



Communiqué de presse

Arcueil, le 6 juillet 2022

Orange Advertising choisit mediarithmics, CDP next-Gen et French Tech pour prendre le virage de la nouvelle adressabilité post-cookies tiers

Orange Advertising anticipe le futur de l'adressabilité post-cookie tiers en bâtissant avec l'aide de la technologie mediarithmics, une stratégie ambitieuse exploitant l'exhaustivité des opportunités de ciblage et fondée autour de 5 axes majeurs :

1. **La mise en place d'une stratégie 1st party Data** grâce à la richesse des environnements logués Orange
2. **La construction d'un graph ID** permettant une vue utilisateur centralisée et des dispositifs d'activation publicitaire multi touchpoints (Digital Web et mobile, TV, SMS, etc.)
3. **La mise en place de Clean Room sécurisées** favorisant les synergies data avec nos clients et partenaires
4. **L'exploitation du ciblage contextuel** adossé à de l'IA et du machine learning : contextuel panel et contextuel sémantique
5. **La constitution d'insights** de campagnes renforcés

Ces nouvelles fonctionnalités permettront aux annonceurs de limiter et compenser la déperdition d'adressabilité liée à la fin des cookies tiers et au phénomène grandissant du consentless grâce à la complémentarité des IDs, combinée à une approche contextuelle.

Pour répondre à la complexité de ces nouveaux enjeux, Orange Advertising fait le choix de la CDP next-Gen de mediarithmics déployée depuis mai sur l'ensemble de ses inventaires browsing et applicatifs Orange, ViaMichelin, Mappy et Bonjour Ratp. **Orange Advertising constate dès à présent une augmentation significative des identifiants en capacité d'être ciblés dont le volume a été multiplié par trois.**

D'ici la rentrée de septembre 2022, la nouvelle offre Data d'Orange Advertising sera disponible sur l'ensemble de l'écosystème programmatique (GAM, Xandr, Magnite, Equativ, Freewheel, etc.)

Béatrice Lhopitalier, Directrice Marketing & monétisation Data Orange Advertising : « La question du moment est de faire en sorte que chaque impression puisse à nouveau être ciblée et que les

annonceurs puissent disposer de tout notre potentiel data opérateur dans un futur post-cookie tiers. La technologie mediarithmics nous a permis de développer une approche multi-dimensionnelle en s'appuyant sur nos points de force : le login et la capacité de graph cross device »

Gilles Chetelat, CEO mediarithmics : « Orange se démarque par sa volonté de construire une offre intégrée répondant dès aujourd'hui aux problématiques de demain pour les annonceurs, avec une plateforme permettant de retrouver toute l'adressabilité client. Objectivement, il n'y a pas de formule magique à la fin des cookie tiers mais plutôt une multiplicité de solutions que mediarithmics met à disposition de ses clients pour coller à leur implémentation spécifique avec les technologies les plus innovantes pour assurer le succès de leur offre média. »

À propos d'Orange Advertising :

Orange Advertising est la régie publicitaire du groupe Orange, commercialisant tous les espaces publicitaires de l'écosystème opérateur, qu'ils soient sur desktop, mobile, tablette, IPTV ou dans ses concepts stores. Rassemblant près de 25 millions de clients et étant l'un des principaux carrefours d'audience en France, Orange est une marque incontournable dans le cœur des Français. Fruit de l'intelligence et de la richesse de son métier d'origine, sa data est unique, activable dans des univers et contextes multiples, dans une relation de confiance et de service entre l'opérateur et ses utilisateurs.

Visitez notre site : <https://www.orangeadvertising.fr>

Pour plus d'informations, contacter

Chloën Felsina | Chargée de Marketing & Communication | chloen.felsina@orange.com

À propos de mediarithmics

mediarithmics est la « CDP next-Gen » des plus grandes marques data centric notamment dans les media et les retailers. La technologie propriétaire de mediarithmics allie en une solution unique qui permet la monétisation d'audience dans un monde cookieless (next gen DMP), la transformation d'audience en clients loggés puis payant (CDP) et la collaboration data. Sa technologie propriétaire permet de travailler avec tout type d'ID et sa solution SaaS permet des centaines de cas d'usage data marketing pour la monétisation d'audiences, l'engagement à travers l'acquisition et la rétention ainsi que la personnalisation du parcours client. mediarithmics est connecté à tout l'écosystème MarTech, permettant une activation marketing en temps-réel à travers toutes les plus grandes plateformes de display, de social, d'emailing, de marketing automation, de push notification... Depuis 2015, mediarithmics est devenu le partenaire technologique incontournable des plus grands médias, retailers et marques data-centriques d'Europe : TF1, Canal+ Group, Channel 4, Alliance Gravity, Havas Media, FNAC-Darty, Valiuz (alliance data du groupe Mulliez)

Visitez notre site : <https://www.mediarithmics.io>

Pour plus d'informations, contacter

Sylvain Gimenez | Chief Marketing Officer | sgimenez@mediarithmics.com