

Découvrez ce que votre communauté peut faire pour votre site

Entraide

Insights

Contenu SEO

En savoir plus

[Média](#) > [Publicité](#)

Les robots créatifs rêvent-ils de Lions ?

JDN CB News pour le JDN (La Rédaction) Mis à jour le 09/11/15 16:18

[Twitter](#)
[LinkedIn](#)
[Facebook](#)
[Email](#)



Jean-Marc Pericone, fondateur et président de Sublime Skinz, a créé un système d'automatisation des habillages quel que soit le format. Sans exclure la créativité ?

Des robots créatifs, des directeurs artistiques automatiques, ou des algorithmes de concepteur-rédacteur à la place des humains dans les agences ? Au rythme de développement du programmatic, on peut s'inquiéter de cet avenir incertain. Nous n'en sommes pas là, mais il est vrai que la technologie commence à sortir du strict domaine de l'achat média.

Une automatisation qui n'exclut pas la qualité créa

Ainsi Sublime Skinz, une start-up créée il y a trois ans propose-t-elle de diffuser des habillages sur tous les formats en les adaptant automatiquement à la spécificité des sites des navigateurs et des écrans. Une automatisation qui n'exclut pas la qualité, au contraire. "Nous sommes les JCDecaux de l'habillage. Nous préférons un habillage de page bien fait, non intrusif, correspondant à la navigation de l'internaute, à la multiplication des bannières et interstitiels", explique Jean-Marc Pericone, fondateur et président de Sublime Skinz.

Le système, qui gère toutes les formes de créations, de l'image fixe à la vidéo, est paramétrable sous toutes ses formes, lui donnant ainsi une grande souplesse d'utilisation. Tellement souple qu'une autre start-up, Adventori, peut contextualiser les créations mises en lignes par Sublime Skinz. "Nous faisons des campagnes data-driven", résume Carole Ellouk, directrice marketing d'Adventori.

Créée en 2009, cette société était spécialisée dans le web to store avant de se tourner il y a trois ans sur une technologie capable de personnaliser des annonces en fonctions de datas. "Il peut aussi bien s'agir de données

open source comme la météo, ou la date, que de géolocalisation ou de datas annonceurs ou support", poursuit Carole Ellouk. Ainsi, un distributeur va faire évoluer ses promotions selon les lieux de ventes, l'état des stocks de ses magasins, la météo ou l'historique de navigation de l'internaute.

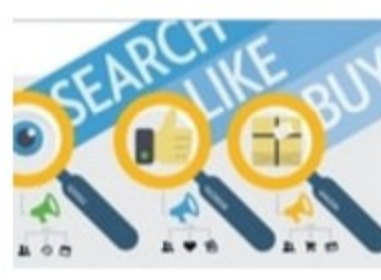
Autant de techniques qui, bien utilisées, permettent de répondre à la fameuse problématique du bon message à la bonne personne, au bon endroit et au bon moment. Autrement dit, le talisman contre les adblockers... Encore faut-il que la créativité soit au rendez-vous. "La technologie bouleverse la manière dont on conçoit la créativité, mais elle ne la détruit pas", estime Yan Claeysen, directeur général de Publicis ETO.

L'humain reste au coeur du processus

Tout dépend bien sûr ce que l'on entend par créativité. "La data permet la contextualisation, la personnalisation, l'interaction... Aux créatifs de s'en emparer", poursuit Yan Claeysen. Ce qui après tout n'est qu'un retour aux sources de la (bonne) publicité qui commence par un planning stratégique de qualité permettant d'identifier les insights consommateurs. La data ajoute de la profondeur à ce travail profondément humain. Et si les algorithmes de Sublime Skinz et d'Adventori augmentent et améliorent la pertinence des interventions publicitaires, il faudra toujours l'imagination et l'inventivité humaine pour démarrer le processus... Et obtenir ce fameux "effet Wahoo" qui rend une publicité acceptable et se révèle la seule arme efficace contre les adblockers.

Article de **Frédéric Roy**, CB News

Les autres articles de notre dossier spécial avec CB News :



Facebook, Google ou Amazon : qui sera le roi de la data ?

Ils sont trois américains. Trois géants qui s'activent, plus ou moins discrètement, pour proposer la meilleure qualité de data possible aux annonceurs et aux agences du monde entier.



Le retour du private deal : bonne ID ?

Dernière mode dans le programmatic, les deal ID, en augmentation dans les échanges commerciaux. Si ces marchés promettent monts et merveilles aux annonceurs et aux éditeurs. La réalité est plus nuancée, et les avis partagés.



Payer juste pour ce qui est vu ?

Les outils de mesure de la visibilité et des audiences permettent aujourd'hui aux annonceurs de savoir ce qu'ils achètent. De quoi changer bientôt les modalités d'achat des campagnes médias ?

[Twitter](#)
[LinkedIn](#)
[Facebook](#)
[Email](#)

NEWSLETTERS Vous aimez nos articles ? Recevez-les en premier ! Entrez votre email

Réseaux sociaux : atelier découverte
 Un atelier pratique pour comprendre le fonctionnement, maîtriser le vocabulaire et prendre en main les principaux réseaux sociaux. Une formation CCM Benchmark, animée par **Jérôme Gabelout**.
[Programme et inscription](#)

NOUS VOUS RECOMMANDONS

Forfait Orange 4G tout illimité* pour pros dès 19,99€/HT/mois !
[Voir conditions](#)
Nhésitez plus !

Nissan PULSAR : le confort pour toute la famille avec la TVA offerte.
Une compacte familiale

La vie en rose: Top des pièces tendances à shopper avec la couleur de l'année!
MaFringue.com

Testez la Carte AIR FRANCE KLM - AMEX GOLD sans changer de banque!
6 000 Miles OFFERTS

Bientôt les vacances! C'est le moment de réserver votre séjour au meilleur prix.
Economisez jusqu'à -30%

CANAL+, CANAL+Sport, beIN SPORTS, Eurosport.. à 29€90/mois pendant 2 ans !
Vente Flash CANAL

CRÉATIVITÉ / RTB

Les robots créatifs rêvent-ils de Lions ?

Le chien le plus cher du monde
 CES 2017 : Blue Frog Robotics veut vendre 70 000 robots Buddy en deux ans
 Plus value immobilière 2017 : calcul et imposition
 Les robots sont là... et ça devrait vous inquiéter
 25 métiers remplacés par des robots - Métiers remplacés par des robots

Voir aussi : [Créativité](#) | [RTB](#) | [Publicité programmatic](#)

75€ de crédit publicité*

Avec Google soyez présent quand vos clients vous cherchent.

Google AdWords

Vols vers Biarritz

airfrance.fr

Boite compartimentée, 32 Compartiments,...

Boite compartimentée, 32 Compartiments, Boiserie Noir / Transparent, 57mm x...

firs-online.com

Annuaire et services	
Agences média	Budget des villes
Chiffres-clé de l'internet	Dictionnaire comptable
Dictionnaire économique	Dictionnaire marketing
Fiches métiers	Formations
Impôts	Indicateurs
Métiers du Web	Prestataires
Reprise d'entreprise	Réseau professionnel
Salaires	Salaires des patrons
SEO indépendants	Sociétés
Test ADSL	Test de compétences
Villes de France	Voeux professionnels

Whogotfunded	
Toutes les dernières levées de fonds	
Jollyclick	€ 200,000
Qapa Sa	€ 11,000,000
Omnes Capital	\$ 224,000,000
Smart Traffik	€ 3,500,000
Easy Mile	€ 14,000,000
Y Border	€ 700,000
Citizen Capital II	€ 43,000,000
Pulpix	\$ 850,000
Compufirst	€ 1,600,000

Un service de [Digimind](#)

Formation	
Digital In-store & objets connectés In-store Mobile, Tablette	<input type="button" value=">"/>
Techniques avancées de webmarketing pour l'e-commerce Marketing	<input type="button" value=">"/>
Tirer profit de la data pour ses actions digitales Communication	<input type="button" value=">"/>
Maîtriser et communiquer avec twitter Réseaux sociaux	<input type="button" value=">"/>
Réussir sa prise de parole en public Communication	<input type="button" value=">"/>
CrM et big data : la révolution des données non nominatives Marketing	<input type="button" value=">"/>
Implémenter le module e-commerce de google analytics Ergonomie, Sites Web	<input type="button" value=">"/>
Intégrer une direction digitale Ergonomie, Sites Web	<input type="button" value=">"/>

Repères	
Chômage	Classement PIB
Dettes publiques	PIB France
Salaires moyens	Assurance-vie
Impôt sur le revenu	LDD
LEP	Livret A
Plus-value immobilière	Prix immobilier
iPhone 8	Windows 10
Classement Forbes	Dates soldes
Homme le plus riche	Prix du cuivre
Prime d'activité	RSA
Smic	Heures supplémentaires