

Guide d'entretien mémoire

Bonjour, je suis Ruth Valerie FOMI MEIGANG, étudiante en master 1 communication option stratégie et médias socio-numérique.

Je vous prie de m'accorder une partie de votre précieux temps pour un entretien qui portera sur la fin des cookies tiers sur les navigateurs web et les mesures prises par les acteurs de l'univers publicitaire en Belgique.

En effet, les résultats de cette recherche seront utilisés dans le cadre de mon mémoire de fin d'étude, et ne seront publiés que les éléments dont nous avons l'approbation de l'interviewé.

Ci-dessous vous trouverez les grands axes de notre entretien, nous tenons néanmoins à préciser que des questions supplémentaires pourront être posées tout au long de cet entretien.

Envoyer le mémoire à la fin

Question générale

1. La préparation en amont de la disparition des cookies tiers

- Comment appréhender vous la fin des cookies tiers sur les navigateurs ?
- Quel est l'impact de cette disparition dans le secteur de publicité digital, en Belgique en particulier ?
- Quels sont les nouveaux défis auxquels les acteurs de l'univers publicitaire devront faire face ?
- Quelle influence la fin des cookies tiers aura sur chacun des éléments suivants en matière de campagne publicitaire :
 - La planification,
 - Les audiences et sources de données,
 - L'inventaire et approvisionnement en médias,
 - L'activation des campagnes
 - L'analytique

2. Point de vue concernant les alternatives proposées par l'industrie publicitaire

- Que pensez-vous des alternatives proposées par l'industrie publicitaire
- Focus particulier sur :
 - L'universal ID
 - Les walled garden
 - Les sanbox
 - Les cleans rooms
- Quel sera l'impact sur l'utilisation des cookies first party ?

3. Connaitre leur apport aux mesures proposées afin d'être plus relevant.

- Que préconisez-vous afin d'être plus relevant sans les cookies tiers ?

Du côté des marques qui font des campagnes & des médias

- Quel est l'impact de la fin des cookies tiers sur les marques qui font elles-mêmes des campagnes ?
- Quelle place occupera désormais les data first party dans les campagnes des marques ?
- La fin des cookies tiers marque-t-elle un retour vers des publicités moins individualisées ?
- Quel est l'impact de cette disparition sur la performance des campagnes ?