

Communiqué de Presse

Paris, Jeudi 13 septembre 2018
08:30 CET

Artefact remporte l'ensemble du budget média digital de TUI France

Artefact (FR0000079683 – ALATF – éligible PEA-PME) annonce le gain du budget média digital de TUI France. Suite au rachat de Transat, le Groupe TUI leader mondial du tourisme, a lancé un appel d'offres afin de confier à une agence unique l'ensemble de ses achats média digitaux en France (référencement/SEA, programmation, réseaux sociaux).

Dans le cadre de ce contrat, Artefact aura la responsabilité de l'ensemble de la stratégie digitale et des investissements media des marques du groupe TUI en France : Club Marmara, Club Lookéa, Hôtels et Clubs TUI, Circuits Nouvelles Frontières, Circuits TUI, les séjours Passion des îles et les voyages sur mesure. Les premières campagnes démarreront à compter d'octobre 2018.

Artefact a remporté l'appel d'offres et a su faire la différence par son champ d'expertises étendu combinant Conseil, Activation média et expertises Data afin d'optimiser les performances sur les réservations online générées par les campagnes digitales.

Un des axes forts de l'offre Artefact réside dans sa capacité démontrée à mettre en place des dispositifs automatisés garant de l'optimisation des campagnes digitales tant en termes de temps mobilisé que de retour sur investissement.

Pour accompagner ce compte stratégique, une équipe intégrée Datas, Technologies, Conseil et Média d'une vingtaine de collaborateurs a été mise en place.

Ricardo Catalano, Managing Director France, déclare :

« Ce contrat est une nouvelle illustration de la position acquise aujourd'hui par Artefact au cœur de la transformation du marché publicitaire. Elle matérialise l'alliance unique d'expertises que nous proposons au-delà de la seule activation media. Artefact, c'est aujourd'hui une approche stratégique unique intégrant les leviers de performances décisifs que sont le traitement de la Data et l'Intelligence Artificielle. Ces expertises uniques combinées avec notre ADN conseil nous offrent un potentiel de développement considérable qui s'est illustré au cours des derniers mois par la signature de plus de 25 nouveaux clients sur tous les secteurs d'activité »

Loïc Davrinche, Directeur Digital TUI France, déclare :

"A travers cette compétition TUI France, leader sur le marché des voyages, veut simplifier ses processus de gestion de campagnes et augmenter sa productivité grâce à une offre d'automatisation et dans le but améliorer le parcours client. Nous avons des KPIs très business, concrets et sur lesquels Artefact a pu s'engager grâce à son expertise data."

Nos prochains rendez-vous (après bourse) :

23 octobre 2018

Résultats du 1^{er} semestre 2018 et Marge brute du 3^{ème} trimestre 2018

FIN

A propos d'Artefact | artefact.com

Artefact est l'agence digitale élue agence innovante de l'année 2017. Incarnant aujourd'hui l'alliance parfaite entre marketeurs et ingénieurs, l'agence accompagne les plus grands annonceurs à inventer les nouvelles expériences client de demain s'appuyant sur les nouvelles technologies. La société compte aujourd'hui plus de 1000 collaborateurs à travers le monde, dans 17 pays et repose sur trois offres complémentaires : Conseil data, Expertise en marketing digital et Déploiement de technologies (Big Data et Intelligence Artificielle). Parmi ses 600 clients actifs, plus de 100 grands comptes intéressés par les expertises poussées de l'agence tels que AccorHotels, Orange, Carrefour, Emirates, Deutsche Telekom, Monoprix... Artefact, fondée par trois anciens de l'Ecole Polytechnique : Vincent Luciani, Philippe Rolet et Guillaume de Roquemaurel, a connu un taux de croissance très soutenu depuis sa création en 2015 avec un triplement de son chiffre d'affaires en 2016. L'agence a opéré un rapprochement en septembre 2017 avec le groupe Français côté NetBooster, réseau international d'agences digitales animé par des experts data et médias.

Artefact s'est par ailleurs vue également récompensée cette année par un prix d'honneur Grand Prix au Data Festival et par la Frenchtech avec la remise d'un diplôme officiel des sociétés Française en hypercroissance par Mounir MAHJOUBI, Secrétaire d'État auprès du Premier ministre, chargé du Numérique.

A propos de TUI France | www.tui.fr

TUI France est filiale à 100% du groupe TUI. Leader sur le marché français du tourisme, il regroupe les gammes de produits Club Marmara, Clubs Lookéa, Hôtels et Clubs TUI, Circuits Nouvelles Frontières, Circuits TUI (anciennement Vacances Transat), les séjours Passion des îles et les voyages sur mesure. TUI propose un choix de voyages sans précédent, pour des expériences clients uniques, accessibles et personnalisées, disponible dans 5000 agences de voyages, dans son réseau TUI Stores, et sur son site TUI.fr. En mars 2018, TUI France a été élu N°1 de la Relation Client dans le secteur du tourisme lors de la 14^{ème} édition du Podium de la Relation Client 2018®, organisée par Kantar TNS et BearingPoint. Ce prix récompense la qualité des relations établies au fil des années entre TUI France et ses clients.

Pour plus d'informations:

Communication Financière

ARTEFACT
Benjamin HARTMANN
Tel. 01 40 40 27 00
investor-relations@artefact.com

Contact Presse

ACTIFIN
Stéphane Ruiz / Victoire Demeestere
Tel. 01 56 88 11 11
vdemeestere@actifin.fr

Contacts Presse TUI :

Victoria Proffit_TUI France _Tél : 01 73 29 21 52

Camille Vézirian_TUI France_Tél : 01 73 29 26 66

Geoffrey Bouret_TUI France_Tél : 01 73 29 28 91