



Communiqué de presse

Paris, le 08 octobre 2025

Retency TV Impact : une mesure inédite de l'impact publicitaire TV dans plus de 8 millions de foyers français

Retency, en partenariat avec **Orange Advertising**, **SFR** et désormais **Bouygues Telecom**, annonce le déploiement à grande échelle de **Retency TV Impact**, une solution inédite permettant de mesurer avec précision l'efficacité des campagnes TV.

Cette innovation permet aux annonceurs de déterminer l'impact direct de leurs campagnes sur leurs ventes en magasin et en ligne, les prises de rendez-vous, les appels entrants, demandes d'information, etc.

Grâce au calcul déterministe du taux de conversion de leurs campagnes, les annonceurs obtiennent une vision précise de l'efficacité de leurs investissements TV, fondée directement sur leur donnée de vente et les données d'exposition publicitaire TV, éliminant de facto tout biais déclaratif.

Une mesure unique sur le marché, fondée sur une technologie souveraine

Retency TV Impact est la seule solution permettant de croiser des données d'exposition TV et des données transactionnelles offline et online, préalablement anonymisées. Cette approche garantit la totale protection des consommateurs et une confidentialité complète des données.

Dans un marché TV en pleine mutation, **Retency TV Impact** devient un outil indispensable pour :

- Mesurer l'efficacité réelle des investissements publicitaires dans un univers media de plus en plus fragmenté
- Identifier les canaux TV les plus performants (TV linéaire, segmentée, BVOD...), les incréments de couverture et les ciblage les plus pertinents (socio-démo, géolocalisation, segments clients...)
- Mesurer tous les types d'engagements consommateurs, y compris les actions hors achat (prise de rendez-vous, appels, prise d'information...),
- Optimiser les stratégies médias grâce à des données fiables, tangibles et activables.

Grâce à ses partenaires, **Orange Advertising, SFR et Bouygues Telecom**, Retency TV Impact mesure désormais l'exposition avérée à une campagne TV dans plus de 8 millions de foyers français.

Isabelle Bordry, co-fondatrice de **Retency** :

« Grâce au partenariat avec Orange Advertising, SFR et Bouygues Telecom, Retency TV Impact devient la seule solution du marché capable de fournir une mesure précise, sécurisée de l'impact d'une campagne TV sur la performance business d'un annonceur. C'est une avancée majeure pour le secteur publicitaire, et une réponse directe et souveraine aux attentes de transparence et de ROI des annonceurs. »

Nadine Faure, **4F Media Consulting** :

« Nous entrons dans une nouvelle ère où la data-collaboration responsable s'applique aussi à la mesure d'efficacité publicitaire. Ces nouveaux partenariats démontrent la force de cette méthodologie qui révolutionne les études d'impact tout en protégeant les individus. »

À propos de Retency

***Retency** est une société spécialisée dans le traitement de la donnée qui a intégré comme priorité dès sa création le respect de la vie privée des individus. Sa méthodologie unique sur le marché, validée par la CNIL, permet de garantir une confidentialité totale des bases de données.*

Retency accompagne aujourd'hui des sociétés leaders des secteurs des médias et de la grande consommation dans leur transformation digitale.

Contact presse :

Retency

contact@retency.com