



COMMUNIQUE DE PRESSE

Toluna et nurago annoncent un partenariat exclusif

Deux leaders de l'étude de marché en ligne s'associent pour lancer un nouvel outil interactif d'évaluation des publicités via la consultation de panels

Levallois-Perret le 11 mars 2009 : Toluna, leader indépendant des panels et des technologies de sondages en ligne, annonce la formation d'un partenariat avec nurago, spécialiste international des technologies d'étude pour les entreprises marketing et médias.

Ce partenariat est centré sur un nouveau service qui permettra aux annonceurs en ligne d'analyser au plus près les réactions suscitées par leurs campagnes marketing dans toute l'Europe. Ce service offrira la possibilité aux annonceurs, aux planificateurs et aux acheteurs d'espace publicitaire d'étudier l'opinion de plus d'un demi-million de panelistes Toluna sur des campagnes lancées dans 6 pays d'Europe. L'outil s'appuie sur des technologies développées ces 18 derniers mois et déjà testées sur une centaine de campagnes publicitaires.

Ce nouveau service fournit des données en temps réel sur la portée démographique des publicités et permet une étude détaillée des réactions à une campagne. Il permet également des enquêtes avant et après les campagnes auprès de panelistes actifs, afin d'analyser les résultats des campagnes en ligne et cross-média. Ainsi, les clients peuvent obtenir un aperçu détaillé de l'efficacité de leur campagne publicitaire sur la base des réponses fournies par le public visé.

La prochaine déclinaison du service offrira également une gamme d'indicateurs de performance clés que les clients pourront utiliser à titre de référence.

Frederic Charles Petit, Directeur de Toluna, a déclaré : « *Ce nouveau service arrive à point nommé pour permettre aux media planners et aux annonceurs de cibler les domaines dans lesquels leurs budgets publicitaires seront les mieux investis. Grâce à un esprit pionnier et à des compétences centrales complémentaires, Toluna et nurago ont développé un produit qui répond aux besoins du marché et possède une longueur d'avance sur la concurrence.* »

Thomas Knauer, Directeur général de nurago, a commenté : « *Avec sa communauté web 2.0, Toluna entretient une communication unique avec les panelistes, qui lui permet de disposer d'informations plus à jour et plus détaillées. En conjuguant nos talents, nous sommes parfaitement armés pour instaurer un nouveau degré de transparence sur le marché des médias en ligne.* »

Martin Grupe, Directeur général de Toluna Allemagne, a déclaré : « *L'esprit d'innovation, la vivacité et la flexibilité de nurago ont permis d'axer nos efforts sur une solution qui répondrait aux besoins de nos clients. Aujourd'hui, près de 100 campagnes ont déjà été analysées avec succès grâce aux réponses des panelistes. Pour nous, ce n'est que la première étape d'une nouvelle offre de services et d'analyse que nous espérons développer pour nos clients à l'avenir.* »

Ce service est disponible au Royaume-Uni, en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne et aux Pays-Bas, et devrait bientôt être proposé dans d'autres pays.

A propos de Toluna

Toluna est le premier fournisseur de panels et de technologies de sondage en ligne à destination de l'industrie des études de marché. La société fournit des échantillons de profils ciblés, des prestations de programmation de questionnaires et de création de panels à plus de 500 instituts d'études mondiaux, et ce depuis ses différents bureaux implantés en Europe, aux Etats-Unis et en Asie Pacifique.

Toluna gère un panel de plus de 2,65 millions de membres actifs 30 pays. Hautement qualifiés sur 16 grandes thématiques, les panels Toluna permettent d'accéder à des profils ciblés pour des problématiques spécifiques dans les meilleures conditions de qualité et d'efficacité.

En outre, PanelPortal™, la plateforme de gestion et d'administration de questionnaire et de panels en ligne, a été conçue par Toluna pour permettre aux professionnels du marketing de réaliser en ligne leurs propres enquêtes avec leurs propres panels.

Toluna vient d'être élu « exportateur de l'année » par la Chambre de Commerce Française en Grande-Bretagne et a été nommé « entreprise à plus forte croissance sur quatre ans » par le magazine l'Entreprise en juillet 2008.

A propos de nurago (<http://www.nurago.de/home/partner.html>)

Basé à Hanovre, en Allemagne, nurago est également implanté à Hambourg et à Londres.

nurago offre des services et des outils développés en interne pour l'analyse des performances et des sondages en ligne à une clientèle composée d'annonceurs, d'agences publicitaires, d'éditeurs, de concepteurs de sites web, d'e-entreprises, d'instituts d'étude de marché et de cabinets-conseil.

Les technologies et le savoir-faire de nurago permettent d'évaluer l'efficacité et la simplicité des stratégies de branding et applications en ligne, ainsi que leur caractère mesurable dans un cadre méthodologique.

Le groupe met l'accent sur la réalisation technique et l'expertise conceptuelle. À la demande de ses clients, il travaille également en étroite collaboration avec des spécialistes renommés.

Contacts Presse :

ACTIFIN - Agence de Relations Presse
Laetitia de Froissard
01 56 88 11 11 / 06 63 38 54 18
ldefroissard@actifin.fr

TOLUNA
Frédéric-Charles Petit - CEO
01 40 89 71 00
frederic.petit@toluna.com