



Paris, le 17/10/2024

antvoice lance une IA hybride combinant le cookie tiers et les alternatives cookieless !

Face au déclin accéléré des cookies tiers et à la complexité liée aux nombreuses alternatives cookieless, antvoice annonce le lancement d'une IA hybride de gestion des campagnes programmatiques sur l'open web.

Cette solution unique en Europe exploite tous les types de signaux disponibles -cookies tiers et cookieless- pour permettre aux annonceurs d'exploiter pleinement l'open web, avec simplicité et efficacité.



« L'ADN d'antvoice est d'exploiter le meilleur de la technologie pour aider les équipes marketing à atteindre plus facilement leurs objectifs. Jusqu'ici, l'open web n'était qu'un levier marginal face au search et au social. Avec cette nouvelle IA hybride, combinant les signaux cookies tiers et cookieless, chaque annonceur pourra profiter simplement et efficacement d'un levier représentant 46% du temps passé sur internet. En effet, plus de data, c'est plus de reach et plus de performance ! » explique Alban Peltier, CEO d'antvoice.

Le déclin des cookies tiers, un défi majeur pour les annonceurs

Les cookies tiers, autrefois essentiels pour le ciblage publicitaire et la mesure des performances, sont de moins en moins disponibles. Actuellement, moins de 50% des internautes sont adressables via les cookies tiers, un pourcentage qui diminue chaque mois.

Navigateurs cookieless (Firefox, Safari, Mozilla, etc.), ad blockers, consentement des internautes en baisse constante, autant de raisons qui font baisser le pourcentage d'internautes qu'il est possible de toucher avec le cookie tiers.

Résultat : les internautes adressables sont de plus en plus sollicités par les marques et une certaine usure publicitaire s'installe, alors que ceux non adressables sont de plus en plus nombreux et avec souvent un profil intéressant pour les marques.

Une complexité accrue avec des audiences fragmentées

Pour faire face au déclin des cookies tiers, de nombreuses alternatives cookieless ont émergé ces dernières années : contextuel, sémantique, identifiants déterministes et probabilistes, Seller Defined Audiences, Privacy Sandbox de Google, etc.

Cependant, chaque solution ne permet de toucher qu'une fraction des internautes (entre 5% et 20%). Les annonceurs sont ainsi confrontés à une fragmentation des audiences et à une complexité accrue dans la gestion de multiples campagnes en parallèle, ce qui peut entraîner une perte d'efficacité, de temps et des difficultés à unifier les données et les stratégies.

Une IA hybride combinant le cookie tiers et le cookieless pour plus de reach et de performance

Pour répondre à ces défis, antvoice lance une IA hybride unique en Europe. Cette solution algorithmique exploite toutes les sources de signaux en fonction de leur disponibilité pour chaque utilisateur, avec bien sûr son consentement : cookies tiers, historique de cookies, topics et Protected Audiences de la Privacy Sandbox, données contextuelles dès maintenant ; identifiants probabilistes et déterministes d'ici la fin de l'année.

En intégrant ces différents signaux, antvoice construit des profils enrichis en adoptant une logique de « et » plutôt que de « ou ».

Grâce à cette approche, il est possible de collecter et d'exploiter plus de données, ce qui améliore d'une part le nombre de profils adressables et d'autre part les performances des campagnes.

Enfin une seule campagne optimisée par l'IA d'antvoice remplace de multiples campagnes gérées en parallèle, simplifiant la vie des équipes marketing.

Alban Peltier, CEO d'antvoice, indique : *« Plutôt que d'avoir une campagne sur telle approche et une seconde sur telle autre en parallèle, nous intégrons le maximum de signaux en entrée dans notre IA pour avoir une seule campagne avec le maximum d'informations et de données. Cela permet d'avoir une plus grande portée et plus de performance ! »*

Une IA permettant de remettre l'open web au coeur des investissements médias

L'open web (les sites médias, communautaires et marchands), qui représente 46% du temps passé sur Internet, est un levier aussi utilisé par les internautes que les réseaux sociaux (47% du temps passé) et bien devant le search (1%) et les autres plateformes (Netflix, Wikipedia, Amazon, Microsoft, ... qui représentent 5% du temps passé). Les internautes y préparent leurs achats, leurs projets ou leurs voyages, le tout dans des environnements de qualité pour une « brand safety » efficace.

Pourtant l'open web est souvent largement moins présent dans les plans médias du fait de la plus grande complexité de gestion des campagnes.

Avec une telle richesse de data et cette IA hybride, l'open web (re)devient plus que jamais un levier stratégique pour les annonceurs, surtout dans un contexte de remise en cause du duopole en place.

Alban Peltier, CEO d'antvoice, conclut: *« Soutenir l'open web, c'est aussi soutenir la presse et le tissu économique français. Grâce à sa nouvelle IA hybride, antvoice permet aux annonceurs de profiter pleinement de ce levier indispensable, en diminuant leur dépendance aux grandes plateformes chinoises et américaines tout en maximisant le retour sur investissement. »*

Le fonctionnement de l'IA hybride d'antvoice

La construction de profils hybrides enrichis

→ Prise en compte et fusion des différents signaux

→ Logique de "ET" et non de "OU"

→ Des profils les plus complets possibles

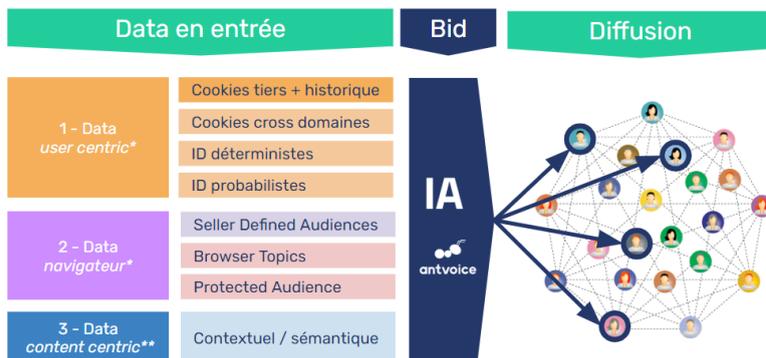
→ Une seule campagne optimisée vs de nombreuses en parallèle



L'exploitation de tous les signaux dans une IA

Une IA hybride exploitant les différents signaux disponibles

- Solution algorithmique permettant d'exploiter les différentes sources de signaux en fonction de leur disponibilité
- Pour collecter et exploiter plus de data



> Une multitude signaux pour une campagne optimisée

Exemples marques se préparant au déclin des cookies tiers avec antvoice

NAOS
BIODERMA
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

fortuneo
BANQUE

Saveurs
et Vie

DAMART

MAISONS
DU MONDE

JULES

Etam

A propos d'antvoice

antvoice opère les campagnes de display programmatique sur l'open web de dizaines d'annonceurs et de leurs agences avec une approche responsable et technologique.

En tant qu'expert de l'IA adaptée à la publicité, antvoice a créé sa propre solution de trading (DSP) connectée aux principaux inventaires publicitaires (plus de 30 Md d'opportunités publicitaires par mois).

Grâce à de puissants algorithmes de ciblage et de trading, couplés à du machine learning, antvoice met en place très simplement des campagnes display efficaces et respectueuses des internautes et des marques.

antvoice opère toutes les stratégies (top of mind, prospection, reciblage, fidélisation), sur tous les formats (vidéo, audio, habillages, bannières, native ads), tous les devices (mobile, desktop), en France et dans 8 pays européens (Allemagne, Italie, Espagne, Grande Bretagne, etc.).

En 2024, antvoice lance la première IA hybride permettant d'exploiter les signaux cookie tiers comme cookieless pour valoriser encore plus l'open web.

Contact

Alban PELTIER

CEO antvoice

alban@antvoice.com

06 69 13 19 75