

11 mars 2021

NAISSANCE DE AD TO BASKET, NOUVELLE ENTITE DU GROUPE HAVAS



Havas Market, le pôle performance de Havas lance AD TO BASKET, solution e-commerce de nouvelle génération.

Nicolas Jeffs, qui était jusqu'à présent Retail Media Manager chez CDISCOUNT, rejoint le Groupe Havas pour piloter opérationnellement cette nouvelle entité de consulting sur tous les leviers e-commerce, de la publicité à l'achat online.

Face à l'accélération majeure du e-commerce AD TO BASKET apporte deux innovations de rupture :

- Une vision holistique du e-commerce permettant d'activer toutes les plateformes et les market places, globales mais aussi locales, digitales et click and collect dans le réseau physique.
- Une alliance unique sur le marché de l'expertise Media marketing de Havas (advertising, contenu, data) et les compétences d'Editis en e-retail (retail, gestion de compte, supply & logistique).

Grâce à cette nouvelle synergie au sein de Vivendi, AD TO BASKET est en capacité d'activer dès son lancement plus de 70 talents spécialisés en performance e-commerce et marketplace.

AD TO BASKET est placée sous la co-direction de Nathalie Bajoux, directrice générale de Havas Market, et Fanny Ruph, directrice numérique d'Editis. Elles s'appuieront sur Nicolas Jeffs, nouvellement arrivé, en qualité de head of e-retail.

Pour mémoire : près de 9 internautes sur 10 achètent un produit, un service via un site e-commerce, dépensant en moyenne 2 600 euros chacun, un chiffre d'affaires en hausse de 8,5%* en France... Le e-commerce n'en finit pas d'afficher des perspectives vertigineuses et autant de potentialités de croissance pour les entreprises. Ces dernières ont bien saisi l'opportunité : 17 400 nouveaux sites actifs ont vu le jour en 2020*, un chiffre en hausse de 11% qui porte le nombre de sites d'e-commerce à 182 500 en France.

“Le nouveau bond du e-commerce et l'accélération de la convergence Retail Media créent une vraie dynamique : émergence de nouveaux acteurs et solutions, explosion des marketplaces et de la plateformes, logiques nécessairement omnicanales, création de partenariats inédits. Il y a aujourd'hui une multiplicité de modèles possibles ! Qui sont autant d'opportunités pour les marques qui mettront en place une stratégie et une organisation ad-hoc, basées sur leurs assets et les besoins spécifiques de leur marché, clients comme partenaires. Ces plateformes retail offrent l'opportunité aux marques industrielles, dont les clients directs sont habituellement les distributeurs, de reprendre la main sur le consommateur final ; et donc d'opérer un virage dans la commercialisation de leurs produits, en passant d'une relation B2B à une relation B2B2C. C'est très enthousiasmant pour nous, experts digitaux en performance marketing, de pouvoir accompagner ce virage” expliquent Nathalie Bajoux et Fanny, co-directrices de AD TO BASKET.

Biographie Nicolas Jeffs

Franco-Britannique, Nicolas était depuis quatre ans en charge de développer le pôle retail media au sein du groupe Cdiscount. Diplômé de l'ESSCA. Après des stages aux départements études de Lagardère Active Publicité et France 2, Nicolas rejoint en 2001 le groupe IPSOS où il occupe successivement des postes marketing et commerce dans les services Media et Publicité. De 2007 à 2011, il s'investit au sein de TNS SOFRES & GFK ISL pour y occuper des postes de chef de groupe puis Directeur de groupe sur des problématiques d'efficacité publicitaire. De 2012 à 2017, il travaille pour les leaders des solutions marketing GSA, tout d'abord BudgetBox puis HighCoBox en qualité de directeur commercial media.

Biographie Nathalie Bajoux

Nathalie Bajoux débute sa carrière chez Media Contacts (Havas Group) en 2007 comme Chargée Media Search & Performance, puis évolue en tant que Responsable de Ple chez Havas Digital en 2012. Elle est nommée ConneXion Manager d'Havas Media en 2015 sur l'ensemble du périmètre Mulliez et de la GMF avec pour principale mission d'accompagner la transformation media numérique de ces annonceurs. Stratège digitale reconnue, Nathalie prend la direction d'Ecselis en 2017 et également celle de Novalem en 2018. En 2020, elle est nommée à la tête de Havas Market.

Biographie de Fanny Ruph

Fanny Ruph débute sa carrière en 2001 chez SAVENCIA en tant que Chef de produit et Chef de projet Innovation. Elle rejoint le groupe EDITIS en 2005. En 2010 elle fait partie de la BU nouvellement créée pour le E-commerce en tant que Responsable Grands comptes puis Directrice Enseignes, avant d'en prendre la Direction en 2017. En tant que Directrice E-commerce, elle gère les partenariats avec les plateformes et distributeurs et s'appuie sur une équipe de comptes-clés pour opérer l'activité en ligne de plus de 200 éditeurs et marques. En 2020, elle est nommée directrice numérique d'Editis.

Contact presse

Elisabeth Roy
Responsable Relations Presse & Awards
Havas Paris

elisabeth.roy@havas.com

t +33157777300

m +33617495664