



## 5 associations expertes de la data créent le Wiki du Data Marketing : enfin un outil pour répondre aux questions que vous vous posez sur la data.

Afin de créer un langage commun sur la data et répondre aux nombreuses questions soulevées par son utilisation dans le champ du marketing, cinq associations expertes de la data : l'AACC, le CPA, le SnCd, l'Udecam et le Turing club ont créé collectivement le Wiki du data marketing.

D'année en année, la place occupée par la data dans les métiers de la communication et du marketing ne cesse de grandir. Ses bénéfices sont considérables : meilleure connaissance des consommateurs et des marques, optimisation du ciblage publicitaire, personnalisation des parcours clients, mesure des actions, innovations servicielles, IA, etc. **Néanmoins beaucoup d'inconnues subsistent sur la réalité de la data, ce qu'elle peut réellement apporter, ce qui est du domaine de l'utopie ou encore ce qui lui est interdit.**

Pour avoir un référentiel commun sur les définitions et permettre à l'ensemble de la profession d'y voir clair sur les sujets datas, cinq associations professionnelles des métiers de la communication et du marketing, l'AACC, le CPA, le SnCd, l'Udecam et le Turing club ont mis leurs expertises en commun pour développer le Wiki du data marketing. **Premier outil collaboratif à répondre aux questions que les communicant.e.s et les marketeurs se posent sur la data**, il est destiné à tous ; annonceurs, agences, prestataires ou cabinets, étudiant.e.s ou journalistes.

Ce wiki est composé, dans sa version initiale, d'une quarantaine d'articles qui répondent aux questions identifiées comme étant les principales soulevées par la data. Par exemple : Comment évaluer la valeur de la data (monétisation et business model) ? Quels sont les champs d'application de l'IA en marketing ? Internaliser / Externaliser, quels sont les avantages et les risques ? Après sa mise en ligne, il est, suivant le principe même d'un wiki, destiné à s'enrichir sans cesse. Ainsi, les membres de chacune des associations fondatrices auront à cœur de poster de nouveaux articles, d'expliquer certains termes, de mettre à jour ou de corriger certaines définitions. Pour préserver la qualité des contenus, seul.e.s les expert.e.s en matière de data pourront proposer un article et un comité éditorial validera systématiquement les contenus mis en ligne.

Le data marketing évolue sans cesse et de plus en plus vite. Le but de ce wiki est de mettre à profit l'intelligence collective au service de toutes les parties prenantes. Il a vocation à devenir l'outil de référence pour les sujets de la data appliquée au marketing.

Pour consulter le Wiki du data marketing : [www.wikidatamarketing.fr](http://www.wikidatamarketing.fr)



**Contact délégation Customer marketing AACC :**

Marie Gabrié | 01 47 42 27 42 | [mgabrie@aacc.fr](mailto:mgabrie@aacc.fr)

**Contact presse :**

Charles-F Tauzi | 01.47.42.27.06 | [ctauzi@aacc.fr](mailto:ctauzi@aacc.fr)

**À propos de l'AACC** - L'Association des Agences-Conseils en Communication, est un syndicat professionnel créé en 1972, il regroupe plus de 200 entreprises qui emploient aujourd'hui près de 12 000 salariés. Fédération de métiers, l'AACC est organisée en 7 délégations qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : Corporate, Customer Marketing, Digital, Production, Publicité, Santé et Outre-Mer. Elle dispose de commissions transversales qui accompagnent les agences membres sur des sujets fondamentaux : talents, juridique, droit social, finance, développement et RSE. L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC. [www.aacc.fr](http://www.aacc.fr)

**À propos du CPA** - Créé en 2008, le CPA (Collectif pour les Acteurs du Marketing Digital) est le syndicat professionnel des acteurs du marketing digital, secteur d'activité constituant le socle de toute stratégie d'acquisition digitale.

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 qui représente **10 000 emplois** et un chiffre d'affaires de **600 millions d'euros**.

**À propos du Sncd** - Le Sncd est l'organisation professionnelle représentative de la Data Marketing Industrie. Il s'appuie sur ses 200 sociétés membres et les accompagne dans l'innovation industrielle et technologique qui découle de la forte croissance des données disponibles et des droits et usages associés. Les entreprises membres s'engagent à proposer leurs services dans le respect de la déontologie et des bonnes pratiques de la profession. Ces professionnels intègrent les nouveaux canaux de communication et les technologies performantes l'ensemble des métiers de la Data Marketing Industrie : Conseil, datamining, datascience, analyse, mesure des actions marketing ; Data quality, enrichissement, hébergement, sécurité ; Fabrication et logistique courriers, colis, presse ; Monétisation des données et des espaces publicitaires ; Scénarisation, conception et diffusion de campagnes de marketing adressé print & digitales, emailing, sms, retargeting.

**À propos du Turing Club** - Le Turing Club, club associatif dédié aux Data Science et au Data Marketing regroupe plus de 10 000 experts en Data Sciences et devient de fait une association incontournable dans l'univers de la data, de la Data Science et de l'Intelligence Artificielle. Le club rassemble les principaux acteurs du marché data et Data Science afin de remplir plusieurs objectifs : gagner en visibilité sur le marché, en clarté sur leur positionnement, en importance dans les projets, développer les filières d'emploi nécessaires à leur croissance, identifier et lever les freins qui les empêchent de se développer, promouvoir leurs métiers, en travaillant plus étroitement avec la sphère publique et l'écosystème financier, réfléchir aux impacts de leurs métiers sur les individus, l'emploi, la société. [www.turingclub.fr](http://www.turingclub.fr)

**À propos de l'Udecam** - L'Union des Entreprises de Conseil et Achat Media réunit 26 Agences medias, architectes des stratégies de moyens au service des objectifs branding et business des marques.

L'Udecam réunit : Anacrouse, Artefact, DentsuAegis Network (Carat et Vizeum), Havas Group. Media (Fullsix Media, Havas Media, Arena Media, Agence 79), GroupM (KR Wavemaker, Mediacom, MEC, Mindshare), Mediabrands, Mediakeys, Mediatrack, Oconnection, OmnicomMediaGroup (OMD, Remind-PhD, Fuse), Premium, Publicis Media (Zenith, Starcom, Blue 449), Repeat, Values

Depuis 1996, cette association est une instance de dialogue et de concertation avec les différents partenaires des médias et de la communication mais aussi entre les collaborateurs des Agences. Elle valorise l'expertise média et hors-média, défend les intérêts collectifs de ses adhérents et les représente auprès de tous les acteurs du marché : pouvoirs publics, organismes professionnels et interprofessionnels, médias, annonceurs et relais d'opinion.