

# Infographie: Se préparer à un monde sans *third-party cookies*

MONTRÉAL, le 19 octobre 2020 / - La fin des *third-party cookies* sera pour le début de 2022. District M a lancé [une infographie](#) qui explore comment se préparer pour un monde sans *cookies*, qui devrait avoir un impact sur tout l'écosystème de la publicité programmatique: les utilisateurs, les annonceurs et les éditeurs.

Le *browser cookie* a vu le jour en 1994. Jusqu'à récemment, les préoccupations en rapport avec la confidentialité en ligne ne faisaient pas parties des priorités. Aujourd'hui, par contre, les lois et règles en matière de confidentialité ne se font pas rares, et ce, partout dans le monde.

## Qui subira les effets de la suppression du *third-party cookie*?

Tous les joueurs, sans aucun doute, en ressentiront les répercussions, mais à différents niveaux. Nous savons qu'un écosystème Web en santé dépend de 3 dimensions: les utilisateurs, les annonceurs et les éditeurs.

Tout au long de nos recherches, nous avons identifié 3 sources de préoccupations :

- Comment le ciblage d'audience fonctionnera-t-il dans un monde sans cookie, et surtout, sera-t-il efficace?
- Quelles seront les conséquences possibles sur les Walled Gardens tels que Facebook et Google?
- Comment allons-nous maintenir une démocratie dans un univers Web complètement ouvert?

## Parlons des solutions

Ces questions sont le reflet des préoccupations partout dans l'industrie, peu importe votre rôle dans l'écosystème. Plusieurs solutions sont envisagées pour contrer les effets de ces changements. En fait, les solutions telles que les *first-party cookies*, le ID Universel, et *Privacy by Design* sont actuellement à la recherche d'alternatives pour remplacer les *third-party cookies*. Pour en savoir plus, [consultez l'infographie](#).

Chez district m, nous sommes en train de mettre sur pied une suite d'outils pour aborder l'adressabilité dans un monde sans cookie. Nous sommes là pour assister les annonceurs et éditeurs de l'industrie, et s'associer avec eux pour se préparer aux grands changements à venir. N'hésitez pas à nous contacter pour en savoir plus.

Cliquez ici pour visualiser « [Infographie: se préparer à un monde sans third-party cookies](#) ».

## About District M

District M has created, here in Canada, a transparent and flexible programmatic ecosystem for advertisers and publishers. The company has risen to the top 10 ad exchanges in the world. Since its inception in Montreal in 2013, District M has grown exponentially, evident in the growth of its revenues, its workforce, as well as its expansion in opening offices in Toronto and New York. Since 2016, after two rounds of funding, District M has raised \$20 million from two major investors - the Fonds de solidarité (FSTQ) and Investissement Quebec (IQ). In addition to its many investments to grow the company, District M has accumulated various prizes and recognitions and ranks favorably in prestigious awards such as the *EY Entrepreneur of the Year Award*, *Technology Fast 50 Canada* and *Fast 500 North America* from Deloitte, the *Top 500 Growing Companies of the Globe and Mail*, and *Canada's Top 100 Employers of MediaCorp Canada*.

To learn more about District M visit <https://www.districtm.net/>.

To download the logos and consult our style guide [click here](#).

For more detailed information, contact:

Benoit Skinazi, Co-Founder, SVP Sales & Marketing

ben@districtm.net – (514) 559-4464