



Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

Agence Burson-Marsteller i&e - 32 rue de Tréville - 75009 Paris

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

vincent.darricarrere@bm.com

Kenza Remaoun

01.56.03.14.21

Kenza.remaoun@bm.com

ALERTE PRESSE

Adobe Advertising Cloud, la première plateforme d'achat médias offrant une transparence totale aux annonceurs

Adobe s'associe avec 15 des plus grandes plateformes SSP (Supply-Side Platform) et d'Ad-exchange pour garantir la transparence des frais liés aux dépenses publicitaires.

Paris, France — 12 octobre 2017 — Bien que l'essor de la publicité digitale se soit traduit par des gains d'efficacité considérables pour les marketeurs, le marché reste confronté à un problème qui perdure, à savoir le manque de transparence. En effet, malgré des innovations technologiques significatives, les marketeurs ont toujours du mal à répondre à certaines questions fondamentales, comme la destination précise des dépenses publicitaires ou leurs performances. Les problèmes tels que la mauvaise qualité de l'inventaire, les coûts cachés ou les conflits d'intérêt sont légion.

Pour faire face à ces défis Adobe (Nasdaq : ADBE) annonce aujourd'hui qu'Adobe Advertising Cloud, première solution complète à gérer de bout en bout la publicité TV et les formats digitaux, a annoncé qu'elle était la première plateforme d'achat médias à s'associer à des plateformes SSP et d'Ad-exchange pour faire toute la transparence sur les dépenses – y compris celles qui étaient jusqu'alors non divulguées. Cette annonce intervient à un moment où les fournisseurs d'inventaires cherchent à accroître la transparence autour de la dynamique des enchères transmises aux acheteurs.

Les plateformes SSP tirent la majeure partie de leurs revenus des commissions obtenues en aidant les éditeurs à monétiser leurs inventaires publicitaires. Conscient du fait qu'un certain nombre de SSP incluait des frais supplémentaires dans les coûts des médias répercutés sur les acheteurs, Adobe Advertising Cloud a conclu un accord avec les principaux fournisseurs d'inventaire, pour éliminer entièrement ces frais ou pour en exiger leur complète divulgation.

Ci-dessous la liste des partenaires participants :

- Comcast FreeWheel
- Google AdEx
- Index Exchange
- MoPub
- OATH by Verizon
- OpenX
- Pubmatic
- Sharethrough
- SpotXchange
- The Rubicon Project
- Teads
- Telaria
- TrileLift

« Nous sommes intimement convaincus que cette transparence profitera à tous les acteurs du marché de la publicité digitale, et pas uniquement aux marketeurs », a déclaré Brett Wilson, vice président d'Adobe Advertising Cloud. « Ouverture et innovation sont les marques de fabrique d'Adobe Advertising Cloud, et nous sommes ravis que nos partenaires fournisseurs se joignent à nous pour créer l'environnement responsable que chacun espère depuis longtemps. »

« Amener à plus de transparence dans la publicité est l'une de nos priorités absolues chez L'Oréal, » déclare Nadine Karp McHugh, SVP Omni Media, Strategic Investments, Programmatic et Creative Solutions chez L'Oréal USA. « Adobe reste l'un de nos plus proches partenaires dans la mise en place de cette initiative et nous encourageons le reste de l'industrie à faire de même. »

« Index Exchange est un champion de la transparence depuis le tout premier jour », a déclaré Andrew Casale, CEO d'Index Exchange. « Nous saluons cette initiative d'Adobe Advertising Cloud et sommes impatients de travailler avec ses équipes pour aider les marketeurs et les éditeurs à atteindre leurs objectifs. »

« Nous sommes fiers de soutenir cette initiative d'Adobe en tant que partisans de la transparence dans l'écosystème numérique - y compris sur des questions clés telles que l'intégrité de la chaîne d'approvisionnement, les frais et le fonctionnement de la dynamique des enchères », a déclaré Rajeev Goel, PDG de PubMatic. « L'avenir de la publicité numérique sera situé au carrefour de la publicité de marque et de la programmatique. Nous sommes ravis d'y contribuer en collaborant avec Adobe Advertising Cloud à travers la vidéo et le display. »

Cette initiative s'appuie sur la solide expérience d'Adobe Advertising Cloud lorsqu'il s'agit de garantir un maximum de maîtrise et de transparence pour les marketeurs. En 2010, Adobe Advertising Cloud est devenu l'une des premières plateformes d'achat médias à révéler les performances et les données économiques d'un site directement au sein de sa solution. En 2011, elle a été la première à utiliser le terme « faux pré-roll » et à attirer l'attention sur la méthode qui consiste à vendre des bannières moins chères, avec des vidéos publicitaires lues automatiquement en tant qu'inventaire « pré-roll ». Adobe Advertising Cloud a ensuite déployé sa suite de sécurité BrandSafe, dirigé la création d'OpenVV, mis en open source la norme de visibilité vidéo du marché, publié des détails sur trois botnets, et assuré son intégration avec les principaux tiers pour la visibilité, la vérification et bien plus encore. Adobe Advertising Cloud a récemment lancé son programme de lutte contre le trafic non humain (Non Human Traffic program) qui rembourse automatiquement les annonceurs lorsqu'un tiers de confiance identifie une publicité jugée frauduleuse.

Pour en savoir plus sur cette annonce rendez-vous sur le site <http://www.adobe.com/fr/advertising-cloud.html>

###

About Adobe Advertising Cloud

Adobe Advertising Cloud est la première plateforme indépendante du marché à gérer de bout en bout la publicité dans les formats digitaux et télévisuels classiques. En se focalisant sur la sécurité de la marque, en améliorant la transparence et en exploitant tout le potentiel d'Adobe Creative Cloud et d'Adobe Experience Cloud, notre plateforme offre aux annonceurs la possibilité de mieux maîtriser leurs dépenses publicitaires et d'atteindre leurs objectifs commerciaux. Elle gère d'ores et déjà près de 3 milliards de dollars de dépenses publicitaires annuelles pour le compte de plus d'un millier de sociétés internationales, comme Allstate, Ford, Johnson & Johnson, Kraft, Liberty Mutual, L'Oréal, MGM, Nickelodeon et Southwest Airlines. En savoir plus sur [Adobe Advertising Cloud](#).

À propos d'Adobe

Adobe change le monde par l'expérience numérique. Pour plus d'informations, consultez le site www.adobe.com.