

---

## **Reworld Media sélectionne la solution technologique d'implcit pour mettre à disposition de ses clients la data shoppers**



**Reworld Media et Implcit annoncent la signature d'un partenariat, mettant désormais la donnée contextuelle d'Implcit et du panel de mesure Internet Global Médiamétrie//NetRatings au sein de la Data Management Platform (DMP) de Reworld Media.**

Doté d'ores et déjà d'une puissante capacité de segmentation et de ciblage grâce à sa Data propriétaire comprenant 40 Md ID et 1200 segments Data First Party, Reworld Media renforce aujourd'hui sa connaissance de ses audiences et ses capacités de ciblage affinitaire grâce au panel de mesure Internet Global Médiamétrie//NetRatings en lien avec ses sites médias et au moteur d'intelligence artificielle d'Implcit.

### **L'avantage pour les annonceurs de données d'audiences qualifiées, affinées, transparentes et auditées**

L'adtech française Implcit a développé un moteur d'Intelligence Artificielle (IA) apportant une solution technologique de ciblage contextuel entraînée sur la base détaillée des données d'audience individuelles et anonymisées du panel de mesure Internet Global de Médiamétrie//NetRatings.

Cette solution et ses capacités avancées en intelligence artificielle, offrent des méthodes statistiques qui permettent de créer tous les profils de cibles publicitaires et d'analyser avec précision et finesse leurs comportements et centres d'intérêt.

Respectueux de la vie privée, cette innovation technologique apporte ainsi une connaissance et des informations précises sur les cibles, qu'elles soient socio-démographiques, comportementales, liées aux centres d'intérêts ou basées sur les intentions d'achat.

Ce partenariat a pour objectif de permettre aux annonceurs de cibler avec précision les consommateurs en ligne en fonction de leurs comportements d'achat, de leur profil individuel ou foyer, à l'heure même où les données tierces se sont raréfiées (en raison du RGPD et des cookies). Ainsi, Reworld media est en capacité de retargetter efficacement les visiteurs au travers de ses différents assets (content commerce, CRM, display et programmatique), avec des capacités de performances inégalées.

**Laurent Nicolas, CEO d'Implicit** déclare : *« La publicité digitale se doit de mieux respecter la vie privée. Les solutions d'IA et de statistiques d'Implicit permettent un ciblage contextuel précis et puissant. Mais le marché publicitaire reste très habitué au ciblage par les data utilisateurs. L'intégration des informations d'Implicit dans la DMP de Reworld crée un lien nouveau entre le contextuel et les data utilisateurs. Le ciblage publicitaire qui respecte la vie privée, c'est le meilleur des deux mondes ».*

**Marion Collombat, Directrice CRM et DATA de Reworld Media** précise : *« Adopter la solution Implicit reflète notre ambition d'exploiter la data pour maximiser la performance. Désormais, la data ne se limite plus au simple ciblage ; elle devient un asset essentiel pour optimiser la performance des campagnes cross-canal de nos clients. Du content to commerce, en passant par le display, jusqu'au CRM, elle participe pleinement à la réussite des campagnes tout au long du tunnel de vente et conversion ».*

#### **A propos de Reworld Media**

Reworld Media est un groupe en développement sur deux marchés, BTOC et BTOB.

-Le marché BTOC par le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits en affinité avec les centres d'intérêts des lecteurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 37 millions de français qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs usages et modes de consommation.

-Le marché BTOB par la monétisation de ses propres audiences et l'accompagnement de ses clients dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale, grâce à la couverture de tous les leviers de la communication.

Le groupe a à son actif 81 marques médias multi-supports / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements) génératrices d'audiences dans 12 univers thématiques (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Marmiton, Gourmand, Top Santé, Doctissimo, Télé Magazine, etc.) et il intègre sa propre plateforme technologique à la performance (180 000 sites affiliés dans le monde). Fondé en 2012, Reworld Media réalise un chiffre d'affaires annuel de 549 M€ sur 2023, est présent dans 14 pays et compte 1 388 collaborateurs.

#### **A propos de Implicit**

Implicit est une start-up française fondée en 2020 avec l'ambition de réinventer la publicité digitale sur des bases de respect de la vie privée. Disposant d'un accès unique aux données de détail du panel de Médiamétrie (un milliard de signaux analysés), Implicit crée des modèles d'Intelligence Artificielle de ciblage, de mesure et d'optimisation des campagnes publicitaires.

#### **Contacts**

Sékolène de Saint Martin, Founder | PCE  
[sdestmartin@p-c-e.fr](mailto:sdestmartin@p-c-e.fr) | 33 (0)6 16 40 90 73

Séverine Templet, Directrice communication | Reworld MediaConnect  
[stemplet@reworldmedia.com](mailto:stemplet@reworldmedia.com) | 33 (0)6 50 46 37 31

Laurent Blanc, Directeur Stratégie et Business Implicit  
[Laurent.blanc@implicit.com](mailto:Laurent.blanc@implicit.com) | 33 (0) 6 59 12 79 42