

Information presse

Paris, le 3 février 2010

ValueClick France annonce son bilan 2009 et présente sa nouvelle organisation 2010 très orientée Client & Performance.

1. Bilan de l'année

La progression globale de ValueClick France entre 2008 et 2009 a été de 10% malgré la crise. L'année 2009 a été cependant marquée pour ValueClick France par des changements d'habitude de dépenses publicitaires de ses clients. En effet, la progression des dépenses à la performance (display, affiliations, campagnes email et performance) a progressé de 20%. ValueClick a adapté son offre et fait évoluer ses équipes afin de répondre au mieux aux besoins de ses clients et aux demandes du marché.

2. Changement d'organisation

Pour faire face à ces évolutions sectorielles et concentrer ses ressources sur ces domaines d'expertises, ValueClick France a mis en place une organisation orientée clients en simplifiant son offre.

En fonction des besoins clients tels que : Acquisition de trafic, développement des ventes, génération de prospects et/ou le suivi des actions de marketing en ligne, des pôles ont été créés en associant et fusionnant le meilleur des ressources, des technologies et des réseaux locaux et internationaux du groupe tel que:

- Le Pole Programme (d'affiliation) répond aux problématiques long terme d'acquisition et de développement des ventes/leads grâce au réseau local et international de la plateforme d'affiliation Commission Junction.
- Le Pole Campagne (Display et Email performance) répond aux problématiques court terme, d'acquisition, de génération de trafic et de branding en exploitant les leviers display et Email en mixant les réseaux locaux et internationaux de ValueClick Media et de Commission Junction
- Le pole Ad Tracking propose à ses annonceurs des outils complets et transverses pour piloter et analyser les opérations de communication online.
- Le pole Search123, propose aux éditeurs ses outils d'optimisation et de monétisation « au format liens sponsorisés ».

3. Nominations

Pour soutenir cette organisation, plusieurs personnes ont été promues en interne pour piloter les pôles :



- Renaud Saumade prend la direction des opérations du Pole Campagne chez ValueClick France.
- Nadeje Mancinelli prend la direction du Pole Programme (d'affiliation) chez ValueClick France.
- Matthieu Catillon prend la direction des opérations du Pole Search123 chez ValueClick France.
- Gabriel Flory prend la direction des opérations du Pole Service & Support Client transversal pour toutes les solutions de ValueClick France
- Laure de Mullenheim à été nommée Country Manager ValueClick France et seconde le Directeur Général Amaury Delloye dans la gestion et le développement de ValueClick France.

A propos de ValueClick : La Performance Avant Tout !

ValueClick, Inc. (Nasdaq: VCLK) est l'un des plus importants fournisseurs de services marketing en ligne intégrés. Les solutions de ValueClick sont basées sur la performance et permettent aux annonceurs de se développer par le biais de plusieurs canaux de marketing en ligne, notamment, l'affiliation, le display, l'email à la performance, l'adtracking et les flux publicitaires. Commission Junction, ValueClick Media, Mediaplex, PriceRunner et Search123 sont des marques de ValueClick.

ValueClick est implanté aux Etats-Unis, en France, en Angleterre, en Allemagne, en Suède, en Espagne et en Chine.

Pour de plus amples informations : www.valueclick.fr

Contact Presse

VALUECLICK

Amaury Delloye

Tél : 01 46 51 40 71

Fax : 01 46 51 47 71

E-mail : adelloye@valueclick.com