



26 janvier 2017

### **Digital Ad trust : un label Qualité pour la publicité digitale**

Suite à un appel d'offres, le Syndicat des Régies Internet (SRI) et l'Union des Entreprises de Conseil et Achat Media (Udecam) viennent de confier au Centre d'Etude des Supports de Publicité (CESP) et à l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM) la rédaction d'un référentiel pour l'établissement d'un nouveau label dénommé « Digital Ad trust ».

Décerné aux sites et applications des régies, ce label B to B sera fondé sur un indicateur composite couvrant cinq grandes dimensions clé : la brand safety, la visibilité, la fraude, l'expérience utilisateur (notamment l'encombrement publicitaire) et le respect des données personnelles. Il sera fondé sur des contrôles techniques et déontologiques et permettra aux régies de qualifier valoriser les contenus et contextes publicitaires selon les bonnes pratiques validées par l'interprofession. De leur côté, les annonceurs et leurs agences publicitaires disposeront, en toute transparence, d'engagements clairs et labellisés pour s'assurer de la qualité de diffusion des campagnes.

Stéphane Bodier, Vice-président de l'ACPM, souligne « Il nous a paru totalement pertinent de répondre à cet appel d'offre conjointement avec le CESP pour offrir au marché le meilleur de chaque association : la neutralité et l'indépendance du CESP et l'expertise de l'ACPM en matière de contrôle. »

Valérie Morrisson, Directrice générale du CESP, se réjouit que « le CESP soit associé à cette belle initiative de labellisation lancée par le SRI et l'UDECAM qui va permettre d'accroître la confiance des annonceurs et de leurs agences dans la qualité des inventaires. »

L'écriture du référentiel de ce label et le pilote vont avoir lieu dans les prochains mois afin de démarrer les premières certifications avant l'été.

#### **A propos du CESP**

Le CESP (Centre d'Étude des Supports de Publicité) est l'organisme interprofessionnel des acteurs de la publicité concernés par l'étude de l'audience des médias : annonceurs, agences et médias. Véritable laboratoire d'idées et d'échanges, le CESP, au service de ses adhérents et avec leur soutien, assure l'audit et la labellisation des études d'audience et des recherches sur les médias. Le CESP se positionne également en tant qu'organisme de conseil et apporte son expertise sur de nombreux travaux liés aux médias et au développement de nouvelles techniques et outils, en France comme à l'international.

[www.cesp.org](http://www.cesp.org)

#### **A propos de l'ACPM**

L'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est née, en décembre 2015, de la fusion entre l'OJD et la SAS AudiPresse. L'ACPM a pour mission la mesure de l'audience des marques de presse et le contrôle et la certification du dénombrement des médias. Toutes les données produites par l'ACPM sont accessibles sur son site internet.

[www.acpm.fr](http://www.acpm.fr)