

CANDIDATURE
AU
LABEL DIGITAL AD TRUST ®

Société ou Raison Sociale :

Adresse :

Code Postal :

Téléphone :

Forme juridique :

Date d'arrêté du bilan :

Capital (en €) :

N° RCS :

Code APE :

N° Siret :

Affiliation à un groupe ou une régie, à préciser :

Date de création du support :

Souscriptions à des mesures de Visibilité, à préciser :

Noms du ou des Sites Web soumis à la labélisation Digital Ad Trust ® :

- - - -
- - - -
- - - -

Représentant légal :

(Remplir les champs adresse s'ils sont différents des précédents)

Civilité : Madame

Monsieur

Prénom :

Nom :

Fonction :

Email :

Téléphone :

Fax :

Adresse :

Code Postal :

Localité :

Contact Facturation : Madame

Monsieur

Prénom :

Nom :

Email :

Je soussigné(e), agissant en qualité de (fonction), déclare avoir pris connaissance du Référentiel du label Digital Ad Trust ® en date du xxxxx et vouloir candidater à son obtention.

1. Je m'engage au respect des conditions et critères pris en compte pour l'attribution du label énoncés dans le référentiel Digital Ad Trust ® édité par l'ACPM et le CESP.
2. J'accepte que l'ACPM communique sur l'obtention de mon Label Digital Ad Trust ®.
3. Je me conformerai aux règles, en particulier celles concernant la présentation et la communication des éléments attendus dans les meilleurs délais, suite à ma demande de Labélisation Digital Ad Trust ®, listés dans le référentiel.
4. Je reconnais que l'attribution du Label ne peut concerner que les Sites Internet qui ont fait acte de candidature.
5. Je m'engage à ne communiquer sur le Label Digital Ad Trust ® qu'une fois que son obtention m'aura été signifiée officiellement par l'ACPM.
6. Dans le cas où un ou plusieurs de mes Sites Internet perdraient leur Label, je m'engage à retirer toute mention liée au Label Digital Ad Trust ® et veillerai à ne pas fournir d'information susceptible de laisser croire qu'il est toujours d'actualité expressément.
7. Je m'engage à régler toutes les factures liées à la procédure d'obtention du Label Digital Ad Trust ® selon les conditions fixées par l'ACPM dans sa grille tarifaire (cf. annexe 1).
8. La candidature prend effet à la date de signature ci-dessous et est reconduite tacitement, jusqu'à résiliation d'une des parties.

Éléments à joindre à votre demande ou à réception de la facture :

- DSH Label Digital Ad Trust ® dûment renseignée.
- Un chèque à l'ordre de l'ACPM d'un montant de Euros € TTC (..... € HT) correspondant

Fait à, le

Signature

Cachet commercial

Annexe 1 : Tarifs en vigueur au 1er avril 2021

TARIF 2021 DU DIGITAL AD TRUST			
Réf : Internet Global* Janvier 2021	1er site	2ème site	3ème site et suivants
<25M VU	6 800 €	2 340 €	1 360 €
20-25M VU	5 950 €		
12-20M VU	5 100 €		
5-12M VU	4 250 €		
Moins de 5M VU	3 400 €		

▶ *Mesure d'audience Internet Global de Médiamétrie/NetRating - Audience 3 écrans en visiteurs uniques
▶ A noter : le site ayant le volume de VU le plus important sera le site de référence. Montants HT

Annexe 2 : Propriété industrielle

La Marque « Digital Ad Trust ® » est l'objet d'enregistrement auprès de l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) par le Syndicat des Régies Internet (SRI).

La Marque « Digital Ad Trust ® » a été enregistrée sous le n° 4348498 le 23/03/2017.

Le Centre d'Etudes des Supports de Publicité (CESP) et l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM) opèrent les contrôles nécessaires sur les sites web (desktop et mobile, hors univers applicatif) en qualité de "tiers labellisateurs".

Annexe 3 : Les Référentiels Digital Ad Trust ® (Vidéo, Classique & Vidéo, Classique)

Les conditions et critères pris en compte pour l'attribution du label Digital Ad Trust ®, en fonction des formats de l'éditeur faisant l'objet d'une demande de labellisation, sont disponibles sur le Site Internet <https://www.digitaladtrust.fr/candidater/> ; Pour respectivement chacun des formats concernés.

Le SRI au travers du CESP et de l'ACPM se réservant le droit de faire évoluer ces derniers critères et conditions à tout moment.

Annexe 4 : Données personnelles

L'ACPM ne collecte aucune donnée personnelle dans le cadre de son rôle de « tiers labellisateurs ».