

LUTTE POUR LE RESPECT DU DROIT D'AUTEUR : L'IAB FRANCE SIGNE LA CHARTE DE BONNES PRATIQUES DANS LA PUBLICITÉ

Lundi 23 mars 2015, Fleur Pellerin, ministre de la culture et de la communication, a réuni quatre associations professionnelles de la publicité en ligne¹, dont l'IAB France, ainsi que des organismes représentant les ayants droit² afin de signer « la charte des bonnes pratiques pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins ».

Cette charte est le fruit d'un chantier dont l'objectif est de lutter contre la contrefaçon du droit d'auteur en s'engageant à ne pas acheter, ni à proposer à la vente d'espaces publicitaires sur des sites contrevenants.

L'IAB France, association représentant l'ensemble des professionnels de la publicité en ligne, se félicite que son engagement originel pour une co-régulation du secteur de la publicité en ligne rencontre le soutien du ministère de la culture et de la communication à travers cette charte.

La lutte contre la contrefaçon commerciale, en effet, s'inscrit pour l'IAB France dans une mission plus large d'encadrement des pratiques de la publicité en ligne : utilisation des cookies et autres traceurs, respect de la navigation de l'internaute, etc. A savoir que les sites contrevenants au droit d'auteur vont également à l'encontre des recommandations de l'IAB France en matière de bonnes pratiques publicitaires.

Cette signature représente pour l'association le point de départ d'une communication auprès de ses membres des procédures listées dans les principes généraux de la Charte.

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 indépendante, faisant partie du réseau mondial d'affiliés de l'Interactive Advertising Bureau.

Le Président de l'IAB France est David Lacombed, Directeur délégué à la stratégie de contenus, Orange.

www.iabfrance.com

CONTACT

Delphine BIONNE

delphine@iabfrance.com

01 48 78 14 32 – 06 74 74 11 48

¹ L'IAB France, le SRI, l'UDECAM et l'UDA.

² L'ALPA, le SNE, le SELL, le SNJV, la SACEM, la SCPP et la SPPF.