

## Dix-huit nouveaux éditeurs rejoignent le Digital Ad Trust

A l'issue d'une cinquième vague de labellisation, dix-huit nouveaux éditeurs, bfmtv.com, mycanal.fr, pagesjaunes.fr, mappy.com, utip.io, programme-tv.net, voici.fr, agriaffaires.com, machineryzone.fr, usinenouvelle.com, usine-digitale.fr, lemoniteur.fr, lsa-conso.fr, lagazettedescommunes.com, argusdelassurance.com, auto-moto.com, maison-travaux.fr, football365.fr, contrôlés par l'Alliance pour les chiffres de la presse et des médias (ACPM) et le Centre d'étude des supports de publicité (CESP), ont rejoint les rangs du Digital Ad Trust.

Lancée en décembre 2017 par le Syndicat des régies internet (SRI), l'Union des entreprises de conseil et achat média (Udecam), le Groupement des éditeurs de contenus et de services en ligne (Geste), l'Union des annonceurs (UDA), l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) et l'Interactive advertising bureau (IAB) France, cette initiative professionnelle est destinée à évaluer et valoriser la qualité des sites qui s'engagent dans des pratiques publicitaires responsables.

Quatorze nouveaux sites rejoignaient le Digital Ad Trust au début du mois de janvier (cf. CP du 09/01/2019). Au total, 109 sites possèdent désormais le label Digital Ad Trust.

La régie 366 avait annoncé à la mi-janvier, qu'en 2018, 98,8 % des audiences que la régie avait monétisées, étaient labellisées Digital Ad Trust (cf. CP du 16/01/2019).

Une 6<sup>ème</sup> vague a débuté le 5 avril dernier et doit se dérouler jusqu'au 2 juillet prochain. Les candidatures pour la 7<sup>ème</sup> vague de labellisation sont également ouvertes. Cette vague débutera le 3 juillet prochain.