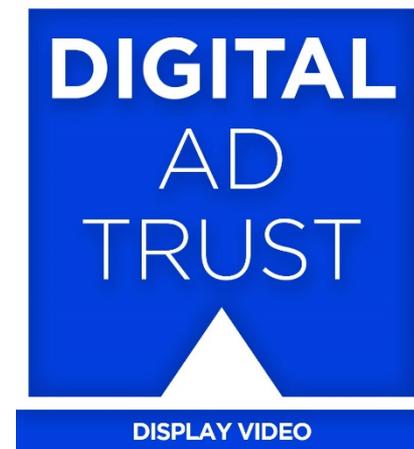


DIGITAL AD TRUST



3 LABELS DÉLIVRÉS POUR 12 MOIS



DIGITAL AD TRUST



Une initiative ambitieuse du marché publicitaire digital.
Lancée par l'ensemble de l'interprofession en 2017.

Un label qui évolue et se renforce à partir d'avril 2021.

Les éditeurs
de contenus
et services
en ligne

GESTE

SRI LES
RÉGIES
INTERNET

ARPP

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



union
des
marques

iab.
france

DEUX TIERS CERTIFICATEURS

ACPM
LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS

C
CESP

6 CRITERES POUR DES PRATIQUES PUBLICITAIRES RESPONSABLES



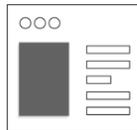
Brand Safety by Design

Les impressions non brandsafe ne doivent pas représenter plus de 2% des impressions servies



Fraude

Le taux de trafic invalide général (GIVT), une fois passés les filtres de l'ad-serveur doit être inférieur à 2%.



Expérience Utilisateur & Encombrement Publicitaire

Le site doit respecter les principes de la Coalition for Better Ads, les normes d'encombrement publicitaires ainsi que les règles de l'ARPP en matière d'intrusivité et d'identification publicitaire.

Visibilité

Le site s'engage à réduire le nombre d'impressions non visibles.



Données personnelles

Le site s'engage à respecter les données personnelles.



Le label Digital Ad Trust évolue et se renforce en avril 2021.

Les principaux changements portent sur :

- **Les éléments quantitatifs à fournir pour les critères Brand Safety by design, Visibilité et Fraude** : Possible d'utiliser des chiffres des campagnes mesurées au cours des six derniers mois
- **Le critère de la Brand Safety rebaptisée « Brand Safety by design »** ayant pour objectif de mettre en adéquation les contrôles avec l'ensemble des moyens utilisés par les éditeurs pour apporter la démonstration de la qualité de leurs contenus
- **Le critère de la Fraude est renforcé** en incluant dorénavant le Trafic Invalide Sophistiqué (SIVT)

Le label Digital Ad Trust change de périodicité et passe sur des vagues semestrielles.

DIGITAL AD TRUST



Les mesureurs tiers référencés MRC

adloox

IAS
Integral Ad Science

MOAT

 comscore

DV
DoubleVerify

Google

Active View
Viewable Impressions

DIGITAL AD TRUST



DIGITAL AD TRUST



Infos Générales

8 sites

20
minutes

Télérama^{fr}

C NEWS

l'express

Les Echos.fr

Liberation

Le Parisien

Le Point



Economie

2 sites

Boursorama

Capital.fr



Hi-Tech

3 sites

FRANDROID

FUTURA

numerama



Téléphonie

1 sites

orange



Infos Régionales

40 sites

actu.fr

Aisne

ALSACE.fr

LE BIEN PUBLIC

LE BERRY
RÉPUBLICAIN

Charente
Libre

corse-matin

Courrier picard

ledauphine.com

LADEPECHE.fr

DNA

L'ÉCHO
RÉPUBLICAIN

L'Est éclair

L'EST
RÉPUBLICAIN

l'éveil
DE LA HAUTE-LOIRE

L'INDEPENDANT

lejournal

LE JOURNAL
DU CENTRE

Midi Libre

monaco-matin

la montagne.fr

nice-matin

Nord
Littoral

Nord
edair

la Nouvelle
République.fr

ouest
france

NORMANDIE.fr

lepopulaire.fr

LE PROGRES.fr

La Provence

LA RÉPUBLIQUE
DU CENTRE

Le Républicain
Lorrain

La République
des Pyrénées

SUD
OUEST

Le Télégramme

L'union

Var-matin

LA VOIX
DU NORD

Vosges
matin

L'YONNE
RÉPUBLICAINE

DIGITAL AD TRUST



Féminin / Masculin

9 sites

aufeminin

GRAZIA

ELLE.fr

Femme actuelle

Oh!
my
mag

PARENTS

Gala.fr

Voici.fr

GENT
SIDE.



Santé

4 sites

Doctissimo

passport
santé

santé
magazine

TOP
Santé



Décoration/Travaux

3 sites

déco.fr

Le journal de la
Maison

Maison&Travaux



Cuisine

2 sites

Cuisine
actuelle

marmiton



Services

9 sites

LE MONITEUR

METEO
FRANCE

la Gazette.fr

USA

L'USINE
NOUVELLE

L'USINE
DIGITALE

MICHELIN
VIAMICHELIN

mappy



E-Commerce

4 sites

Cdiscount

DARTY

fnac fnac



Annonces

4 sites

La Centrale

leboncoin

Promoneuve

SeLoger

DIGITAL AD TRUST



Divertissement

2 sites



TV

6 sites



france.tv



Radio

2 sites

franceinfo:



Vidéo

1 site

dailymotion



Automobile

3 sites



DIGITAL AD TRUST



TARIFS 2021 DU DIGITAL AT TRUST

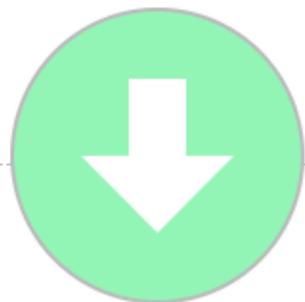


Réf : Internet Global* Janvier 2021	1er site	2ème site	3ème site et suivants
>25M VU	6 800 €	2 340 €	1 360 €
20-25M VU	5 950 €		
12-20M VU	5 100 €		
5-12M VU	4 250 €		
Moins de 5M VU	3 400 €		

► * Mesure d'audience Internet Global de Médiamétrie // NetRatings - Audience 3 écrans en visiteurs uniques

► A noter : le site ayant le volume de VU le plus important sera le site de référence. Montants en HT.

VAGUES DE LABELLISATION



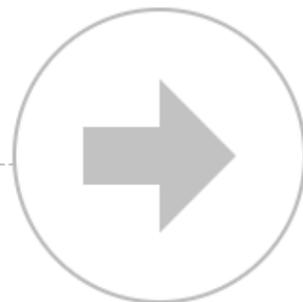
VAGUE EN COURS

13/10/2021 au 14/04/2022



VAGUE À VENIR

15/04/2022 au 14/10/2022



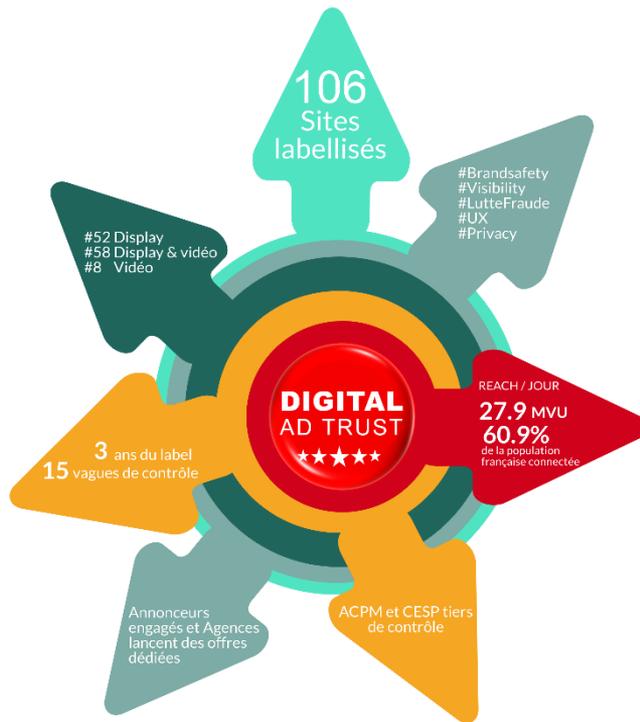
VAGUE SUIVANTE

14/10/2022 au 15/04/2023

DIGITAL AD TRUST



→ Un reach important
sur les cibles
publicitaires principales



→ Près de 2/3 des
internauts touchés
chaque jour.

→ Un label qui
se renforce à
chaque nouvelle
vague.

DIGITAL AD TRUST



SYLVIA TASSAN-TOFFOLA

PRÉSIDENTE DU SRI

« Cette évolution du Label Digital Ad trust, bien légitime après 3 ans d'existence, traduit l'engagement renouvelé des régies et de leurs éditeurs en faveur d'une publicité plus vertueuse et donc mieux perçue par nos audiences.

Ce label ambitieux a véritablement initié une dynamique mobilisant toute la chaîne de valeur pour plus de qualité, de responsabilité et de transparence, qui semble plus que jamais nécessaire aujourd'hui.

Continuons ensemble à promouvoir ces initiatives qui apportent lisibilité et confiance au marché et réfléchissons à l'étape d'après pour emmener nos métiers sur la voie de la transition écologique. »



DIDIER BEAUCLAIR

DIRECTEUR EFFICACITÉ ET TRANSPARENCE À L'UNION DES MARQUES

« Les marques que nous représentons sont très attachées au label Digital Ad Trust parce qu'il est, pour elles, un marqueur essentiel de la sécurité et de la qualité des sites labellisés.

Dans ce contexte, il est important que les critères d'obtention du label s'adaptent aux évolutions de l'environnement digital comme c'est le cas avec la prise en compte, dès à présent, des formats nouvellement proscrits par la Coalition for Better Ads ou en prévoyant une adhésion aux principes du GARM (Global Alliance for Responsible Media).

Nous nous réjouissons également que les exigences du label en matière de prévention de la fraude soient désormais renforcées avec le contrôle du trafic invalide sophistiqué (SIVT).

Seuls nos efforts conjoints peuvent faire de l'internet publicitaire un monde plus sûr pour les internautes et pour les marques. »



DIGITAL AD TRUST



Juin 2018 : La place de marché MediaSquare lance une offre programmatique composée des sites « Digital Ad Trust ».



Sept. 2018 : Group M lance TrustedPlace, une place de marché privée fonctionnant avec les régies labellisées « Digital Ad Trust ».



Sept. 2018 : Teads propose une offre constituée de sites labellisés.



Nov. 2018 : Sublime, le spécialiste de l'habillage publicitaire lance un pack « Digital Ad Trust ».



Nov. 2018 : Digtelka propose une offre vidéo « Digital Ad Trust ».



Févr. 2019 : 15 annonceurs déclarent leur engagement à renforcer leur partenariat vers les sites « Digital Ad Trust ».



Févr. 2019 : Havas lance 2 solutions « Digital Ad Trust » dont une Private Market Place.



Mars 2019 : La plateforme programmatique de native advertising Quantum (Groupe AdUX) lance une offre « Digital Ad Trust ».



Mai 2019 : La banque française s'engage à augmenter de 10% par an durant 3 ans ses investissements marketing sur les sites « Digital Ad Trust ».



Juin 2019 : Médiamétrie souhaite valoriser la labellisation de ses souscripteurs et s'est rapproché du SRI pour définir les règles d'identification du Label Digital Ad Trust dans les outils Médiamétrie. Dès les résultats de février 2019, les acteurs labellisés seront identifiés dans les fichiers de Médiaplanning mis à disposition des Centres Serveurs, et visibles également dans l'interface Internet Global.



DIGITAL AD TRUST



CONTACTS

labeldat@acpm.fr
labeldat@cesp.org