COMMUNIQUE DE PRESSE

Amazon Publisher Services lance Transparent Ad Marketplace en Europe

Cette solution permet aux éditeurs d'accroitre leurs revenus publicitaires via une place de marché au sein de laquelle tous les enchérisseurs sont en concurrence de façon égale et au même moment.

Transparent Ad Marketplace permet également d'améliorer l'expérience utilisateur grâce à des temps de chargement de pages plus rapides.

Luxembourg, 11 Janvier 2018 – Amazon annonce aujourd'hui le lancement de Transparent Ad Marketplace d'Amazon Publisher Services (APS) en France, Allemagne, Espagne, Italie, et au Royaume-Uni, offrant aux propriétaires de contenus numériques et développeurs d'applications une solution de *header bidding server-side* hébergée dans le cloud Amazon. Cette solution leur permet d'accroitre leurs revenus publicitaires tout en améliorant l'expérience utilisateur grâce à des temps de chargement de pages plus rapides. Transparent Ad Marketplace permet une meilleure monétisation des emplacements publicitaires via une place de marché au sein de laquelle tous les enchérisseurs sont en concurrence de façon égale et au même moment, permettant à l'enchère la plus haute de gagner systématiquement.

Transparent Ad Marketplace concentre toute l'activité *header bidding* dans un appel publicitaire unique. L'enchère et la sélection des publicités étant réalisées dans le cloud, les éditeurs n'ont besoin que d'une seule intégration avec Transparent Ad Marketplace. Après cela, ils peuvent accéder rapidement à des SSPs (Sales Side Platform) additionnelles, sans modification du code ou de leur serveur publicitaire. Transparent Ad Marketplace élimine la charge opérationnelle, tout en créant plus de compétition entre les SSPs.

« Quand nous avons lancé notre solution de *header bidding* il y a plusieurs années, nous sommes rapidement arrivés à la conclusion que le transfert des appels publicitaires dans le cloud représentait un réel bénéfice pour les éditeurs, les annonceurs, et les internautes ; en permettant notamment aux éditeurs d'avoir de la visibilité sur la personne qui place ou gagne l'enchère, et la façon dont elle y parvient », souligne Matt Battles, Vice President, Amazon Advertising Technology. « Nous avons conçu Amazon Publisher Services et Transparent Ad Marketplace sur ces principes de transparence, de simplicité opérationnelle, et d'amélioration de l'expérience utilisateur ; et notre objectif reste le même pour cette phase d'expansion européenne ».

« Avec l'intégration de Transparent Ad Marketplace, nous avons constaté une croissance significative de nos revenus aux États-Unis tout en réduisant sensiblement les temps de chargement, » ajoute Charlie Brookes, Directeur du Revenu, Bauer UK Media. « Nous avons hâte d'augmenter également la demande pour nos actifs au Royaume-Uni ».

En décembre 2016 Amazon Publisher Services a lancé aux Etats-Unis une nouvelle version de la solution de header bidding qu'Amazon fournit depuis plus de quatre ans sur l'environnement web, mobile et vidéo. Transparent Ad Marketplace fournit aux éditeurs :

- **Une marketplace impartiale :** Les éditeurs peuvent activer plusieurs sources de demande par le biais de Transparent Ad Marketplace, y compris Amazon. Toutes les sources sont en compétition sur chaque impression sur un modèle de première mise aux enchères ; l'enchère la plus élevée étant toujours gagnante.
- **Transparence de l'enchère :** Editeurs et SSPs peuvent accéder à un outil de reporting leur permettant de s'assurer qu'ils obtiennent les meilleurs taux pour leur inventaire. Les rapports incluent les données tels que les revenus, le eCPM (CPM effectif), le taux d'enchère (bid rate), le taux de succès (win rate), le taux de réponse (timeout rate) ; et ce pour chaque SSP.
- **Diminution de la latence** : Les visiteurs du site web et les utilisateurs de l'application verront le contenu de la page charger plus rapidement car toute l'activité de header bidding est consolidée dans un seul appel publicitaire quand le nombre moyen est de 10 ou plus sur une configuration client side.
- **Une intégration simple :** Avec Amazon Publisher Services, les éditeurs font une seule et unique intégration. Une fois implémentées, les SSPs peuvent être activées le jour même sans aucune intervention technique supplémentaire.
- **Demande illimitée** : Les éditeurs peuvent activer sans contrainte et sans frais supplémentaire de nouvelles SSPs via leur intégration Amazon existante.
- **Transparence des frais :** Amazon Publisher Services ne facture pas les éditeurs avec un partage de revenus ou de frais mensuels. Les SSPs payent $0.01 CPM par impression effective.

Pour en savoir plus sur Amazon Publisher Services et Transparent Ad Marketplace, visitez https://aps.amazon.com/aps/fr.

A propos d'Amazon

Amazon est guidée par quatre principes : l'obsession client plutôt que l'attention portée à la concurrence, la passion pour l'invention, l'engagement en faveur de l'excellence opérationnelle et la réflexion à long terme. Les commentaires en ligne, la commande en 1-Click, les recommandations personnalisées, le programme Amazon Prime, Expédié par Amazon, AWS, Kindle Direct Publishing, Kindle, les tablettes Fire, Fire TV, Amazon Echo et Alexa comptent parmi les produits et services initiés par Amazon.