



Communiqué de presse

Méthodologie Retency de mesure d'efficacité publicitaire « Drive to Store » auditée par le CESP

Paris, le 5 février 2020 – Retency, société spécialisée dans le traitement de la donnée et de la mesure d'efficacité publicitaire en magasin a sollicité le CESP afin d'auditer son procédé et sa méthodologie de mesure. Ce procédé, fondé sur une technologie propriétaire Retency, permet de mesurer le nombre de visites magasins ayant été exposées à la publicité.

L'audit a été conduit de juin à septembre 2019, et couvre les étapes suivantes :

- Analyse de la méthodologie
- Etude d'une campagne et restitution client
- Réalisation de tests de la technologie de géolocalisation en situation réelle

Le Comité Scientifique du CESP a jugé satisfaisant le procédé de détection d'individus en magasin proposé par Retency. Cela inclut :

- La bonne restitution des données d'exposition à la campagne publicitaire
- La cohérence des comportements (jours, heures et durées de visite) des visites signalées par les boîtiers Retency avec la réalité des fréquentations des magasins
- La détection du signal des émetteurs en magasin par les boîtiers Retency
- Le principe de « matching » des populations, correspondant à des comparaisons de bases d'individus mesurés

Sur recommandation du Comité Scientifique du CESP, Retency va notamment étudier la caractérisation de la population des individus mesurables par la solution à l'aide des variables de profils de fréquentation magasin et des données sociodémographiques.

Valérie Morrisson, Directrice Générale du CESP, déclare : *« Je me réjouis que la société Retency nous ait sollicité pour la réalisation de cet audit de mesure d'impact Drive to Store. Pour le CESP, cette démarche participe à l'amélioration des méthodologies et au développement de la confiance des acteurs du marché en ces solutions innovantes ».*

Isabelle Bordry, co-fondatrice de Retency, déclare : *« Nous sommes fiers de constater que la rigueur apportée au développement et au déploiement de la solution de mesure publicitaire en magasin développée par nos équipes nous permette aujourd'hui d'être un acteur unique sur le marché. Nous apportons à nos clients une expertise inédite qui leur permet de mesurer l'impact de leurs publicités dans le monde réel et d'ajuster leurs stratégies comme s'ils étaient sur le Web ».*

A propos du CESP

Le CESP (Centre d'Etude des Supports de Publicité) est l'organisme interprofessionnel des acteurs de la communication concernés par l'étude de l'audience des médias et la mesure de leur efficacité : annonceurs, agences et médias. Le CESP audite toutes les mesures d'audience de référence pour le compte de ses adhérents, quel que soit le média : Internet, TV, presse, communication extérieure, radio, cinéma.

Véritable laboratoire d'idées, le CESP constitue un lieu d'échanges neutre et indépendant pour débattre des innovations et conventions que les différents acteurs du marché sont amenés à définir ensemble.



Communiqué de presse

Tiers de confiance reconnu, le CESP assure également des missions de certification et de conseil en France et à l'international.

A 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 aux annonceurs de mesurer l'impact de leurs campagnes publicitaires.

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

[Site web](#) | [Twitter](#) | [LinkedIn](#)

Contact médias

Agence Hopscotch pour Retency

Arthur Moyne – amoyne@hopscotch.fr

Elizabeth Maes – emaes@hopscotch.fr