



Communiqué
Paris, le 16 septembre 2024

Decentriq et First-id redéfinissent l'avenir de la data collaboration pour les Marques et Éditeurs

DECENTRIQ &  first-id

Decentriq, leader européen des data clean rooms sécurisées, et First-id, expert en identification, annoncent un partenariat stratégique pour démocratiser un nouveau standard de data collaboration entre annonceurs et éditeurs, sans dépendance aux emails ou cookies tiers. En plaçant la confidentialité et la sécurité au cœur de l'innovation, ce partenariat a déjà permis aux Laboratoires Pierre Fabre de collaborer avec 4 groupes média (dont Reworld Media, Groupe Marie-Claire et Média Figaro) sur de la donnée 1st party afin d'enrichir sa connaissance client et raffiner ses segments cibles activés par Publicis Media.

Le Défi Relevé : Sécuriser et Optimiser la Data Collaboration

Dans un écosystème où la data collaboration devient cruciale pour comprendre le comportement des consommateurs et affiner les campagnes publicitaires, l'alliance Decentriq-First-id propose une solution inédite. Ce partenariat pionnier en France offre aux marques et médias la souveraineté totale sur leurs données 1st party tout en renforçant la position des éditeurs en tant que partenaires incontournables dans l'ère post-cookies. En permettant aux marques de matcher leurs audiences First-id avec celles des éditeurs au sein des data clean rooms sécurisées de Decentriq, ce partenariat crée de la valeur business tant pour les marques que les éditeurs :

- Démocratisation des insights stratégiques
- Amélioration du ciblage
- Valorisation les audiences éditeurs first-party
- Mesure de campagnes et vérification d'audience

Ce partenariat est unique en son genre car il permet de s'affranchir des emails hashés ou cookies tiers grâce à la technologie de First-id et il garantit une confidentialité des données first-party de bout en bout grâce à la technologie de Decentriq.

Retour d'Expérience Laboratoires Pierre Fabre, Un Cas d'École

Laboratoires Pierre Fabre, groupe pharmaceutique et dermo-cosmétique, et les groupes média, ont été les premiers à bénéficier de cette approche innovante. Concrètement, voici comment la solution s'articule en 4 étapes :

1. Identification des audiences consenties avec First-id
2. Modélisation des audiences dans les outils CDP et DMP des parties prenantes.
3. Transmission sécurisée des données dans la Data Clean Room de Decentriq.
4. Analyse des insights sur la base des First-id matchées

Grâce à l'analyse des données 1st party des groupes média, Laboratoires Pierre Fabre a pu obtenir des insights exclusifs sur les audiences des consommateurs de ses marques Avène et Aderma. Les résultats révèlent des comportements et préférences distincts malgré la crainte initiale de cannibalisation, permettant ainsi d'affiner ses cibles marketing.

Anne Dorine Laclau - Global Head of Media, Influence et CRM - Laboratoires Pierre Fabre : « Ce partenariat avec Decentriq nous permet d'aller plus loin dans l'utilisation de la solution First ID en y intégrant un volet insights au service de nos stratégies de contenu et de ciblage et ouvre la porte à des stratégies d'enrichissement de nos bases CRM. La simplicité de mise en œuvre et l'environnement sécurisé qui en résulte sont pour nous des avantages indéniables de ce partenariat. »

Ces cibles pourront être activées par l'agence média des Laboratoires Pierre Fabre, Publicis, afin d'optimiser les performances des campagnes publicitaires.

Juliette Tezenas du Montcel, Lead Data Strategist, Publicis Media France :

« D'un point de vue stratégique, ces insights vont nous permettre d'optimiser tous nos processus : (1) de calibrage du message créatif, et (2) de planification média sans risque de cannibalisation des campagnes. D'un point de vue opérationnel, nous avons maintenant des audiences prêtes à l'emploi à adresser en display sur une cible enrichie et affinée, sans limite de reach »

Ensemble, Decentriq et First-id ouvrent la voie à une nouvelle ère de data collaboration sécurisée en Europe, où la souveraineté, la confidentialité et l'efficacité se rejoignent pour offrir aux marques et éditeurs des opportunités sans précédent.

A propos de Decentriq : Confidentialité des données de bout en bout

Decentriq est une plateforme de data collaboration confidentielle. Avec Decentriq, les annonceurs peuvent combiner leurs données 1st party avec des partenaires des environnements sécurisés appelés "data clean rooms". Decentriq se distingue par son emploi du confidential computing, technologie d'encryption mis à disposition par Microsoft Azure qui garantit la sécurité et confidentialité des données de bout en bout, même pendant le traitement, assurant un strict respect du RGPD.

Fondée en 2019 à Zürich par Maximilian Groth et Stefan Deml, Decentriq emploie une équipe de collaborateurs couvrant plus de 10 pays européens. Decentriq sous-tend des data collaborations dans les secteurs les plus exigeants en termes de privacy, comme les Médias, la Santé/Pharma et la Banque/Assurance.

Contact : Pierre Cholet - Business Development - pierre.cholet@decentriq.com

A propos de First-id : Clé de réconciliation de data 1st party précise et puissante

Solution de création d'identifiants déterministes first-party anonymes qui permet aux marques - média et annonceurs - d'identifier et de réconcilier tous leurs internautes consentis, sur tous les sites partenaires, peu importe le navigateur ou device utilisé.

Fondé en Août 2022, First-id est une start-up française qui accompagne plus de 250 marques média et annonceurs, en France et à l'étranger, sur leurs problématiques data (d'identification et réconciliation) et média (ciblage et mesure). First-id est interopérabilité avec + 40 AdTech et MarTech, offrant un contrôle total à ses clients de la création à l'activation de ses données 1st party.

Contact : Valentine Weydert - Chief Growth Officer - valentineweydert@first-id.fr

A propos de Publicis Media France

Publicis Media France regroupe les agences media du groupe Publicis en France : Zenith, Starcom, Blue 449, Performics et Spark Foundry, Publicis Media Connect, Publicis Commerce. Publicis Media accompagne ses clients dans l'univers complexe des médias d'aujourd'hui et décline ses expertises sur tous les leviers et points de contact. Présent dans plus de 100 pays, le pôle compte plus de 23.500 collaborateurs.

Contact presse

Florine Fondadouze, Responsable Communication | Publicis Media France
florine.fondadouze@publicismedia.com