



## Réinventer la mesure en programmation dans un contexte cookieless grâce à la data science

\*\*\*



Entreprise : Numberly

Période : **2023 - 2024**

Tuteur entreprise : Manon Couronne

Lieu : 28 rue de Châteaudun, Paris 9e

\*\*\*

### Nom de l'entreprise/entité

Numberly met la technologie au service des marques et est au cœur de la croissance des entreprises et de l'aspiration des consommateurs pour un marketing plus responsable et plus pertinent : nous aidons nos clients à mieux comprendre leurs consommateurs en mettant en place des systèmes pour collecter, analyser et activer la donnée.

Pour cela, nous sommes plus de 500 talents répartis en équipes autonomes. Nous aspirons à ce que chacun puisse développer une influence positive, être proactif, et remettre en question nos choix techniques ou organisationnels.

### Descriptif du projet

En 2020, Google annonce la fin des cookies tiers dans Chrome à horizon 2022 (horizon qui sera par la suite prolongé à 2024). Cette annonce fait suite à de nombreuses initiatives à la fois réglementaires et de la part d'autres acteurs de la Tech autour des cookies (réglementations CNIL, Apple via ITP v2, Firefox, etc ...) et signe la fin proche des technologies de tracking tiers. Le cookie tiers est la technologie sur laquelle se base la majorité de l'écosystème de la publicité digitale et programmation aujourd'hui, à la fois pour le ciblage d'audience mais également sur la mesure de performance. Trois ans après cette première annonce, le marché a évolué mais pas aussi vite qu'on aurait pu le souhaiter : alors que de nombreuses solutions ont vu le jour sur la partie ciblage, très peu émergent sur la partie mesure.

Il existe de nombreuses pistes pour continuer à mesurer les performances d'une campagne publicitaire : attribution au clic, système de panel, nouveaux identifiants, cohortes de la privacy sandbox... cependant chacune



de ces solutions présente une différence flagrante avec le système actuel : il ne sera très probablement plus possible d'avoir une mesure déterministe et quasi-exhaustive de la performance.

Ce projet s'inscrit à la fois dans un enjeu majeur pour l'open web et dans une initiative stratégique de Numberly : réinventer les outils de mesure de performance de la publicité digitale dans un monde sans cookies tiers.

### Méthodologie envisagée

Rôle spécifique sur la partie mesure :

- benchmark des solutions existantes,
- tests sur des campagnes programmatiques réelles,
- modélisation d'extrapolations à partir de la donnée parcellaire des nouvelles solutions,
- amélioration et création de modèles en data science
- Participation active aux task-forces cookieless (équipe projet dédiée à la disparition des cookies tiers au sein de Numberly) et Expérimentation et Mesure.

### Profil recherché

Le projet est proposé pour un étudiant ingénieur avec de bonnes compétences en data science (des bases en Python, SQL, Spark sont un plus).

Le poste est disponible à partir d'avril 2023.

### Informations complémentaires

- Chez Numberly, nous partageons une passion pour la [transmission](#) (talks, formations), un **onboarding** rapide et puissant. Par ailleurs, nous cultivons la **liberté de parole** qui permet à tous de participer au développement du groupe.
- Nous agissons positivement sur notre écosystème par exemple au travers de [1000mercis impacts](#). Numberly est aussi acteur de la diversité et **est Gender Equal by design**.
- Numberly est un **environnement international** avec plus de 30 nationalités dans nos équipes.

- Possibilité d'être en **remote** jusqu'à 50% de votre temps et carte titres-restaurants.

**Alumnis PIC à Numberly :**

Si vous souhaitez obtenir plus d'informations, voici le contact de deux anciens étudiants du Master PIC :

- Astrid De Miol-Flavard (Promo 2019-2020)  
[Linkedin](#) / [astrid.demiol-flavard@numberly.com](mailto:astrid.demiol-flavard@numberly.com)
- Gabriel Zibi-Meyer (Promo 2021-2022)  
[Linkedin](#) / [gabriel.zibi-meyer@numberly.com](mailto:gabriel.zibi-meyer@numberly.com)