

5 lieux d'achat digitaux :

Website InApp / Mobile Social / Meta Video / InStream CTV - DOOH

2 inventaires d'achat

Mots-Search Display&Vidéo

Formats

- Display (website+social)
- ConnectedTV (CTV)
- Vidéo
- Native Ad
- DOOH
- Audio (podcast)
- Mobile / APP

Display
Format publicitaire digital qui peut prendre différentes formes : bannière simple avec visuel et texte ; une vidéo ; une annonce avec du son - c'est le format dit « rich media » qui offre des possibilités de personnalisation (bannières, pavés, habillages, rich media...).

Video VAST / VPAID
Video Ad Serving Template script pour diffuser des publicités vidéo sur différents lecteurs vidéo en connectant à des serveurs publicitaires

Native advertising
Publicité qui ressemble à un article écrit par le journaliste du média. Connue au XX siècle sous le terme de publication reportage.

Audio podcast
Message publicitaire diffusé au début, milieu ou fin de podcast.

Publication des publicités sur des sites Web tiers

Mobile APP/Game	CTV	DOOH out of home	RetailMedia
Publicité diffusée sur smartphone ou tablette, via applications ou web mobile. Peut prendre plusieurs formes : display, vidéo, interstitiel, in-app, SMS, etc. Le mobile est aujourd'hui un canal central dans les stratégies programmatiques.	Connected TV Opposée à la TV linéaire ou hertzienne. Aussi appelée Smart TV. Avoird Svod désigne les téléviseurs connectés à Internet permettant de diffuser du contenu en streaming via des applications comme Netflix ou YouTube, sans passer par la télévision linéaire traditionnelle.	Tous les écrans qui ne nous appartiennent pas : dans l'espace urbain, espace public lié au transport (gare, aéroport), mais aussi dans les points de vente ou centres commerciaux. Version digitalisée de l'affichage traditionnel, avec possibilité de ciblage temporel, géographique et d'activation programmatique.	Communication faite par les e-commerçants ou détaillants ou des acteurs de la grande distribution, exploitant leurs données transactionnelles pour cibler les consommateurs. Exemples : Amazon, Carrefour.
Ad in game : Message publicitaire affiché à l'intérieur d'une application tiers de jeu	En publicité, la CTV correspond à l'achat d'espaces publicitaires diffusés au sein de ces environnements streaming sur téléviseur connecté.		

Premium Head : home, actu, saison, thème, event...

Secondaire
Articles anciens

Long Tail
Sujets périmés mais indexés

Inventaire publicitaire

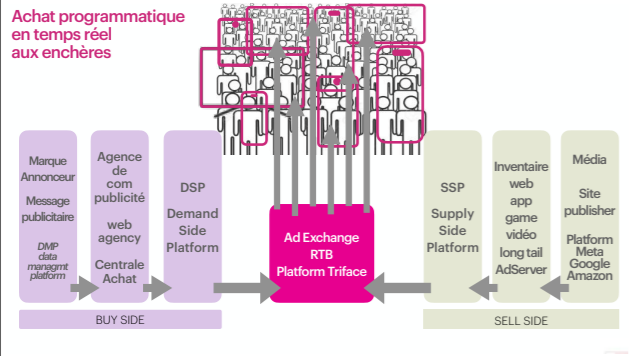
CAC x 3 /an

Customer Acquisition Cost

coût pub + enchères pourvoir achat
coût juridique concurrence
ARPU baisse
difficulté abonnement

AdTech Programatic AdExchange

RTB (real time bidding)



Open ad exchange	Private ad exchange	Preferred deal
Marketplace digitale ouverte avec un vaste inventaire d'éditeurs disponible pour tous les annonceurs	Plateforme "premium" fermée sur laquelle les éditeurs contrôlent les prix et les conditions de l'offre pour des annonceurs privilégiés	Une option au profit de l'éditeur pour vendre un inventaire publicitaire à un prix fixe négocié pour des annonceurs privilégiés
Ad exchanges ouverts / Marketplace publique / Enchères ouvertes vaste inventaire d'éditeurs de contenus, disponibles pour tous les annonceurs les annonceurs utilisant un ad exchange ouvert ne disposent pas d'informations détaillées sur les éditeurs, comme c'est le cas dans le cadre d'un marché privé. Les annonceurs à la recherche d'une publicité plus large préfèrent un ad exchange ouvert. tous sont de plus en plus préoccupés par la fraude publicitaire digitale	Ad exchange privé, Marketplace privée (PMP) plateforme fermée, « premium », qui permet à l'éditeur de contrôler la liste des annonceurs autorisés à enchérir, les prix et les conditions des enchères. Chaque ad exchange privé est géré par un éditeur individuel qui invite personnellement les annonceurs sélectionnés à rejoindre la PMP. Un ad exchange privé permet aux marques et aux éditeurs d'établir des relations directes avec les annonceurs et les agences.	Preferred deal est une option permettant à un éditeur de vendre un inventaire d'annonces digitales à un prix fixe, négocié pour les annonceurs privilégiés. Les Preferred deal offrent à l'éditeur un flux de revenus stable grâce à un système de transactions contrôlées, tandis que les annonceurs bénéficient de prix CPM stables et bénéficient d'un accès à un inventaire exclusif.

Google Ads, Google Search Console, Google Analytics 4, Google Data Studio, Gemini, Google Ad Exchange (AdX), Google Marketing Platform

PERFORMANCE MAX

PERFORMANCE MAX CAMPAIGNS ALLOW YOU TO PROMOTE YOUR PRODUCTS OR SERVICES ACROSS THE GOOGLE NETWORK BY CREATING ONE EASY-TO-MANAGE CAMPAIGN.

HOW TO: GET STARTED WITH TikTok Ads Manager

Meta ADS MANAGER

Linkedin CAMPAIGN MANAGER

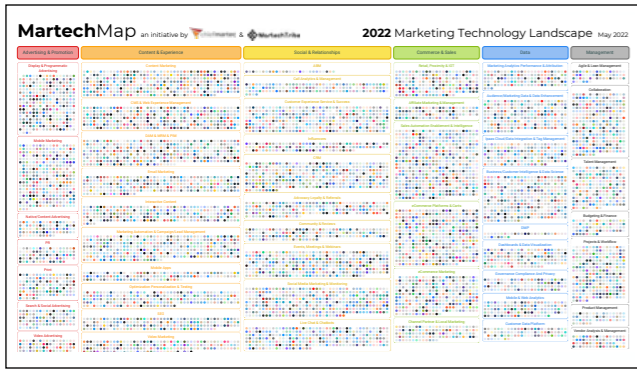
AdTech MarTech

AdTech / Programmatique MarTech / Automation

HOW TO: GET STARTED WITH TikTok Ads Manager

Meta ADS MANAGER

Linkedin CAMPAIGN MANAGER



There is
- Google Analytics
- Mixpanel
- Kissmetrics
- Flurry

Google Search Console
Google Data Studio
Google Analytics 4
mixpanel
kissmetrics
FLURRY
Funnelytics attio

MarTech Automation Data CDP CRM

- ## Stack MarTech
- IA
 - Navigateur IA (Comet, Atlas)
 - Moteur d'IA (Claude, OpenAI, Perplexity, Grok...)
 - CRM (Consumer Relation Management)
 - Salesforce, Hubspot, Pipedrive, Odoo, Zoho, SAP
 - CDP (Consumer Data Platform) vs. DMP (Data Management Platform)
 - DMP : anonymisée, cookie-based, activation publicitaire (Adform, Adobe, Lotame, MediaMath, Neustar, Nielsen, Oracle, Salesforce (KruX), Turn)
 - CDP : unifiée, known users, activation marketing omnicanal
 - Automation
 - IFTTT - Zapier - Make
 - n8n
 - Data Analytics
 - GSC, GA4

Typologie des données

1st party (CRM, site, app) → plus puissante et RGPD-friendly
 2nd party (partenariats)
 3rd party (data brokers) → en déclin post-2023
 Contextual + semantic (IA)

Cookies, fingerprinting, consent mode v2 (Google 2024-2025)
 - Fin des 3rd party cookies Chrome (2024-2025 rollout)
 - Consent Mode v2 obligatoire pour GA4 + Ads

chiefmartec

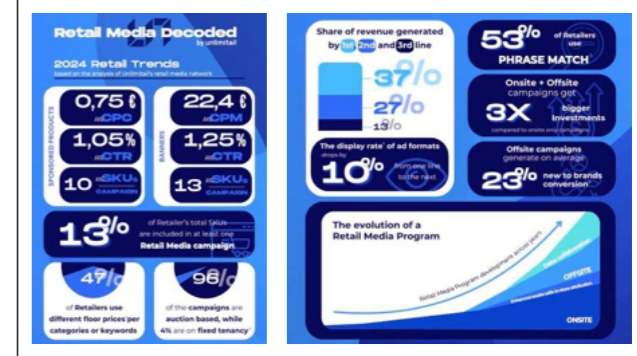
2025 Marketing Technology Landscape Supergraphic: 100X growth since 2011, but now with AI...
 by Scott Brinker on May 06, 2025 11:00 am

15.000 outils marketing MarTech

<https://chiefmartec.com>
x100 growth vs. 2011 with AI

Sub: The martech landscape grew again since last year, up 9% to 15,384 solutions. While new AI natives continue to blossom, the previous generation is

Retail Media



DOOH

marketing digital

JCDecaux Leader mondial du DOOH

LA SEULE CONVERSION SANS UN CLIC.

CETTE PUBLICATION EST 100% DATA-DRIVEN.

LE SEUL CONTENU À FAIRE AUTANT DE VUES.

Leader mondial du DOOH

CTV ConnectedTV

≠ Advanced TV ≠ OTT : device

ROKU

70% TV internet : FAST Direct SmartTV BOX

publications officielle

Native Advertising

par Hubert Krutloff publié le 01/08/2026

Abstract
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis aculis torer at nulla eleifend dictum viverra. Metus Congue nunc, posiere vehicula lacus.

Introduction
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis aculis torer at nulla eleifend dictum viverra, nisi a maximus vestibulum, sapien metus Congue nunc, posiere vehicula lacus orci eget faucibus tempor nibh.

Taboola est le leader mondial du native ad qui nous ennuie chaque jour et nous fait perdre un temps précieux

AdTech / MarTech Privacy Risque Evolution

Risques

- visibilité de l'affichage (above-scroll)
- brand safety (exclusion de site)
- anti-fraude (message perdu)
- ePrivacy
- legitimate interest vs consent
- attribution multi-touch (contribution)
- contextual targeting
- unified ID (UID2)
- cookieless world

Glossaire

- Ad Exchange : Marketplace digitale où les inventaires publicitaires sont achetés et vendus en temps réel.
- Ad Server : Plateforme qui stocke, diffuse les créas et trace les performances.
- Ad Tech (ou Adtech) : Ensemble des technologies pour l'achat/vente/gestion de pub digitale.
- Agency Trading Desk (ATD) : Département d'agence gérant l'achat programmatique pour clients.
- AVOD (Advertising-based Video On Demand) : Vidéo à la demande financée par la publicité (ex. : contenus gratuits avec pubs).
- Clean Room (Data Clean Room) : Environnement sécurisé pour partager/analyser données sans compromettre la privacy.
- CTV (Connected TV) : Télévision connectée à internet permettant la diffusion programmatique.
- COO (Dynamic Creative Optimization) : Optimisation dynamique de création : publicité programmatique personnalisée en temps réel via données.
- DMP (Data Management Platform) : Plateforme de gestion de données (anonymes/pseudonymes) pour segmenter audiences et optimiser campagnes (ex. : Adobe, Oracle, Lotame).
- DSP (Demand Side Platform) : Technologie pour acheter automatiquement de la publicité (display vidéo, mobile, search) / utilisée par annonceurs et agences.
- eCPM (effective Cost Per Mille) : Revenu effectif par 1000 impressions.
- First-Party Data : Données collectées directement par l'entreprise (site, app, CRM).
- Header Bidding : technique où l'inventaire est mis aux enchères simultanément chez plusieurs acheteurs avant l'appel SSP.
- IDFA (Identifier for Advertisers) : Identifiant publicitaire iOS pour le tracking mobile (limité depuis iOS 14).
- In-App Advertising : Publicité diffusée à l'intérieur d'applications mobiles.
- In-Game Advertising : Publicité intégrée dans les jeux vidéo (dynamique ou statique).
- Native Advertising : Publicité intégrée au contenu éditorial, se fondant dans le flux d'articles sponsorisés, recommandations.
- OpenRTB : Protocole standard open-source pour les enchères RTB.
- OTT (Over The Top) : Diffusion de contenu vidéo via internet, sans opérateur traditionnel (ex. : Netflix, YouTube).
- PPM (Private Marketplace) : Marché privé programmatique (enchères restreintes, entreprise premium).
- Preferred Deal : Deal programmatique à prix fixe/non-enchères.
- Programmatic (ou Publicité programmatique) : Achat et vente automatisés d'espaces publicitaires via technologies et algorithmes.
- Programmatic Guaranteed (ou Programmatic Direct) : Achat programmatique garanti à prix fixe.
- Remarketing (ou Remarketing) : Recharge des visiteurs précédents.
- ROAS (Return On Ad Spend) : Retour sur investissement publicitaire / revenu généré divisé par dépense publicitaire, permet de calculer le CAC.
- RTB (Real Time Bidding) : Enchères en temps réel : processus automatisé d'achat d'impressions selon offres/demandes.
- Search : Publicité sur moteurs de recherche (ex. : Google Ads), souvent incluse dans le programmatique.
- SSP (Supply Side Platform) : Technologie pour vendre automatiquement de la publicité à des sites/les éditeurs (display, vidéo, mobile).
- SVOD (Subscription Video On Demand) : Vidéo à la demande par abonnement (ex. : Netflix, Disney).
- Third-Party Cookies : Cookies tiers (en voie de disparition majeure en 2028).
- Viewability : Mesure si une pub est réellement visible (ex. : 50% pixels visibles > x1s).
- Walled Garden (Jardin clos) : Ecosystème fermé contrôlé par une plateforme (ex. : Google, Meta, Amazon) limitant l'accès aux données et inventaires.

AdTech / Programmatique MarTech / Automation

PUB MARKT programmation automation

EDAV digital ad

REACH

OTT

AdTech MarTech

iab Interactive Advertising Bureau

ACHAT ESPACE

ACHAT AUDIENCE

CAC < LTV

PIM & DAM

DSP → ADEXCHANGE ← SSP

RTB

2 inventaires d'achat Mots-Search Display&Vidéo

CTV ConnectedTV

CPC / CPM / CPA

NEW AD:
 stop clickbait
 native adblocker
 no *too-little-context*
 no *too-much-context*

EXPLORE BEYOND HORIZONS

GEM Alpine Business School

GEM, l'excellence académique pour agir dans un monde en transition

Une école pour comprendre le monde et agir avec discernement

CEM est une grande école de management internationale, trilingue, accréditée et Société à Mission. Elle combine excellence académique, recherche à impact et pédagogie innovante pour former des professionnels capables d'agir avec lucidité face aux grandes transitions économiques, environnementales et sociales. Présente en France et connectée à un large réseau international, CEM accompagne des trajectoires exigeantes. Rejoignez une communauté engagée.

7 200 étudiants

120 nationalités

50 programmes

49 000 diplômés

AMBA EQUIS AACSB

06 25 50

8000 143 125 4000

33000 46% 500 50

EAGLE 2030

GIANT INNOVATION CAMPUS

GEM

G

En rejoignant Grenoble Ecole de Management, vous rejoignez le club d'une école reconnue, engagée. Notre mission est votre raison d'être : représenter vos intérêts, par la formation et la recherche, vos grands défis de la transition économique, environnementale et sociétale, et contribuer à un monde plus résilient, plus juste, plus participatif, plus responsable.

12 rue Pierre Sémard - 38000 Grenoble
 163 avenue Jean Lohry - 93100 Pantin

GEM Alpine Business School

EXPLORE BEYOND HORIZONS