



Retour d'expérience de Prisma Media Solutions sur la solution d'identifiant unique : First-id

La régie Prisma Media Solutions est pionnière dans l'exploration des solutions sans cookie tiers. Depuis 2 ans, nos équipes testent les principales alternatives à la fin des cookies tiers, dont ID5, UTIQ, EUID, RampID et First-id, pour proposer à nos clients les meilleures solutions. C'est dans ce cadre que Prisma Media Solutions utilise First-id depuis son lancement en septembre 2022.

Aujourd'hui, First-id est implémentée sur l'ensemble des sites du groupe Prisma Media (+20 sites), auprès d'une audience de plus de 37 millions de visiteurs uniques en France, constituant une base unique d'identifiants sur tous les environnements, même cookie(third)less.

En deux ans, First-id a démontré son efficacité sur un ensemble de problématiques data et média et a permis de répondre à de multiples cas d'usages, notamment relatifs à l'activation publicitaire :

- Une gestion maîtrisée des campagnes médias. Compatible avec les principales technologies du marché, l'utilisation de First-id assure un capping précis, garantissant une diffusion efficace des campagnes publicitaires sur Chrome et sur les navigateurs sans cookies tiers. De plus, l'ID est exploitable dans les environnements Google : PPID, Secure Signals. Cela a permis à Prisma Media Solutions d'augmenter son audience adressable de 40%.
- Des activations programmatiques et data. Intégrée à la DMP de Prisma Media Solutions, First-id est compatible avec des activations data (socio-démo, centres d'intérêt, etc.). A titre d'exemple, 30% du chiffre d'affaires data a été réalisé uniquement avec First-id depuis Janvier 2024.
- Des requêtes publicitaires sans cookies tiers. L'identifiant First-id est présent dans 94% des requêtes publicitaires, permettant de maintenir une performance optimale des campagnes publicitaires et garantissant une diffusion ciblée et pertinente auprès des audiences recherchées.

"First-id est une solution intéressante par les nombreux cas d'usage qu'elle permet de traiter et par la complémentarité qu'elle apporte à nos autres solutions. Il est essentiel pour les éditeurs et les annonceurs de profiter de cette nouvelle ère cookieless pour reprendre le contrôle de leur data, contribuer à la réussite de nos campagnes, tout en ouvrant la porte à de nouveaux horizons."

Philipp Schmidt, Directeur Général de Prisma Media

"Après 2 ans d'utilisation, le retour d'expérience montre l'efficacité de First-id sur de nombreux cas d'usage data et média. Nous sommes fiers de permettre au groupe Prisma Media d'avoir un contrôle total sur la first party data et de son utilisation innovante sur un grand nombre de sujets stratégiques."

David Folgueira, CEO de First-id



L'ENGAGEMENT FAIT LA DIFFÉRENCE

Prisma Media Solutions, régie publicitaire du groupe Prisma Media, accompagne ses clients à chaque étape de leur réflexion médias. Avec une audience mensuelle de 39 millions* de lecteurs et un portefeuille diversifié de 37 marques, couvrant à la fois le secteur du luxe (Harper's Bazaar, Milk, Côté Maison...) et des domaines plus grand public (Femme Actuelle, Capital, GEO, Voici, Télé-Loisirs...), Prisma Media est leader de la presse magazine et des médias en ligne. En cultivant des marques médias désirables et en favorisant l'innovation, Prisma Media Solutions s'affirme comme un partenaire stratégique pour la croissance et le rayonnement des marques.

Contact : Adeline Desdoit, Directrice Hub Communication PM, adesdoit@prismamedia.com

[PRISMAMEDIASOLUTIONS.COM](https://prismamediasolutions.com)

