



Positive Consent Experience



Coucou, c'est nous...
Les cookies !
Bienvenue !

Sur ce site web, vous pouvez contrôler si des cookies et des technologies similaires peuvent être utilisés par nous et nos partenaires. Vous pouvez également gérer le traitement de vos données personnelles. En fonction de vos choix spécifiques, nous et nos partenaires pouvons accéder, stocker et traiter des informations sur l'appareil et des données personnelles, telles que l'adresse IP, les données de navigation et de recherche, etc. Le traitement des données personnelles peut avoir diverses finalités, notamment l'intégration de contenus, de services externes et d'éléments provenant de tiers, l'analyse et la mesure statistiques, la publicité personnalisée et l'intégration des médias sociaux. Selon la fonction spécifique, les données peuvent être partagées avec jusqu'à 3 tiers et traitées par eux. Des informations sur vos droits et la base juridique de tout traitement vous seront communiquées avant que vous ne consentiez au traitement. N'oubliez pas que tout consentement est entièrement volontaire et qu'il n'est pas nécessaire pour utiliser notre site web. Vous pouvez révoquer ou modifier votre consentement à tout moment en utilisant le bouton "Voir la CMP" sur cette page et/ou en cliquant sur le bouton "Non merci".

Consultez notre politique de confidentialité.
Consultez notre déclaration sur les cookies

Finalités	VENDEURS
Stocker et/ou accéder à des informations sur un appareil	12
Sélectionner les publicités de base	7
Créer un profil publicitaire personnalisé	5

Consentement certifié par axeptio

[Non merci](#) [Laissez moi choisir](#) [J'accepte](#)



ÉTUDE DE CAS CLIENT

Octobre 2024

Sogemédia x Axeptio for Publishers

À propos de Sogémédia

Sogémédia est un groupe média, de presse hebdomadaire régionale (PHR), composé d'entreprises de presse locale et filiales qui éditent des journaux. Sogémédia compte une vingtaine de titres et journaux régionaux en ligne, notamment localisés dans les Hauts de France. Ces sites oscillent entre 3 et 5 millions de pages vues mensuelles, parmi les plus célèbres, on retrouve *L'Observateur*, *La Voix de l'Ain*, *La semaine des Pyrénées*.

Jimmy Hautecloche est chef de projet de l'agence web Cross Media Consulting et est missionné par Sogémédia pour assurer le rôle de Digital Manager. Jimmy Hautecloche participe au pilotage de la stratégie de transition digitale de Sogémédia; il gère les sujets transverses digitaux liés à l'intelligence artificielle. Jimmy travaille étroitement avec Franck Fyleysant, qui dirige la publicité digitale et gère la monétisation des sites chez Sogémédia.

Vous avez adopté la solution Axeptio début 2024. Pourquoi avoir changé de CMP et choisi Axeptio ?

Sogémédia avait un accord avec un autre groupe de Presse, donnant accès à une autre CMP du marché. À l'expiration de l'accord, les équipes de Sogémédia ont consulté plusieurs acteurs de solutions de gestion du consentement, avant d'arrêter leur choix sur Axeptio, car correspondant le plus à leurs besoins :

- le besoin d'un prestataire avec une solution simple à implémenter techniquement, et à utiliser ;
- une proximité et un besoin d'accompagnement par les équipes Axeptio, car Sogémédia est une PME avec une culture d'entreprise très spécifique ;
- un partenaire capable de soutenir un acteur local tel que Sogémédia grâce à un support dédié et prêt à investir du temps dans le succès de ses clients ;
- une entreprise française, dans une optique de souveraineté numérique ;
- la sécurité des données, via le tiers de confiance Axeptio ;
- des coûts d'intégration et un budget global raisonnables : grâce à une offre qui inclut le support, et sans surprises pour les fonctionnalités supplémentaires.

Comment s'est passée la migration d'une CMP à l'autre ?

Pour un éditeur média, passer d'une plateforme de CMP à une autre peut s'avérer périlleux, et impacter la monétisation. L'implémentation de la première CMP a bien souvent laissé de mauvais souvenirs aux éditeurs. La migration est donc souvent vue comme un obstacle majeur avec des enjeux importants, notamment sur la monétisation.

‘La migration d'une CMP à l'autre s'est passée en douceur, bien que rapidement, grâce à la réactivité des équipes Axeptio, sans impact négatif sur la monétisation des sites, notamment car la webperf est plus fluide avec l'utilisation de la nouvelle CMP.’

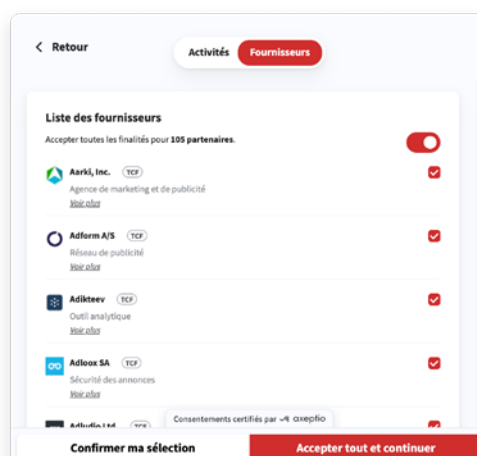
Franck Fyleysant - Responsable Développement Publicité digitale, du groupe Sogemédia.

Le Partenariat avec Axeptio for Publishers

La solution ‘**Axeptio for Publishers**’ lancée en janvier 2024, propose une CMP certifiée IAB TCF 2.2, dédiée aux éditeurs numériques, groupes médias (presse, radio, TV) acteurs du retail media ou à toute autre société dont le modèle économique repose sur la monétisation publicitaire.

L'intégration des CMP TCF a eu lieu sur 18 sites web de Sogemédia entre février et fin mars 2024.

Les CMP ont été personnalisées pour chacun des sites médias, dont voici un exemple avec *La Voix de l'Ain* :



‘La patte de la direction artistique d’Axeptio est très appréciée, avec des propositions graphiques de design très personnalisées qui nous ont séduit. L’adaptabilité de la bannière est un point fort’, explique Jimmy.



En cas de refus d'acceptation des cookies, un déploiement via la technologie Qiota propose une alternative pour les lecteurs souhaitant continuer la lecture; des encarts au sein des articles invitent les visiteurs à s'abonner.

‘Nous avons beaucoup apprécié aussi la facilité d'interfaçage avec Qiota, notre solution pour le paywall, sans devoir faire appel à des prestataires extérieurs ou des agences pour faire les interconnexions entre des prestataires, ce qui amplifierait le coût de chaque projet.’



Bien que la solution Axeptio for Publisher fonctionne bien pour Sogemédia, les équipes de Jimmy font encore un sous-usage de ses capacités.

Sogemédia, en tant que groupe média, a tout un projet sur la monétisation d'audience publicitaire et souhaite atteindre le plus haut taux de consentement. À terme, Sogemédia souhaite faire des A/B tests pour utiliser pleinement les possibilités de la plateforme, notamment sur les messages des bandeaux

de consentement, avec des scénarios d'affichage et de réaffichage de la bannière de consentement, en fonction du parcours de l'utilisateur.

En effet, il est possible de proposer des choses innovantes sur les bandeaux de cookie, pour tester l'impact sur le taux de consentement et d'opt-in des lecteurs. Ainsi, des discussions avec les équipes ont lieu pour proposer des messages basés sur l'humour, à l'instar du *Bonhomme Picard*, et de ses messages humoristiques qui séduisent déjà les audiences.



Le partenariat Sogemédia-Axeptio prévoit aussi, sur les invendus de Sogemédia, un affichage publicitaire pour faire découvrir la solution B2C d'Axeptio, appelée Taste. Taste est une extension chrome qui remplace les bandeaux de cookies; elle consent pour le compte du lecteur et en une seule fois. Le respect de la vie privée de l'utilisateur est ainsi garanti grâce à un consentement granulaire automatisé.



Les résultats

Sogemédia a ressenti tout de suite des résultats, notamment une hausse de 25 points du taux d'opt-in sur le trafic des sites freemium, c'est-à-dire sur les pages vues, ce qui impacte la monétisation. Les sites freemium ont été lancés il y a 6 mois, ils s'inscrivent certes dans le cadre d'une politique et d'une stratégie plus générale, mais l'intégration de la CMP Axeptio a joué un rôle dans la conversion des nouveaux abonnés.

En comparant les chiffres sur les pages vues des sites du groupe Sogemédia avant les intégrations de la CMP Axeptio, versus une fois la migration terminée et effective - soit à partir du 1er avril 2024 -, on observe :

- une augmentation en moyenne de 30 points du taux d'interaction des lecteurs sur les bannières
- une augmentation en moyenne de 27 points sur le taux d'opt-in (moyenne des 18 sites)
- que ce niveau s'est maintenu et reste stable sur tout le 2^{ème} trimestre 2024.