

ELECTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'IAB FRANCE

L'Interactive Advertising Bureau (IAB France) a procédé aux élections de son Conseil d'Administration et de ses coordinateurs de commissions au cours d'une Assemblée Générale qui s'est tenue le mardi 3 avril.

Jérôme de Labriffe, Directeur digital development Retail Banking, BNP Paribas est réélu Président : « *Pour accompagner la croissance d'une industrie au cœur des enjeux de la communication et du marketing, l'IAB France se doit d'être une association fédérant l'ensemble des métiers du digital. La composition de notre Conseil d'Administration et nos membres toujours plus nombreux (+40% depuis 2010) répond à cette nécessité. Leur expertise a, en effet, un rôle moteur qui sera partagée ces deux prochaines années au cours de conférences ou au travers d'études, de recommandations, d'actions d'autorégulation et de publications.* »

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Elu pour un mandat de deux ans, le nouveau Conseil d'Administration est constitué de :

Président :

Jérôme de Labriffe, Directeur Digital/development, BNP Paribas

Vice-présidente :

Catherine Gotlieb, VP Sales & Marketing, MakeMeReach

Trésorier :

Eric Troussel, Directeur Général Adjoint en charge des études et du marketing, Mediapost

Administrateurs :

- **Sébastien Badault**, Directeur de la Stratégie Commerciale SEEMEA
- **Philippe Boutron**, Responsable Média, Citroën France
- **Brigitte Cantaloube**, Directrice Générale, Yahoo ! France
- **Christophe Dané**, Directeur Général, Omnicom Media Group
- **Pascal Dasseux**, Directeur Général Adjoint, Directeur Général, Havas Media – Havas Digital
- **David Lacombed**, Directeur délégué à la stratégie de contenus, Orange
- **Alain Lévy**, CEO, Weborama
- **Vincent Montet**, Directeur Associé, Grenade & Sparks et Directeur des MBA spécialisés MCI, Pôle Léonard de Vinci
- **Valérie Rudler**, Directrice Générale Adjointe, Figaro Médias
- **Laurent Schummer**, Directeur commercial, Allociné
- **Richard Strul**, CEO, RESONEO
- **Florence Trouche**, CEO, ISOBAR France
- **Frédéric Winckler**, Président, JWT et Président, AACC

Les grandes lignes du programme se fondent sur 4 axes :

1. **INNOVER** en poursuivant l'organisation d'événements sur l'ensemble des sujets et sur tous les devices de l'économie numérique
2. **EXPLORER** les tendances et donner les cadres pour aider les acteurs du marketing à optimiser leur stratégie sur le média au travers de livrets pédagogique, de Livres Blancs, d'études, etc.
3. **RENFORCER** et approfondir les liens avec les différentes instances et associations du marché ainsi que les IAB en Europe
4. **STRUCTURER** en poursuivant les recommandations sur les formats publicitaires interactifs et les actions d'autorégulation du marché, telles que la mise en place de la plateforme www.youronlinechoices.eu

LES COORDINATEURS DE COMMISSIONS

Les différents travaux (publications, études, conférences, etc.), organisés autour de 3 grandes thématiques, seront coordonnés par :

Commission branding :

- **Raphaël Chatté**, Directeur des études Internet, Aegis Media Solutions
- **Marion de Cisternes**, Responsable Marketing Digital, FigaroMedias
- **Fabien Omont**, Responsable Marketing, Microsoft Advertising
- **Raphaël Pivert**, Directeur des études, GroupM / GroupM Interaction

Commission Performance :

- **Stéphanie Guédon**, Data Consultante, Iprospect France
- **Carine Huissier**, Directrice Générale Adjointe, Netbooster
- **Romain Lépine**, Regional Director, TradeDoubler
- **Julien Malique**, Responsable du développement, Public-Idees

Commission Innovation et veille internationale :

- **Frédéric Chéry**, Marketing Manager, Weborama
- **Sophie Davidas**, Country Manager, VideoPlaza
- **Amine Melouk**, Directeur Stratégie Mobile, Grenade & Sparks
- **Camille Morice**, e-reputation & Social Media Marketing Manager, RESONEO

CONTACT PRESSE

Delphine Bionne

delphine@iabfrance.com

01 48 78 14 32 - 06 31 49 75 80

A propos de l'IAB France

L'IAB France (Interactive Advertising Bureau) est une association créée en 1998 dont la mission est triple: structurer le marché de la communication digitale, favoriser son usage et optimiser son efficacité. Elle compte à ce jour 164 sociétés membres, représentant l'ensemble des acteurs de la chaîne de la communication interactive (éditeurs, régies, agences, annonceurs, instituts d'études, fournisseurs de technologies, etc.). A travers ses publications, ses études et les événements qu'elle organise, l'IAB France se met au service des annonceurs et de leurs agences conseil pour les aider à intégrer les médias numériques efficacement dans leur stratégie de marketing globale, et entend proposer des standards, des exemples de pratiques professionnelles aux nouveaux acteurs intégrant le marché du digital.

L'IAB est par ailleurs un réseau d'experts au service des autres organisations professionnelles, des institutions et des médias qui s'interrogent sur l'impact du développement de cette nouvelle donne économique.

L'IAB France est une entité indépendante, faisant partie du réseau mondial d'affiliés de l'Interactive Advertising Bureau.