

Fiche identité

Dénomination : **Groupe IDAIA**
Société mère : CARTÉGIE
Nature juridique : Société par Actions Simplifiée
Date de création : 1988
Siège social : 3 Rue Christian Franceries, 33520 Bruges (France)
Web : www.idaia.group
Chiffres d'affaires 2018 : 18 M€
Effectifs 2019 : 100 collaborateurs
Implantations : 4 villes en France - Paris, Bordeaux, Strasbourg et Niort
Fondateur : Régis Barbier - Président

Le Groupe IDAIA ou la convergence de la data, la technologie et la créativité pour un marketing plus impactant

Le Groupe IDAIA (ex-Groupe CARTÉGIE) en tant que **partenaire global en marketing-communication depuis 30 ans**, accompagne les entreprises dans leurs enjeux clients en plaçant les datas au cœur de leur stratégie de développement et de conquête.

Au fur et à mesure des années, le Groupe a en effet acquis des savoir-faire complémentaires pour aujourd'hui proposer aux entreprises un **accompagnement** sur-mesure, ponctuel ou à **360°** dans leurs besoins pour un marketing efficient et personnalisé. Pour cela, il propose aux entreprises une chaîne de valeur modulaire, étendue et interactive : conseil, capital de datas enrichies et exclusives BtoC et BtoB, connaissance client, intelligence créative et puissance technologique.

Pierre angulaire du savoir-faire du Groupe IDAIA, son **capital Data BtoB & BtoC est unique** sur le marché par sa richesse : 25 millions d'entreprises françaises et plus de 45 millions de profils consommateurs.

Aujourd'hui, jouer la synergie de l'approche globale, croire au pouvoir de la data depuis 30 ans, mettre à disposition des experts et des compétences complémentaires, organiser un pilotage unique des projets, sont les forces différenciantes du Groupe qui se résumant par sa nouvelle signature « **Data-driven for your change*** ».

Son BIG DATA LAB regroupe des experts de la donnée et des modèles mathématiques dont l'objectif est d'extraire de la valeur d'informations massives sur le web BtoB français. Cette cellule permet à l'entreprise de rester à la pointe de l'innovation en se positionnant comme leader technologique sur son secteur d'activité.

**Accompagner la performance des entreprises en mettant la data au cœur de leur stratégie*

Offres

Convaincu que la **data** est un réel **levier de croissance**, le Groupe IDAIA a articulé ses offres autour de quatre pôles d'expertise :

la data : conseil et accompagnement dans la stratégie Data Marketing et spécifiquement dans l'acquisition clients, l'enrichissement et le traitement des données grâce à un capital data BtoB & BtoC incomparable sur le marché.

la connaissance client : pour faire avancer les entreprises, accompagnement de la connaissance client à travers l'analyse des données, la segmentation, le scoring, des enquêtes, la datavisualisation... (cf. l'encadré sur Néoprisme® page suivante).

l'activation marketing : approche créative et data-driven avec des dispositifs créatifs, uniques pour chaque client. C'est le pôle agences de communication du Groupe.

les technologies : avec des outils de pilotage pour une utilisation immédiate (cf. page suivante).



Par l'énergie synergique produite par la data, la création et la technologie, nous augmentons vos pratiques du marketing, de la communication et de la stratégie d'entreprise.

Régis BARBIER, Fondateur du Groupe IDAIA





Offres

Focus sur l'offre Néoprisme®

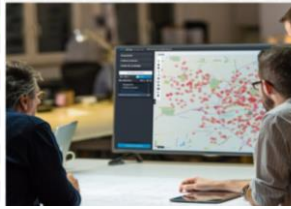
NEOPRISME

C'est l'offre connaissance client BtoC du Groupe IDAIA !

Offre inégalée sur le marché par la qualité et la précision de sa base de données, composée de 45 millions de data, Néoprisme® est une typologie géomarketing à l'IRIS construite en 13 grandes familles et 54 portraits détaillés des français. Fiables et objectives, les sources de données sont issues de la DGI, l'INSEE (données du dernier recensement et des données exclusives du Groupe IDAIA. Réelle valeur ajoutée pour les entreprises du BtoC, cet outil permet, grâce à une bonne connaissance client, de mettre en place un marketing de proximité et personnalisé. Néoprisme® donne également la possibilité aux entreprises de réaliser une étude de marché avant une nouvelle implantation, afin d'observer la pertinence de cette dernière en fonction de la zone géographique ciblée. > [En savoir plus](#)

Focus sur les solutions du Groupe IDAIA

Pour permettre à ses clients de développer leurs performances marketing et commerciales, le Groupe IDAIA a développé différentes solutions toujours relatives à la data :



aware, pour s'informer sur son marché, mesurer les risques et enrichir sa base de données. aware répertorie les données de 25 millions d'entreprises (actives ou cédées, déménagement, procédures collectives, réseaux sociaux, statuts...). Ce module est la vitrine de l'innovation du Groupe IDAIA. Les données concernent également les tranches de chiffre d'affaires, les scores de défaillance à 12 mois, permettant aux entreprises utilisatrices du module d'anticiper une éventuelle défaillance. > [aware.datadrive.fr](#)

lead, qui permet d'identifier les visiteurs de sites web BtoB, analyser leurs comportements et transformer des leads qualifiés grâce aux informations fiables et précises issues des bases de données du Groupe IDAIA. > [lead.datadrive.fr](#)

data drive®, solution de géomarketing qui laisse la possibilité aux utilisateurs d'améliorer leur prospection et la fidélisation client, d'analyser géographiquement un potentiel commercial, de mettre en place des études de marché et de performance, d'effectuer des sectorisations commerciales et réaliser des études d'implantation. Elle combine la puissance de la data (BtoB et BtoC), la connaissance client et les données géographiques. Avec la visibilité géographique, les utilisateurs peuvent ainsi prendre rapidement les meilleures décisions. > [datadrive.fr](#)

CLEANwebservices, une gamme d'API élaborée pour fiabiliser et enrichir les informations clients/prospects en temps réel, qui intègre : **CLEANform**, pour simplifier les formulaires des sites Internet. **CLEANaddress**, pour s'assurer d'avoir toujours les bonnes adresses postales. **CLEANphone**, pour obtenir des coordonnées téléphoniques fiables. > [clean-webservices.com](#)

Easyfichiers.com, site e-commerce du Groupe IDAIA dédié à l'achat et la location de fichiers de prospection B2B et B2C. Grâce à [Easyfichiers.com](#), les clients du Groupe IDAIA peuvent accéder à une base de données comptant des millions de prospects fiable et actualisée (30 millions de contacts pour le BtoC et 10 millions pour le BtoB) et qualifier leurs ciblages par le biais d'une segmentation précise afin de mettre en place des campagnes marketing sur-mesure et personnalisée.

Complémentaire à Easyfichiers.com, la solution **Mailkin** est une plateforme unique de gestion d'envoi multicanal.

Les solutions du Groupe IDAIA, parfaitement conformes avec le RGPD, sont très simples d'utilisation, optimisées et complémentaires pour proposer aux professionnels du marketing une réponse ponctuelle ou globale, en fonction de leurs besoins, et mettre en place des campagnes marketing sur-mesure et très ciblées.



Porte-paroles

Régis BARBIER, Fondateur du Groupe IDAIA



Régis Barbier a fondé le Groupe IDAIA il y a plus de trente ans. De formation Ingénieur en informatique, Régis Barbier a exercé pendant 10 années des fonctions techniques puis des fonctions commerciales auprès de constructeurs informatiques. Il exerce ensuite pendant 2 années la fonction d'Ingénieur Commercial dans une société spécialisée dans l'édition pour le marketing direct où il prend conscience de la mauvaise qualité des données fournies par ses clients.

C'est dans ce cadre qu'il fonde en 1988 l'entreprise qui propose dans un premier temps des prestations de Data Management tout en sous-traitant la production. Très rapidement, il se dote de moyens matériels et humains afin de devenir technologiquement indépendant. De 2011 à 2018 une politique de croissance externe est mise en œuvre afin d'élargir la chaîne de valeur du Groupe.

Stéphane LIENERE, Directeur Technique et Innovation du Groupe IDAIA



Diplômé Ingénieur-maître MIAGe (Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion) en 1999, Stéphane intègre le Groupe IDAIA en tant que Développeur, Gestionnaire de bases de données avec une composante forte CRM.

En 2003, ses missions évoluent vers de la chefferie de projet puis la responsabilité du Domaine Production avec l'encadrement.

20 ans plus tard, Stéphane assure la Direction Technique et Innovation du Groupe IDAIA depuis 2012 (40 personnes aujourd'hui) avec pour missions entre autres la direction et la gestion de budgets, la relation avec des structures de transferts technologiques à travers des projets construits avec du co-financement public ; la relation avec les partenaires Data et conformité RGPD et le suivi de comptes commerciaux stratégiques.

Christophe DOUCET-FERRU, Directeur Commercial du Groupe IDAIA



Directeur commercial au sein du Groupe IDAIA depuis huit ans, Christophe a en charge le pôle services pour lequel il a développé des offres autour de la Data et de la Connaissance Client. Il était auparavant Directeur du Développement chez Havas Publishing Services. Christophe a commencé sa carrière en tant qu'Ingénieur commercial chez un éditeur de logiciel anti-virus. Il a ensuite rejoint Canal 4 en tant qu'Ingénieur d'affaires. En 1996, Il devient Responsable de plusieurs Business Unit et de la Web Agency chez Jouve Systèmes d'informations où il est resté 12 ans à la fois à Paris, Laval et à Dakar. Christophe Doucet-Ferru est diplômé de l'EPITA.



Quelques chiffres



Exemples de références clients



Data-driven for your change

www.idaia.group

Contacts presse : Open2Europe

Barbara Coumaros / Alexandra Redin

Tél. : 01 55 02 15 03 / 01 55 02 27 80

@ b.coumaros@open2europe.com / @ a.redin@open2europe.com