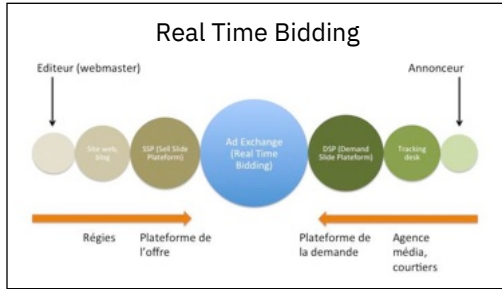


# RTB Ciblage + Enchère

Programmatic advertising  
 ADTECH (MARTECH)  
 Achat d'espace programmatique  
 Automation  
 Transaction auto  
 RTA / RTM (temps réel)

# Real Time Bidding



# RTB

Listing et inventaires des espaces en stock et disponibles avec les informations suivantes:

- web / mobile
- opérateur mobile / FAI
- inApp mobile / mobile
- navigateur / OS / device
- WAP / GPRS
- AdBlock (acteur, nom...)
- check d'un enchérisseur / règles / filtres
- Cookie
- date heure locale
- idmkt
- table et forme de l'espace
- géographique
- contenu
- anonymisation

1/10ème de seconde

Oui / Non  
Plus

Clipping  
Règles

AdExchange  
Sell Side Platform  
SupplySidePlatform

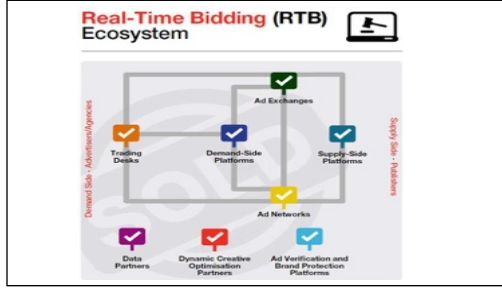
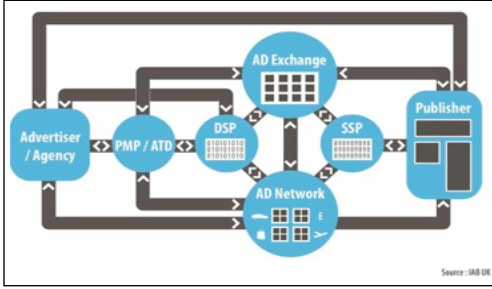
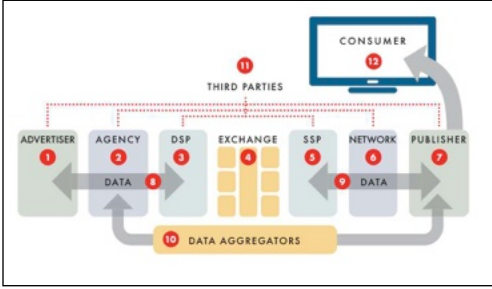
PIPE

AGENCES

ANNONCEURS

BRAIN

DemandSidePlatform



# MINTED

PLATEFORMES PROGRAMMIQUES OFFRES BREVETES MINTED

ANARND CRÉPIT (EQUATIVO) - "LES FRONTIÈRES ENTRE SSP ET DSP S'EFFACENT PROGRESSIVEMENT POUR LAISSER PLACE À DES PROGRAMMATIC DIRECT PLATFORMS"

## A PREMIUM PUBLISHER COOP

REPPING MORE THAN 100 MEDIA BRANDS



## LAPLACEMEDIA L'OFFRE MOBILE

Smartphones

Tablettes

RSQ

## Moins de 120 millisecondes

# IAB

"We messed up. As technologists, tasked with delivering content and services to users, we lost track of the user experience"  
 -SCOTT CUNNINGHAM, IAB

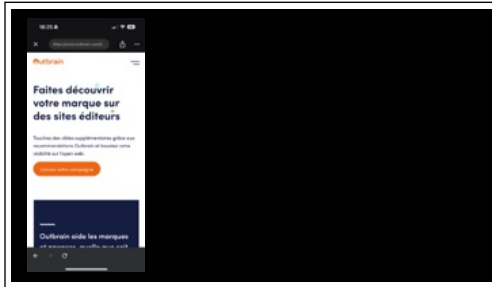
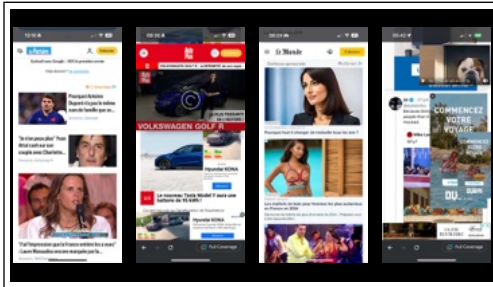
## Getting LEAN with Digital Ad UX

By Scott Cunningham

LEAN

- LIGHT
- ENCRYPTED
- AD CHOICE SUPPORTED
- NON-INVASIVE ADS

IAB



### Cookie first & third party

Cookie first ou third party à quel moment de ?  
 Tout le monde connaît les cookies. Chaque visite - ou presque - sur un site web débute par une demande de consentement auprès de l'internaute, dans le but de déposer un identifiant anonyme sur son navigateur. Un cookie est associé à un domaine, à une durée de vie déterminée, et est stocké et géré par le navigateur. Ainsi, le cookie a des « expectatives », grâce Emmanuel Choumer c'est écrit ailleurs, il n'est pas cross-navigateur, ni cross-domaine, c'est à dire qu'il n'est ni empasqueté au navigateur tout comme s'appellent utilisés pour la visite de site web.

Mais les cookies ne sont en deux typologies principales, le cookie first party et le cookie third party ?

Cookie first party : ce type de cookie est dédié aux services et aux analytics, avec quatre usages principaux. Il assure le service d'un site, son bon fonctionnement avec des utilisateurs, grâce au cookie est essentiellement nécessaire à la gestion des préférences de navigation, comme vos identifiants de connexion par exemple, grâce au cookie de fonctionnalité. Il enrichit des informations de mesure et d'analyse. Il permet la personnalisation du site selon les besoins de l'utilisateur.

Cookie third party : aussi appelé cookie tiers, il a deux usages principaux liés à la publicité. Ainsi, il permet de cibler et recevoir les annonces publicitaires pour l'internaute, tout en mesurant la performance publicitaire.

Chaque de ces typologies a ses caractéristiques. Le cookie first party est lié au site sur lequel il a été créé et ne peut être utilisé en dehors de ce site. Le cookie third party, quant à lui, est déposé par un domaine tiers au site visité, grâce au volume sur plusieurs sites, donne des éléments clés pour la publicité en ligne et cible. Google est par exemple un acteur technologique qui ne crée la trace par, laissant la liaison entre site web et utilisateur », précise Benoît Le Dou.

Perse de fonctionnalités / certaines fonctionnalités vont disparaître, par exemple le retargeting, entraînant logiquement une baisse du volume de données collectées. Vision partielle de la performance (par le dynamisme légal de ces données années, avec la mise en place du RGPD et du consentement obligatoire, 30 à 50 % du trafic ne pourra plus être suivi selon les besoins).

Données liées à l'utilisation de différents navigateurs, mais également des blocs de données de publicité, la mise en œuvre de ces données, car selon les outils et les usages, la même richesse de données n'est pas collectée.

Il faudra être conscient d'autres usages pour collecter des données selon les cas, notamment grâce à l'exploitation de la donnée first party, qui ne disparaît pas, mais également grâce à l'usage de nouveaux outils, comme la Privacy Sandbox de Google, une initiative open source qui peut être une première décision.

### CLEANING ROOM

Lieu d'échange de First Party Data

### DCR data clean room

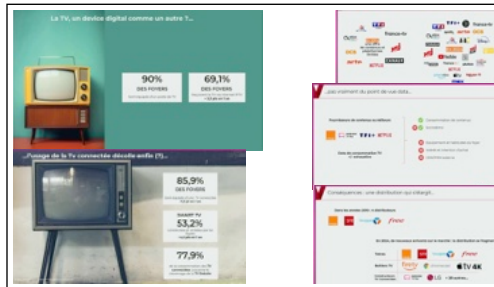
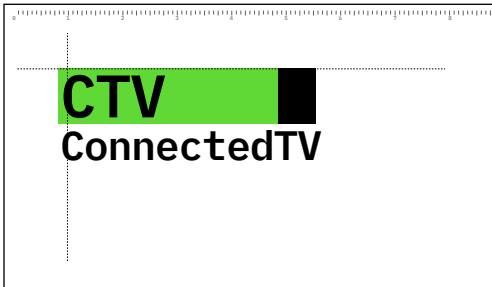
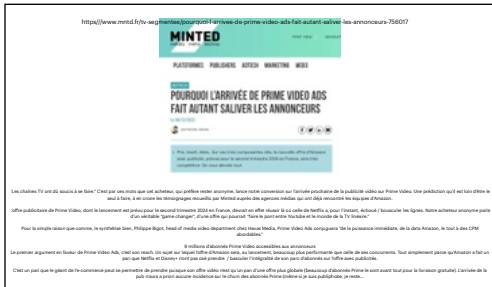
Retailers, broadcasters and walled garden platforms are among the first movers. In some cases they're partnering with independent third-party clean rooms and in others they're using clean rooms built within a walled garden. Some clean rooms enable only measurement and analytics, while others can be used to target ads.

At their most basic, data clean rooms are privacy-based technologies that allow companies to merge and match two or more first-party data sets in order to create a new audience or analytics segment informed by both data sets - but without ever allowing either side's personally identifiable information to be exposed to the other.

### DCR data clean room

Retailers, broadcasters and walled garden platforms are among the first movers. In some cases they're partnering with independent third-party clean rooms and in others they're using clean rooms built within a walled garden. Some clean rooms enable only measurement and analytics, while others can be used to target ads.

At their most basic, data clean rooms are privacy-based technologies that allow companies to merge and match two or more first-party data sets in order to create a new audience or analytics segment informed by both data sets - but without ever allowing either side's personally identifiable information to be exposed to the other.



### CTV

Linéaire = TV historique VS non linéaire (on demande)  
 Taux équipement TV : 97% → 90% en baisse  
 28% ajout d'un boîtier TNT pour TV linéaire (STAT 20% TNT)

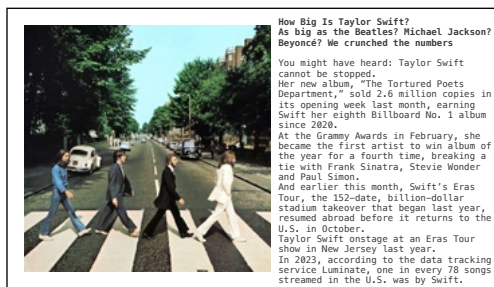
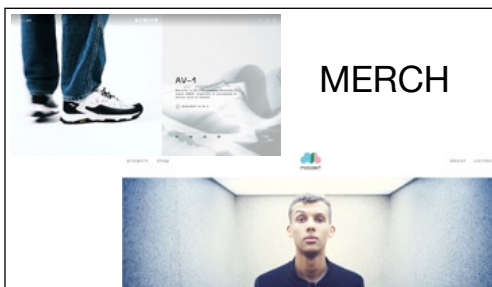
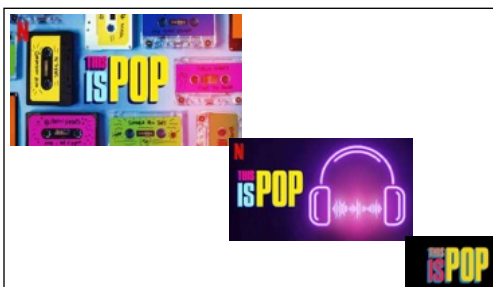
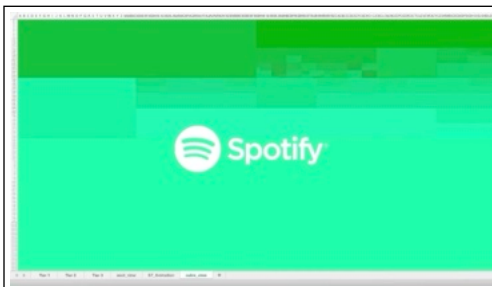
70% accès TV par internet →

Fast Free ad server TV  
 walled garden ecosystem autosuffisant  
 FAST loggé et non loggé (elbasé)  
 Day Side  
 NEW : max : warner

30 marques de smartTV autant d'écran d'accueil et de télécommandes

4h37 TV/jour → 67% linéaire  
 → AdTech

**70% TV internet :  
 FAST  
 Direct SmartTV  
 BOX**





YC cheatsheet  
Y Combinator advice  
Paul Graham  
make stg  
Steve Blank  
get out  
move fast  
PMF

**Y** The Pocket Guide of Essential YC Advice

- Launch soon
- Build something people want
- Do things that don't scale
- Find the 90/10 solution
- Find 10 customers who love your product
- All startups are built, broken or bought point
- Write code, talk to users
- "No test your theory"
- Don't be the best of a great product or the presence
- Don't waste your best product until you have built something people want
- Validation is not equal to success or even probability of success
- Acquiring registered deals with big customers is your job
- Acquiring company compatible development partners. They will only waste time
- Acad conferences unless they are the best way to get customers
- Pre-product market fit: do things that don't scale, raise small rounds
- Develop an idea when you problem will at any given time
- Franchise relationship matter more than you think
- Sometimes you need to fire your customers they might be killing you
- Ignore your competitors, you will know they die of suicide than murder
- Make companies don't die because they got out of strategy
- The best CEO at least don't be a jerk
- Get cheap and maintain: take care of yourself!

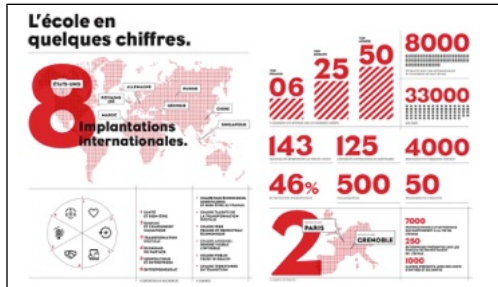
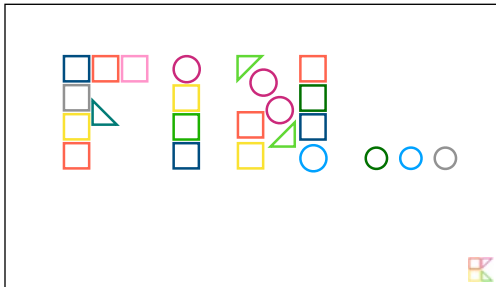
**Y** The Pocket Guide of Essential YC Advice

- Launch soon
- Build something people want
- Do things that don't scale
- Find the 90/10 solution
- Find 10 customers who love your product
- All startups are built, broken or bought point
- Write code, talk to users
- "No test your theory"
- Don't be the best of a great product or the presence
- Don't waste your best product until you have built something people want
- Validation is not equal to success or even probability of success
- Acquiring registered deals with big customers is your job
- Acquiring company compatible development partners. They will only waste time
- Acad conferences unless they are the best way to get customers
- Pre-product market fit: do things that don't scale, raise small rounds
- Develop an idea when you problem will at any given time
- Franchise relationship matter more than you think
- Sometimes you need to fire your customers they might be killing you
- Ignore your competitors, you will know they die of suicide than murder
- Make companies don't die because they got out of strategy
- The best CEO at least don't be a jerk
- Get cheap and maintain: take care of yourself!

Build something people want  
Find the 90/10 solution  
Find 10 customers who love your product  
Write code - talk to users  
Startups can only solve one problem well at any given time  
Avoid long negotiated deals with big customers + Avoid big company development

Get out of the building

Combinator





El compromiso sostenible forma el fundamento  
de nuestra estrategia de negocio. Nuestra misión es  
contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad y el  
bienestar de nuestros clientes, socios y comunidades.  
Nos comprometemos a ser líderes en innovación,  
y a ser una empresa que genere valor sostenible,  
para todos, para siempre y para el planeta.

[grubHub.es/act](http://grubHub.es/act)



17 Ave. Parque Suroeste - 28002 Getafe  
182 Avenida Juan López - 03005 Puzos

Act  
Think  
Impact