



Zenith
The ROI agency

 **first-id**

Inter*mar***chē**

**MINTED
AWARD**

CATÉGORIE B6

**Meilleur dispositif
cookieless**



Résumé

du dispositif

En **utilisant les identifiants First-id des audiences de 4 groupes média différents**, Intermarché est parvenue à **adresser précisément ses cibles** et à **les reconnaître sur l'ensemble des sites** sur Safari et Firefox.

Une solution **durable** et **robuste** pour préparer un **futur sans cookie tiers**.

Reach_cookieless

Capping_cookieless

Cross-sites_cookieless



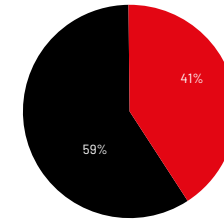
Contexte, brief et problématique

La genèse du projet

Comment cibler et maîtriser une campagne sur les 41% d'audiences consenties "invisibles" sans cookies tiers sur Safari et Firefox ?

ENJEUX

Activation possible **avec** cookies tiers



Activation **sans** cookies tiers



Les cookies tiers ont totalement disparu de Safari et Firefox - À partir du 01/01/24 ils disparaîtront progressivement de Chrome

CONSÉQUENCES



Adressabilité (reach)



Collecte d'insights



Répétition (capping)



Partage de données 2d party (clé de réconciliation)



Retargeting & exclusion



Stratégie mise en place

OBJECTIFS FIXÉS



#1 : Garantir l'adressabilité

Retrouver une audience cible sur Safari et Firefox

REACH INCREMENTAL

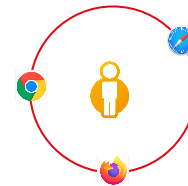


#2 : Maîtriser la répétition du message

Contrôler la répétition d'un message sur plusieurs sites sur Safari et Firefox

CAPPING CROSS EDITEUR

SOLUTION



1

Compatible avec les **navigateurs cookieless**



2

Cross-sites

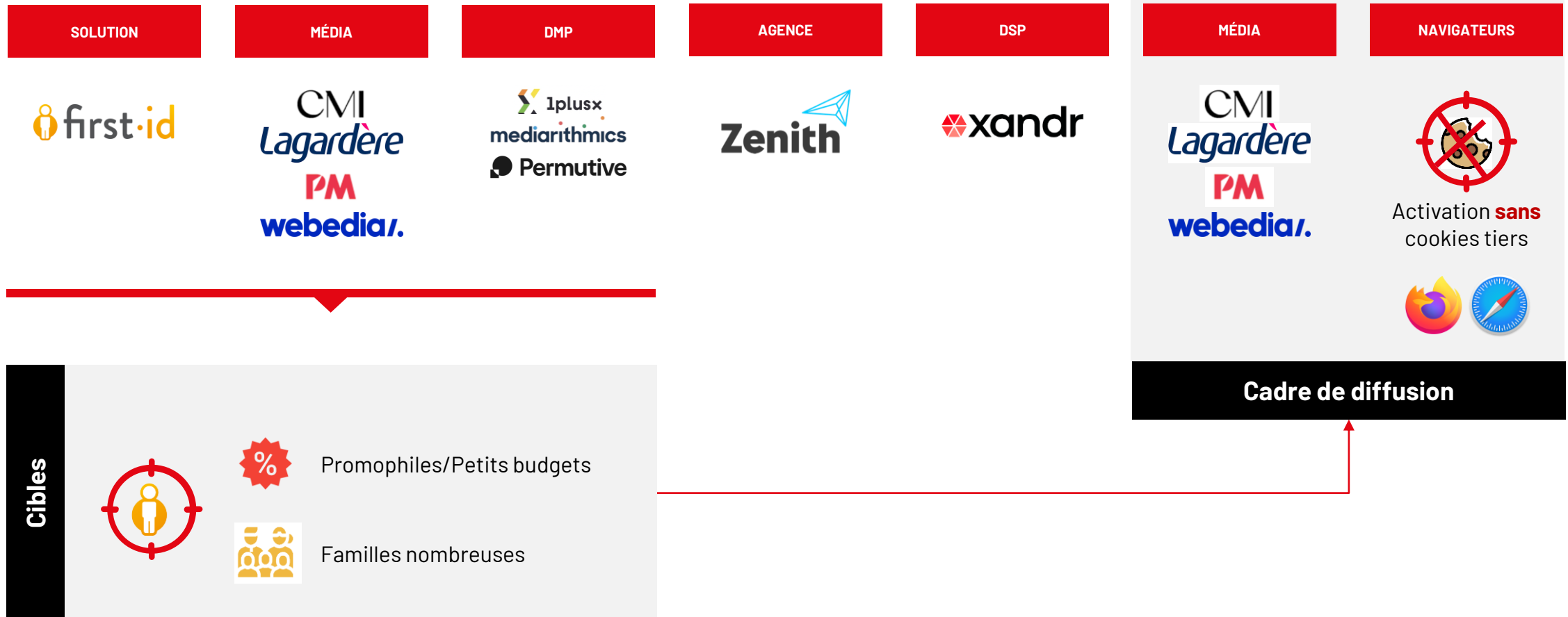
Stratégie mise en place

1/ Segmentation

des audiences des médias partenaires
de First-id avec leurs DMP compatibles

2/ Activation Média

multi-sites via curated deal Xandr





Résultats et chiffres clés du dispositif



Adressabilité
sur les navigateurs web
sans cookies tiers



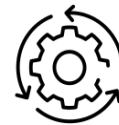
100%
un budget investi
exclusivement sur Safari et
Firefox, sans limite de reach
sur les audiences cibles



86% sur Safari
Population Internaute
France (hors Chrome):
90% Safari &
10% Firefox



69% sur mobile
Population Internaute
France:
66% Mobile &
**33% Desktop &
Tablette**



Maîtrise de la répétition
grâce à l'identification et
la reconnaissance des
internautes exposés tout
au long de leur parcours de
navigation



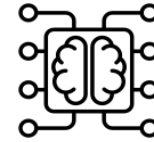
2,6
nombre d'expositions*
moyen d'un ID First-id unique
par semaine
sur +2M d'impressions servies

*capping hebdomadaire maximum de 3



Résultats et chiffres clés du dispositif

Un ciblage data sans cookies tiers, ça fonctionne !



Une **diffusion** de campagne **homogène** et **simple**, avec un volume d'impressions conséquent **sans limite de reach sur les cibles demandées**

Test d'une **solution robuste** de ciblage data et média avec **une adressabilité efficace** des inventaires sans cookies tiers : Safari et Firefox

Une **bonne maîtrise du capping** (la répétition) cross-sites



Ciblage exclusif

d'internautes identifiables sur Safari et Firefox uniquement* au moyen de First-id



7,8

impressions sur 10
contenaient **uniquement**
un First-id



8/10



6/10