



Une marque de La Poste

Communiqué de presse
Paris, le 14 février 2019

LA POSTE lance ISOSKELE, une nouvelle marque de data marketing et communication de précision dédiée aux annonceurs

« *De la connaissance à la reconnaissance client* », telle est la signature engagée d'ISOSKELE, la nouvelle offre de conseil en data marketing et communication de précision du Groupe La Poste.

Du grec *isos* – égalité et *skelos* – jambes, ISOSKELE apporte aux annonceurs une nouvelle approche basée sur l'équilibre parfait entre le rationnel et l'émotionnel. L'équilibre entre data & créativité, entre technologies & imagination, performance & respect, entre business & éthique. Cette démarche de conscience marketing est en effet l'une des composantes natives d'ISOSKELE, qui souscrit ainsi pleinement aux valeurs du Groupe La Poste

ISOSKELE, une alternative de pointe pour les annonceurs

Née de l'ambition du Groupe La Poste d'apporter aux annonceurs des solutions toujours plus adaptées à leurs enjeux business dans un contexte mouvant (complexité du parcours client, omniprésence de la technologie, consommateurs devenus méfiants envers les marques...), ISOSKELE réinvente la relation entre marques et individus à l'aide d'une mécanique de précision intégrée qui associe science des datas & du consommateur, créativité & technologie marketing. Une méthode qui a remporté en novembre dernier l'Or au Grand prix Data et créativité pour l'office de Tourisme de la Réunion.

Développer l'intelligence relationnelle des marques au service de l'engagement client

Plus avertis, plus sensibles, les consommateurs acceptent de s'ouvrir aux marques qui les considèrent comme des individus à part entière et qui apportent du sens et de la transparence à leurs actions marketing. Plus qu'à un simple acheteur, c'est à un véritable business partner que les marques doivent désormais s'adresser.

Face à ce défi, les équipes d'ISOSKELE analysent les écosystèmes des marques, imaginent des campagnes précises et pertinentes, intègrent les langages technologiques les plus adaptés et proposent des activations qui privilégient l'expérience client au service de la performance.

En somme, isoskele est une marque multi-experte qui maîtrise la puissance des technologies et des data pour imaginer des actions plus humaines, plus affinitaires, plus responsables et donc plus performantes

Des experts de la connaissance réunis autour d'une même marque

ISOSKELE est aujourd'hui composée de 250 collaborateurs (Ingénieurs, développeurs, dataminers, datascientist, consultants, planneurs stratégiques, créatifs, chargés d'études...), emmenés par un comité de direction rompu aux spécificités du data marketing et de la communication de précision. Plusieurs expertises du groupe la Poste (Mediapost Publicité, Cabestan, Vertical Mail, SDS et Mediaprism l'Agence) rejoignent la marque, et seront complétés par des projets d'acquisitions externes en cours et à venir.

Manuela Pacaud - Directrice Générale Exécutive



Diplômée de l'École Supérieure de Commerce de Tours, Manuela Pacaud débute sa carrière à La Poste (contrôle de gestion, système d'information, conduite du changement). Elle rejoint Mediapost en 2004 afin de piloter le lancement des offres data et multicanal au travers de la création de Mediapost Multicanal, dont elle a ensuite dirigé les activités commerciales. Elle lance Mediapost Publicité en 2010, régie publicitaire en charge du développement de la commercialisation des points de contact directs du Groupe La Poste, et dirige les activités conseil de Mediapost Communication depuis 2015.

Spécialiste des chantiers de transformation, Manuela Pacaud est nommée Directrice Générale d'ISOSKELE, en charge de la stratégie et de la croissance externe. Elle a pour mission principale de déployer l'expertise data, media et marketing relationnel d'ISOSKELE au service de la stratégie et du développement commercial.

Stéphan Montigaud – Directeur Général Adjoint en charge des activités Marketing technologiques



Diplômé de CentraleSupélec, MINES ParisTech et d'un MBA de l'INSEAD, Stéphan Montigaud a commencé sa carrière en 1998 avec la création de l'agence digitale Fullsix à Paris. Il accompagne la croissance de l'agence en France aux postes de directeur technique, puis de directeur de clientèle jusqu'en 2004, avant de s'expatrier à Shanghai pour créer et développer les activités de Fullsix Chine.

En 2012, il rejoint le groupe Covestro (ex-Bayer MaterialScience) en tant que VP marketing en charge du segment polycarbonates pour les industries électroniques et d'électroménager.

Après 12 années à l'international, il rejoint le Groupe La Poste en octobre 2017 pour participer au lancement d'ISOSKELE. Stéphan Montigaud est plus particulièrement en charge de l'innovation et de la transversalité des expertises.

Olivier Bouas-Laurent - Directeur Général Adjoint en charge des activités stratégies et creation



Diplômé de l'école Sup de Pub, Olivier Bouas-Laurent débute sa carrière en 1998 comme concepteur rédacteur chez BDDP&Fils, Publicis, BBDO et Euro RSCG, puis devient directeur de création. Après un parcours de 4 ans chez TF1, Olivier Bouas-Laurent fonde en 2012, avec Séverine de Nazelle, Mademoiselle Scarlett, agence de publicité reconnue pour sa créativité (près de 40 récompenses nationales et internationales). Fin 2017, il devient Vice-Président de l'AACC Publicité auprès d'Olivier Altman.

Olivier Bouas-Laurent rejoint ISOSKELE en 2019 pour accélérer le lancement de la marque. Au-delà du pilotage opérationnel du business des entités du pôle conseil, il a également pour mission de faire connaître les savoir-faire et révéler les atouts d'ISOSKELE aux marchés.

Artus de Saint Seine – Directeur Général Adjoint des activités Data



Après une double formation en Droit et en École de commerce (Université Paris II Panthéon Assas et ESC Grenoble), Artus de Saint Seine intègre Catalina Marketing France pour y analyser le comportement des consommateurs et développer des programmes relationnels. Spécialiste de la connaissance client et du datamining, il a un parcours en agence avant de développer sur 5 pays Efficiency Network, régie publicitaire e-mail, et Ellegiance, un éditeur de solutions CRM en mode SaaS.

Depuis 2015, Artus de Saint Seine développe le pôle Data au sein de Médiapost Communication. Au sein d'Isoskele, Artus dirige les activités d'intelligence DATA. Engagé sur les problématiques de la data marketing industrie, il représente la société au SNCD en tant qu'administrateur et membre du bureau. Il y préside les commissions Data & Technologies et Data & Media.

A propos d'ISOSKELE :

Créée en 2019, ISOSKELE (250 collaborateurs, 60 millions de CA) est la nouvelle marque de data marketing et communication de précision du groupe La Poste, qui accompagne les annonceurs dans leurs problématiques clients et marques en mixant data & consumer science, technologie et créativité pour créer une relation plus forte, plus affinitaire, plus profitable entre les annonceurs et leurs clients. Clients : Nespresso, Accord, Engie, La Redoute, Handicap International, L'OREAL luxe, Société Générale, SNCF, Décathlon, Leroy Merlin, Amnesty International, PSA, Bouygues Telecom, Toyota, Laboratoires Roche...

Contacts presse:

Agence Wellcom

Sarah Nascimento & Stéphanie Piere

isoskele@wellcom.fr