



Communiqué de Presse – Paris le 21 novembre 2019.

Trust.Id : Smart Ad s’engage pour plus de transparence.

A l’initiative des principales organisations interprofessionnelles de la publicité digitale (IAB France, SEPM, SNPTV, SRI, UDECAM et UDM), le projet Trust.Id a pour ambition de mettre en place pour chaque campagne programmatique un identifiant unique partagé par tous les acteurs de la chaîne, afin d’assurer la traçabilité fluide des impressions et de garantir un reporting fiable. En association avec plusieurs acteurs du programmatique et dans l’objectif de répondre au besoin de transparence et de brand safety exprimé par les annonceurs et les éditeurs, Smart AdServer a activement pris part à la mise en place technique et opérationnelle des campagnes de tests menées par EdiPub et réaffirme aujourd’hui son engagement.

Le travail coordonné par Edipub s’inscrit en effet dans la démarche de transparence engagée depuis plusieurs années par Smart AdServer, qui a par ailleurs rejoint le groupe de travail dès le début d’année 2018.

*“ Trust.Id est une initiative clefs pour aller vers plus de transparence dans notre écosystème. Il s’appuie sur des standards éprouvés sur les autres canaux publicitaires et permet d’aligner le média digital sur les exigences d’un marché mature, explique **Romain Job – Chief Strategy Officer de Smart AdServer.** Au-delà des gains opérationnels pour la réconciliation des données, nous sommes convaincus qu’en assurant une traçabilité totale des transactions publicitaires nous améliorerons la qualité et la valeur tant pour les régies que les annonceurs. Il y a une convergence d’intérêts forte entre tous les acteurs et cette démarche s’inscrit parfaitement dans la volonté de Smart de casser les conflits d’intérêts et de mieux partager la valeur.”*

Après une phase de développements techniques nécessaire pour permettre à l’identifiant unique de circuler entre SSP et DSP engagés dans le groupe de travail, les premières expérimentations de Trust.Id ont été menées durant l’été pour une dizaine de campagnes programmatiques. Dans le cadre de ces POC (Proof of Concept), le rôle de Smart AdServer en tant que SSP - a été de récupérer les Trust.Id placés par le DSP dans les bid response, et de le transmettre aux éditeurs pendant et à la fin de la diffusion des campagnes via les outils de reporting de ces derniers.

Les résultats des campagnes menées à date démontrent que Trust.Id transite parfaitement tout au long de la chaîne et répond bien aux objectifs de traçabilité des impressions, depuis le trading desk jusqu’à l’éditeur en passant par les DSP, les Bid Response, les SSP ; y compris dans le cas du Header Bidding. L’objectif du groupe de travail est aujourd’hui de poursuivre les tests pour vérifier notamment la viabilité de l’initiative en Open Auction, mais également de faire adopter l’initiative par l’ensemble des acteurs du marché et de l’exporter à l’international grâce à l’implication d’autres organisations professionnelles européennes et américaines, l’IAB Tech Lab notamment.

*« Nous sommes déterminés à faire de cette initiative une référence sur le marché mondial, nous avons reçu des marques d’intérêt fortes sur tous nos marchés. Prouver la faisabilité technique entre les différents acteurs a été une étape majeure et nous continuerons à œuvrer pour une adoption à grande échelle, ajoute **Romain Job.** L’adoption systématique de cette norme par tous les acteurs de l’écosystème - leaders y compris - est impérative.”*



A propos de Smart :

Smart est une plate-forme de monétisation publicitaire de premier plan conçue pour les éditeurs premium afin de servir les acheteurs les plus exigeants. Notre plate-forme totalement transparente et notre approche commerciale à intérêts partagés permettent aux éditeurs et aux marques premium d'obtenir leur juste part de la valeur publicitaire à chaque opportunité, à leurs conditions. Les éditeurs peuvent agir avec certitude et avoir le contrôle de toutes les variables pour obtenir le bon mélange de modèles de transaction, de canaux et de formats, tout en activant les données d'audience appropriées pour l'optimisation du chemin de valeur. Smart travaille directement avec plus de 1 000 éditeurs du monde entier, y compris le Financial Times. TracFone, Le Monde et Wine Enthusiast vont diffuser des annonces graphiques, vidéo, natives et rich media sur plus de 50 000 sites et applications. Smart exploite 12 bureaux dans le monde entier et contribue à créer un écosystème transparent basé sur la qualité. Smart est une société GDPR, certifiée par le spécialiste indépendant de la protection des données, ePrivacy GmbH

Contact Presse :

Marieke Buis
Global PR Manager
Tel: +33 6 99 22 70 07
Email: mbuis@smartadserver.com