

Saisine d'office de l'Autorité de la concurrence relative à l'exploitation de données dans le secteur de la publicité sur internet

QUESTIONNAIRE A DESTINATION DES ANNONCEURS

Le 23 mai 2016, l'Autorité de la concurrence a décidé de se saisir d'office pour avis afin d'évaluer la situation concurrentielle du secteur de la publicité sur Internet et l'importance de l'exploitation des données.

Afin d'instruire cet avis, nous vous demandons de bien vouloir répondre au questionnaire suivant dans un délai de 6 semaines à compter de l'envoi du questionnaire. A cet égard, il est rappelé que :

- « *Est puni d'un emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000 euros le fait pour quiconque de s'opposer, de quelque façon que ce soit, à l'exercice des fonctions dont les agents mentionnés à l'article L. 450-1 sont chargés en application du présent livre* » (article L. 450-8 du code de commerce)
- « *Lorsqu'une entreprise a fait obstruction à l'investigation ou à l'instruction, notamment en fournissant des renseignements incomplets ou inexacts, ou en communiquant des pièces incomplètes ou dénaturées, l'Autorité peut, à la demande du rapporteur général, et après avoir entendu l'entreprise en cause et le commissaire du Gouvernement, décider de lui infliger une sanction pécuniaire. Le montant maximum de cette dernière ne peut excéder 1 % du montant du chiffre d'affaires mondial hors taxes le plus élevé réalisé au cours d'un des exercices clos depuis l'exercice précédant celui au cours duquel les pratiques ont été mises en œuvre* » (article L.464-2-V alinéa 2 du code de commerce)

Vous pouvez répondre à plusieurs questions de manière groupée et vous avez la possibilité de répondre en anglais.

Vous pouvez communiquer, le cas échéant, les documents utiles susceptibles de venir étayer et conforter vos affirmations. Si vous ne pouvez pas répondre précisément à certaines questions, nous vous prions de bien vouloir donner une réponse approchée ou un ordre de grandeur. Dans ce cas, précisez toutefois qu'il s'agit d'une approximation.

Des éléments de votre réponse pourront être utilisés dans la consultation publique qui sera lancée par l'Autorité de la concurrence début 2017. A cet égard, vous êtes invités à préciser les éléments que vous considérez comme confidentiels dans votre réponse, étant entendu que vos prises de position pourront être mentionnées dans le document de consultation publique en étant reproduites de manière anonyme.

Afin de préparer votre réponse vous pouvez contacter les rapporteurs en charge de l'enquête :

- mathieu.guennec@autoritedelaconcurrence.fr
- clemence.hardy@autoritedelaconcurrence.fr
- par téléphone : 01 55 04 01 31 et 01 55 04 01 62

A. VOTRE SOCIETE

1. Veuillez fournir le nom de votre société, les adresses des sites internet de votre société, ainsi que l'identité et les coordonnées (mail et téléphones) des personnes qui ont répondu à ce questionnaire.
2. Veuillez fournir depuis 2013 :
 - le montant de vos dépenses en communication ;
 - le montant de vos dépenses de publicité sur internet, en distinguant la publicité liée aux recherches (search) et les autres formes de publicité sur internet (non search) ;
 - le montant de vos dépenses de publicité sur internet utilisant des modes d'achat programmatique (à l'exception de la publicité liée aux recherches).

B. DONNEES ET PUBLICITE

3. Veuillez présenter les différents objectifs de votre politique de communication sur internet ainsi que les différents produits publicitaires que vous utilisez pour atteindre ces objectifs.
4. Veuillez présenter votre appréciation de l'efficacité des campagnes de publicité sur internet, en distinguant, le cas échéant, les différentes formes de publicité.

1. COLLECTE ET EXPLOITATION DE DONNEES

5. Veuillez présenter votre analyse de l'importance de l'exploitation de données dans le secteur de la publicité sur internet et dans le déroulement de vos campagnes.
6. Veuillez présenter les données que vous exploitez dans le cadre de vos campagnes de publicité sur internet.
7. Veuillez présenter les modes de collecte des données que vous utilisez (ex : acquisition auprès de fournisseurs de données, fourniture de données volontaire par vos clients, utilisation de technologies de collecte...).
8. Veuillez présenter les limitations éventuelles (technologiques, contractuelles, réglementaires...) auxquelles vous êtes confrontés en matière de collecte et d'exploitation de données, ainsi que leurs effets éventuels sur les performances de vos campagnes.
9. Veuillez préciser si les sources de données tierces auxquelles vous avez accès vous semblent satisfaisantes en termes de diversité, de volume et de qualité. Le cas échéant, veuillez préciser quelles améliorations seraient nécessaires.
10. Veuillez indiquer s'il existe des données ou des ensembles de données qui ne peuvent être collectées et exploitées que par certains acteurs, et veuillez préciser le cas échéant leur importance pour la qualité des services et du ciblage, et dans le développement de la concurrence.



11. Veuillez indiquer si vous avez déjà fait face à un refus d'accès à des données par certaines entreprises. Si tel est le cas, veuillez détailler la situation.
12. Veuillez indiquer si vous considérez disposer d'un contrôle satisfaisant de vos données dans le cadre du déroulement des campagnes publicitaires. Le cas échéant, veuillez décrire les difficultés que vous avez rencontrées ainsi que les solutions (technologiques, contractuelles...) qui permettraient de garantir une meilleure maîtrise de vos données.
13. Veuillez indiquer si, dans le cadre de vos campagnes publicitaires, vous êtes soumis à des restrictions relatives à l'exploitation de données qui seraient imposées par une ou plusieurs entreprises tierces. Dans l'affirmative, veuillez décrire ces situations.
14. Veuillez présenter votre analyse de l'importance de l'exploitation de données dans le développement du secteur de la publicité sur internet, et en particulier dans l'animation de la concurrence. A cet égard, veuillez présenter votre analyse de l'importance respective :
 - de la capacité à collecter et exploiter de grands volumes de données ainsi que des données variées ;
 - des algorithmes et des infrastructures informatiques permettant l'exploitation de données ;
 - de certaines technologies utilisées dans la publicité programmatique (ex : header bidding, dynamic allocation) ;
 - de l'accès aux inventaires publicitaires de certains sites ou plateformes populaires.

2. PUBLICITE LIEE AUX RECHERCHES

15. Veuillez présenter la place de la publicité liée aux recherches sur les moteurs de recherches généralistes (liens sponsorisés) dans votre politique de communication, en apportant notamment des éléments de comparaison avec les autres formes de publicité sur internet.
16. Veuillez présenter les liens, les interactions et les synergies entre la publicité liée aux recherches et les autres formes de publicité sur internet s'agissant de la définition et de la mise en œuvre des campagnes de publicité sur internet. Veuillez expliquer dans quelle mesure les données liées à vos campagnes de liens sponsorisés sont utilisées pour vos campagnes concernant d'autres formes de publicité sur internet.

3. PUBLICITE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

17. Veuillez présenter l'importance de la publicité sur les réseaux sociaux dans votre politique de communication. Veuillez indiquer la part de la publicité sur les réseaux sociaux dans votre budget de publicité sur internet.
18. Veuillez présenter les différents réseaux sociaux sur lesquels vos annonces sont diffusées, ainsi que leurs spécificités et leur importance respective.

19. Veuillez présenter les spécificités éventuelles (objectifs, fonctionnalités, tarifs, retour sur investissement...) de la publicité sur les réseaux sociaux par rapport aux autres formes de publicité sur internet.

4. PUBLICITE PROGRAMMATIQUE

20. Veuillez présenter les produits publicitaires que vous utilisez dans le cadre des achats programmatiques.
21. Veuillez présenter l'importance de la publicité programmatique (hors search) dans votre politique de communication sur internet ainsi que votre appréciation de l'efficacité des modes de transactions programmatiques.
22. Veuillez présenter les modes de transactions programmatiques que vous utilisez (RTB, Deal ID, PMP...) ainsi que les avantages, les inconvénients et les objectifs liés à chaque mode.
23. Veuillez présenter votre appréciation des différences entre les modes de transactions programmatiques et les autres modes de transaction publicitaires sur internet.

5. PUBLICITE CIBLEE

24. Veuillez présenter l'importance, le rôle, les avantages et les limites des différentes formes de ciblage publicitaire (ciblage contextuel, ciblage sociodémographique, ciblage temporel, ciblage par action/retargeting, ciblage géographique, ciblage comportemental) dans votre politique de communication.
25. Parmi les différentes offres disponibles sur le marché, veuillez indiquer quels sont les acteurs qui proposent aux annonceurs les options de ciblage les plus efficaces.
26. Veuillez présenter les limitations auxquelles vous êtes confrontés en matière de ciblage des publicités sur internet.

6. AD BLOCKERS

27. Veuillez présenter votre appréciation de l'importance des Ad Blockers dans le développement du secteur de la publicité sur internet et de la concurrence entre les acteurs.
28. Veuillez présenter les effets du développement des Ad Blockers sur les performances de vos campagnes ainsi que les actions éventuelles que vous avez entrepris dans le cadre du développement des bloqueurs de publicité.
29. Veuillez le cas échéant présenter les accords que vous avez conclus avec des éditeurs de logiciels de blocage de publicités.



7. MESURE D'AUDIENCE

30. Veuillez présenter votre appréciation générale des mesures d'audience sur internet. Celle-ci devra porter a minima sur les indicateurs de mesure, ainsi que sur les acteurs impliqués dans le choix et la mise en œuvre des instruments de mesure.
31. Veuillez présenter l'importance de la mesure d'audience sur internet dans le cadre de la mise en œuvre de vos campagnes publicitaires.
32. Veuillez présenter votre appréciation de l'adéquation des instruments de mesure d'audience avec les nouveaux formats publicitaires et canaux de distribution des contenus sur Internet (ex : Accelerated Mobile Pages de Google, Instant Articles de Facebook...).

8. AD VERIFICATION

33. Veuillez présenter votre appréciation des offres dites d'« Ad Verification ». Veuillez décrire les prestations qui vous sont fournies et expliquer selon quels critères (techniques, commerciaux, et financiers) vous choisissez un service d'Ad Verification.

C. RELATIONS COMMERCIALES ET CONCURRENCE

34. Les demandes ci-après ont pour objectif de recueillir des informations sur les relations commerciales et les services fournis dans le secteur de la publicité sur internet, ainsi que sur le degré de concurrence à chaque niveau de la chaîne de valeur du secteur. A titre liminaire, il vous est demandé de présenter :
 - les catégories d'entreprises avec qui vous entretenez des relations directes dans le secteur de la publicité programmatique.
 - les coûts liés à ces différents partenariats. Veuillez préciser si certains services rendus dans ce cadre sont gratuits.
35. Veuillez présenter votre analyse de la situation concurrentielle du secteur de la publicité sur internet au niveau français. Veuillez fournir des éléments de réponse concernant le pouvoir de marché des acteurs et l'existence de pratiques susceptibles d'avoir des effets négatifs sur la concurrence et la situation des annonceurs. Votre réponse portera a minima sur les points suivants :
 - la diversité, la qualité et la tarification des offres des entreprises actives dans le secteur de la publicité sur internet ;
 - l'existence éventuelle de différences de traitement qui vous sembleraient injustifiées ;
 - le degré de transparence dans le secteur de la publicité sur internet, concernant l'exploitation de données, le déroulement des enchères, la tarification, la qualité de service et la lutte contre la fraude ;



- la présence d'acteurs à plusieurs niveaux de la chaîne de valeur de la publicité programmatique.

36. Les questions ci-après portent sur la situation concurrentielle des segments du secteur de la publicité programmatique sur internet. Vous pouvez répondre aux questions segment par segment de marché ou répondre par groupes de segments de marché (ex : ad servers pour les annonceurs et DSP).

1. AGENCES MEDIA ET TRADING DESKS

37. Veuillez indiquer si vous utilisez les services d'agences média dans le cadre de vos campagnes programmatiques et/ou si vous gérez directement les campagnes publicitaires. Le cas échéant veuillez indiquer quels types de campagnes vous gérez directement.
38. Veuillez présenter les agences média que vous utilisez et décrire les prestations qui vous sont fournies. Veuillez présenter vos attentes concernant les prestations des agences média en matière d'achats programmatiques d'espaces publicitaires sur internet.
39. Veuillez présenter votre analyse de la situation concurrentielle des agences média dans le secteur de la publicité programmatique ainsi que votre appréciation de la qualité, de la diversité, et des modes de tarification de leurs offres.
40. Veuillez préciser si vous utilisez les services de trading desks indépendants ou de trading desks appartenant à des agences média. Veuillez présenter votre position sur la situation concurrentielle des offres de trading desk, ainsi que votre appréciation de la qualité, de la diversité, et des modes de tarification de ces offres.

2. AD SERVERS

41. Veuillez présenter les serveurs publicitaires que vous utilisez, directement ou par l'intermédiaire d'une agence média. Veuillez préciser si vous disposez de vos propres serveurs publicitaires, et, le cas échéant, pour quelles raisons.
42. Veuillez décrire les prestations qui vous sont fournies et présenter vos attentes concernant les prestations de serveurs publicitaires.
43. Veuillez indiquer si les serveurs publicitaires que vous utilisez sont dédiés à un seul type de format ou s'ils sont en mesure de gérer plusieurs catégories de formats publicitaires (vidéo, texte, native...).
44. Veuillez présenter l'importance des réseaux de livraison de contenus (CDN ou Content Delivery Networks) dans l'offre de serveurs publicitaires pour les annonceurs, ainsi que votre appréciation de la qualité, de la diversité, et des modes de tarification des offres.
45. Veuillez présenter votre position sur la situation concurrentielle dans ce secteur, ainsi que votre appréciation de la qualité et de la diversité de l'offre de serveurs publicitaires.

3. GESTION DES CREATIONS PUBLICITAIRES

46. Veuillez indiquer si vous utilisez des plateformes de création publicitaire et des outils d'optimisation de créations publicitaires. Veuillez préciser quelles sont les entreprises qui vous fournissent ces prestations et décrire ces prestations.
47. Veuillez présenter vos attentes concernant les prestations de plateformes de création publicitaire. Veuillez indiquer si l'utilisation de ces services a des effets significatifs sur l'efficacité de vos campagnes publicitaires.
48. Veuillez présenter votre position sur la situation concurrentielle dans ce secteur ainsi que votre appréciation de la qualité, de la diversité, et des modes de tarification des offres.

4. DEMAND SIDE PLATFORMS

49. Veuillez présenter les DSP que vous utilisez dans le cadre de vos campagnes publicitaires. Dans l'hypothèse où vous n'utilisez qu'une seule DSP, veuillez préciser pour quelles raisons.
50. Veuillez décrire les prestations qui vous sont fournies et expliquer selon quels critères (techniques, commerciaux, et financiers) vous choisissez une DSP (ex : accès aux inventaires, accès aux données tierces, brand safety, prix...).
51. Veuillez indiquer si, au-delà des outils d'achat programmatique, les DSP vous fournissent d'autres services (ad server, data management platform, dynamic creative optimisation...).
52. Veuillez présenter votre appréciation de la qualité, de la diversité, et des modes de tarification des offres de DSP.
53. Veuillez présenter votre position sur l'évolution de la situation concurrentielle dans le secteur des DSP.

5. AD NETWORKS

54. Veuillez présenter les Ad Networks que vous utilisez dans vos campagnes publicitaires, ainsi que les services qui vous sont fournis.
55. Veuillez présenter votre appréciation de l'évolution de la place des Ad Networks dans le déroulement des campagnes et dans la chaîne de valeur de la publicité programmatique.
56. Veuillez présenter votre position sur l'évolution de la situation concurrentielle dans le secteur des Ad networks.

6. AD EXCHANGES

57. Veuillez présenter votre appréciation du développement des Ad exchanges dans le secteur de la publicité sur internet et de ses effets sur la mise en œuvre de vos campagnes.
58. Veuillez présenter votre appréciation de la qualité, de la diversité, et des modes de tarification des offres d'ad exchanges.
59. Veuillez présenter votre position sur l'évolution de la situation concurrentielle dans le secteur des Ad exchanges.

7. DATA MANAGEMENT PLATFORMS

60. Veuillez indiquer si vous utilisez un service de Data Management Platform (DMP). Veuillez exposer votre définition des DMP et décrire les prestations qui vous sont fournies.
61. Veuillez expliquer selon quels critères (techniques, commerciaux, et financiers) vous choisissez une DMP.
62. Veuillez présenter l'importance et la valeur ajoutée des DMP dans la mise en œuvre de vos campagnes et dans l'appréciation des performances de campagnes.
63. Veuillez présenter les catégories de données qui sont utilisées dans votre DMP et de quelle manière ces données sont collectées (ex : cookies, acquisition auprès d'un data exchange, fourniture volontaire) puis exploitées. Veuillez fournir des exemples représentatifs de segments d'audience générés ou améliorés par votre DMP.
64. Veuillez présenter votre appréciation de la qualité, de la diversité, et des modes de tarification des offres de DMP.
65. Veuillez présenter votre position sur l'évolution de la situation concurrentielle dans le secteur des DMP.

8. DATA PROVIDERS

66. Veuillez indiquer si vous procédez directement à l'acquisition de données tierces auprès de fournisseurs de données (data providers, data brokers). Le cas échéant, veuillez fournir la liste de ces entreprises ainsi que les produits que vous utilisez.
67. Veuillez présenter l'importance des partenariats avec les fournisseurs de données dans le cadre de vos campagnes publicitaires sur internet.
68. Veuillez présenter votre appréciation de la qualité, de la diversité, et des modes de tarification des offres des fournisseurs de données.

D. REGLEMENTATION

69. Veuillez présenter le cadre juridique auquel vous êtes soumis dans le cadre du déroulement des campagnes de publicité sur internet que vous diffusez en France.
70. Veuillez indiquer dans quelle mesure la réglementation relative à la protection des données personnelles, ainsi que sa mise en œuvre par les entreprises, a des effets sur la concurrence dans le secteur de la publicité sur internet.
71. Veuillez indiquer s'il existe des situations d'asymétrie réglementaire entre pays ou entre des catégories d'acteurs, et, le cas échéant si ces situations ont des effets sur la concurrence.
72. Veuillez indiquer si vous estimez que les obligations juridiques qui pèsent sur les différents acteurs de la publicité sur internet en France permettent le développement une concurrence à armes égales.