

## ELECTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION IAB FRANCE

### DAVID LACOMBLE, DIRECTEUR DÉLÉGUÉ À LA STRATÉGIE DE CONTENU D'ORANGE EST ÉLU PRÉSIDENT

L'Interactive Advertising Bureau (IAB France) a procédé aux élections de son Conseil d'Administration et de ses coordinateurs de commissions au cours d'une Assemblée Générale qui s'est tenue le jeudi 3 avril 2014.

**David Lacomble, Directeur délégué à la stratégie de contenus, Orange est élu Président :**

« Nous remercions les membres de l'IAB France pour leur confiance et leur soutien. Nous nous engageons avec vigueur, face aux transformations rapides du marché de la publicité digitale, pour fédérer ses acteurs, expliquer les différents mouvements et définir les normes du marché. »

#### LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

---

Elu pour un mandat de deux ans, le nouveau Conseil d'Administration est constitué de :

**Président** : David Lacomble, Directeur délégué à la stratégie de contenus, Orange

**Vice-présidente** : Valérie Chavanne, Directrice Juridique & Affaires Publiques, Yahoo!

**Vice-président** : Richard Strul, CEO, RESONEO

**Trésorier** : Amaury Delloye, Directeur Général, Valueclick

#### **Administrateurs :**

- Eric Aderdor, DG, Horyzon Media
- Philippe Boutron, Responsable Média France (Direction Marketing Commercial), Citroën
- Christophe Dané, Directeur Général, Omnicom Media Group
- Sébastien Imbert, Chief Digital Marketing Officer, Microsoft
- Amine Melouk, Directeur des Partenariats Stratégiques EMEA, InMobi
- Vincent Montet, Directeur Associé, Grenade&Sparks
- Matthieu Roche, Managing Director France & UK, Weborama
- Laurent Schummer, Sales, Mediabong

#### **Les actions de cette nouvelle équipe seront fondées sur six axes forts :**

1. **Veille** des évolutions et des innovations de l'industrie de la publicité interactive
2. **Modernisation** des contenus produits par l'association
3. **Présence** renforcée sur les débats publics clés (data, Sapin, fiscalité, etc.)
4. **Ouverture** aux autres acteurs du marché (annonceurs, start-up...)
5. **Emploi** : création d'évaluations et de formations pour optimiser la valeur des profils du marché
6. **Transformation** de l'organisation et de la gouvernance de l'IAB France

## LES COORDINATEURS DE COMMISSIONS

---

Les différents travaux de l'Association (publications, études, conférences, etc.) seront coordonnés par :

### **Commission Branding :**

- **Meryem Amri**, Responsable Etudes Media, GroupM
- **Philippe Boscher**, Head of Marketing & Business Development, TF1 Publicité Digital
- **Bastien Faletto**, Marketing Manager France, nugg.ad
- **Estelle Ravez**, Directrice Marketing et Communication, Horyzon Media

### **Commission Performance :**

- **Cyril Gaitte**, Directeur commercial, Criteo
- **Stéphanie Guédon**, Data Consultante, Iprospect France
- **Carine Huissier**, Directrice Générale Adjointe, Netbooster
- **Julien Malique**, Digital Consultant, Milmedia

## CONTACT PRESSE

---

Delphine Bionne

[delphine@iabfrance.com](mailto: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 130 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.