

Antvoice crée son mapping pour remotiver les annonceurs face au cookieless

Publié le 24 mai 2024
1 min de lecture

Par EG



Twitter Facebook LinkedIn

LIRE PLUS TARD

La société spécialisée dans le ciblage publicitaire Antvoice, qui a lancé récemment des tests concernant le cookieless, a réalisé la première cartographie des acteurs du ciblage publicitaire post cookies tiers. « Au-delà de la privacy sandbox de Google, dont l'implémentation a été repoussée à début 2025, d'autres solutions existent pour le futur des campagnes marketing », insiste Alban Peltier, fondateur d'Antvoice. Et il faudra choisir les bonnes solutions lorsque le monde du numérique aura changé. Beaucoup d'annonceurs estimerait encore à l'heure actuelle que les cookies tiers seraient remplacés à terme par la solution de Google, sans aller plus loin. Mais même le géant de la tech affirmait qu'un ensemble de leviers permettrait de retrouver le niveau d'analyse et de précision d'avant la disparition des cookies tiers sur Chrome.

Lire aussi :

Google et X dans le viseur de la justice française