

L'ACPM rejoint l'IAB Tech Lab et aligne sa mesure des Podcasts sur les plus grands standards internationaux.


L'ACPM, le tiers de confiance des médias en charge du contrôle de leur bonne diffusion rejoint l'IAB Tech Lab et son programme de conformité des mesures des Podcasts à travers le Monde. Le Podcast Measurement Compliance Program regroupe 23 sociétés actives au plan international telles que Acast, Nielsen, Pandora, Podtrac, etc. qui œuvrent à la définition des bonnes pratiques et des normes internationales de mesure de la diffusion des Podcasts.

Cet engagement intervient suite à l'alignement du cahier des charges de la certification Podcast de l'ACPM avec les guidelines techniques de la mesure des Podcasts 2.1 de l'IAB Tech Lab. A noter que le cahier des charges ACPM impacte l'ensemble des plateformes associées et donc la mesure des 250 Podcasts adhérents



"L'ACPM se réjouit de rejoindre l'IAB Tech Lab et de ce fait les grands acteurs qui œuvrent, sur un plan international, à une mesure commune et équitable. C'est une étape importante pour le marché Français des Podcasts en recherche de légitimité face aux autres voies plus historiques et reconnues ; les Podcasts Natifs mais aussi de replay disposent maintenant d'une mesure solide et basée sur des fondations globales."

Jean-Paul DIETSCH, Directeur Général
Adjoint ACPM



" Alors que l'industrie du podcasting et du streaming audio continue de s'accélérer, nous nous réjouissons de voir des organismes comme l'ACPM rejoindre l'IAB Tech Lab afin de fournir des informations précieuses du marché français alors que nous continuons à développer des directives de mesure des podcasts à l'échelle mondiale. Nous avons hâte de voir davantage d'entreprises françaises se faire certifier pour la conformité de la mesure des podcasts grâce à notre tarif spécial de partenaire avec l'ACPM."

Alexandra Salomon, vice-présidente, Membership and Events, IAB Tech Lab.



Pour rappel, l'IAB Tech Lab publie un guide de bonnes pratiques pour la mesure des téléchargements de Podcasts. Les grands principes recommandés par l'IAB Tech Lab (ex : exclusion du trafic invalide, déduplication à 24 heures...) sont déjà pris en compte dans les spécifications de l'ACPM utilisées pour normaliser les données certifiées qui sont transmises via les outils labellisés par l'ACPM (Acast, Ausha, Audiomeans, Audi-on et Saooti).

En rejoignant ce groupe de travail, l'ACPM participera également avec les acteurs mondiaux de l'écosystème de l'Audio Digital à définir et partager les évolutions techniques de la diffusion des Podcasts afin d'adapter au marché français les recommandations internationales de mesure.

A PROPOS DE L'IAB TECH LAB :

Créé en 2014, l'IAB Tech Lab est un consortium à but non lucratif qui engage une communauté de membres à l'échelle mondiale pour développer une technologie et des normes fondamentales permettant la croissance et la confiance dans l'écosystème des médias numériques. Composé d'éditeurs numériques, de sociétés de technologie publicitaire, d'agences, de spécialistes du marketing et d'autres sociétés membres, l'IAB Tech Lab se concentre sur des solutions pour la sécurité des marques et la fraude publicitaire ; l'identité, les données et la confidentialité des consommateurs ; les expériences publicitaires et la mesure ; et l'efficacité programmatique. Ses travaux comprennent le protocole d'enchères en temps réel OpenRTB, la spécification anti-fraude ads.txt, le SDK Open Measurement pour la visualisation et la vérification, la spécification vidéo VAST et l'initiative Project Rearc pour une adressabilité axée sur la confidentialité. La liste des membres du conseil d'administration et des entreprises est disponible sur <https://iabtechlab.com/about-the-iab-tech-lab/tech-lab-leadership/>.

Pour plus d'informations, veuillez consulter le site <https://iabtechlab.com>.

Contacts Presse IAB Tech Lab

Kate Tumino / Brittany Tibaldi
212-896-1252 / 347-487-6794
ktumino@kcsa.com / btibaldi@kcsa.com

A PROPOS DE L'ACPM :

La mission de l'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est d'être le tiers certificateur des médias.

L'ACPM est née en décembre 2015 de la fusion entre l'OJD (ABC français, fondateur de l'IFABC) et la SAS AudiPresse (mesure d'audience de la presse).

Depuis les années 2000, l'ACPM a élargi sa mission et contrôle désormais un univers médiatique plus large : les certifications et labels, la diffusion de la presse écrite, l'enquête sur le lectorat de la presse écrite, les statistiques des sites web et des applications, le streaming de la radio numérique, la certification de l'exposition DOOH, la réglementation de la publicité sur Internet : Digital Ad Trust Label, la certification de la mesure des Podcasts.

Les données de l'ACPM jouent un rôle majeur dans le secteur très concurrentiel des médias. La certification de la diffusion d'un titre ou de l'utilisation d'un site est un gage de fiabilité. La mesure d'audience est une référence sur le marché des médias.

Adhérer à l'ACPM montre la volonté de transparence des éditeurs, leur intérêt à se comparer aux autres.

Contact Presse ACPM :

Marie STOFFEL
+33 1 43 12 85 48
marie.stoffel@acpm.fr