

Valiuz.

TF1 PUB



CANAL+ BRAND SOLUTIONS

france.tv
publicité

RMC BFM ADS

Communiqué de presse
Paris & Lille, 28 mai 2026

**Valiuz s'associe à TF1 PUB, M6 Unlimited,
CANAL+ BRAND SOLUTIONS, FranceTV Publicité
et RMC BFM Ads
et devient ainsi le 1er fournisseur de data retail
de l'écosystème broadcast TV français.**

Avec ces 5 partenariats,
Valiuz rend sa data retail activable dans les environnements
les plus premium de la télévision française,
et confirme sa position unique sur le marché.

- En renouvelant son contrat historique avec CANAL+ BRAND SOLUTIONS, en globalisant son contrat avec M6 Unlimited, et en intégrant TF1 PUB, FranceTV Publicité et RMC BFM Ads parmi ses partenaires en ce mois de mai 2026, **Valiuz devient le premier fournisseur de data retail de l'écosystème broadcast TV du pays.**
- Cette couverture inédite permet désormais aux annonceurs d'activer une data transactionnelle puissante et diversifiée (issue des 16 enseignes de notre alliance, parmi lesquelles Boulanger, Decathlon, Auchan ou encore Leroy Merlin, mais également des enseignes du Groupement Les Mousquetaires, dont Intermarché) **au cœur des inventaires les plus valorisés de la télévision française.**
- Valiuz affirme ici ses ambitions autour de la TV, à savoir devenir le chef d'orchestre de la mesure des dispositifs publicitaires TV, et de leur impact réel sur les ventes. **Un pas de plus dans l'exhaustivité de la couverture du parcours client.**

La data retail la plus exhaustive du marché français, désormais accessible sur l'écran TV : Streaming (TV Connectées et Box) et TV segmentée.

Tandis que les partenariats en cours avec M6 Unlimited et CANAL+ BRAND SOLUTIONS se retrouvent étendus et renouvelés, FranceTV Publicité, TF1 PUB et RMC BFM Ads accordent aujourd'hui également leur confiance à Valiuz.

Les 5 broadcasters bénéficieront donc désormais d'un accès à la totalité de la donnée retail de Valiuz :

- Les données comportementales et transactionnelles d'Intermarché, l'une des premières enseignes de grande distribution en France, mais aussi d'Auchan et Chronodrive.
- Les données de l'ensemble des 16 enseignes du périmètre AFM, couvrant un spectre très large et de fait unique des différentes catégories de bien consommation.

Cette data, qui couvre des millions de foyers français, constitue l'un des actifs de données transactionnelles first-party les plus puissants du marché. Elle devient aujourd'hui activable sur l'ensemble des groupes leaders de la télévision française.

Rendre la marque la plus autonome possible autour de ses activations média.

Valiuz réaffirme ici son ambition : rendre les annonceurs les plus éclairés et les plus autonomes possibles dans la gestion de leurs activations média, à tous les niveaux du funnel marketing (du branding à la performance en passant par la considération), sur des périmètres captifs comme non captifs.

Par ailleurs, au-delà même de l'activation, ces partenariats consacrent Valiuz dans un rôle de chef d'orchestre de la mesure, avec cette capacité unique : **relier exposition publicitaire et comportement d'achat réel, via une analyse omnicanale.**



“Les annonceurs le savent bien : sans accès à une donnée précise et fiable (avec le ticket de caisse notamment), aucune activation publicitaire efficace n'est possible. Nos données, collectées dans un environnement sécurisé et conforme aux exigences réglementaires permettent de construire des audiences d'une précision inégalée, mais également de les activer en conséquence et d'en mesurer efficacement les résultats. Nous les mettons aujourd'hui à la disposition de la TV, sous toutes ses formes, avec ces 5 partenariats hautement stratégiques pour nous, en ce qu'ils incarnent un environnement à la fois volumique et premium.”

Alban Schleuniger, Leader Retail Media Valiuz.

2026 : une année sportive d'exception pour cibler les quelque 11,5 millions de profils désormais activables.

Roland-Garros, le Tour de France sur France Télévisions, la Coupe du Monde de football sur M6, toutes les compétitions européennes de football sur CANAL+ : autant d'événements à très forte audience qui représentent des opportunités uniques pour les marques souhaitant allier puissance de diffusion et précision du ciblage data.

**Pour tout complément d'information ou demande d'ITV,
merci de contacter :**

AGENCE LEON

Gaëlle LEGRIS - Zarema KANIEVA
gaelle@agence-leon.fr - zarema@agence-leon.fr
06 26 14 14 90 - 07 85 27 60 98

À propos de Valiuz :

Née en 2019, Valiuz connecte les marques aux consommateurs au moment de leurs achats, online et offline, grâce à son offre Retail Media omnicanale et omni-marché Data Driven. Fort d'une alliance data de 18 entreprises (parmi lesquelles Leroy Merlin, Décathlon, Auchan, Kiabi ou encore Boulanger) et d'une connaissance client inégalée, les solutions et services de Valiuz permettent aux acteurs du retail (marques et retailers) d'accroître leur connaissance client et de booster leur business. Du profiling à l'activation on-site, off-site, in-store et CRM, en passant par la mesure de performance, Valiuz permet aux annonceurs de valoriser leurs produits et d'optimiser leurs investissements publicitaires, offrant ainsi une expérience d'achat personnalisée et renforçant la relation entre les marques, les retailers et les consommateurs. Présent en France, en Espagne, en Italie, en Pologne et en Belgique, Valiuz compte 360 collaborateurs et a réalisé une GMR de 100 Millions d'Euro en 2025. Pour en savoir plus : valiuz.com