



Bouygues Telecom lance aujourd'hui son offre de TV segmentée avec les régies de France Télévisions, du Groupe M6 et du Groupe TF1

Paris, le 8 juillet 2021 – La TV segmentée devient aujourd'hui une réalité pour 1,5 million de foyers équipés en box Bouygues Telecom¹. Concrètement, ceux qui ont consenti à l'utilisation de leurs données dans un cadre publicitaire pourront être exposés à des écrans personnalisés, suivant des critères de ciblage précis, comme le lieu d'habitation, l'affinité aux programmes ou les centres d'intérêt par exemple*. Cette offre est disponible pour les annonceurs des régies publicitaires de France Télévisions, du Groupe M6 et du Groupe TF1.

« Bouygues Telecom est ravi d'être le second opérateur à activer la TV segmentée sur un parc de plus d'1,5 million de box pour le compte des régies de France Télévisions, du Groupe M6 et du Groupe TF1. Ce déploiement, concernant 9 chaînes au total, démontre le fonctionnement sans couture de cette technologie sur les box des différents opérateurs. » précise **Renan Abgrall, Directeur de la Value Factory de Bouygues Telecom.**

« Les perspectives de publicité segmentée en TV deviennent chaque jour plus concrètes. Je me réjouis de ce déploiement sur les box de Bouygues Telecom et je salue l'efficacité de nos équipes respectives qui ont travaillé sur ce projet qui nous permet de préparer la TV de demain. » déclare **Marianne Siproudhis, Directrice générale de FranceTV Publicité.**

« Nous nous réjouissons d'élargir notre offre de publicité segmentée avec Bouygues Telecom, opérateur reconnu pour sa capacité d'innovation, et d'enrichir ainsi notre proposition de valeur pour les marques, grâce à des capacités de ciblage renforcées combinées au pouvoir unique de la TV à fédérer des larges publics. » souligne **Hortense Thomine-Desmazures, DGA en charge du digital de M6 Publicité.**

« En réunissant le meilleur des deux mondes, la TV segmentée offre un nouveau terrain de jeu aux marques pour expérimenter et enrichir leurs stratégies de communication avec des critères de ciblage inédits en TV. C'est également un formidable levier de conquête pour les PME et annonceurs locaux qui peuvent désormais accéder à la puissance et la qualité des inventaires TV pour accroître leur business. » ajoute **Sylvia Tassan Toffola, Directrice Générale de TF1PUB.**

¹ Nombre de clients Fibre Bouygues Telecom à fin mars 2021

Bouygues Telecom collecte en effet le consentement de ses clients à l'exposition d'écrans publicitaires personnalisés pour le compte des chaînes. Ce recueil s'effectue une première fois au moment de l'installation de la box TV Bouygues Telecom, via un écran dédié. Le client peut alors décider s'il souhaite ou non bénéficier de publicités personnalisées et a la possibilité de paramétrer finement ses choix. Il est libre de changer d'avis à tout moment et Bouygues Telecom lui permet pour cela de consulter et de modifier ses choix directement via sa box. En sus, son consentement n'est valable que pour une durée donnée et Bouygues Telecom redemandera régulièrement s'il maintient son autorisation.

*** La solution permet offre également la possibilité d'utiliser les données des annonceurs et des données tiers.**

Contacts presse Bouygues Telecom :

Emmanuelle Boudgourd – 01 58 17 98 29 – eboudgou@bouyguetelecom.fr

Jérôme Firon – 01 39 26 62 42 – jfiron@bouyguetelecom.fr

À propos de Bouygues Telecom

Opérateur global de communications, Bouygues Telecom se démarque en apportant tous les jours à ses 25,3 millions de clients le meilleur de la technologie. L'excellence de ses réseaux 4G et 5G, ses services dans le fixe et le Cloud leur permettent de profiter simplement, pleinement et où qu'ils soient, de leur vie digitale.

#OnEstFaitPourEtreEnsemble

www.corporate.bouyguetelecom.fr



Certifié avec **wiztrust**[®]