

Témoignage Client

**Le DAM assisté par l'IA
de Bynder, accélère la
mise sur le marché des
campagnes pour le
groupe Campari**



À propos de **Campari**

[Gruppo Campari](#) est le sixième leader mondial de l'industrie des spiritueux, gérant un portefeuille de plus de 50 marques premium et super-premium.

Regroupant des marques de renom comme Aperol, Campari, SKYY et Wild Turkey, la stratégie de l'entreprise repose sur un développement organique de la marque, tout en assurant une croissance externe grâce à des acquisitions ciblées d'enseignes et d'entreprises.

Année de création : 1860

Siège : Milan, Italie

+ de 50

marques

+ de 190

marchés desservis

+ de 4 900

employés



Le contexte

La stratégie de croissance du groupe Campari associe un solide développement de la marque à des acquisitions stratégiques. Confrontée aux rapides changements du parcours d'achat des consommateurs et du rôle de l'e-commerce, Campari avait besoin d'une solution évolutive pour mener ses opérations de contenu et ainsi offrir des expériences de marque ciblées et cohérentes qui suscitent l'intérêt d'une clientèle aujourd'hui multicanale.

Qu'il s'agisse de faciliter l'acquisition de marques, de coordonner les lancements de campagnes ou d'assurer la conformité, Campari a adopté la [plateforme de DAM de qualité premium](#) développée par Bynder pour répondre à ses enjeux et positionner l'outil au cœur de son écosystème digital.

Partenaire stratégique pour le groupe Campari, Bynder simplifie les opérations, accélère la mise sur le marché des produits et contribue plus largement à la croissance de l'activité à l'échelle mondiale.

« Bynder a été conçu dans un souci de facilité d'utilisation et c'est en partie grâce à cela que l'adoption de la plateforme a progressé de manière significative au sein de nos équipes mondiales, affichant des taux d'adoption dix fois supérieurs par rapport à notre précédente plateforme. »

— Liam Barnes, Global IT Director of Marketing Technologies chez Campari

Enjeux de départ

Campari avait l'habitude d'utiliser une autre solution de DAM, mais des améliorations étaient souhaitées. L'entreprise est alors partie à la quête d'un nouveau partenariat, plus étroit, pour répondre aux enjeux suivants :

UX et adoption utilisateurs : il était nécessaire d'avoir une interface plus intuitive et conviviale pour assurer une adoption à grande échelle au sein de l'entreprise.

Analyses de données relatives au contenu et au ROI : les équipes de direction et les managers avaient besoin de mieux comprendre l'utilisation et les performances des différents contenus afin de mesurer de manière plus précise le ROI des dépenses marketing.

Collaboration avec des agences externes : les partenaires externes devaient être en mesure de collaborer facilement au sein du DAM, réduisant ainsi les inefficacités et les coûts tout en gardant la main sur la marque en interne.

« Nous avons conscience du potentiel de Bynder pour nous permettre de mieux comprendre nos opérations marketing et mesurer plus précisément le ROI de notre stratégie de marque et de notre contenu. »

— Liam Barnes, Global IT Director of Marketing Technologies chez Campari

Pourquoi le choix de Campari s'est-il arrêté sur le DAM de Bynder ?

Face à l'augmentation de la production de contenu, le groupe Campari a su identifier le potentiel de Bynder pour accélérer la mise sur le marché de ses produits et campagnes au niveau mondial et [offrir des expériences de contenu plus personnalisées](#) pour ses plus de 50 sous-marques, et ainsi faire corréler contenu et croissance. Voici ce qui a retenu l'attention du Groupe :

Interface simple et intuitive : positionnée au cœur des processus de création de contenu de l'entreprise, Bynder est facile à utiliser avec très peu de formation, favorisant de forts taux d'adoption auprès des utilisateurs.

Fonctionnalités assistées par l'IA : de la détection des doublons au tagging automatique, les capacités d'IA et d'automatisation de Bynder contribuent à réduire les processus manuels et à raccourcir les délais de mise sur le marché des produits.

Analyses basées sur les données : [Bynder Analytics](#) offre des analyses plus poussées de la performance des contenus, permettant ainsi aux équipes de mesurer le ROI avec plus de précision.

Intégrations riches : Bynder s'intègre avec d'autres outils premium, comme [Salsify \(PXM\)](#), garantissant la diffusion en toute fluidité des contenus digitaux à l'échelle de l'écosystème de Campari et auprès des revendeurs.

« Le groupe Campari a racheté cette année Courvoisier, fabricant de cognac, une acquisition qui a impliqué de transférer la propriété de tous les contenus associés au site Web, aux produits et à la marque. En quatre jours, nous avons terminé le transfert et les contenus étaient prêts pour une diffusion sur tous les marchés. Tout cela parce que nous avons positionné Bynder à la base de notre processus d'acquisition. »

— Liam Barnes, Global IT Director of Marketing Technologies chez Campari

La transformation de Campari grâce à Bynder

Moins d'un an après l'arrivée de Bynder, avec 800 utilisateurs, le groupe Campari a déjà **multiplié par dix** l'adoption de la plateforme par rapport à la précédente solution déployée. Les [fonctionnalités de recherche assistées par l'IA](#) et de tagging ont également permis de réduire considérablement le temps passé à chercher et à gérer les éléments de contenu, tout en garantissant la conformité de l'ensemble des contenus publiés.

Grâce à des intégrations parfaitement fluide avec les autres technologies marketing du Groupe, dont Salsify PXM, les contenus peuvent être diffusés auprès de revendeurs comme Amazon, de façon précise et en temps record. Des avantages concurrentiels non négligeables.

Les analyses de données générées par Bynder Analytics contribuent aussi à de meilleures décisions en termes de stratégie de contenu, d'optimisation des campagnes et de calcul du ROI dans les opérations marketing.

Onboarding dans de bonnes conditions

« Nous avons été accompagnés par une équipe d'onboarding formidable, qui nous a aidés à comprendre la technologie et à l'adopter afin d'en tirer le meilleur impact possible au sein de l'entreprise. »

Fluidité des opérations

« Il est essentiel de mettre en place un processus efficace de gestion des assets pour garantir la cohérence de la marque, mais aussi pour éviter de faire perdre du temps aux équipes. »

Expérience améliorée pour les revendeurs

« Lorsque nous déléguons la vente de nos produits à des détaillants tiers comme Amazon, le bon élément de contenu leur parvient toujours via le bon canal. »

Accélération de la mise sur le marché

« Si nous souhaitons modifier le design de l'étiquette de nos bouteilles, il nous suffit de réaliser les modifications à un seul endroit et celles-ci se répercutent à l'échelle de notre écosystème. »

Expériences de contenu personnalisées à grande échelle

« Dans le cadre de notre campagne "Negroni Week", nous avons mobilisé Bynder comme point d'accès central pour la diffusion de ressources personnalisées auprès de nos marchés locaux et partenaires externes, rapidement et à grande échelle. »

« Par la suite, nous prévoyons d'exploiter les fonctionnalités assistées par l'IA de la plateforme Bynder pour mieux gérer les éléments de contenu, limiter les doublons et mieux comprendre la performance de nos contenus. Nous apprécions particulièrement les fonctions de recherche basée sur l'IA et de tagging automatique qui sont indispensables pour fluidifier nos opérations de contenu, gagner en efficacité et ainsi accélérer la mise sur le marché. »

— Jeremie Moritz, Sr. Director of Global Consumer Engagement

L'IA de Bynder étend les opérations de contenu à grande échelle, pour un meilleur ROI marketing

Pour les plus de 50 enseignes du groupe Campari, les [fonctionnalités d'IA](#) proposées par Bynder apportent plusieurs avantages.

Suppression des doublons : les ressources qui existent en double sont supprimées automatiquement à l'import.

Recherche à partir d'une image : étant donné la taille du portefeuille géré par Campari et de la taille du marché, utiliser des images à la place de mots pour effectuer une recherche s'avère particulièrement bénéfique.

Détection textuelle à l'intérieur d'images : grâce à la possibilité d'extraire et d'identifier du texte à l'intérieur d'images, il est beaucoup plus facile de rechercher, de passer en revue et de catégoriser les étiquettes produit et les contenus destinées au go-to-market.

« Il n'a jamais été aussi simple de rechercher des assets. Nos équipes perçoivent ainsi la valeur de la plateforme de façon immédiate. »





À propos de Bynder

Bynder va bien au-delà de la gestion des contenus multimédias. La plateforme de digital asset management assistée par l'IA permet aux équipes de maîtriser la demande croissante de contenu, de collaboration créative et de canaux de communication avec succès.

Bynder accompagne plus d'1,4 million d'utilisateurs dans plus de 4 000 organisations, dont Spotify, Puma, Five Guys et Icelandair. Fondée en 2013, Bynder a huit bureaux dans le monde, notamment aux Pays-Bas, aux États-Unis, en Espagne, au Royaume-Uni, en Australie et aux Émirats Arabes Unis.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur notre site www.bynder.fr.