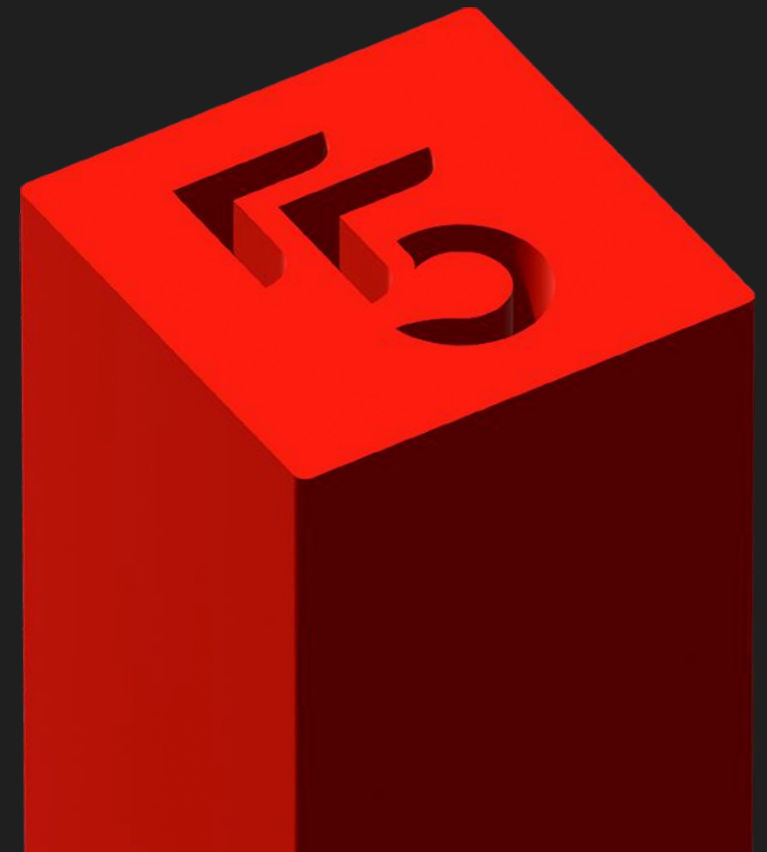
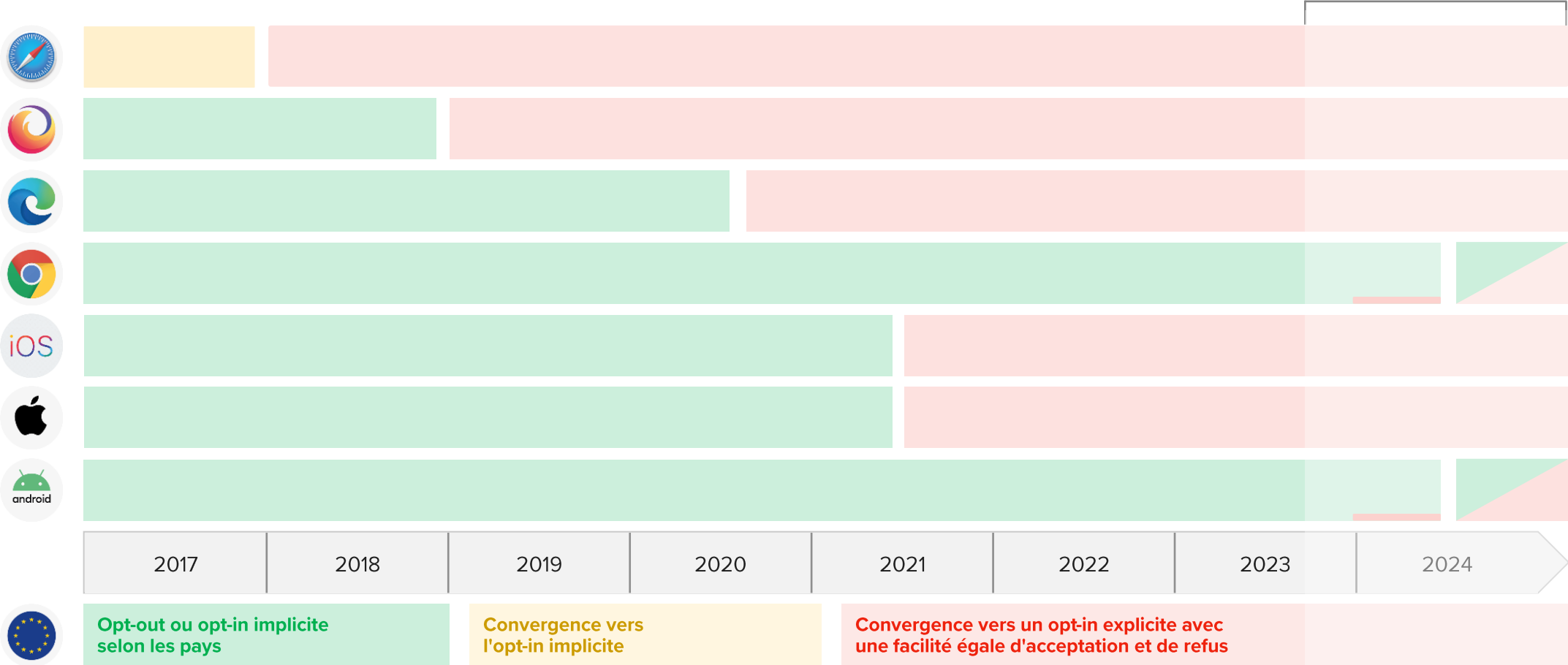


Rappel du contexte sur les
cookies-tiers par *fifty-five*



A partir de fin Q3 2024, les cookies-tiers ne seront plus supportés de manière progressive sur Chrome, jusqu'à l'extinction complète des cookies-tiers en fin d'année 2024 !

Quelle roadmap pour les deux ans à venir ?



La fin des cookies tiers aura des impacts importants sur **le ciblage, le reciblage et la mesure média**

IMPACTS DE LA FIN DES COOKIES TIERS

ACTIVATION

MESURE

Targeting

(hors walled-gardens)

Ciblage d'utilisateurs sur la base de leurs critères socio-démo et intérêts, en dehors de Google/Facebook/Amazon

Lookalike targeting

Ciblage d'utilisateurs similaires à des utilisateurs ayant effectués des actions données sur un site

Remarketing

Re-ciblage d'utilisateurs sur la base d'actions réalisées sur un site

Mesure post-view

Mesure des conversions après vue, sans clic, d'une publicité

Capping

Limitation du nombre de publicités vues par un utilisateur donné

Mesure post-clic

Mesure des conversion après un clic sur une publicité

Niveau d'impact attendu :

■ Ne sera plus possible

■ Sera impacté

La fin des cookies tiers et les restrictions réglementaires sur les données obligent les annonceurs à **revoir leur manière d'appréhender le marketing digital**



Capitaliser sur la donnée 1st party la vôtre ou celle de vos partenaires



Déployer des infrastructures de données plus résilientes et sécurisées



Diversifier les méthodes de **ciblage**