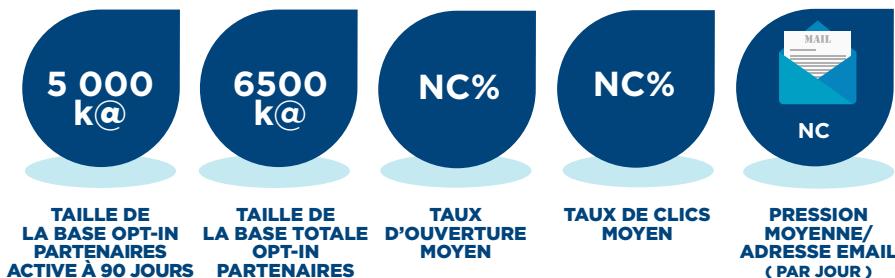
LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

OptinCollect

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	2 750 000
Hommes	2 250 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Scoring internautes par thématique	



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Assurances | Automobile | Crédit | Deals
- | Défiscalisation | Emploi/Formation | Immobilier
- | Informatique/High tech | Jeux concours | Loterie | Maison/Jardin/Déco
- | Minceur | Mobile content | Mode/Accessoires | Mutuelles | Nutrition
- | Obsèques | Panel | Paris sportifs | Rencontre | Santé/Beauté
- | Senior | Shopping Femme | Shopping Homme | Sport
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées | Voyance | Banque | Épargne
- | Sondages | Audition | Actualité

CIL



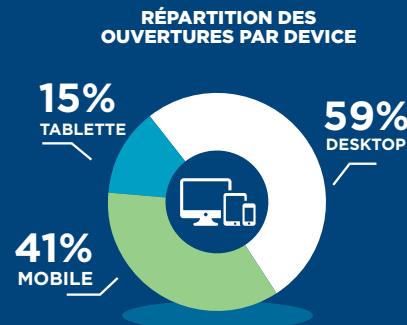
WELCOME MEDIA
6 rue du général Clergerie
75116 Paris

www.welcome-media.fr
CA : 10 (Millions) d'€, 50 collaborateurs,
2 bureaux à Paris et Milan



SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1 Base de données
 5,8 M (Millions) d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Welcome Media

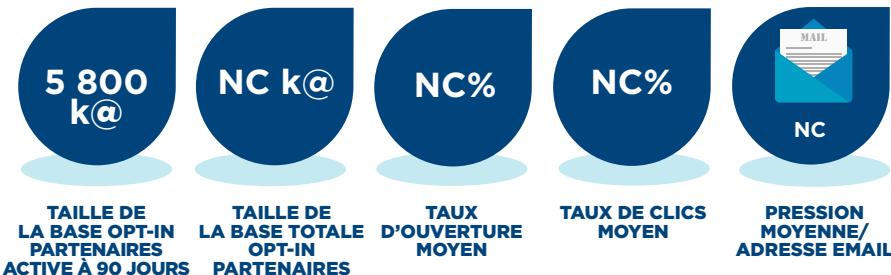
MODÈLES ÉCONOMIQUES :



NOM DE LA BASE : WELCOME MEDIA 1/1 | PROPRIÉTAIRE | N° CNIL : 1547571VO

LA BASE EST EN RÉGIE CHEZ : PRISMA MEDIA

Différentes segmentations par newsletters sont disponibles pour des formats natifs chez welcome media



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES : NC



WRM MEDIA
19 Appleton Court
Wakefield
UK, WF2 7AR

www.wrm-media.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :

M^r SHERWOOD
GONZALEZ José
Business Development
Manager

00441924 229200

jose@wrm-media.com

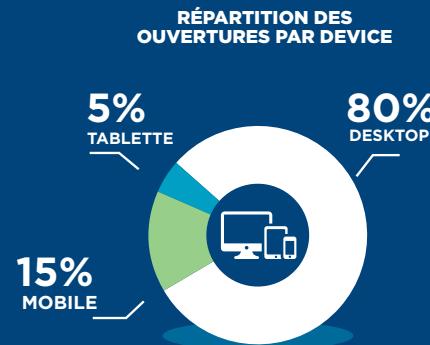
jose_10827

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

1
Base
de données



40 K
d'adresses emails
opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Prize Reactor FR

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



1* : fixe sur les ventes / 2* : % des ventes

40k@

TAILLE DE
LA BASE OPT-IN
PARTENAIRE
ACTIVE À 90 JOURS

NC k@

TAILLE DE
LA BASE TOTALE
OPT-IN
PARTENAIRE

10%

TAUX
D'OUVERTURE
MOYEN

8%

TAUX DE CLICS
MOYEN



NC
PRESSION
MOYENNE/
ADRESSE EMAIL
(PAR JOUR)



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Adulte | Assurances | Automobile | Crédit | Deals | Défiscalisation
- | Emploi/Formation | Jeux concours | Loterie | Minceur | Mutuelles
- | Panel | Rachat de crédit | Rencontre | Senior
- | Voyage/Tourisme | Ventes privées | Voyance



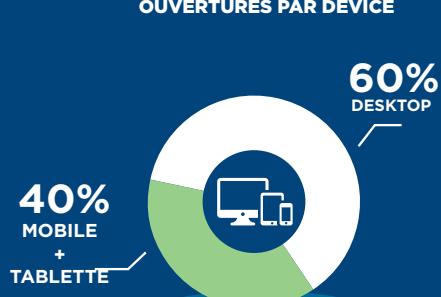
YAKAMAILER
14 rue Calmette
78370 Plaisir
www.yaka-mailer.com

Responsable de la commercialisation des bases :
Melle BOUNSY Lina
Responsable Emarketing

01 39 54 05 44
lina.bounsy@rivieraweb-rw.com
linabounsy

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

3 Bases de données
290 K d'adresses emails opt-in partenaires



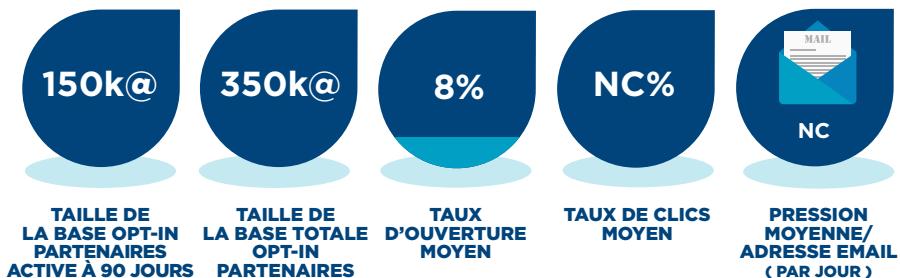
LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Consochic

Idylleshopping

Lafoliedesmarques

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



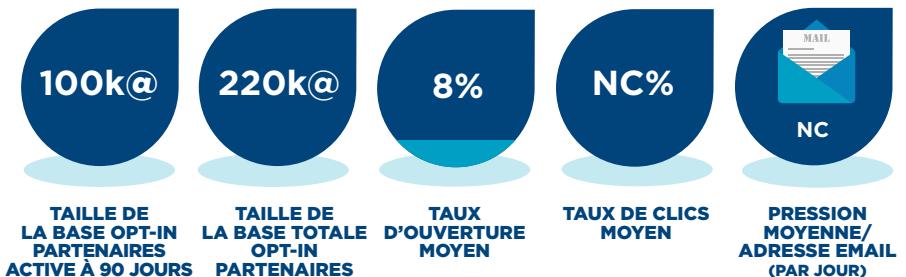
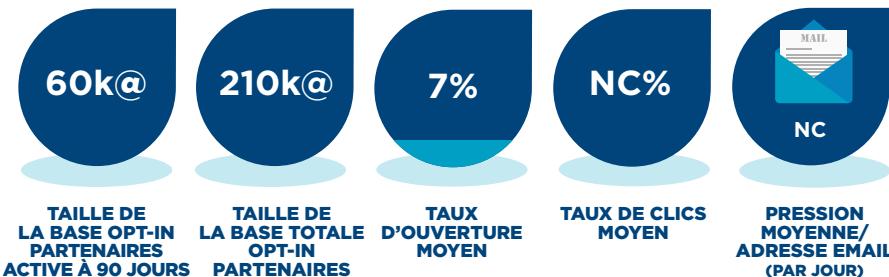
CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
CSP	OUI	<input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON	<input checked="" type="checkbox"/>



THEMATIQUES PERFORMANTES :

| E-shopping | Crédit/Finance | Mutuelles | Assurance



 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	
Civilité	OUI	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	
CSP	OUI	
Critères BtoB	NON	

 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI	
Civilité	OUI	
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI	
CSP	OUI	
Critères BtoB	NON	

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- |  Alimentaire |  Assurances |  Automobile |  Crédit |  Immobilier
- |  Informatique/High tech |  Maison/Jardin/Déco |  Mutuelles
- |  Shopping Femme |  Shopping Homme |  Voyage/Tourisme

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- |  Alimentaire |  Assurances |  Automobile |  Crédit |  Immobilier
- |  Informatique/High tech |  Maison/Jardin/Déco |  Mutuelles
- |  Shopping Femme |  Shopping Homme |  Voyage/Tourisme



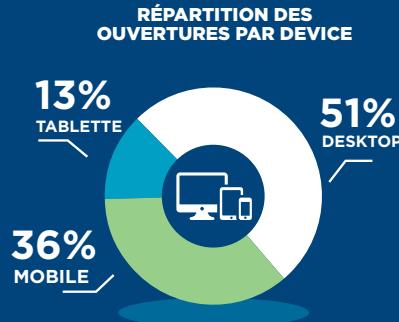
ZAKIL
Calle Oxford 30, Col. Juarez,
Del. Cuauhtemoc
Mexico DF - Mexique
www.zakil.com

Responsable de
la commercialisation
des bases :
M^r SAVATTE Jérôme
Gérant

+52 (55) 4164 8648
contact@zakil.com
zakwebservices

SOCIÉTÉ - INFORMATIONS GÉNÉRALES :

2 Bases de données
500 K d'adresses emails opt-in partenaires



LISTING DES BASES CHARTÉES CPA :

Nosavisdefemmes

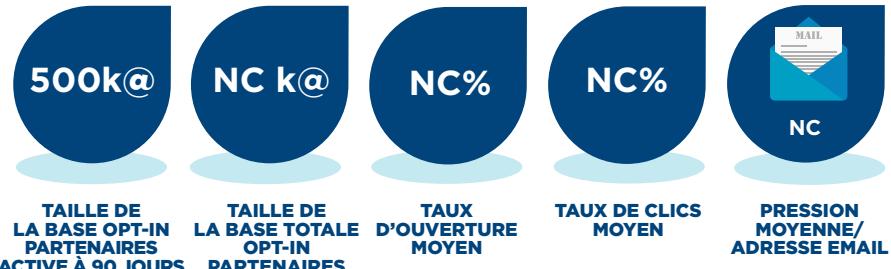
Avisdhommes

Pasuneuro

MODÈLES ÉCONOMIQUES :



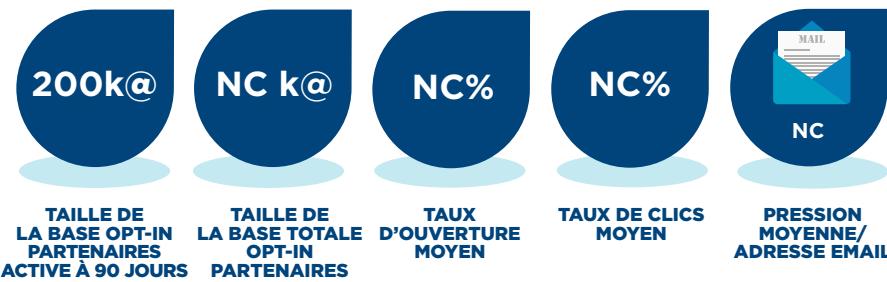
NOM DE LA BASE : NOSAVISDEFEMMES/AVISDHOMMES 1/2 | PROPRIÉTAIRE
| N° CNIL : 1148022


 CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	240 000
Hommes	60 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Autres : Avec enfants ou sans, Téléphone mobile, Animal de compagnie, Intérêt minceur, Intérêt beauté	

 THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Deals | Enchères | Jeux concours | Loterie
- | Maison/Jardin/Déco | Minceur | Mode/Accessoires | Nutrition | Panel
- | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Voyage/Tourisme | Ventes privées



CRITÈRES DE SEGMENTATION (Volume d'adresses emails disponibles) :

Age	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Civilité	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	160 000
Hommes	40 000
Géolocalisation (par codes postaux et/ou départements)	OUI <input checked="" type="checkbox"/>
CSP	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Critères BtoB	NON <input checked="" type="checkbox"/>
Autres : avec enfants ou sans, téléphone mobile, animal de compagnie, intérêt minceur, intérêt beauté	

THEMATIQUES PERFORMANTES :

- | Alimentaire | Animaux | Deals | Enchères | Jeux concours | Loterie
- | Maison/Jardin/Déco | Minceur | Mode/Accessoires | Nutrition | Panel
- | Paris sportifs | Santé/Beauté | Senior | Shopping Femme
- | Shopping Homme | Voyage/Tourisme | Ventes privées

Smart Solutions for B2B leads

Accélérez votre **prospection commerciale**,
avec notre **LeadSquad B2B**

+ de 5 000 clients font appel chaque année à Companeo Groupe, **leader du marketing B2B en Europe** pour **trouver de nouveaux clients professionnels**. Découvrez comment nos solutions innovantes de **génération de leads B2B** peuvent accélérer votre prospection.



Découvrez les solutions **Companeo Groupe**



DÉCOLLER
la cartographie





PRISE de note



Book Signataires 2017 - Charte de Qualité Emailing du CPA





Book Signataires 2017 - Charte de Qualité Emailing du CPA



Charte de qualité Emailing du CPA
Date de parution : Juin 2017

Contacts :
Collectif Performance & Acquisition
8 rue Saint Fiacre
75002 Paris - France
T. (33) 01 77 45 46 23
E. contact@cpa-france.org
www.cpa-france.org
Twitter : @CPA_Performance

Noella Boullay : Déléguée Générale - nboullay@cpa-france.org
Joy Grand : Chargée de Communication - jgrand@cpa-france.org

Coordination - Relecture :

Joy GRAND
Chargée de communication CPA
jgrand@cpa-france.org
01.77.45.46.23

Conception graphique :

Flavie Ferrari
www.flavieferrari.com

Impression :

Imprimé en Belgique par GRAPHIUS

Un merci tout particulier aux partenaires du Livre :

Affilinet
Awin
Caloga
CJ Affiliate
Comparadise
Effinity
Eulerian Technologies
Kwanko
Mapp
Market-Espace
Marketshot
Nano Interactive
Prisma Media
RetailMeNot

Aux membres du Conseil d'Administration du CPA:



Remerciements



À PROPOS DU CPA :

Créé en 2008, le CPA (Collectif de la Performance et de l'Acquisition) est le syndicat professionnel des acteurs du marketing digital à la performance, secteur d'activité constituant le socle de toute stratégie d'acquisition digitale.

Le CPA représente des Editeurs et Prestataires experts, offrant des solutions indépendantes et sur mesure aux décideurs du marketing digital (annonceurs et e-marchands) afin de soutenir leur développement.

Par son action (Livres blancs, Chartes de qualité, Recommandations, Evénements & Networking), le CPA répond à quatre objectifs principaux :

- Réguler un marché foisonnant et en mutation permanente,
- Informer sur les meilleures pratiques de l'acquisition digitale,
- Assurer leur mise en oeuvre dans l'application du cadre légal,
- Représenter les droits et intérêts de ses membres.

Face à la multiplication des modèles d'acquisition et aux parcours utilisateurs toujours plus complexes, les membres du CPA s'engagent à mettre leur expertise, leur compréhension du secteur et leur esprit d'innovation au service de leurs clients.

Le CPA fédère les principaux acteurs du marché du marketing digital à la performance qui représente 10 000 emplois et un chiffre d'affaires de 2,3 milliards d'euros.»

adloop	affilinet	antevenio	Aol.	appvizer	ARIASE	AWIN
BEYABLE	CALOGA	CAR DATA	corPerformance	CFC SERVICES	Chameleon.ad	Cibleclic
affiliate by CONVERSAINT	COMPANEO	comparadise	DARWIN	devis	DIGITAL KEYS	EASY VOYAGE
Edened	EFFINET	effnity	esv digital	EULERIAN	Gammed!	Global Savings Group
GROUPON	kelpromo	KWANKO	leadvalue	61 GROUPE	mapp	marketSHOT
MATLO	Mazeberry	mediarithmics	MINDLYTIC	nano	coreka	Paixorsbanques.com
PRISMA MEDIA	PRMFACTORY	quantum	reducfr	RetailMeNot	Sirdata	Snake interactive
Studio's Mercury	Tayado media	Time One	wannaSpeak	WebRivege	Wmedia	wiboost