



Sous embargo jusqu'au 15 octobre 2019

Lancement de la liste des médias certifiés dans le Monde

Les acheteurs médias peuvent accéder à plus de 14.834 marques de médias contrôlées dans 21 pays

SÃO PAULO, Brésil (15 octobre 2019) – L'Association Internationale des Bureaux de Certification (IFABC) dévoile sa liste internationale de médias certifiés, première du genre et rassemblant plus de 14.834 Médias contrôlés dans 21 pays membres de l'IFABC. Ce document disponible en téléchargement est conçu pour permettre aux Annonceurs et Agences d'identifier quels sont les Médias qui ont fait l'objet d'un contrôle dans le monde entier, afin de prendre des décisions plus éclairées en matière d'achat d'espaces publicitaires.

« Avec l'internationalisation croissante des médias et de la publicité, ainsi que les problématiques de plus en plus nombreuses soulevées par le manque de transparence, il n'a jamais été aussi important pour les annonceurs de bénéficier d'une source d'informations fiable concernant les partenaires indépendants dans le domaine des médias », explique Pedro Silva, président de l'IFABC et PDG de l'Instituto Verificador de Comunicação au Brésil. « Les membres de l'IFABC apportent une grande transparence, de la clarté et une véritable garantie concernant les médias qu'ils contrôlent à travers le monde. »

La liste de médias certifiés de l'IFABC est un fichier simple, efficace et facile à utiliser qui rassemble des médias contrôlés situés aux quatre coins du monde. Elle présente les marques de médias contrôlés par format, y compris les magazines et journaux en version papier, les sites Web et applications, les événements, la Radio et les supports d'affichages extérieur, etc. Le rapport détaille également la cible (professionnels ou particuliers) et indique si le produit est payant ou gratuit. Chaque ligne inclut des liens vers le tiers de contrôle local qui contrôle les Médias dans le pays. Il est par ailleurs possible de se procurer davantage d'informations auprès de ces organisations.

Jean-Paul Dietsch, président du comité européen de l'IFABC et directeur de l'ACPM/OJD, atteste : « Depuis toujours, les Médias ont eu besoin d'instaurer des relations de confiance, et faire preuve de transparence auprès de son marché. A l'heure du RGPD, des GAFA et de la programmation, cela n'a jamais eu autant d'importance. La publicité est devenue un marché global avec des antennes locales, il est donc primordial que les annonceurs puissent se rattacher à une source unique et globale de Médias certifiés. Les organismes de certification présents dans chaque pays sont les interfaces locales de leur écosystème et réunissent leurs efforts dans cette *Certified Media List*. »

Didier Beauclair, Directeur Efficacité & Transparence de l'Union des Marques ajoute : « Le digital a créé un nouvel ordre mondial où les points de rencontres entre les marques et les consommateurs ne cessent d'augmenter. Dans cette chaîne de la communication désormais infinie, pas un jour sans que naisse ou meurt un nouvel acteur. Dans ce contexte, les marques en appellent à toujours plus de transparence. Les tiers indépendants rassemblés au sein de l'IFABC ont fait de la transparence leur raison d'être et c'est pour cette raison qu'ils sont les alliés des marques. La création aujourd'hui d'une liste mondiale de médias certifiés constitue une ressource essentielle pour le marché publicitaire et une avancée significative en faveur de la transparence ».

L'IFABC a appuyé cette initiative à l'occasion de sa [28^e assemblée générale](#), qui a eu lieu à San Francisco en novembre 2018. Les délégués de l'IFABC ont reconnu la contribution unique des contrôles indépendants et des médias certifiés, s'agissant d'apporter clarté et transparence à certaines zones de l'écosystème médiatique afin de gagner la confiance les annonceurs.



« En reconnaissant que les problématiques liées à la responsabilité et la transparence n’ont pas de frontière, la collaboration proactive de l’IFABC dans le cadre de l’élaboration de cette liste donne plus d’importance aux médias contrôlés dans le monde entier et aux organismes tiers qui s’en portent garants », déclare Tom Drouillard, PDG de Alliance for Audited Media et secrétaire de l’IFABC.

Les données sont désormais disponibles en téléchargement sur le [site de l’IFABC](#), permettant aux annonceurs d’élaborer des listes de sources de médias de confiance, de découvrir de nouvelles opportunités médiatiques ou de confirmer la fiabilité des médias que comportent leurs propres bases de données. La liste sera régulièrement mise à jour afin de veiller à ce que les annonceurs aient accès aux données les plus récentes concernant les médias certifiés.

##

À 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.

Les missions de l’ACPM sont de :

Contrôler les diffusions dans le souci de la plus totale transparence

Développer les études d’audience les plus pertinentes et les plus opérationnelles

Imaginer les études et les actions futures en fonction des besoins du marché

L’ACPM est née, en décembre 2015, de la fusion entre l’OJD (contrôle de la diffusion de la presse et de la fréquentation des sites et applis) et la SAS AudiPresse (mesure de l’audience de la presse).

Depuis cette fusion l’ACPM a étoffé ses missions et contrôle désormais un univers de médias plus large.

Certifications et labels

La Diffusion de la presse

L’Audience de la presse

La Fréquentation des sites et applis

La Diffusion des radios digitales

Dooh Trust, la certification

Le Label Digital Ad Trust

Les données de l’ACPM jouent un rôle majeur dans le secteur des médias particulièrement concurrentiel.

La certification de la diffusion d’un titre ou de la fréquentation d’un site, est un gage de fiabilité.

La mesure de l’audience est une référence sur le marché des médias.

L’adhésion à l’ACPM montre la volonté de transparence des éditeurs, leur exigence et leur intérêt de se comparer aux autres.

Pour en savoir plus : <https://www.acpm.fr>

À propos de l’IFABC

L’Association Internationale des Bureaux de Certification (IFABC) est une association à but non lucratif rassemblant des organisations du monde entier, sponsorisées par l’industrie des médias et unies par leur travail au sein de ce secteur d’activité. Les membres de l’IFABC partagent une volonté commune de diffuser de façon précise et transparente les données utilisées pour évaluer les médias. Cet engagement en termes de responsabilité et de transparence implique le contrôle et la certification indépendants des divers lots de données utilisés dans le trading média. Le travail des organismes membres porte sur divers canaux, tels que les supports imprimés et numériques, les événements, les supports publicitaires d’extérieur, la télévision ou le marketing d’influence. La mission que s’est fixée l’IFABC prend de plus en plus d’ampleur, tandis que l’industrie des médias évolue et change en profondeur. L’association cherche à encourager et faciliter l’échange permanent d’expériences et de bonnes pratiques entre ses différents membres.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur ifabc.org.