



Le 28 Septembre 2020

"Le marché doit passer aux normes 4.1 et 4.2 de VAST pour la publicité vidéo"

Afin d'aider le marché à mieux appréhender les formats vidéo, le CESP et le Comité Technique des mesureurs, composé des principaux acteurs de l'adverification, encouragent l'adoption des versions 4.1 et 4.2 de la norme VAST plutôt que VPAID pour la diffusion des publicités vidéo.

La publicité vidéo représente plus de 42% des investissements médias numériques display, selon le dernier baromètre de l'observatoire de l'e-pub publié sur le premier semestre 2020. Toutefois, faute de mesurer l'exhaustivité des inventaires, le retour sur investissement reste trop partiellement évalué.

Pendant longtemps, des contraintes techniques limitaient la mesure de la vidéo. D'une part parce que certains formats requéraient une implémentation qui n'était pas gérée par l'ensemble des players vidéo. D'autre part parce que la gestion de la lecture vidéo, où le player doit pouvoir exécuter un javascript pour le mesureur, nécessitait l'usage d'un standard rich media (VPAID, pour Video Player Ad-serving Interface Definition). Cela pouvait nuire à l'expérience utilisateur, en créant notamment des problèmes de latence ou le non-affichage du contenu vidéo.

Des avancées techniques rendent le VAST plus sûr

Depuis 2008, l'IAB œuvre à développer des protocoles standards pour définir un cadre de communication, avec un langage commun, entre le player et l'adserver, et ainsi favoriser l'évaluation des campagnes publicitaires digitales. Les premières normes VAST (pour Video Ad-serving template) ne permettaient pas d'aller jusqu'au bout de la démarche et jusqu'en 2018, le protocole VPAID était alors une condition nécessaire pour la mesure de la visibilité. Ce protocole, initialement créé pour enrichir les créations vidéo en donnant la main à l'annonceur et en améliorant l'expérience utilisateur, introduisait une perte notable du contrôle de l'expérience utilisateur du côté des éditeurs.

Depuis 2018, les deux nouvelles normes de l'IAB, VAST 4.1 et VAST 4.2, associées à la mise sur le marché du standard OM SDK (Open Measurement SDK), permettent de pallier la majorité des contraintes de mesure. Avec la norme VAST 4.1, il est possible de prendre en charge l'adverification dans une architecture non VPAID, et les modifications nécessaires pour travailler avec l'OM SDK pour la mesure de l'environnement in-app. ont été incluses.

En juin 2019, la norme VAST 4.2 marque la levée de l'ensemble des contraintes, à l'exception de la mesure de la visibilité pour les environnements web vidéo, qui reste dépendante de VPAID tant que l'IAB ne met pas sur le marché la version de OM SDK pour web.

Le dernier protocole VAST 4.2 prend en charge SIMID (Secure Interactive Media Interface Definition) et annonce la fin du VPAID qui pouvait d'ailleurs être à l'origine de problèmes de latence



dans le chargement des contenus vidéo. La spécification SIMID présente l'avantage d'être compatible avec toutes les plateformes (web, mobile, OTT) et supporte l'insertion de publicités server-side Elle permet d'améliorer l'interaction avec l'utilisateur en donnant aux éditeurs le contrôle des playbacks.

Un investissement nécessaire et rentable pour les éditeurs

Des mises à jour au niveau des players sont nécessaires pour accéder aux nouvelles fonctionnalités offertes par ces dernières versions 4 de VAST, ce qui peut être perçu comme complexe et chronophage par les éditeurs. Pourtant, ces versions présentent un double avantage. Premièrement, la mesure et l'évaluation des risques ont été renforcées en créant un espace désigné pour insérer les Measurement APIs.

Deuxièmement, le VAST 4.2 représente un avantage pour l'ensemble des acteurs. Aux éditeurs, il permet de suivre la visibilité de leur inventaire avec n'importe quels mesureurs. Aux annonceurs et leurs agences, il offre la possibilité de mieux gérer le contexte de diffusion des campagnes. En particulier dans le contexte du lancement de la publicité TV segmentée en France, il favorisera la gestion du Server Side Ad Insertion (SSAI) lorsque les contenus publicitaires seront ajoutés au contenu vidéo via un serveur au lieu d'un browser, et permettra de gérer l'insertion ou le remplacement d'un spot publicitaire au sein d'un écran TV.

Aujourd'hui, l'ensemble des normes IAB coexistent et les normes VAST 4.1 et VAST 4.2 restent encore marginalement utilisées par le marché alors qu'elles répondent mieux à l'écosystème actuel et sont une opportunité pour couvrir les nouveaux enjeux de mesure en étant compatibles avec l'évolution du marché et l'apparition des nouveaux formats multidevices (in-app, format enrichi mobile, TV connectée...).

Le CESP et les membres du Comité Technique Mesureurs encouragent donc vivement les éditeurs à adopter les versions 4.1 et 4.2 de VAST.

ENCADRÉ

Cette tribune a été rédigée par : Romain Bellion, Guillaume Naigeon (Adloox), Dany Péria (CESP), David Mayaux et Arnaud Vigneau (DoubleVerify), Clement Bascoulergue et Mathieu Scott de Martinville (Integral Ad Science), Mohamed Chilla et Mohamed Laouissi (Meetrics), Josh Gilbert, Olivier Le Bon et Ghislain Lefebvre (MOAT / Oracle Grapeshot) et Eric Clémenceau (White Op).