



Le Groupe Carrefour lance sa nouvelle stratégie data et *retail media* avec la plateforme *Carrefour Links*

Massy, le 15 juin 2021 - Le Groupe Carrefour annonce aujourd'hui sa nouvelle stratégie data et *retail media*, avec le lancement de Carrefour Links. Destinée aux entreprises partenaires du Groupe, cette plateforme vise à mieux répondre aux attentes des clients en créant des expériences plus personnalisées et plus pertinentes, en magasin comme en ligne. La plateforme s'appuie sur la technologie de trois partenaires de Carrefour, chacun leader dans son domaine : Criteo, Google et LiveRamp.

Le lancement de Carrefour Links représente un tournant dans la transformation digitale du Groupe.

Après trois ans de transformation digitale réussie, Carrefour ouvre un nouveau secteur d'activité centré sur la data

Il y a trois ans, l'offre e-commerce de Carrefour était éclatée entre plusieurs sites internet différents, créant de la complexité pour le client, tandis que les données client étaient hébergées sur des serveurs aux capacités limitées, contraignant les possibilités d'analyse en temps réel. Le plan Carrefour 2022 a donné la priorité à la technologie et à la data, en consacrant 2,8 milliards d'investissements au digital sur 5 ans. En 2018 et 2019, Carrefour a procédé à la création du plus grand *data lake* en Europe, au recrutement de centaines de *data scientists* répartis dans les différents pays du Groupe, à la migration sur le Cloud de 25% de ses applications (à fin 2020), ainsi qu'à la mise en place d'outils d'analyse et de sécurisation des données.

En parallèle, le Groupe a accéléré sur le digital. En 2020, son site Carrefour.fr est ainsi devenu le site alimentaire avec le plus de trafic en France ([15 millions de visiteurs](#) uniques par mois durant le T4 2020. Source Fevad).

Ce virage digital et data permet aujourd'hui à Carrefour d'ouvrir un nouveau secteur d'activité au sein du Groupe, la data et le *retail media*, avec la création de la plateforme Carrefour Links.

Carrefour Links permet aux partenaires industriels de Carrefour d'accéder à la connaissance fine des attentes des clients Carrefour

Dans un contexte d'accélération sans précédent du e-commerce, 80 % des clients Carrefour déclarent souhaiter une offre personnalisée, plus adaptée à leurs attentes. Ils souhaitent également une attention personnalisée à chaque étape d'un parcours d'achat parfaitement fluide. C'est en réponse à cette demande des consommateurs que Carrefour a construit Carrefour Links, un ensemble de solutions inédites d'analyse et de personnalisation de l'expérience client, en capitalisant sur trois de ses forces :

- Son expertise technologique et data,
- Sa position de leader européen de la connaissance client, avec 80 millions de foyers dans le monde qui achètent chez Carrefour chaque année,
- Son site e-commerce alimentaire [carrefour.fr](https://www.carrefour.fr), numéro 1 en trafic en France.

Carrefour Links associe l'expertise retail de Carrefour aux meilleures technologies disponibles en termes de sécurité, de stockage et de traitement des données, autour de quatre familles de solutions :

- **Capture** : trouver de nouveaux clients et prospects pour une marque.
- **Convert** : rendre l'expérience plus fluide, pour améliorer la conversion tout au long du parcours d'achat (en ligne, mais aussi en omnicanal avec la bonne offre au bon moment).
- **Converse** : développer une relation durable avec les clients Carrefour.
- **Comprehend** : piloter l'activité et les performances de façon moderne et autonome, avec une vue à 360 degrés du parcours d'achat du client.

Carrefour Links aide en particulier les entreprises partenaires à mesurer leurs campagnes marketing « de bout en bout », de la publicité à la transaction en magasin. Une étude du Boston Consulting Group et de Google montre qu'en utilisant l'intelligence artificielle et des analyses de données à grande échelle, telles que proposées par Carrefour Links, les entreprises partenaires de Carrefour peuvent générer une croissance de plus de 10 % de leurs revenus, grâce à des modèles prédictifs de la demande, des assortiments locaux plus pertinents et des services aux consommateurs plus personnalisés.

Le marché du *retail media* dans le monde est aujourd'hui estimé à 30 milliards d'euros. En France, il est estimé à 500 millions d'euros (source: [SRI](#)) et affiche une croissance de 20% par an. Carrefour est déjà pionnier sur ce marché en plein essor. Ses opérations *retail media* ont affiché en France une croissance de plus de 50% en 2020.

En s'alliant aux leaders technologiques mondiaux dans ces domaines (Criteo, Google et LiveRamp), Carrefour Links dispose de la meilleure offre du marché

Les solutions Carrefour Links **sont co-développées** avec **les meilleurs partenaires technologiques** mondiaux du marché :

- **Criteo**, le leader mondial des solutions de retail media, permettant aux retailers de valoriser leur inventaire et leur data, et aux marques d'engager

leurs consommateurs au plus proche de l'acte d'achat.

- **Google**, un des plus grands fournisseurs de cloud au monde.
- **LiveRamp**, la principale plateforme de connectivité de données pour une utilisation de la data sûre et efficace.

Criteo : Carrefour confirme sa collaboration initiée en 2014 avec Criteo, par la mise en place dès 2021 d'un partenariat international de 3 ans. Ce partenariat permet aux annonceurs de promouvoir leurs produits au travers de contenu innovant et toujours plus personnalisé, auprès des clients du Groupe, sur l'ensemble de ses sites et applications.

Google : partenaires depuis 2018, les deux groupes renforcent en 2021 leur collaboration, par la signature d'un nouveau contrat global dont l'ambition est de permettre à Carrefour de devenir une entreprise 100% cloud sur l'ensemble de ses marchés.

LiveRamp : signé en 2021, le partenariat avec LiveRamp permet des collaborations data robustes, et donne accès à des capacités d'analyse de données et d'innovation, grâce à la plateforme SafeHaven.

Une double exigence absolue : consentement et transparence

Le consentement du client et la transparence sur l'usage de ses données personnelles sont au cœur des engagements de Carrefour Links, qui s'inscrivent dans le cadre de la réglementation sur la protection des données personnelles et de la meilleure protection des informations de nos clients.

Pour le recueil du consentement, Carrefour a notamment mis en place un *Content Management Platform* (CMP) qui permet de suivre et d'authentifier les consentements donnés par nos clients sur leurs données de navigation. Cette CMP permet de s'assurer que la donnée de navigation utilisée est non seulement conforme à la réglementation en cours, mais aussi respectueuse des souhaits de nos clients.

Les clients peuvent en outre gérer leurs consentements à l'utilisation de leurs données personnelles dans leur espace personnel sur Carrefour.fr (<https://www.carrefour.fr/mon-compte/consentements>). Ils peuvent également, quand ils le souhaitent, exercer leurs droits sur leurs données sur simple demande.

Sur le site et l'application Carrefour, conformément aux recommandations de la CNIL, Carrefour demande à ses clients leur consentement explicite et éclairé au dépôt de cookies, notamment pour avoir une expérience et des promotions personnalisées. Si un client choisit l'option "Continuer sans accepter", il ne pourra plus bénéficier d'offres personnalisées en dehors ou sur les sites du groupe Carrefour. Il continuera à voir sur les sites du groupe Carrefour uniquement des formats publicitaires non spécifiques, qui s'afficheront de façon aléatoire.

<https://links.carrefour.com/>

À propos du Groupe Carrefour

Fort d'un réseau multi-formats de 13 000 magasins dans plus de 30 pays, le Groupe Carrefour est un des leaders mondiaux du commerce alimentaire. Carrefour a réalisé un chiffre d'affaires de 78,6 milliards d'euros en 2020. Il compte plus de 320 000 collaborateurs qui contribuent à faire de Carrefour le leader mondial de la transition alimentaire pour tous, en offrant chaque jour une alimentation de qualité, accessible partout et à un prix raisonnable. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.carrefour.com, sur Twitter (@GroupeCarrefour) et sur LinkedIn (Carrefour).

À propos de Criteo

Criteo (NASDAQ : CRTO) est une entreprise technologique internationale qui fournit la première Commerce Media Platform au monde. Les 2 500 membres de l'équipe Criteo s'associent à plus de 20 000 spécialistes du marketing et à des milliers de propriétaires de médias dans le monde entier pour activer le plus grand ensemble de données commerciales au monde afin de générer de meilleurs résultats commerciaux. En proposant des publicités fiables et pertinentes, Criteo offre des expériences plus riches à chaque consommateur tout en soutenant un Internet équitable et ouvert qui permet la découverte, l'innovation et le choix. Pour plus d'information, rendez-vous sur www.criteo.com

À propos de Google

La mission de Google est d'organiser les informations à l'échelle mondiale pour les rendre accessibles et utiles à tous. Google est une filiale d'Alphabet Inc. et opère en France depuis quinze ans. Google est avant tout une société de technologies, notamment fournisseur de solutions publicitaires innovantes, intelligentes et utilisées par l'écosystème publicitaire français, tant par les agences que les entreprises de toutes tailles qui souhaitent optimiser leurs campagnes de publicité digitale. Google fournit aussi des tendances et éléments d'inspiration sur le marketing digital pour ses partenaires français et internationaux.

À propos de LiveRamp

Leader mondial de la collaboration data, LiveRamp, grâce à ses capacités de résolution d'identité uniques et un réseau inégalé, permet aux entreprises et à leurs partenaires de mieux connecter, contrôler et activer leurs données afin de transformer l'expérience des clients et générer des revenus plus élevés.

Pour plus d'informations, visitez <https://liveramp.fr>

Contacts presse Groupe Carrefour

Communication Groupe Tél : +33 (0)1 58 47 88 80
Relations investisseurs Tél : +33 (0)1 64 50 79 81
Sébastien Valentin, Anthony Guglielmo et Antoine Parison
Relations actionnaires Tél : 0 805 902 902 (n° vert en France)
presse_groupe@carrefour.com

Contacts presse Criteo

Aline Dubucq : a.dubucq@criteo.com / 06 37 98 20 29
Agence PPR : team.criteo@pprww.com
Eléonore Ancel - 06 79 44 44 33

Contacts presse Google

presse-fr@google.com

Contacts presse LiveRamp

Vae Solis Communications
Sofia Fardjallah ou Guillaume Cornu
+33 6 02 17 87 96
+33 6 09 06 29 84
Liveramp-rp@vae-solis.com

Michelle Millsap on behalf of LiveRamp
liveramp@havasformula.com
619-857-2384