

Google souhaite imposer sa vision d'une transition vers un modèle publicitaire sans cookies tiers

Google a annoncé au mois de janvier 2020 qu'il interdirait le dépôt de cookies tiers par les régies publicitaires sur Chrome, son navigateur web, à l'horizon 2022. Depuis mars 2021, le géant du web teste son système de cohortes appelé à remplacer les cookies tiers pour les annonceurs. Cette décision unilatérale menace d'enfermer encore plus le marché publicitaire dans l'écosystème de Google. L'IAB a lancé une contre-offensive pour définir de nouveaux standards avec l'ensemble des acteurs de la publicité digitale.

Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?