

MISSION SUR LA CONTREFAÇON COMMERCIALE EN LIGNE L'IAB France salue le principe d'autorégulation proposé par la mission

L'IAB France salue la confiance à l'égard des professionnels de la publicité dans la lutte contre la contrefaçon en ligne exprimée dans le rapport remis le 12 mai 2014 par Mireille Imbert Quaretta.

Le principe d'une autorégulation par les professionnels du secteur vient consacrer le travail réel qui a été effectué en amont par les différents acteurs, rendant crédible et effective leur implication pour lutter contre ce phénomène.

La publicité en ligne étant un métier dont les pratiques évoluent constamment, il était dès lors important que les recommandations du rapport laissent aux associations professionnelles l'autorité pour agir sur la base de leurs propres règles conventionnelles.

L'IAB France qui représente l'ensemble des métiers de la publicité en ligne parmi lesquels les régies, les agences, les éditeurs, les annonceurs et les instituts d'étude a la possibilité de donner à ces différentes professions des lignes directrices qui devront cependant être précisées par chacune d'entre elles.

- Il est important de rappeler que les acteurs de la publicité numérique sont internationaux (surtout pour les places de marché) et multiples (longue chaîne d'intervenants), au même titre que ceux du paiement en ligne visés par le rapport. Il est dès lors important que tous participent à ces travaux
- En conséquence pour qu'un engagement soit possible, efficace et ne déséquilibre pas le marché, il est nécessaire que l'ensemble des acteurs adhèrent à ces lignes directrices

L'IAB France qui représente à ce jour l'ensemble des acteurs de la communication interactive salue ainsi le rôle positif qu'a pu jouer la mission dans l'émergence d'une proposition réaliste et responsabilisante pour les professionnels du secteur et se tient à disposition pour organiser ce dialogue.

Contact Presse

Delphine Bionne
delphine@iabfrance.com
01 48 78 14 32 – 06 31 49 75 80

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 150 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