



## Communiqué de presse

### MESURE D'AUDIENCE SUR LA VOIE PUBLIQUE, LA CNIL DIT OUI A RETENCY

Paris, le 22 mai 2017 – **La jeune société Retency, spécialisée dans la transformation digitale des grandes enseignes, introduit le premier procédé de mesure universelle d'audience sur la voie publique** garantissant l'anonymisation des données collectées. Le premier déploiement expérimental de cette nouvelle technologie a en effet été autorisé par la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) dans sa délibération du 9 mai 2017, la mise en œuvre de ce procédé répondant à l'ensemble des exigences applicables à la protection de la vie privée.

Cette innovation majeure apporte aux réseaux d'affichage publicitaire une mesure d'audience et d'efficacité de la publicité aussi exhaustive et précise que les médias digitaux. En outre, elle crée un socle fonctionnel essentiel au développement des smart cities.

La mesure universelle de l'audience 24/7 sur la voie publique développée par Retency permet aux réseaux d'affichage, pour chacune des campagnes diffusées sur écran traditionnel ou digital et sur toute la totalité de leur réseau, d'accéder aux indicateurs suivants :

- Taux de couverture,
- Taux de répétition,
- Taux d'engagement,
- Efficacité drive to store.

*« C'est une grande fierté pour les équipes de Retency d'avoir obtenu cette autorisation de la CNIL. Il s'agit d'une avancée majeure pour le marché de la publicité », explique Isabelle Bordry, co-fondatrice de Retency. « En effet, ces indicateurs essentiels à l'optimisation et au suivi de l'efficacité des campagnes vont permettre aux acteurs traditionnels de faire face à la concurrence des acteurs du Web ».*

Par ailleurs, cette technologie permet d'accélérer le développement des projets de smart cities, en rendant possible l'analyse universelle des flux de population. Ceci permet la mise en œuvre d'une large palette de nouveaux services innovants au sein des agglomérations : optimisation des services de transport, gestion intelligente des infrastructures de la ville, etc.

**Le procédé proposé se fonde sur une méthode totalement innovante qui permet une analyse très précise de l'audience, rendant impossible la reconstitution de parcours individuels.** Il comprend à la fois un hardware spécifique développé par la société, et

plusieurs méthodes numériques innovantes de représentation et d'analyse de la donnée.

*« Dans un monde de plus en plus digital et dans lequel les données individuelles sont un enjeu majeur pour le développement de nouveaux services, les équipes Retency démontrent qu'il est possible avec un surcroît de technologie de proposer des services innovants universels tout en protégeant les libertés individuelles », se félicite Isabelle Bordry.*

Le premier déploiement expérimental de ce procédé inédit concerne l'analyse de l'audience des 28 panneaux d'affichage du réseau Médiatransports situés dans la gare de Dijon et sur son parvis.

**La délibération n°2017-145 du 9 mai 2017 est à découvrir [ici](#)**

**A propos de Retency [www.retency.com](http://www.retency.com)**

Fondée fin 2014, Retency a été créée par Isabelle Bordry et Xavier Darrigol afin d'accompagner les acteurs traditionnels dans leur transformation digitale, en leur donnant notamment des outils d'analyse de leur audience et d'optimisation de leurs campagnes marketing aussi performants que les acteurs du web.

Retency a réalisé en septembre 2015 une levée de fond auprès de Business Angels et de Truffle Capital, société de capital-risque spécialisée dans le financement de sociétés de technologies disruptives et innovantes, présidée par Patrick Kron, fondée en 2001 par Henri Moulard, Philippe Pouletty et Bernard-Louis Roques

Retency compte aujourd'hui parmi ses clients de grandes enseignes nationales dans les univers du bricolage, de la jardinerie, de l'alimentaire, des produits culturels et vestimentaires notamment Leroy Merlin, Orange, le groupe Etam, C&A, Marionnaud, Jardiland mais aussi des grandes foncières telles que Klepierre, Immochan et Carmila.

Contact presse Retency :  
Sabine Rozier-Deroche | Taola consultants  
Tél : 06 42 66 45 24 [presse@retency.com](mailto:presse@retency.com)



## **NRF 2017 : LE MADE IN FRANCE A UNE LONGUEUR D'AVANCE**

*Paris, le 11 janvier 2017* - Du 15 au 17 janvier prochains, New-York va rassembler tous les acteurs majeurs de la distribution au niveau international, avec comme thème dominant cette année : la « Data intelligence in Store ».

En effet, une étude récente menée sur l'expérience client en magasin révèle que **les enseignes qui progressent le plus sont celles qui investissent le plus dans la connaissance client**, notamment afin de créer au sein du magasin physique des interactions dynamiques et personnalisées. (Source : The Deloitte Consumer Review, Novembre 2016)

La connaissance client, la start-up Retency, spécialisée dans l'analyse de flux in store et l'optimisation marketing « Drive To Store » en a fait son fer de lance. **La jeune société française travaille aujourd'hui avec plus de 30 enseignes en France et sur le marché européen** dans les univers de la mode, de l'alimentaire, du culturel, du bricolage, de la beauté cosmétique, du jardinage, de la décoration, du jouet, notamment Leroy Merlin, C&A, Marionnaud, des franchisés Jardiland. Mais aussi avec des foncières et des centres commerciaux tels que Klepierre et Wereldhave.

Pour chacune de ces enseignes, **Retency accompagne leurs équipes dans la transformation digitale de leurs points de vente physiques**, la technologie leur permettant de proposer de nouveaux services (i) optimisation de l'organisation en temps réel des équipes au sein du magasin en fonction de l'évolution du flux de visiteurs (ii) de la recommandation produits en proposant des animations innovantes via écrans in store (iii) en maximisant l'impact de leurs campagnes marketing on et off-line.

La facilité d'installation du système permet des déploiements de la solution dans des délais très courts et à chaque fois sur un nombre significatif de points de vente.

**Retency offre ainsi aux enseignes physiques des outils d'analyse de trafic et de ciblage, aussi performant que ceux utilisés par les géants du web.** La solution fournit aux marques les moyens d'assurer à leurs visiteurs une expérience omni-canal « sans coutures ».

**A propos de Retency :** [www.retency.com](http://www.retency.com)

Basée à Paris, Retency est une jeune entreprise innovante fondée fin 2014 par Isabelle Bordry et Xavier Darrigol qui propose aux enseignes traditionnelles de nouvelles technologies leur permettant de créer un véritable lien entre le on et le offline. Retency accompagne les enseignes traditionnelles dans leur transformation digitale et les armes face aux grands acteurs du Web.

### **Contact presse Retency :**

Sabine Rozier-Deroche - Taola consultants

Tél : 06 42 66 45 24

[presse@retency.com](mailto:presse@retency.com)



**WERELDHAVE CHOISIT RETENCY  
POUR L'ACCOMPAGNER DANS L'ANALYSE DE FLUX DU CENTRE MERIADECK  
A BORDEAUX**

*Paris, le 23 décembre 2016* - Wereldhave, société néerlandaise spécialisée dans la gestion, la promotion et l'investissement de centres commerciaux en Europe, a choisi la jeune société Retency, acteur de référence de la transformation digitale de grands groupes, pour l'accompagner dans l'analyse de flux au sein d'un de ses centres commerciaux français.

Créée en 2014, Retency, propose des nouvelles technologies à la pointe de l'innovation, qui permettent aux enseignes physiques d'accéder à des outils d'analyse de flux d'audience, mais aussi d'optimisation de campagnes sur les médias on et off line, équivalents aux outils dont disposent le e-commerce. La réactivité ainsi que la facilité d'installation sont une des forces de Retency.

Wereldhave, convaincue de la technologie proposée par Retency, a ainsi demandé à Retency de l'accompagner sur l'analyse des flux pour le centre Mériadeck à Bordeaux.

**A propos de Retency :** [www.retency.com](http://www.retency.com)

Basée à Paris, Retency est une jeune entreprise innovante fondée fin 2014 par Isabelle Bordry et Xavier Darrigol qui propose aux enseignes traditionnelles de nouvelles technologies leur permettant de créer un véritable lien entre le on et le offline. Retency accompagne les enseignes traditionnelles dans leur transformation digitale et les arme face aux grands acteurs du Web.

Retency compte aujourd'hui parmi ses clients de grandes enseignes nationales dans les univers du bricolage, de la jardinerie, de l'alimentaire, des produits culturels et vestimentaires.

**A propos de Wereldhave :** [www.wereldhave.com](http://www.wereldhave.com)

WERELDHAVE est une foncière d'origine néerlandaise, spécialisée dans la gestion de centres commerciaux « urbains ». Urbains par leur localisation : Implantés dans des agglomérations d'Europe du Nord et de l'Ouest, leur zone de chalandise accueille au moins 100 000 habitants à 10 minutes. Urbains par leur proposition : Leur positionnement est réparti de façon équilibrée entre une offre de proximité et de « shopping plaisir ». Bénéficiant d'une accessibilité aisée, et couvrant 90 % des besoins des consommateurs, ces centres bénéficient d'une offre nationale et internationale forte, ainsi que de locomotives performantes. Et pour que l'expérience vécue soit inoubliable, d'importantes surfaces sont dédiées à une offre de loisirs, de restauration et de divertissement !

**Presse contact :**

**Retency :**

Sabine Rozier-Deroche - Taola consultants

Tél : 06 42 66 45 24

[presse@retency.com](mailto:presse@retency.com)



## RETENCY PRESENTE AU SALON MAPIC A CANNES

Paris, le 5 novembre 2016 – Retency, acteur de référence de la transformation digitale de grands groupes, sera présente au salon MAPIC, 1er salon international dédié à l'immobilier commercial, du 16 au 18 novembre prochains au Palais des Festival de Cannes.

A cette occasion, Retency présentera sur son stand (P1 G19) l'ensemble de son offre, notamment les outils :

- d'analyse de flux d'audience en point de vente physique,
- d'optimisation marketing,
- et son offre d'affichage dynamique, permettant de diffuser en temps réel sur des écrans digitaux ou des tablettes vendeur une information pertinente en fonction du profil du flux d'audience présent au sein du point de vente.

Retency travaille aujourd'hui avec des foncières de renom. A ce titre, Retency sera présent sur le stand Klepierre (R8 E7) avec une présentation dynamique de l'analyse du trafic au sein du centre Odysseum.

Face à la croissance de l'e-commerce et la présence de plus en plus forte des GAFAs dans notre vie quotidienne, l'environnement concurrentiel des enseignes traditionnelles a été profondément bouleversé. Retency, apporte une solution innovante et permet aux enseignes traditionnelles de se réinventer. Elle offre notamment aux entreprises du secteur de l'immobilier commercial des outils permettant d'analyser leur trafic et de mieux valoriser leurs espaces.

Isabelle Bordry, co-fondatrice de Retency, animera une conférence, le jeudi 17 novembre de 15h30 à 16h30, sur le thème : « Comment ré-enchanter l'expérience client en magasin pour répondre aux grandes évolutions des modes de consommation ».

A propos de Retency : [www.retency.com](http://www.retency.com)

Basée à Paris, Retency est une jeune entreprise innovante fondée fin 2014 par Isabelle Bordry et Xavier Darrigol qui propose aux enseignes traditionnelles de nouvelles technologies leur permettant de créer un véritable lien entre le on et le offline. Des technologies pour mieux comprendre leur flux visiteurs mais aussi développer de nouvelles offres marketing et de nouveaux services clients. Retency accompagne les enseignes traditionnelles dans leur transformation digitale et les arme face aux grands acteurs du Web.

Retency compte aujourd'hui parmi ses clients de grandes enseignes nationales dans les univers du bricolage, de la jardinerie, de l'alimentaire, des produits culturels et vestimentaires.

Contact presse Retency :

Sabine Rozier-Deroche | Taola consultants

Tél : 06 42 66 45 24 [presse@retency.com](mailto:presse@retency.com)

