

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 2 février 2017

L'IAB France et TAG lancent un programme contre la fraude dans la publicité digitale

En partenariat avec l'IAB France, TAG (Trustworthy Accountability Group) lance en France ses 4 programmes de certification contre la fraude, la malveillance et le piratage dans la publication digitale. Créé en décembre 2014, TAG est une organisation dont le but principal est la promotion de la transparence et la lutte contre la corruption dans l'industrie de la publicité numérique. TAG fournit un ensemble de solutions technologiques, qui vont au-delà des lois locales, sur le droit d'auteur et la propriété intellectuelle, pour lutter contre la fraude en ligne.

Pour David Lacombed, président de l'IAB France, « *ce partenariat avec TAG offre une opportunité de fournir un leadership éclairé à ses membres et au-delà sur les enjeux endémiques de la fraude publicitaire, du trafic en ligne, de la piraterie publicitaire (annonces légitimes apparaissant sur des médias piratés) et de la propagation de logiciels malveillants.* »

« *TAG est fier de lancer son programme et ses modules de certification en France et en Europe. C'est une nouvelle étape vers un écosystème plus transparent, exempt de fraude et de piratage dans le monde. Ce partenariat avec l'IAB France profitera autant aux entreprises françaises qu'aux entreprises étrangères disposant d'un bureau à Paris* » Mike Zaneis, CEO TAG.

Après une présentation du projet lors du colloque annuel de l'IAB France au mois de novembre, TAG et l'IAB France vont mener une série de webinars éducatifs avec les membres de l'IAB France afin de former les participants sur l'objectif et la mise en œuvre des différents programmes TAG :

- Programme « Vérifié par TAG » (c'est-à-dire « registration » et vérification),
- Certification « IQG », relative à la transparence
- Certification contre le piratage
- Certification contre la fraude
- Certification contre la malveillance.

Au cours du premier trimestre 2017, l'IAB France et TAG feront un point mensuel pour discuter de la stratégie du programme et élaborer le calendrier de formation des membres. Plusieurs webinars seront ainsi organisés afin d'accompagner les adhérents dans l'utilisation des outils TAG.

CONTACTS PRESSE

IAB France

Thomas Bordet, IAB France, thomas@iabfrance.com, 01 48 78 14 32

Shahina Akbaraly, O2P Conseil, s.akbaraly@o2p-conseil.com, 01 45 00 37 37



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.

www.iabfrance.com

A propos de TAG

Trustworthy Accountability Group (TAG) est un programme de responsabilisation interprofessionnelle visant à créer un climat de transparence dans les relations d'affaires et les transactions qui impliquent l'industrie du numérique, tout en continuant à favoriser l'innovation. TAG a été créé avec 4 objectifs principaux : l'élimination de la publicité numérique frauduleuse, la lutte contre les logiciels malveillants, la lutte contre le piratage de la publicité sur Internet et la promotion d'une plus grande transparence. TAG a été créée par l'Association américaine des agences de publicité (4A), l'Association des annonceurs nationaux (ANA) et Interactive Advertising Bureau (IAB) et travaille en collaboration avec les entreprises tout au long du circuit de l'annonce numérique.

www.tagtoday.net