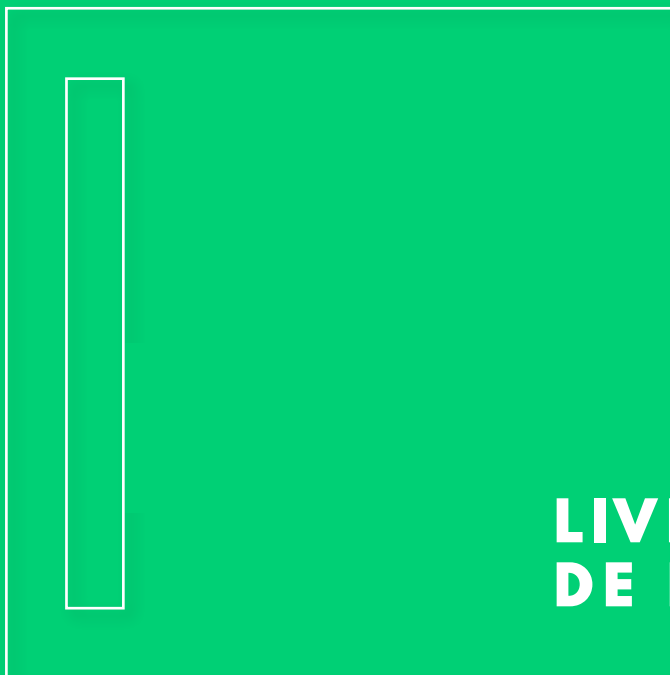
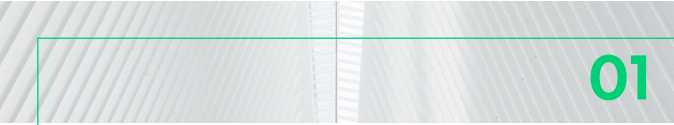




LIVRE BLANC : LE MARCHÉ DE LA DONNÉE MARKETING

Ce pdf est interactif. Vous pouvez naviguer en cliquant sur les rubriques disponibles sur le fil d'ariane, présent en bas de chaque page.





01

Avant-propos



02

Forecast : Le marché de la donnée



03

Chiffres clés



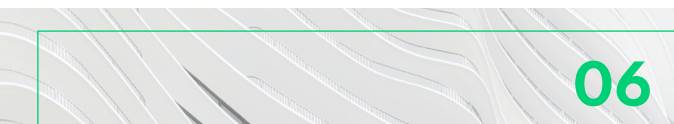
04

La data :
levier business ou problème récurrent ?



05

Les solutions de demain



06

Conclusion

UNE SOCIÉTÉ FRANÇAISE SPÉCIALISÉE DANS LA DATA CLIENT



Plus précisément, nous proposons aux entreprises une marketplace de données permettant d'acheter, vendre et échanger des données clients.

Notre particularité réside dans l'attention portée à la sécurité des transferts de données (aucune donnée n'est traitée en clair sur Hubbi) et le respect strict des législations. Notre objectif est de libérer les échanges de données entre entreprises, quelle que soit leur taille ou leur secteur. Ce livre blanc a également été réalisé en parti avec nos clients et partenaires, à partir de leurs retours lors de use cases concrets.

01/ AVANT-PROPOS

DONNER UNE VISION GLOBALE SUR LE MARCHÉ DE LA DONNÉE MARKETING.

Ce livre blanc synthétisera plusieurs types de sources : des documents presse, des documents d'études publiés par des acteurs reconnus et des informations récoltées par Hubbi auprès de ses clients et partenaires.

COMPOSITION DU MARCHÉ.



Diffusion & ciblage



Analyse et intelligence



Publicité online



Hébergement



Vente par collecte,
vente et location de data



UN SECTEUR AU CENTRE DE L'ATTENTION.

La donnée marketing, réservée dans les années 80 à un petit milieu d'experts, est aujourd'hui un centre d'attention médiatique, professionnelle et même politique.

Pour quelle raison ? L'explosion de la valeur marchande de la donnée. Cette explosion est explicable par l'avènement de la **publicité digitale revisitée par les GAFA**, principalement Google et Facebook. Ces entreprises se sont positionnées sur les 5 verticales de la donnée marketing (diffusion, vente indirecte, stockage et hébergement, publicité et analyse / intelligence).

Leur arrivée a préfiguré plusieurs bouleversements majeurs, dont nous parlerons dans ce livre blanc :

**LA MULTIPLICATION
DES ACTEURS DE LA DONNÉE**

**LE BESOIN ESSENTIEL
DES ENTREPRISES DE TRAVAILLER
AVEC LES DONNÉES**

**L'EXPLOSION
DES CYBERATTAQUES**

**LE RGPD
EN EUROPE**

Nous étudierons également l'évolution globale du secteur, en partant de la genèse jusqu'aux perspectives technologiques, et des chiffres clés par zones géographiques et économiques.

02/ FORECAST LE MARCHÉ DE LA DONNÉE

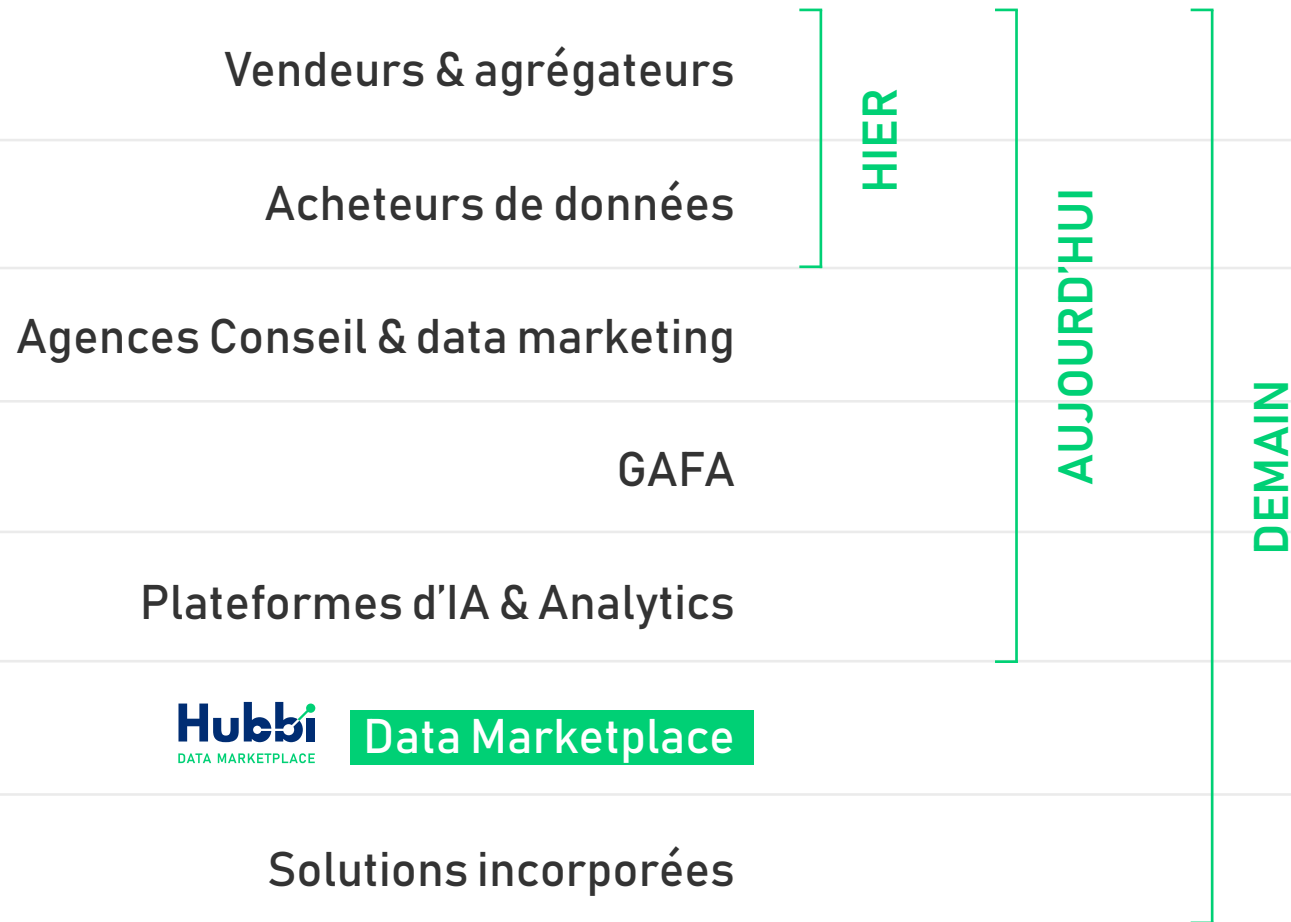


DE LA GENÈSE AUX PROSPECTIVES

Le marché de la donnée marketing évolue au fil des avancées technologiques, des besoins des entreprises et des réglementations.

Démarrant dans les années 80, ce marché évoluait principalement par voie postale, et commençait timidement sur d'autres supports comme l'emailing. Il s'est ensuite progressivement développé sur les téléphones avec l'avènement massif des call center et du télémarketing, pour aboutir aujourd'hui à des traitements et usages toujours plus avancés (multi canal, prédiction, analytics, algorithmes...)

ÉVOLUTION DES ACTEURS DU SECTEUR DE LA DONNÉE MARKETING



LES TRANSACTIONS DE DONNÉES DANS LE MONDE : UN MARCHÉ EN PLEINE EXPLOSION !

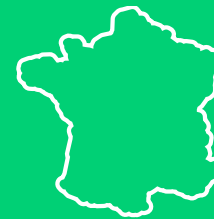
FOCUS ON...



WORLD



USA EUROPE CHINE

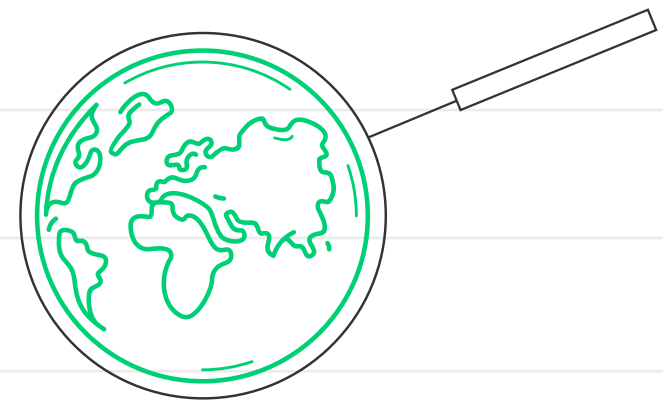
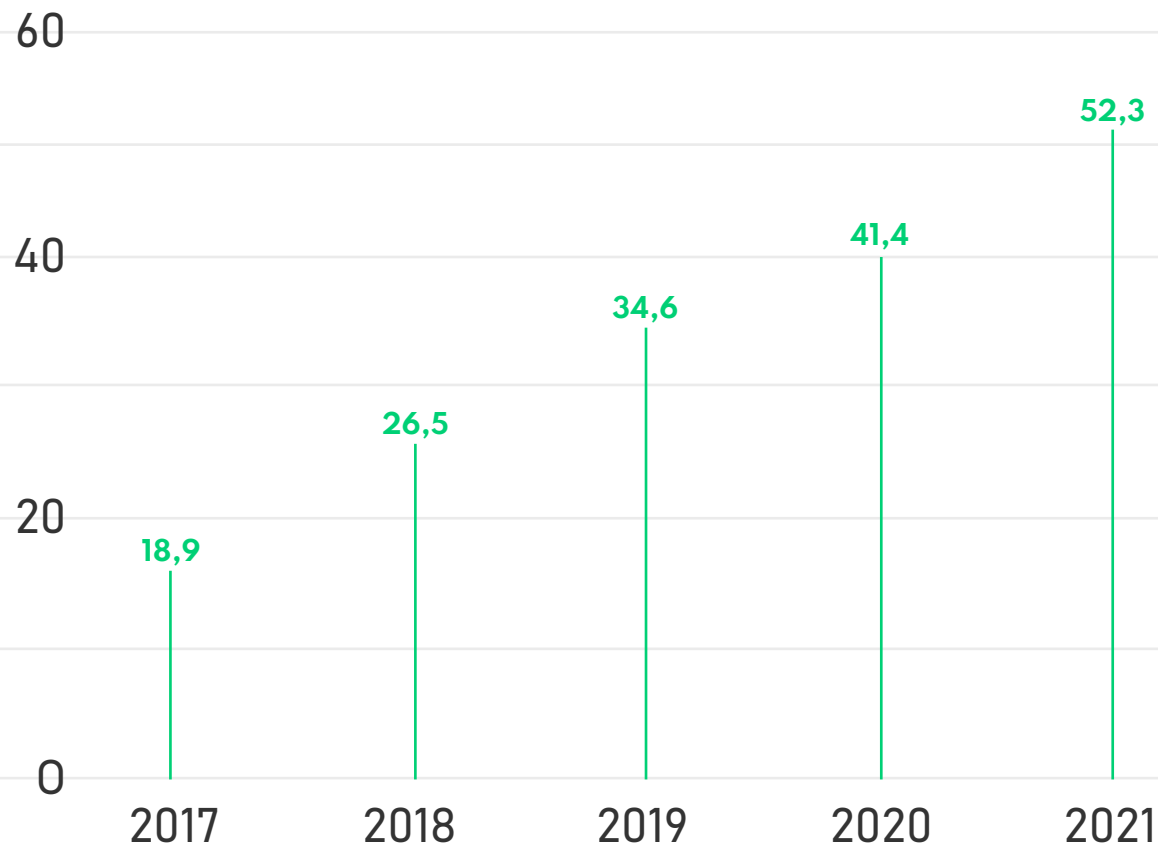


FRANCE

LES TRANSACTIONS DE DONNÉES...

DANS LE MONDE

ÉVOLUTION DES TRANSACTIONS CES 5 DERNIÈRES ANNÉES, EN MILLIARDS DE DOLLARS



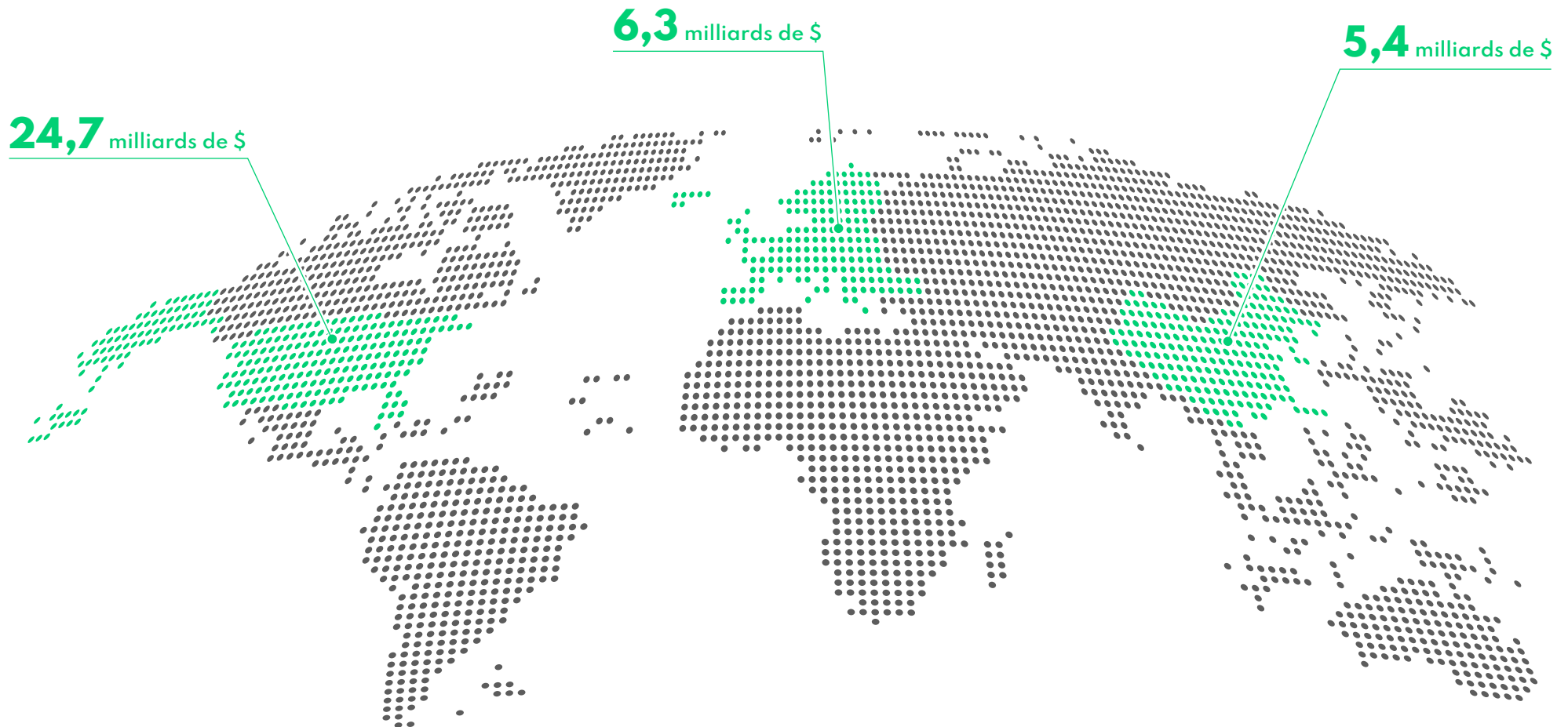
52,3 milliards de \$ en 2021

+177% en 5 ans

LES TRANSACTIONS DE DONNÉES...

AUX USA, EN EUROPE,
EN CHINE

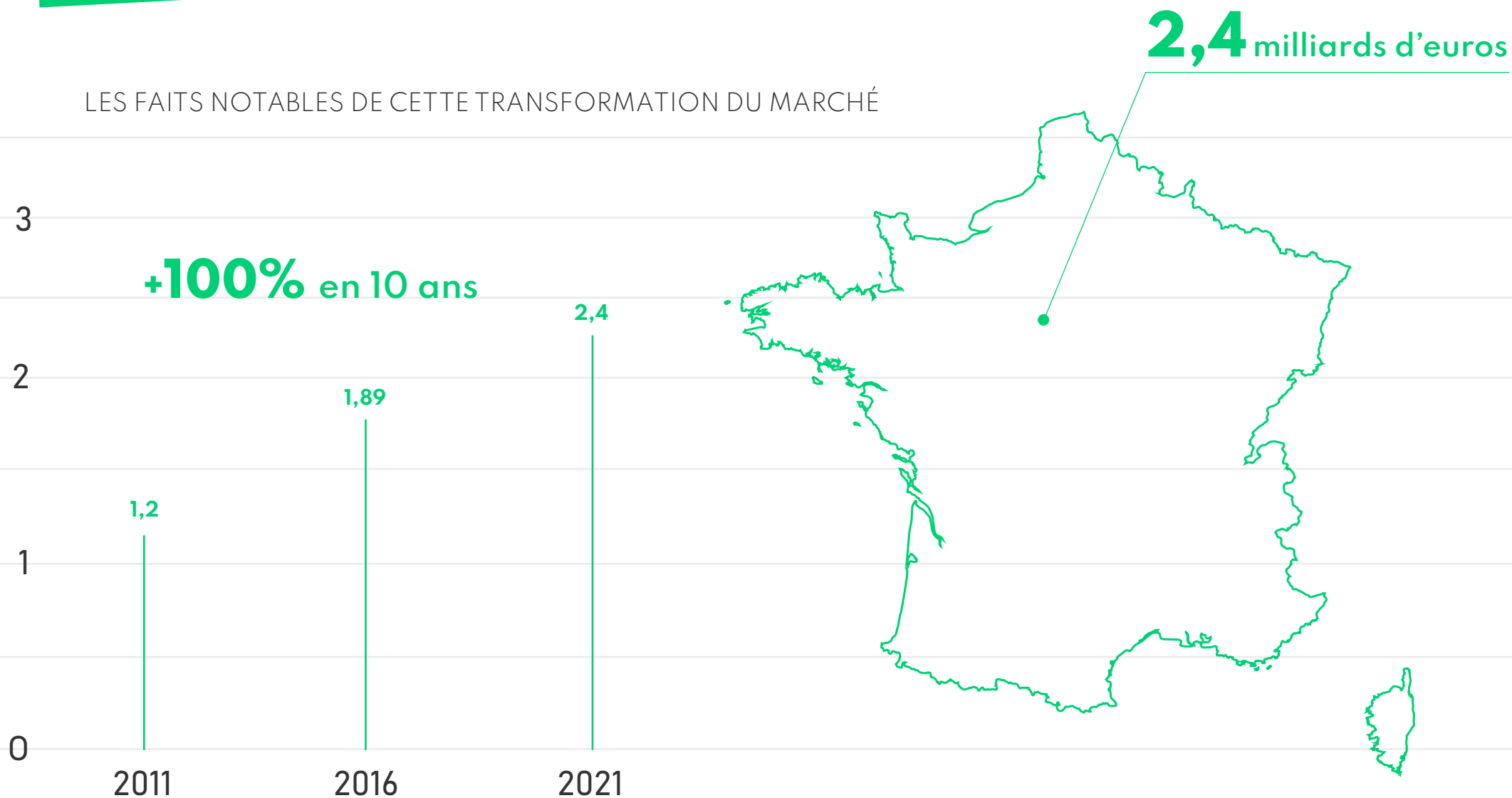
*EN 2020



LES TRANSACTIONS DE DONNÉES...

EN FRANCE

LES FAITS NOTABLES DE CETTE TRANSFORMATION DU MARCHÉ



04/ LA DATA : LEVIER BUSINESS OU PROBLÈME RÉCURRENT ?

— UTILITÉ DANS LA STRATÉGIE CLIENT.

La donnée, précédemment un sujet plus ou moins délaissé par les entreprises, est aujourd'hui considéré comme un levier de croissance.

Les entreprises sont aujourd'hui relativement convaincues de l'utilité de la donnée marketing dans leurs stratégie clients :

64%

des responsables marketing affirment prendre leurs décisions en se basant sur l'étude des données.

80%

des entreprises européennes data driven affirment bénéficier d'un avantage décisif pendant la crise du COVID.

DE GRANDS AXES RELATIFS AUX DONNÉES CLIENTS POSENT PROBLÈME.

La donnée est effectivement un levier de croissance lorsqu'elle est correctement utilisée. Ceci dit, elle est également à l'origine de nombreuses problématiques.



QUALITÉ DES DONNÉES

- Données non actualisées
- Données non normées
- Données non unifiées



“La négligence sur la qualité des données peut coûter jusqu'à **25%** du chiffre d'affaires.”

“**47%** des nouveaux enregistrements de données comportent au moins une erreur critique.”

“Seuls **3%** des cadres estiment que les données de leur service se situent dans la fourchette acceptable de qualité des données.”

84% des CEO s'inquiètent de la qualité de leurs données”



SÉCURITÉ DES DONNÉES

- Échanges de données en clair
- Risques importants de fuites de données
- Normes peu respectées au niveau des entreprises

“Les défauts de sécurité des sites web figurent parmi les manquements les plus souvent constatés lors des contrôles et peuvent notamment conduire à des violations de données (2 825 notifications reçues en 2020, soit **24 %** de plus qu'en 2019).”



COMPLIANCE RGPD

“En 2019, seulement **28%** des entreprises françaises étaient conformes au RGPD.”

“En 2020, **88%** d'entre elles n'ont mis aucun programme en place pour la conservation des données”

“**61%** des organisations soumises au RGPD collectent plus de données clients que la loi ne le permet.”



MANQUE DE RESSOURCES

- Pour traiter les données (unification, qualité des données, analyse...)
- Pour sécuriser les données et gérer la portabilité (gestion des optins, légalité des traitements et des échanges)



OPACITÉ DU MARCHÉ

- Les prix des prestations et des produits data ne sont que très rarement communiqués par les différents acteurs, les prix varient d'un acheteur à un autre.
- De nombreux fournisseurs ne tracent pas leurs données, une pratique généralisée mais pourtant répréhensible par la CNIL.



PROBLÉMATIQUE DE TEMPS RÉEL

- Les entreprises ont besoin de données à jour, en phase avec la réalité de leur marché.
- Difficultés à effectuer rapidement des opérations data.

05/ LES SOLUTIONS DE DEMAIN

HUBBI DATA MARKETPLACE



SÉCURITÉ

Les échanges de données sur Hubbi sont totalement sécurisés : les données ne sont jamais traitées en clair.



TRANSPARENCE

Sur Hubbi, vous avez directement accès aux tarifs des fournisseurs et à la traçabilité des données.



TEMPS RÉEL

Des données continuellement actualisées disponibles immédiatement à l'achat et la location.

Hubbi
DATA MARKETPLACE



QUALITÉ DES DONNÉES

Toutes les données sont vérifiées, corrigées et normalisées.



NO CODE TECHNOLOGY

L'accès à la marketplace est simple : aucune connaissance technique n'est requise.



RGPD COMPLIANT

La plateforme Hubbi est 100% RGPD compliant. Nous veillons à ce que tous les acteurs soient en conformité avec les législations en vigueur.

**ACHETER, VENDRE
ET LOUER DES DONNÉES EN TOUTE SÉCURITÉ !**

06/ CONCLUSION

MÉTAMORPHOSE DU MARCHÉ.

Le marché de la donnée marketing s'est métamorphosé en quelques années, que ce soit au niveau des usages, des acteurs, des technologies utilisées, des besoins et des difficultés rencontrées par les entreprises.

Le marché a été durablement impacté par des players qui ont su transformer la donnée en business model très rentable, en créant de la valeur autour de la data (ciblage ultra précis, mise en avant d'annonces, exploitation et traitements intelligents des données récoltées...).

RÉPONDRE À DES PROBLÈMES STRUCTURELS.

Ceci dit, l'arrivée du RGPD a régulé l'usage très permissif fait des données clients, en forçant les entreprises à protéger les données des utilisateurs, et en rendant les processus de vente et d'achat de données optin. Les entreprises prennent conscience de l'importance de la data dans leurs stratégies axées autour du client (marketing, vente & rétention). Cette compréhension de l'importance de l'usage des données a également mis en évidence des problèmes structurels de sécurité, de conformité et de mise en place opérationnelle.

Les solutions de demain offrent de nouvelles perspectives aux entreprises pour libérer les échanges de données, tout en respectant les normes de sécurité et les législations.



La marketplace Hubbi permet aux entreprises d'acheter, vendre, louer et enrichir des données clients. Augmenter la valeur ajoutée créée par les données, sécuriser les transferts, créer un marché transparent autour de la data client, tout en respectant les droits des utilisateurs et les législations en vigueur, telle est la visée de la data marketplace Hubbi.

RÉFÉRENCES

comarketing-news.fr
research.aimultiple.com
onaudience.com
isoskele.fr
cnil.fr


linkedin.com/company/hubbi-france


Tél. +33 (0)1.45.36.16.29


www.hubbi.fr


hubbi@hubbi.fr