



facilitateur de business

## Communiqué de Presse Trust.id

EdiPub Mai 2019

**Trust.id** » est le nom de l'identifiant créé par EdiPub pour assurer la traçabilité des campagnes programmatiques, et permettre ainsi aux annonceurs de s'assurer de la bonne exécution de leurs dispositifs et aux éditeurs de savoir qui communique sur leurs sites.

C'est une clé de réconciliation qui, à chaque étape de la campagne, est partagée par tous les intervenants contribuant à cette campagne.

Elle induit la coresponsabilité de chacun dans le processus.

Nous en sommes aujourd'hui à la mise en œuvre des POC (*Proof Of Concept*) qui ont suscité un bel engouement de toutes les parties prenantes : Annonceurs français et internationaux et leurs Agences média, Editeurs et AdTechs français et anglosaxons, certains étant même moteurs dans la mise en place de cet identifiant.

Les pilotes sont organisés entre Annonceurs, Publishers et AdTechs pour un lancement des tests mi Juin.

Outre **EDF, la MAAF, La Poste, PSA, Orange, SNCF, Nestlé et Bouygues Télécom** (annonceurs français), **Unilever et Kingfisher** se joignent désormais également aux POC, en liaison avec les Adtechs **SmartAdserver, Appnexus, The TradeDesk** et les publishers **AuFéminin, Média Figaro, 366 et Boursorama**.

Les Trade desks des Agences **Group M, Publicis Média, Havas Programmatic Hub**, ainsi que **TradeLab** se sont mis en capacité d'introduire et de suivre

[Trust.id@EdiPub](#) pour les POC. Ils seront les « chefs d'orchestre » de ces POC et reporteront à EdiPub, qui devrait faire une première synthèse fin Juillet.

L'IAB AdTechLab, organisme basé aux Etats Unis, a pré-validé notre souhait d'avoir une extension du standard de l'OpenRTB en publiant sur son site les spécifications de notre Id.

L'initiative [Trust.id@EdiPub](#) séduit de plus en plus d'acteurs du Digital en Europe ; après avoir présenté cet identifiant unique permettant la traçabilité des campagnes programmatiques à **l'UDM, l'UDECAM, l'IAB et l'IAB AdTech Lab**, nous avons expliqué notre projet à Copenhague, le 28 Novembre dernier, à l'invitation de **Politikens**, le grand journal national danois, et en présence de représentants d'Agences Média (OMG et WPP) et d'AdTechs. Politikens a depuis monté un groupe de travail sur le sujet.

Le 29 Mars dernier, c'est à **l'EGTA** (association européenne basée à Bruxelles et représentant les régies des TV et des radios, particulièrement sur le terrain de la stratégie marketing) que nous avons présenté [Trust.id@EdiPub](#), lors d'une journée **"Digital Next"** qui s'est tenue à Lisbonne et qui a suscité l'engouement des participants présents.

Le 4 avril, c'est à **l'AdTech Club** que nous avons présenté, aux côtés de l'UDA, cette initiative de l'interprofession publicitaire.

Le 12 Juin , nous échangerons également lors d'une journée digitale, le IX Open Paris organisée par Index Exchange autour des évolutions de l'écosystème programmatique.

[Trust.id@EdiPub](#) **est en marche : souhaitons-lui une belle et longue route !**