

Nestlé étend son partenariat avec Qualifio et renforce l'engagement des consommateurs à l'international

Communiqué de presse

Louvain-la-Neuve, Belgique, janvier 2025 — Qualifio, la plateforme de référence en Europe pour la collecte de données first- et zero-party, annonce aujourd'hui une nouvelle étape majeure dans son partenariat historique avec Nestlé. Initiée en 2016 à travers un projet pilote en Belgique, cette collaboration s'est progressivement transformée en un partenariat stratégique d'envergure mondiale, aujourd'hui pleinement intégré au cœur de l'écosystème technologique marketing du groupe Nestlé.

En 2026, Qualifio sera largement utilisé sur les différents marchés de Nestlé, illustrant l'accélération de la transformation digitale du groupe à l'échelle internationale. Cette nouvelle phase permettra aux marques Nestlé de bénéficier d'un accès simplifié à des outils performants pour concevoir des expériences toujours plus engageantes et personnalisées, au service de millions de consommateurs dans le monde entier.

Un partenariat de long terme désormais déployé à grande échelle

Le partenariat entre Nestlé et Qualifio s'est développé de manière progressive, permettant aux équipes du monde entier d'engager les consommateurs à travers des expériences interactives et ludiques. En 2025, les marques Nestlé ont déployé un grand nombre de campagnes à l'échelle mondiale, permettant la génération de nombreux leads et la collecte de données précieuses. Ces données permettent aux marques de mieux comprendre leurs consommateurs, de proposer des expériences personnalisées et de renforcer durablement la fidélité client.

Cette nouvelle phase d'expansion permettra à Qualifio d'accompagner encore davantage de marketeurs, de responsables de marque et d'experts CRM dans l'engagement des consommateurs, sur l'ensemble des catégories du groupe Nestlé. La plateforme soutiendra ainsi le rayonnement de marques emblématiques telles que KitKat, Nescafé, Maggi, et bien d'autres.

Programmes de récompenses : un nouveau chapitre pour créer de la valeur auprès des consommateurs

Dans cette nouvelle phase, Nestlé lancera des programmes de récompenses Qualifio, conçus pour instaurer des échanges de valeur durables avec les consommateurs, au-delà de simples interactions ponctuelles.

En récompensant la participation et l'engagement répété, ces programmes offrent la possibilité de :

- **développer des relations solides et durables** avec les consommateurs
- **renforcer la fidélité** et encourager la participation répétée
- **mieux comprendre les préférences** des consommateurs
- proposer des expériences plus riches et engageantes, sur l'ensemble des marchés et catégories

Les programmes de récompenses représentent une évolution naturelle de la stratégie de Nestlé, plaçant le consommateur et la construction de relations à long terme au cœur de ses actions marketing digitales.

Anna Rosàs Bresca, Global Senior Product Manager chez Nestlé, commente : « *Qualifio est devenu un élément essentiel de notre stratégie d'engagement et de collecte de données consommateurs. Sa flexibilité et sa simplicité d'utilisation nous permettent de proposer, sur l'ensemble de nos marchés et catégories, des expériences cohérentes et personnalisées, tout en respectant les plus hauts standards de protection des données. En étendant son adoption à l'échelle mondiale, en lançant les programmes de récompenses et en exploitant des fonctionnalités comme la collecte de leads et le profilage progressif, nous accélérons nos efforts pour mieux comprendre nos consommateurs et leur offrir une valeur réelle au sein de l'écosystème Nestlé.* »

Qualifio : une success story européenne au service de grandes marques

Depuis son siège en Belgique, Qualifio s'est imposé comme un partenaire MarTech de confiance pour certaines des plus grandes marques en Europe. La plateforme permet aux entreprises de collecter des données first- et zero-party grâce à des expériences interactives et ludiques, transformant l'engagement des consommateurs en informations concrètes et exploitables. Son déploiement croissant au sein de Nestlé illustre l'importance grandissante **des technologies européennes, respectueuses de la vie privée**, pour engager les consommateurs de manière plus significative, transparente et personnalisée.

Laurent Mélon, Directeur Général de Qualifio, commente : « Cette étape reflète des années de développement produit ciblé et une collaboration étroite avec Nestlé. Leur choix d'étendre Qualifio à l'échelle mondiale confirme la solidité de notre plateforme et la confiance que nous avons construite ensemble au fil du temps. Nous sommes super enthousiastes pour ce nouveau chapitre et déterminés à continuer à apporter de la valeur sur le long terme. »

À propos de Qualifio

Qualifio est la plateforme européenne de collecte de données first- et zero-party pour les marques B2C. Elle permet aux équipes marketing de collecter des informations concrètes grâce à des campagnes interactives et gamifiées, créant ainsi des expériences personnalisées qui augmentent l'engagement et boostent les revenus.

Plus de 400 entreprises dans le monde utilisent Qualifio, notamment Nestlé, L'Oréal, Unilever, Currys, Valencia CF, LolaLiza, Daily Mail Group, Vivendi et DPG.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur <https://qualifio.com/fr>

Pour toute information complémentaire, merci de contacter Anastasia Babatzikis au +32 498 59 08 74 ou par email à anastasia@qualifio.com