

## Artefact accélère son développement international avec l'ouverture d'une filiale aux États-Unis

---

Cette expansion permet au spécialiste des services data d'être présent en Europe, en Asie, au Moyen-Orient, en Afrique et sur le continent américain (Nord et Sud).

---

**Paris, le 15 avril 2021 – 17h45 CEST - Artefact (FR0000079683 – ALATF – éligible PEA-PME)**, expert dans la transformation data et marketing digital auprès des grandes marques, annonce l'expansion de ses activités aux États-Unis. Avec l'ouverture du siège de sa filiale américaine à New York City et de son antenne à Los Angeles, Artefact USA permettra au Groupe de mieux servir ses grands comptes mondiaux, d'initier des relations avec les clients locaux et de renforcer ses liens avec les partenaires dans la région. Ghadi Hobeika, manager expérimenté du secteur, dirigera le développement commercial de l'entreprise dans la région. Après avoir travaillé pour le géant de l'immobilier Unibail-Rodamco-Westfield, il rejoint Artefact pour préparer le développement d'Artefact USA avant de devenir Managing Partner.

Artefact accompagne ses clients dans la transformation de leurs opérations en générant de la valeur à partir des données qu'ils détiennent. Grâce à un mélange d'expertise en matière de données, de méthodologies de conseil et de marketing digital, l'objectif du Groupe est de conduire des expériences centrées sur le consommateur final.

L'équipe américaine travaillera en étroite collaboration avec l'ensemble des bureaux d'Artefact ; les ingénieurs logiciels et les data scientists du hub parisien de la Société joueront un rôle central pour tirer parti de l'expertise et des méthodologies éprouvées du Groupe en matière de data marketing, de data science et d'ingénierie des données.

Artefact s'est imposé comme un leader mondial dans la transformation data, de la stratégie et la gouvernance des données jusqu'à leur mise en œuvre opérationnelle. Cela s'est matérialisé au travers de projets majeurs de transformation data capitalisant sur les offres clés d'Artefact (dont l'évaluation de la maturité des données (*Data Maturity Assessment*), le retour sur investissement marketing (*Marketing ROI*), la modélisation du mix marketing (*Marketing Mix Modelling*) et sa solution dédiée au e-Commerce (*eCommerce Acceleration suite*)) à destination d'organisations multinationales telles que L'Oréal, Sanofi, Samsung et Danone.

Le portefeuille d'Artefact comprend également des services et une expertise en matière de marketing digital et de data marketing, qui seront essentiels pour le bureau américain, car le secteur de la publicité poursuit sa rapide évolution. Les dépenses de publicité et de marketing en ligne, poussées par le passage aux achats en ligne qui a été accéléré par la pandémie, devraient dépasser les dépenses hors ligne en 2021 pour la première fois. En parallèle, les marketeurs s'accordent à dire qu'ils se concentreront sur l'élaboration et l'exécution d'une stratégie de données de première partie (*1<sup>st</sup> party data*) et sur la mise en place de partenariats data de seconde partie (*2<sup>nd</sup> party data*).

Ghadi Hobeika apporte son expérience dans le conseil en stratégie, l'e-Commerce et la distribution omnicanale. Tout au long de sa carrière, M. Hobeika a su jouer un rôle déterminant dans la définition de stratégies de transformation digitale centrées autour de la data au sein d'organisations historiques, avec comme point d'ancrage l'engagement client et la transformation des activités.



**Ghadi Hobeika** déclare : « C'est le début d'un nouveau chapitre passionnant pour Artefact. Nous avons l'ambition d'aider les marques à mener à bien leur stratégie commerciale et marketing transformationnelle sur le long terme en capitalisant sur l'écosystème d'expertises data dont dispose le Groupe. Je me réjouis des mois à venir. »

« L'expansion d'Artefact aux US nous permet de renforcer notre collaboration déjà existante en Europe et en Asie. Leur présence en Amérique du nord est essentielle à un moment où L'Oréal accélère la mise en œuvre de projets mondiaux basés sur la data et l'IA », ajoute **Stéphane Lannuzel, Directeur du Programme Beauty Tech chez L'Oréal.**

« Artefact a connu une croissance et des résultats exceptionnels ces dernières années et nous sommes ravis de poursuivre nos ambitions mondiales avec cette nouvelle implantation en Amérique du Nord. Avec des hubs importants dans les régions EMEA, Asie et Amériques (États-Unis et Brésil), notre présence mondiale croissante nous aide à renforcer l'accompagnement que nous proposons à nos clients existants, tout en développant de nouvelles opportunités avec d'autres entreprises », déclare **Vincent Luciani, co-fondateur et co-directeur général d'Artefact.**

### A propos d'Artefact | [artefact.com](http://artefact.com)

Artefact est une nouvelle génération de société de conseils et services data-driven transformant la donnée en valeur ajoutée et en impact commercial pour ses clients. Fortement implantée sur de grands marchés mondiaux (France, Allemagne, Royaume-Uni, Asie, Dubaï), Artefact intervient auprès d'un large portefeuille de plus de 300 clients intégrant de nombreux leaders mondiaux comme Samsung, Danone, L'Oréal et Sanofi. S'appuyant sur l'exploitation et l'analyse de la donnée, les activités du Groupe sont structurées en 3 grandes offres : Data Consulting, Data Marketing et Digital Marketing. Artefact est cotée sur le marché Euronext Growth Paris (code ISIN : FR0000079683).

#### Adresses Artefact US :

**New York bureau principal :**  
205 Hudson St, New York,  
NY 10013

**Los Angeles bureau satellite :**  
10250 Constellation Blvd Ste.100 Los Angeles,  
CA 90067

### Contacts

#### Artefact

Hayette Soltani  
Directrice Financière  
Tél : +33 1 40 40 27 00  
[investor-relations@artefact.com](mailto:investor-relations@artefact.com)

#### NewCap

Louis-Victor Delouvrier / Quentin Massé  
Relations investisseurs  
Tél. : +33 1 44 71 98 53  
[artefact@newcap.eu](mailto:artefact@newcap.eu)