



# RAPPORT DE TRAITEMENT DES AUTOMATES CURATIFS (BATCH)

## EDENPARK

Traitement du 2026-02-25



## Table des matières

Glossaire.....	2
EMAIL.....	3
PHONE.....	7
DUPLICATE.....	8
FINESIS.....	9

## Glossaire

**Data quality** : la Data Quality se concentre sur l'exactitude, la fiabilité et la pertinence des données. DQE Software propose des solutions améliorant la qualité des données par la vérification, la correction, et l'utilisation de bases référentielles postales ou B2B, ainsi que par des appels aux opérateurs téléphoniques et email. Ces pratiques visent à assurer la cohérence et l'actualité des données pour optimiser les décisions et les opérations d'entreprise.

**Traitement curatif (Batch)** : le traitement curatif vise à corriger les défauts et anomalies pour rétablir la qualité et l'intégrité des données, incluant la correction d'erreurs, l'élimination de doublons, et la mise à jour des informations obsolètes. Cette mise à jour s'effectue en exploitant des bases référentielles spécialisées (telles que postales ou B2B) ou via des interactions avec des opérateurs téléphoniques et des fournisseurs de services email. Ce processus renforce la conformité du fichier aux exigences de qualité et d'actualité nécessaires.

**Automate** : un automate désigne un système ou un logiciel programmé pour exécuter une série d'actions ou de tâches prédéfinies sans intervention humaine.

**Enregistrement** : un enregistrement est une unité de données complète dans une base de données ou un fichier, composée de plusieurs champs qui contiennent chacun une pièce d'information.

**Occurrence** : le terme "occurrence" est utilisé pour indiquer combien de fois un certain type de données apparaît dans une base de données.

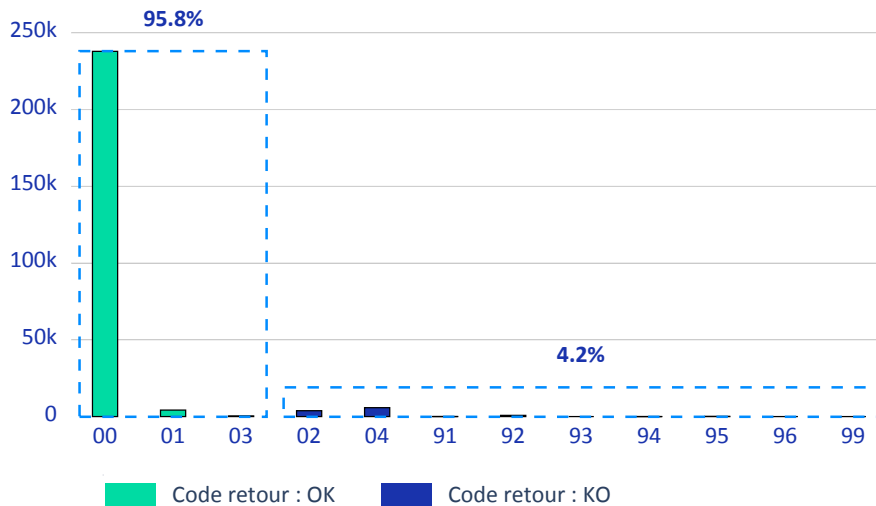
**Code retour** : un code retour se définit comme un code qualité d'un élément (d'un courriel, d'une adresse postale, d'un numéro de téléphone, du nom d'une personne ou d'une organisation...) qui a été traité par les moteurs de DQE. DQE sur la base de ses 15 années d'expérience dans le domaine de la Data Quality, est en mesure de dissocier les codes retour OK (valide) des codes retour KO (non valide) pour les modules DQE Email, Address, Phone et B2B.

**Référence** : une base référentielle est un ensemble structuré de données normalisées et fiables utilisées comme référence pour la prise de décisions, l'analyse, et les opérations quotidiennes. Elle assure la cohérence et la fiabilité des informations pour différents utilisateurs et applications. Sa maintenance implique des mises à jour régulières et des mesures de sécurité pour préserver son intégrité et sa pertinence.

## Résultat détaillé du traitement EMAIL

EMAIL : occurrences des enregistrements à la suite du traitement DQE du 2026-02-25

### EMAIL : occurrences par code retour

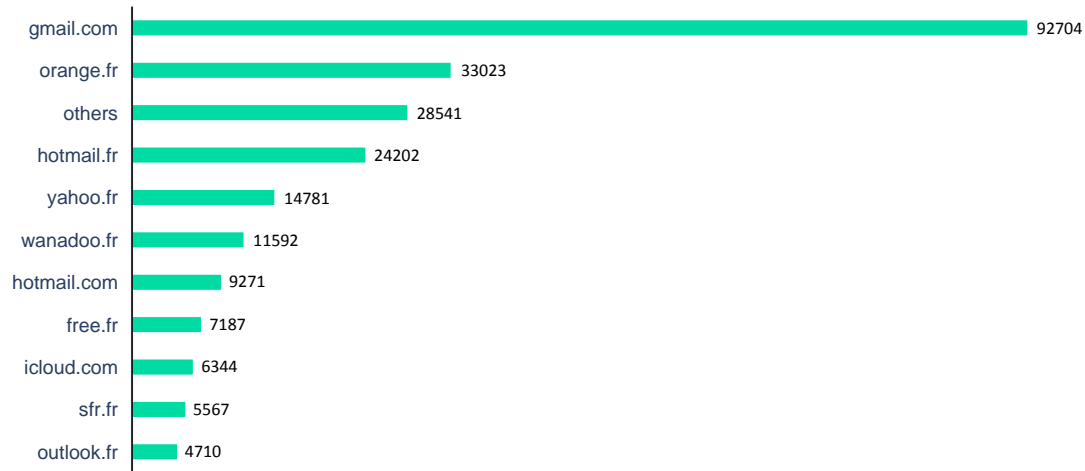


Total des  
occurrences :  
**253 116**

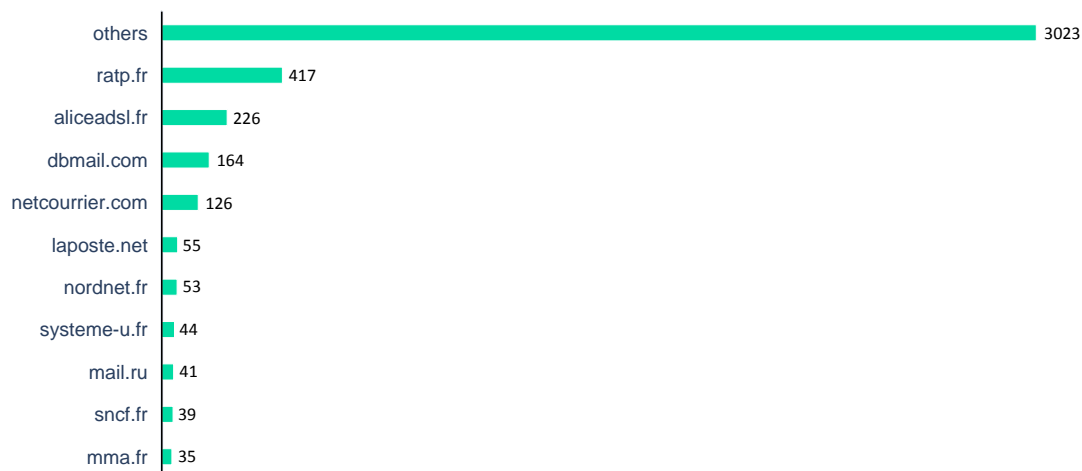
### EMAIL : tableau des occurrences par code retour DQE

Code retour	Description	Occurrences	%
00	L'email est valide	237 922	94.0
01	L'e-mail est valide mais nom d'utilisateur non confirmé	4 223	1.67
03	E-mail existe mais la boîte-mail est pleine	396	0.16
<b>Total OK</b>	-	<b>242 541</b>	<b>95.83</b>
02	L'e-mail n'existe pas dans le domaine	3 827	1.51
04	L'email est vide	5 796	2.29
91	Erreur de syntaxe	43	0.02
92	Domaine non existant	784	0.31
93	Domaine blacklisté	0	0.0
94	E-mail est un nom réservé ou inapproprié	8	0.0
95	Adresse e-mail est un e-mail jetable	117	0.05
96	IP DQE blacklisté	0	0.0
99	Le domaine ne répond pas	0	0.0
<b>Total KO</b>	-	<b>10 575</b>	<b>4.18</b>
<b>Total</b>	-	<b>253 116</b>	<b>100</b>

## L'email est valide



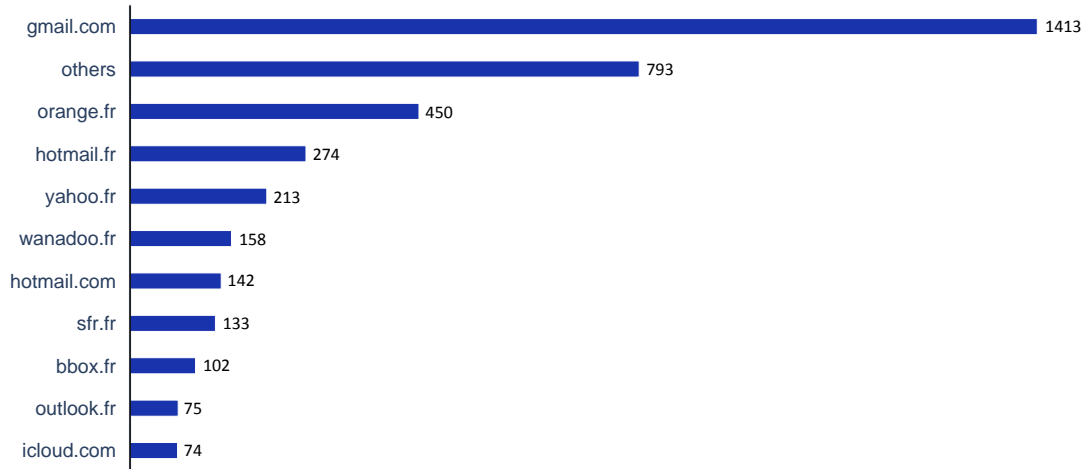
## L'e-mail est valide mais nom d'utilisateur non confirmé



## E-mail existe mais la boîte-mail est pleine



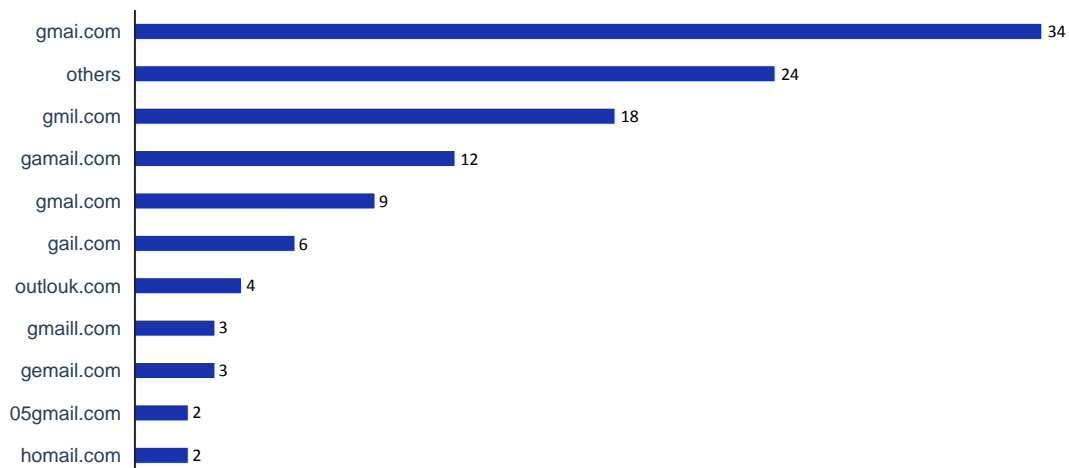
## L'e-mail n'existe pas dans le domaine



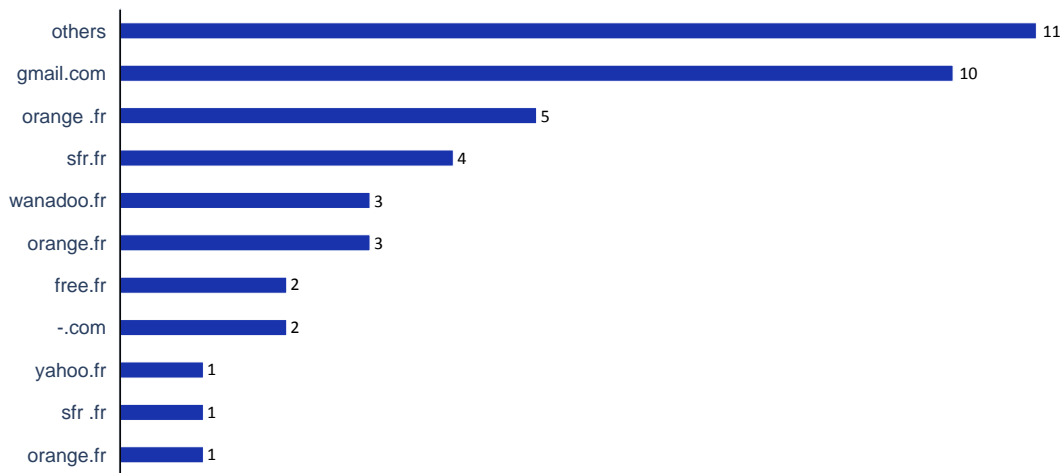
## Domaine non existant



## Adresse e-mail est un e-mail jetable



## Erreur de syntaxe



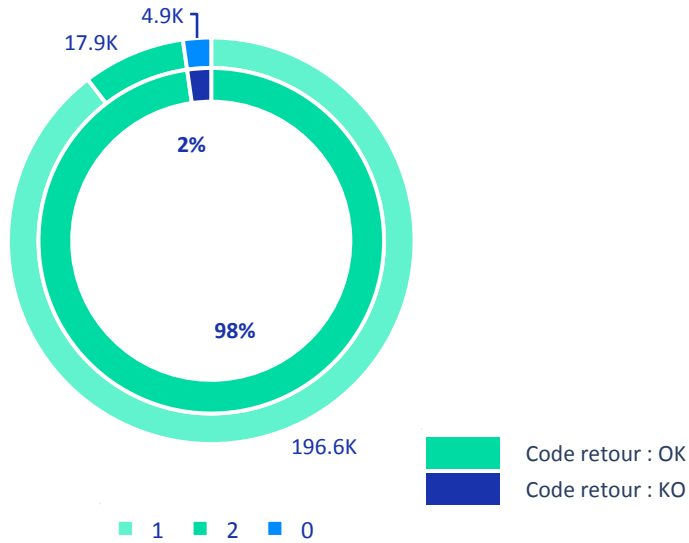
## E-mail est un nom réservé ou inapproprié



## Résultat détaillé du traitement PHONE

PHONE : occurrences des enregistrements à la suite du traitement DQE du 2026-02-25

PHONE : occurrences  
par code retour



Total des  
occurrences :  
**219 406**

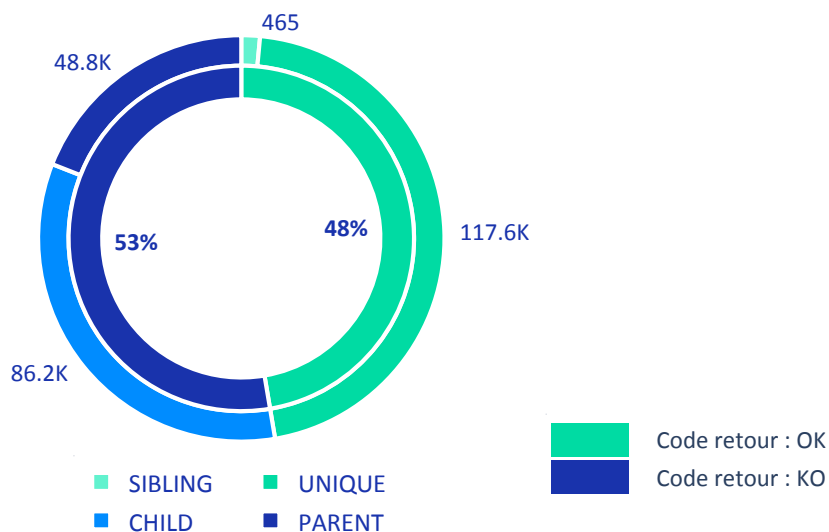
PHONE : tableau des occurrences par code retour DQE

Code retour	Description	Occurrences	%
1	Numéro valide	196 582	89.6
2	Numéro valide sans confirmation téléphone allumé	17 927	8.17
<b>Total OK</b>	-	<b>214 509</b>	<b>97.77</b>
0	Numéro invalide	4 897	2.23
4	Numéro manquant	0	0.0
<b>Total KO</b>	-	<b>4 897</b>	<b>2.23</b>
<b>Total</b>	-	<b>219 406</b>	<b>100</b>

## Résultat détaillé du traitement DUPLICATE

DUPLICATE : occurrences des enregistrements à la suite du traitement DQE du 2026-02-25

### DUPLICATE : occurrences par code retour



Total des occurrences :

**253 116**

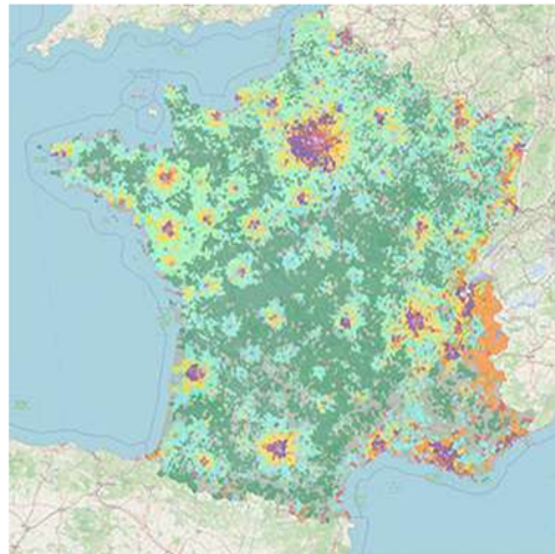
### DUPLICATE : tableau des occurrences par code retour DQE

Code retour	Description	Occurrences	%
SIBLING	Lignes identifiées comme doublon faisant l'objet d'un traitement spécifique après le dédoublonnage	465	0.18
UNIQUE	Lignes non trouvées après dédoublonnage	117 596	46.46
<b>Total OK</b>	-	<b>118 061</b>	<b>46.64</b>
CHILD	Lignes identifiées comme doublon et non utilisées par la suite laissant le parent comme enregistrement principal	86 229	34.07
PARENT	Lignes conservées dans chaque groupe de doublon et considérées comme enregistrement principal	48 826	19.29
<b>Total KO</b>	-	<b>135 055</b>	<b>53.36</b>
<b>Total</b>	-	<b>253 116</b>	<b>100</b>

## Résultat détaillé du traitement FINESIS

### QU'EST-CE QUE LA SEGMENTATION FINESIS ?

- ✓ Un **outil de segmentation comportementale des ménages français** transposable aussi bien sur vos clients que sur vos zones de chalandises grâce au croisement des données de l'INSEE (IRIS/CARREAUX) et plus de **600 indicateurs sociaux-comportementaux** ;
- ✓ En tenant compte du « portrait-robot » de nos **11 profils et 34 portraits**, vous **anticiperez les attentes et les besoins de vos consommateurs** ;
- ✓ Vous pourrez ainsi adopter des **stratégies différenciées** en suivant leurs habitudes de consommation, **cibler les meilleurs profils**, développer une **relation pérenne et rentable avec vos clients**.



### LES PROFILS & PORTRAITS FINESIS

La segmentation FINESIS segmente les ménages français en **11 Profils** et **34 Portraits**. Chaque Profil et Portrait reflète les attributs **socio-comportementaux** des ménages qui les composent

Liste des profils FINESIS	Liste des portraits FINESIS
A-Hyper centres et confort	A1-Patrimoine des beaux quartiers A2-Cadres aisés des grands centres-villes A3-Jeunes carrières à succès et premier enfant A4-Cadres dynamiques de Province
B-Familles matures et confortables	B1-Bourgeoisie urbaine B2-Familles urbaines dans le confort B3-Familles matures aisées urbaines
C-Urbains populaires	C1-Familles urbaines en milieu multi-culturel C2-Travailleurs exposés du marché de l'emploi C3-Retraités urbains populaires C4-Jeunes familles urbaines fragiles
D-Classes moyennes	D1-Classes moyennes matures des bassins industriels D2-Petites familles traditionnelles D3-Familles pavillonnaires avec enfants
E-Familles pendulaires aisées	E1-Familles aisées et ados E2-Jeunes familles confortables E3-Familles des petites banlieues
F-Petits ménages des villes moyennes	F1-Petites familles des villes avec enfant F2-Ménages matures des villes moyennes F3-Ménages urbains de province
G-Fins de mois difficiles	G1-Jeunes en recherche de stabilité G2-Familles populaires et héritage ouvrier G3-Monoparentalité et difficultés G4-Familles nombreuses et populaires des villes pôles
H-Diplômes et parcours supérieurs	H1-Début de carrière H2-Objectif diplôme
I-Seniors	I1-Couples matures, confort et pré-retraite I2-Jeunes retraités de tradition ouvrière I3-Seniors retraités et 4ème âge I4-Petites retraites
J-Ruraux actifs	J1-Familles moyennes à la campagne J2-Travailleurs modestes à la campagne
K-Ruraux vieillissants	K1-Pré-retraités en milieu rural K2-Retraite isolée

## OBJECTIFS DU RAPPORT

L'objectif du Rapport FINESIS est de comparer la structure FINESIS des clients à la structure FINESIS moyenne des ménages français afin d'identifier les « **sur et sous-représentations** » **des profils** dans votre base de clients.

En d'autres termes, le rapport FINESIS (base France) permet d'identifier **les Profils et Portraits Finesis appétents à votre enseigne** (ou marque) : **votre cœur de cible** clients.

## TAUX D'ENRICHISSEMENT FINESIS DU TRAITEMENT

Date du traitement : **2026-02-25**

Taux d'enrichissement : **87 % de vos clients** enrichis de la segmentation

Input



**248 935 adresses postales**



Output

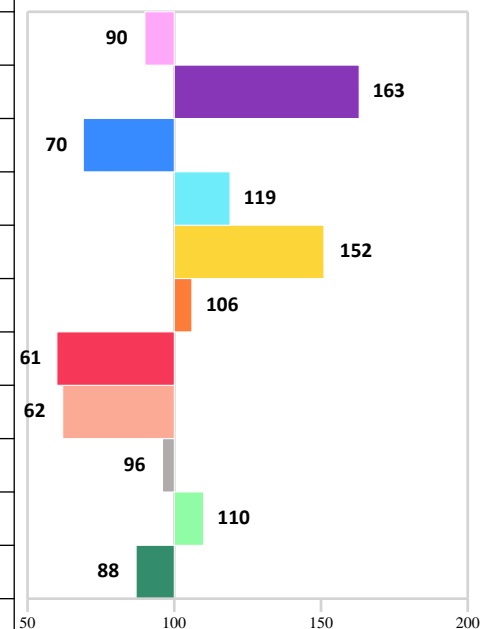


**215 980 Profils FINESIS enrichis**

**215 731 Portraits FINESIS enrichis**

## RESULTATS PAR PROFIL FINESIS

Code profil FINESIS	Libellé du profil FINESIS	Nb de vos clients	% De vos clients	% Ménages Français	Indice France
A	Hyper centres et confort	15 305	7.1	7.8	90
B	Familles matures et confortables	28 678	13.3	8.1	163
C	Urbains populaires	16 081	7.4	10.7	70
D	Classes moyennes	36 288	16.8	14.1	119
E	Familles pendulaires aisées	24 216	11.2	7.4	152
F	Petits ménages des villes moyennes	24 034	11.1	10.5	106
G	Fins de mois difficiles	22 515	10.4	17.1	61
H	Diplômes et parcours supérieurs	3 400	1.6	2.5	62
I	Seniors	23 938	11.1	11.5	96
J	Ruraux actifs	10 097	4.7	4.2	110
K	Ruraux vieillissants	11 428	5.3	6.0	88
<b>Total</b>		<b>215 980</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>

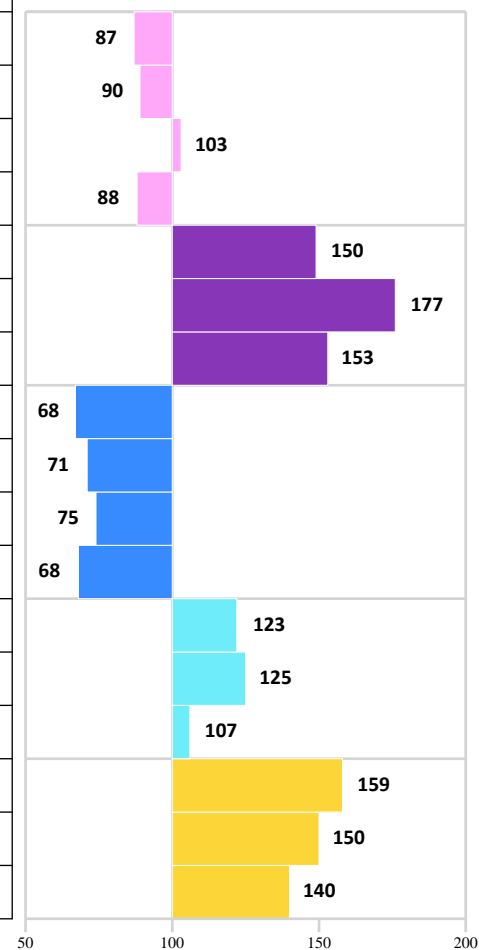


Un **indice de 100** : indique que le poids du profil FINESIS parmi vos clients est similaire à celui des ménages français. Un indice de moins de 100 : indique que la présence du profil FINESIS parmi vos clients est moins importante que parmi les ménages français. Un **indice de plus de 100** : indique que la présence du profil FINESIS parmi vos clients est plus importante que parmi les ménages français.



## RESULTATS PAR PORTRAITS FINESIS

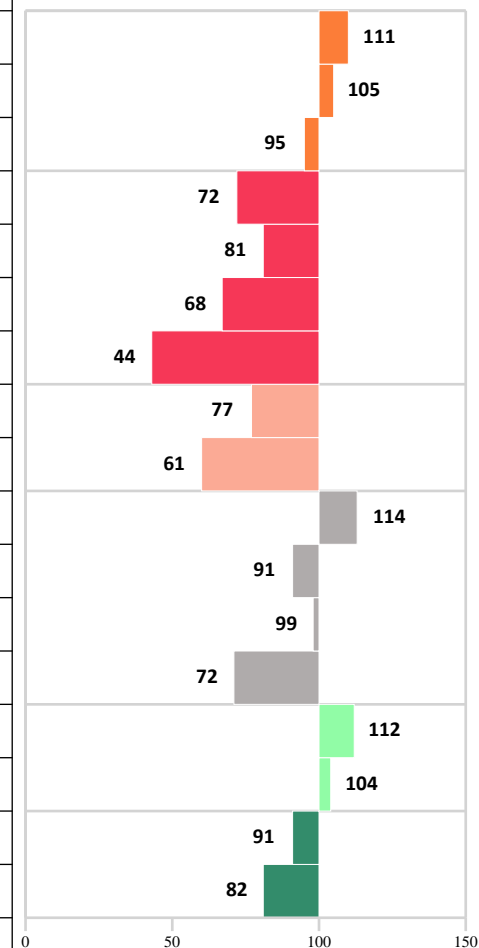
Code portrait FINESIS	Libellé du portrait FINESIS	Nb de vos clients	% De vos clients	% Ménages Français	Indice France
A1	Patrimoine des beaux quartiers	4 115	1.9	2.2	87
A2	Cadres aisés des grands centres-villes	6 863	3.2	3.5	90
A3	Jeunes carrières à succès et premier enfant	2 056	1.0	0.9	103
A4	Cadres dynamiques de Province	2 261	1.0	1.2	88
B1	Bourgeoisie urbaine	2 847	1.3	0.9	150
B2	Familles urbaines dans le confort	13 672	6.3	3.6	177
B3	Familles matures aisées urbaines	12 139	5.6	3.7	153
C1	Familles urbaines en milieu multi-culturel	3 593	1.7	2.5	68
C2	Travailleurs exposés du marché de l'emploi	5 621	2.6	3.7	71
C3	Retraités urbains populaires	2 224	1.0	1.4	75
C4	Jeunes familles urbaines fragiles	4 643	2.2	3.2	68
D1	Classes moyennes matures des bassins industriels	14 444	6.7	5.4	123
D2	Petites familles traditionnelles	12 944	6.0	4.8	125
D3	Familles pavillonnaires avec enfants	8 882	4.1	3.9	107
E1	Familles aisées et ados	10 292	4.8	3.0	159
E2	Jeunes familles confortables	10 070	4.7	3.1	150
E3	Familles des petites banlieues	3 815	1.8	1.3	140



CLASSIFICATION (F)

Page 13 / 15

Code portrait FINESIS	Libellé du portrait FINESIS	Nb de vos clients	% De vos clients	% Ménages Français	Indice France
F1	Petites familles des villes avec enfant	11 988	5.6	5.0	111
F2	Ménages matures des villes moyennes	9 149	4.2	4.0	105
F3	Ménages urbains de province	2 895	1.3	1.4	95
G1	Jeunes en recherche de stabilité	5 213	2.4	3.3	72
G2	Familles populaires et héritage ouvrier	4 607	2.1	2.6	81
G3	Monoparentalité et difficultés	6 080	2.8	4.2	68
G4	Familles nombreuses et populaires des villes pôles	6 598	3.1	7.0	44
H1	Début de carrière	471	0.2	0.3	77
H2	Objectif diplôme	2 929	1.4	2.2	61
I1	Couples matures, confort et pré-retraite	6 835	3.2	2.8	114
I2	Jeunes retraités de tradition ouvrière	6 106	2.8	3.1	91
I3	Seniors retraités et 4ème âge	8 299	3.8	3.9	99
I4	Petites retraites	2 655	1.2	1.7	72
J1	Familles moyennes à la campagne	7 238	3.4	3.0	112
J2	Travailleurs modestes à la campagne	2 827	1.3	1.3	104
K1	Pré-retraités en milieu rural	6 667	3.1	3.4	91
K2	Retraite isolée	4 693	2.2	2.7	82
<b>Total</b>		<b>215 731</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>



## Votre cœur de cible en termes de Portraits FINESIS

D1

Classes moyennes  
matures des bassins  
industriels






Très présentes dans les Hauts-de-France et le Grand Est, ces familles ont généralement plus de 55 ans, et les enfants sont parfois encore à la maison. Ils sont propriétaires de leur maison individuelle qui date des années 70 et ont un niveau de vie légèrement supérieur à la moyenne.

B2

Familles urbaines  
dans le confort





Ce sont les profils les plus jeunes des « Familles matures et confortables ». Très représentées dans les régions PACA et Auvergne-Rhône-Alpes, elles sont propriétaires de maisons à proximité des grandes villes, avec un fort pouvoir d'achat et des enfants (souvent 2 enfants).

D2

Petites familles  
traditionnelles





Il s'agit des petites familles des classes moyennes, dont le chef du ménage a souvent entre 45 et 54 ans. Elles ont généralement 2 enfants. Elles habitent des petites communes de province et sont propriétaires de leur maison. Leurs ressources sont moyennes et disposent d'au moins une voiture pour aller travailler notamment.