

Paris, le 7 mars 2018

COMMUNIQUE DE PRESSE

Assurer croissance et concurrence du marché de la publicité en ligne via l'innovation et la concertation entre tous les acteurs

L'IAB France prend acte des conclusions de l'enquête et de [l'avis](#) de l'Autorité de la concurrence sur le secteur de la publicité en ligne.

Le travail exhaustif mené par l'Autorité a permis d'établir un état des lieux complet des dynamiques d'un marché complexe qui affiche une croissance soutenue depuis de nombreuses années et a subi de nombreuses et profondes mutations depuis 2010. La France est en effet le 3^e marché européen de la publicité en ligne, dont la valeur avoisine les 4 milliards d'euros.

C'est aussi tout un écosystème qui s'est constitué autour de la publicité en ligne : mesureurs, vérificateurs, intermédiaires techniques, éditeurs en ligne, services de streaming légal audio et vidéo... Les dynamiques concurrentielles à tous les niveaux de la chaîne de valeur ont stimulé l'innovation et conduit à une amélioration constante des produits et services publicitaires proposés par l'ensemble des acteurs, générant des bénéfices pour toutes les parties prenantes et allant bien au-delà du seul secteur publicitaire.

Porté par l'explosion et la diversification des usages, le secteur de la publicité sur internet a permis l'éclosion de nombreux acteurs français, européens et internationaux qui ont pu croître rapidement et faire évoluer leur modèle économique au rythme du marché. Stimulée par la concurrence, l'innovation a fait émerger de nouveaux modèles, tels que la publicité ciblée ou la publicité programmatique, créateurs de valeur pour les internautes comme pour les annonceurs et éditeurs. La création de valeur, économique et sociale, par le numérique doit être au centre des préoccupations de tous afin d'assurer le développement vertueux et pérenne de tout l'écosystème numérique français.

L'IAB France souhaite que les acteurs de la publicité en ligne continuent de bénéficier en France d'un cadre propice à leur compétitivité, en France et à l'international. Les acteurs de la publicité en ligne, tels que AdotMob, Weborama, Tradelab ou Ogury, contribuent en effet au développement économique national et à porter la voix de la France dans les discussions internationales qui façonnent dès à présent l'internet de demain. L'IAB France participe à ce travail collectif en stimulant le dialogue et partageant les bonnes pratiques entre acteurs de tous métiers, quelles que soient leur taille et leur nationalité. L'IAB France et ses membres contribuent aussi activement aux travaux européens et internationaux qui façonnent les pratiques d'un marché par nature mondial, promouvant par ce biais les valeurs nationales. Ceci participe d'un travail de standardisation des pratiques de marché qui bénéficie à l'interopérabilité des solutions des différents acteurs et à la prise en compte des problématiques de l'ensemble de la chaîne de valeur.



A l'heure où émergent, grâce à l'essor du marché de la data et sous l'impulsion de nouvelles technologies telles que l'intelligence artificielle, de nouveaux facteurs de disruption du marché publicitaire numérique, il est indispensable d'assurer les conditions du développement d'une économie numérique portée par l'innovation, l'absence de barrières à l'entrée et des conditions de concurrence équitable. L'enjeu, sur ces marchés émergents, est de faire de la France et de l'Europe un véritable laboratoire de l'innovation, respectueux des valeurs européennes.

Au-delà des problématiques concurrentielles actuelles, il importe qu'internet continue d'être le moteur d'une offre numérique riche et diverse, permettant à tous les acteurs de développer des modèles économiques pérennes, tout en offrant aux utilisateurs les meilleures expériences possibles.

L'IAB France souhaite que les travaux de l'Autorité de la concurrence donnent un nouveau souffle à la concertation entre acteurs de la chaîne de valeur. Il importe, pour notre industrie comme pour la société numérique dans son ensemble, de poursuivre la réflexion sur les moyens à mettre en œuvre pour faire de la transformation numérique un vecteur de progrès social, économique et démocratique.

L'IAB profite de cette occasion pour remercier l'Autorité de la reconnaissance de l'important travail d'auto et de corégulation du secteur qui a permis de faire progresser les pratiques des acteurs, au bénéfice des utilisateurs. L'association et ses membres se tiennent à la disposition de l'Autorité et des pouvoirs publics pour travailler à la remise à plat des obligations de transparence en vue d'établir un cadre qui réponde aux exigences de transparence de tous les acteurs de manière proportionnée et équilibrée.

Enfin l'Internet Advertising Bureau France souscrit à l'analyse de l'Autorité quant aux risques, pour l'équilibre économique du secteur, que constituent certaines dispositions du projet de Règlement ePrivacy. Ici encore, il est nécessaire de poursuivre un débat associant tous les acteurs afin d'élaborer des réponses techniques qui permettent le développement économique du secteur tout en protégeant au mieux les utilisateurs.

A propos de l'IAB France

L'IAB France (Interactive Advertising Bureau) est une association créée en 1998 dont la mission est triple : structurer le marché de la communication digitale, favoriser son usage et optimiser son efficacité. Elle compte à ce jour 140 sociétés membres, représentant l'ensemble des acteurs de la chaîne de la communication interactive (éditeurs, régies, agences, annonceurs, instituts d'études, fournisseurs de technologies, etc.).

A travers ses publications, ses études et les événements qu'elle organise, l'IAB France se met au service des annonceurs et de leurs agences conseil pour les aider à intégrer les médias numériques efficacement dans leur stratégie de marketing globale, et entend proposer des standards, des exemples de pratiques professionnelles aux nouveaux acteurs intégrant le marché du digital.

L'IAB est par ailleurs un réseau d'experts au service des autres organisations professionnelles, des institutions et des médias qui s'interrogent sur l'impact du développement de cette nouvelle donne économique.

L'IAB France est une entité
réseau mondial d'affiliés de



indépendante, faisant partie du
l'Interactive Advertising Bureau.

Le Président de l'IAB France est David Lacombed.

www.iabfrance.com