



Publicité responsable : FreeWheel lance une offre 100 % Digital Ad Trust

FreeWheel, la plateforme de publicité vidéo multi-écrans, souhaite mettre en avant ses inventaires certifiés « Digital Ad Trust » sur le marché français

Paris, le lundi 20 mai 2019 – [FreeWheel](#), le spécialiste de la publicité vidéo premium et multi-écrans du groupe américain Comcast, annonce aujourd’hui le lancement d’une offre entièrement labélisée [Digital Ad Trust](#). L’entreprise permet ainsi, via sa marketplace, de pouvoir mener des campagnes plus performantes au sein d’un environnement *brand safe*. Adhérent du SRI (Syndicat des Régies Internet) depuis 2014, FreeWheel démontre une nouvelle fois son attachement à des pratiques publicitaires plus responsables.

FreeWheel lance une offre 100 % Digital Ad Trust

FreeWheel entend bien accentuer sa position de leader sur le marché de la publicité digitale. Et pour cause, l’entreprise s’est toujours appliquée à collaborer avec des éditeurs premium qui offrent des services de qualité et qui sont respectueux de la vie privée de l’utilisateur. Fort de son expérience sur le marché français, FreeWheel est la plateforme qui rassemble le plus grand nombre de médias disposant d’un service de vidéos premium.

À travers cette nouvelle offre, FreeWheel met à disposition de ses clients plus de 25 sites labélisés qui représentent au total plus de 350 millions de devices uniques en France et ont dorénavant un accès à un inventaire garanti premium et responsable dont NextRégie, Prisma Media, 20 Minutes, etc.

« Le lancement de cette nouvelle offre s’inscrit pleinement au sein du positionnement de FreeWheel qui ambitionne de proposer des services de qualité aux annonceurs et plus éthiques envers les consommateurs. Nous travaillons depuis longtemps avec des acteurs premium dans le secteur de la publicité digitale, il nous semblait donc naturel de proposer un inventaire 100% labélisé Digital Ad Trust à nos clients » indique Jean Bellon-Serre, Senior Director and Head of Demand Sales Southern Europe and MENA de FreeWheel.

« Depuis plusieurs années, nous faisons confiance aux équipes de FreeWheel pour nos plans media en vidéo digitale. Leur place préférentielle dans l’écosystème vidéo premium et leur forte expertise en font un partenaire privilégié et brand-safe pour les marques que nous représentons. Les campagnes diffusées par Publicis Media sur l’offre 100% Digital Ad Trust de FreeWheel permettent une expérience publicitaire plus respectueuse de l’internaute. » commente, Souaade Agmir - Head of Digital Strategy, Publicis Media

L'initiative Digital Ad Trust : une vague de transparence et d'éthique

Le label [Digital Ad Trust](#) est une initiative interprofessionnelle lancée par le SRI, l'UDECAM, le GESTE, l'UDA, l'ARPP et l'IAB France en 2017. Ce label vise à évaluer et à valoriser la qualité des sites qui s'engagent pour des pratiques publicitaires plus responsables. Cette initiative repose sur cinq grands piliers :

- Garantir la brand safety
- Optimiser la visibilité de la publicité en ligne
- Lutter contre la fraude
- Améliorer l'expérience utilisateur et maîtriser le nombre d'objets publicitaires par page
- Mieux informer les internautes en matière de protection des données personnelles

L'ACPM et le CESP sont les « tiers labellisateurs » qui opèrent les contrôles nécessaires sur les sites web qui en font la demande. À ce jour, plus de 100 éditeurs sont labélisés.

À propos de FreeWheel

FreeWheel, société du groupe Comcast, offre une large gamme de solutions pour répondre aux enjeux du nouvel écosystème TV et de l'industrie publicitaire. En se positionnant au cœur de la technologie, de la convergence, et de l'exploitation des données, FreeWheel permet aux acheteurs comme aux vendeurs d'exploiter les différents types de transactions, pour tous les écrans, avec tous types de données – avec pour objectif ultime des résultats positifs pour les annonceurs. FreeWheel est une société du groupe Comcast avec des bureaux à New York, San Francisco, Chicago, Londres, Paris, Pékin et dans le monde entier. L'initiative du FreeWheel Council for Premium Video contribue à la réflexion sur l'évolution du marché de la vidéo premium. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.freewheel.tv, sur Twitter et LinkedIn.

Contacts médias en France

Ballou France
François Aubert – Anabelle Chaumon – Léonard Facchino
+33 1 42 22 24 10
freewheel@balloupr.com