

**BILAN CARBONE : REALYTICS DÉVOILE L'OUTIL QUI VA RÉVOLUTIONNER  
LE MONITORING DES CAMPAGNES TV ET LA RSE DES ORGANISATIONS.**

**Paris, le 15 juin 2022 - Pionnier et leader des technologies de performance TV et de l'achat programmatique d'espaces publicitaires télévisuels en France et en Europe, Realytics innove une nouvelle fois en dévoilant la nouvelle fonctionnalité de sa solution phare Adkymia : un outil d'évaluation de l'empreinte carbone des campagnes TV. Avec cette innovation, Realytics fait franchir un nouveau palier au secteur publicitaire TV afin de répondre à ses enjeux RSE.**

*“Cet outil permet à la fois à nos clients et au secteur de rattraper un certain retard en termes d'enjeux écologiques et environnementaux. Sur ce sujet, nous avons cherché une nouvelle fois, avec succès, à innover, et nous nous réjouissons de contribuer ainsi à la transformation technologique du marché publicitaire TV et plus largement à la transition énergétique.”*

- Guillaume Belmas, PDG et co-fondateur de Realytics.

**Une technologie qui répond aux besoins du secteur de l'AdTech**

Conscient des besoins des départements RSE/ESG des annonceurs et constatant l'absence de mesure de données fiables sur le coût équivalent carbone d'une campagne publicitaire TV, Realytics se félicite de proposer à ses clients un outil permettant d'évaluer efficacement l'empreinte carbone de leurs campagnes TV, et ainsi palier à une carence du secteur publicitaire TV. Cette nouvelle fonctionnalité d'Adkymia est appelée à avoir une utilité interne, correspondant à la volonté des annonceurs de contribuer à la transition énergétique, mais aussi externe : pouvoir rendre compte à la société et au secteur de la concrétisation de cette volonté, preuves à l'appui. Elle permettra ainsi aux directeurs de la RSE/ESG d'assurer efficacement le suivi de leurs indicateurs de performance sur leur feuille de route.

Adkymia, le DSP multi-régies de TV programmatique de Realytics, propose donc dorénavant une mesure des données d'émission équivalentes carbone (CO<sub>2</sub>e) envisageant l'ensemble de la chaîne de production : de la création du film publicitaire jusqu'à sa diffusion.

Pour mesurer ces données, l'outil inclut dans son calcul de l'empreinte carbone, les émissions directes et indirectes émises par Adkymia, et les émissions irrémédiables liées au secteur publicitaire, différenciées selon 4 périmètres : production, validation et livraison d'un film publicitaire, mise à l'antenne, et diffusion. Dans l'optique de permettre aux annonceurs de mieux appréhender les implications d'un bilan carbone, des équivalences sont exposées, basées sur le montant total des émissions de la campagne.

**Adkymia, une réponse aux enjeux économiques et environnementaux du XXI<sup>ème</sup> siècle.**

Pour rappel, Adkymia, technologie développée en 2019 par Realytics, est le premier DSP (*demand side platform*) en TV programmatique. Il permet d'optimiser et d'automatiser l'achat de campagnes TV en recourant notamment à l'intelligence artificielle. Avec cette nouvelle fonctionnalité de mesure du bilan carbone, la solution Adkymia répond aujourd'hui à la fois à des sujets écologiques, économiques et s'affirme ainsi comme une technologie adaptée aux enjeux du XXI<sup>e</sup> siècle et en phase avec les préoccupations environnementales des entreprises comme des citoyens.

Fidèle à sa nature de pionnier et d'innovateur, Realytics entend bientôt faire franchir une nouvelle étape à cet outil. L'entreprise souhaite développer une fonctionnalité permettant d'utiliser les données afin d'optimiser les plans d'achats TV et les rendre plus vertueux d'un point de vue énergétique et environnemental. La future version de l'outil permettra ainsi, entre autres, de mesurer l'impact carbone dès les écrans de simulation, et proposera des recommandations sur l'architecture des plans média pour les rendre plus éco-responsables.

**Contacts media :**

[sebastienc@wearecitizens.eu](mailto:sebastienc@wearecitizens.eu) - 06 74 72 58 70

[cbillon@realytics.io](mailto:cbillon@realytics.io) - 06 58 55 24 35

**À propos de Realytics :**

Pionnier et leader de la convergence TV-Digital, Realytics a été fondé en 2014 et n'a cessé d'innover dans le marché de l'AdTech. Spécialisée dans la mesure et l'analyse des performances des campagnes publicitaires TV (AdPerformance), Realytics poursuit la transformation du média TV et développe en 2019 Adkymia, la première DSP programmatique TV. Adkymia digitalise et automatise le processus d'achat de campagnes TV linéaires et segmentées afin de rendre accessible le média TV au plus grand nombre. Les solutions de Realytics permettent aux marques et aux agences de mesurer, analyser, piloter et acheter efficacement des campagnes publicitaires TV. Realytics, c'est 40 experts de l'AdTech et de l'écosystème TV/digital, qui accompagnent plus de 650 marques dans leur prise de parole en France et à l'international. L'entreprise travaille également avec plusieurs groupes média/telcos majeurs en France et à l'étranger : TF1, M6, France Télévisions, Canal+, RMB, Bouygues, Orange, etc. Realytics rejoint le groupe RTL en 2022 à la suite de son acquisition par Smartclip, filiale adtech du groupe. Avec smartclip, Realytics réaffirme son ambition de bâtir un panel de solutions technologiques européennes fortes pour l'écosystème de la TV.

Rendez-vous sur [www.realytics.io](http://www.realytics.io) et suivez-nous sur [Twitter](#) et [LinkedIn](#).