

Big Data : Google ciblerait Dunnhumby, filiale fidélité de Tesco

Google se serait rapproché de la société de capital-investissement Permira pour faire une offre sur **Dunnhumby**, d'après . Spécialiste de l'analytique et de l'expérience client, Dunnhumby gère notamment le programme de fidélité Clubcard de sa maison mère, le distributeur britannique **Tesco**.

En août 2014, après avoir révisé à la baisse ses perspectives annuelles, Tesco avait annoncé vouloir limiter son budget IT et réduire ses coûts. Quelques mois plus tard, en février 2015, son DSI, Mike McNamara, a quitté le groupe britannique pour prendre la direction informatique du distributeur américain [Target, encore sonné par l'attaque](#) sur ses lignes de caisse. Dans la foulée, Tesco a vendu ses services haut débit Tesco Broadband et de streaming video Blinkbox à TalkTalk, et annoncé mettre en vente Dunnhumby. L'entreprise emploie **3 000 personnes** et analyse les données d'un milliard de consommateurs dans le monde.

Google face à WPP, Nielsen et d'autres

Google est intéressé par les actifs de Dunnhumby, mais il est loin d'être le seul. Le groupe publicitaire britannique WPP et le cabinet Nielsen feraient également partie d'une liste de **10 repreneurs potentiels**. Les premières offres devraient être transmises avant la fin juillet, selon le *Guardian*. Pour Tesco, c'est l'occasion de se recentrer sur son cœur de métier tout en renflouant ses caisses. La vente de Dunnhumby pourrait lui rapporter **2 milliards de livres sterling**.

Lire aussi :

[L'Europe se penche sur les entraves au e-commerce transfrontalier](#)

[Auchan ajoute du Big Data à la sauce Splunk à son panier e-Commerce](#)

crédit photo © venimo - Fotolia.com