



Bouygues Telecom célèbre les 10 ans de la Value Factory : une décennie à inventer des solutions digitales au-delà de la connectivité

Meudon-la-Forêt, le 17 mars 2026 – Bouygues Telecom célèbre aujourd'hui les 10 ans de la Value Factory, sa direction pionnière dédiée à la création de solutions business à forte valeur ajoutée, au-delà des métiers traditionnels des télécoms. À cette occasion, la Value Factory dévoile sa nouvelle identité graphique et un site web repensé, affirmant plus que jamais son rôle unique dans l'univers des télécoms.

10 ans à repousser les frontières du rôle d'opérateur

Créée en 2006, la Value Factory a été conçue pour transformer les actifs et savoir-faire de Bouygues Telecom en nouveaux leviers de développement pour le business des entreprises. Publicité segmentée, SMS entreprise, paiement sur facture, confiance numérique, retail média, travel ... autant de secteurs où l'on n'attend pas forcément un acteur télécom, mais où Bouygues Telecom s'impose depuis une décennie comme un partenaire agile et innovant.

10 ans de la Value Factory en chiffres

- Plus de 200 entreprises partenaires accompagnées dont les grands acteurs mondiaux du marché du digital.
- Un chiffre d'affaires triplé en 10 ans avec :
 - Plus de 20 milliards de **SMS** échangés entre les entreprises et leurs clients ;
 - Plus de 180 millions d'euros d'achats digitaux par an avec le **paiement sur facture** ;
 - Plus d'1,2 milliard de remplacements publicitaires en **TV Segmentée** depuis le lancement de la TVS, basés sur plus de 400 segments déterministes ;
 - Plus de 800 annonceurs et 2500 agents actifs sur **RCS** ;
 - Plus de 30 partenaires sur **International SIM** ;
 - Plus de 8 millions d'utilisation des **APIs Mobile ID** depuis 2 ans avec 60% de croissance en 2025 ;
- Plus de 3 millions de **dons collectés par SMS** depuis 2019.

10 ans au service des clients et du marché

La Value Factory s'appuie sur les atouts uniques de Bouygues Telecom : une base clients solide, des millions de box et terminaux mobiles, des canaux de communication directs (SMS, RCS), et une expertise reconnue en data et diffusion de contenus.

Ces ressources permettent de co-construire avec les entreprises partenaires des solutions digitales sur-mesure : campagnes publicitaires ciblées, paiements sécurisés via facture mobile, connectivité internationale, services de cybersécurité... Autant d'innovations qui contribuent à les accompagner, au travers de solutions technologiques innovantes, dans leurs enjeux de croissance et de développement.

Cap sur l'avenir avec une nouvelle identité et un nouveau site

Pour célébrer ses 10 ans, la Value Factory adopte une nouvelle identité visuelle et lance un site internet entièrement repensé. Objectif : mieux valoriser ses expertises, faciliter la mise en relation avec ses équipes et inspirer de futurs projets avec des partenaires français ou internationaux.

« Depuis 10 ans, la Value Factory incarne notre conviction que Bouygues Telecom doit penser au-delà de la connectivité. Nous avons su transformer nos actifs et nos talents en leviers de croissance pour nous et nos partenaires, tout en créant de la valeur pour nos clients. Avec cette nouvelle identité et ce site repensé, nous sommes prêts à inventer les dix prochaines années d'innovation et de diversification », déclare Renan Abgrall, Directeur de la Value Factory.

Les 10 ans de la Value Factory : grandes étapes et repères marché

2016 – Création de la Value Factory

Bouygues Telecom lance une direction dédiée à la diversification, avec pour mission de transformer ses actifs (base clients, data, réseau, terminaux) en nouveaux services à forte valeur ajoutée.

Contexte marché : 50 millions de cartes SIM actives en France.
Source : ARCEP – Observatoire des marchés télécoms, T4 2006.

2016 – Paiement sur facture mobile

Paiement simple et sécurisé sans carte bancaire, directement via la facture mobile.

Contexte marché : 1 Français sur 3 utilise un paiement mobile chaque mois.
Source : Banque de France – Observatoire des moyens de paiement 2023.

2018 - Data par Bouygues Telecom

Grâce aux données de téléphonie mobile agrégées et anonymisées, Bouygues Telecom lance une offre d'étude de flux et de fréquentation à destination notamment des acteurs publics et touristiques. Mieux connaître la répartition de la population est un enjeu local pour adapter les territoires (prévention des risques naturels ou technologiques, tissu médical, assainissement, voirie, (sur)fréquentation touristique).

2018-2020 – Premiers partenariats stratégiques

Dans le cadre de la crise sanitaire du COVID 19, généralisation des usages de SMS pour entreprises et collectivités et croissance forte des usages du paiement sur facture pour faciliter l'accès aux contenus digitaux.

Contexte marché : le SMS devient le canal digital n°1 en France avec plus de 15,2 milliards de messages envoyés en France en 2025.
Source : AF2M - Baromètre du Marketing SMS 2025

2020 - Mobile ID

Lancement de l'offre Mobile ID qui permet de simplifier et fiabiliser les parcours clients en ligne pour mieux transformer, cette initiative devient globale en 2023 avec l'initiative Open Gateway de la GSMA

Contexte marché : A l'instar des opérateurs Français, ce sont plus de 80 opérateurs qui ont rejoint l'initiative Open Gateway de la GSMA.
Source : GSMA

2021 – Publicité TV segmentée

Bouygues Telecom devient acteur clé du marché français, permettant aux annonceurs de diffuser des campagnes ciblées par région ou centre d'intérêt.

Contexte marché : Fin 2024, avec une croissance de 61% des foyers éligibles en 2024, la TV segmentée dépasse les 11,2 millions de foyers éligibles.

Source : AF2M- [Les chiffres de la TV segmentée en France en 2024](#)

2022 - Don par SMS

Le don par SMS s'installe dans les usages des Français (il a été multiplié par 7 entre 2018 et 2022 pour un don moyen de 6€)

Contexte marché : une année 2022 marquée par un élan de générosité au profit de l'Ukraine

Source : France générosités et l'AF2M - 1ère édition du baromètre du don par SMS.

2023 – Ouverture à la publicité digitale

Premières offres publicitaires ciblées via les plateformes Bouygues Telecom, amorçant l'entrée dans le retail média.

Contexte marché : la publicité digitale franchit les 2 milliards d'euros de revenus en France.

Source : SRI – Observatoire de la publicité digitale 2012.

2024 – Retail média et data collaboration

Solutions de mesure de performance publicitaire (Brand lift, drive to web, drive to store).

Contexte marché : le retail média atteint 1,2 milliard € en France (+30%/an).

Source : IAB Europe / Fevad – Étude Retail Media 2020.

2025 – InternationalSIM

Solution eSIM 100% digitale pour voyageurs, couvrant + 200 destinations, accessible à tous.

Contexte marché : 60% des ventes de smartphones compatibles eSIM prévues en 2025 ; tourisme mondial en croissance de +15% post-pandémie.

Sources : GSMA Intelligence – eSIM Market Forecast 2025 ; OMT (Organisation Mondiale du Tourisme) – World Tourism Barometer 2025.

2025 – Cap sur la cybersécurité

Lancement d'API pour sécuriser les parcours clients et lutter contre la fraude numérique. Bouygues Telecom rejoint l'initiative mondiale Camara de la GSMA.

Contexte marché : +40% de hausse des attaques en ligne en Europe.

Source : ENISA – Threat Landscape Report 2015.

2026 - RCS se généralise sur l'ensemble des smartphones

Plus de 80% du parc est compatible RCS à fin 2025, ce qui en fait le canal de marketing conversationnel le plus universel du marché

Source : AF2M

Contact presse :

Alexandra Berry : alberry@bouyguetelecom.fr – 01 39 26 62 42



Certifié avec **wiztrust**

A propos de Bouygues Telecom

Filiale du groupe Bouygues, Bouygues Telecom, est un opérateur français global de communications et de services numériques. En 2025, l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 8,1 milliards d'euros, emploie 10 700 collaborateurs et dispose de 501 boutiques en France. Créé en 1994, Bouygues Telecom s'engage à fournir à ses clients particuliers, entreprises et administrations publiques des services de communication Fixe et Mobile, ainsi que des services d'internet très haut débit sécurisés, innovants et de qualité, en développant constamment son réseau et l'expérience utilisateur. 27,1 millions de clients Mobile et 5,4 millions de clients Fixe font confiance à Bouygues Telecom, opérateur n°1 des connexions WiFi et internet mobile selon nPerf en 2025, et n°1 sur le Mobile en zones denses selon l'ARCEP, en 2025. Son réseau 4G couvre aujourd'hui 99% de la population et son réseau 5G plus de 19 900 communes et plus de 86% de la population. La division Entreprises de Bouygues Telecom accompagne et fait grandir une communauté de plus de 120 000 clients dont quatre grands comptes du CAC 40 sur cinq, en généralisant le Très Haut Débit en France et en fluidifiant l'adoption des nouveaux usages tels que les communications unifiées, les réseaux intelligents et les services de mobilité d'entreprise et en accompagnant la transformation de leurs infrastructures numériques. Engagé dans la réduction de ses émissions carbone, Bouygues Telecom ambitionne d'atteindre -29,4% pour les scopes 1 et 2 et -17,5% pour le scope 3 d'ici 2027, des objectifs approuvés par l'initiative Science Based Targets (SBTi). #OnEstFaitPourEtreEnsemble

Pour suivre l'actualité de Bouygues Telecom : corporate.bouyguetelecom.fr, sur X : @ByTel_Corporate

