

Mesure(s) digitale(s) post-cookie : quelles avancées depuis 1 an ?

Le programme du 01 juillet 2022

AUDITORIUM LE MONDE, 67 AVENUE PIERRE MENDES FRANCE 75013 PARIS

08h30 ■ **Accueil café**

09h00 ■ **Introduction par l'IAB France**



Arthur Millet
Directeur Général, IAB France

09h10 ■ **Mise en perspective : la mesure dans un monde sans cookies**



Paul Leperchey
Head of data, Publicis Media

09h30 ■ **Le contextuel, nouvel or noir de la publicité**

Le ciblage contextuel sémantique dans le futur univers sans cookies-tiers.



Margarita Zlatkova
Directrice Activation &
Programmatisation, Weborama

09h50 ■ **Refonder la publicité digitale en respectant la vie privée grâce aux panels**

En combinant la granularité du programmatisation et la qualité des panels, on crée de nouvelles méthodes de transactions publicitaires digitales qui respectent la vie privée et



Laurent Nicolas

Cofondateur et Président, Implicit

10h10

■ La vie d'un publisher sans les cookies tiers

L'intervention d'un publisher pour approfondir les identifiants universels et la 1st party.



Gaël Demessant

Directeur Programmatique et Yield management, Prisma Media Solutions

10h30

■ PAUSE CAFE

10h50

■ Comment maintenir une mesure de ses performances digitales grâce aux identifiants universels

Un Monde « trafic consenti & logué » est possible via une nouvelle clé de voûte : les identifiants universels.



Pierre-André Gautier

Head of strategic partnerships EU, Live Ramp

11h10

■ Intervention à confirmer

11h30

■ Seller Defined Audience



Thibault Montanier

Head of Data and Addressability, Sirdata

11h50

■ L'Attribution Reporting API de la Privacy Sandbox



Billel Badaoui
Lead data scientist, Scibids
Technology

12h10

■ Conclusion de la matinée

