



COMMUNIQUE DE PRESSE
Paris, le 18 décembre 2023

Corinne Mrejen (*Les Echos Le Parisien Médias*) & Olivier Rozental (*Altice Media Ads & Connect*) élus présidente et vice-président du SRI

Au cours d'une Assemblée Générale Ordinaire tenue le 18 décembre, les membres du SRI ont procédé au renouvellement de leur Conseil d'Administration. Le CA nouvellement élu* a nommé Corinne Mrejen (*Directrice générale Les Echos - Le Parisien Partenaires & Chief Impact Officer*) à la présidence et Olivier Rozental (*Directeur des activités digitales et de la Transformation Altice Media Ads & Connect*) à la vice-présidence du SRI. Ils succèdent à Sylvia Tassan Toffola et Fabien Scolan.

« Nous sommes honorés de la confiance des administrateurs du SRI et nous nous engageons à porter d'une même voix les intérêts de ses membres. Notre présidence s'inscrit dans la continuité des travaux effectués par nos prédécesseurs et nous tenons plus spécifiquement à remercier chaleureusement Sylvia Tassan Toffola pour son engagement et pour les chantiers qu'elle a portés et initiés » commentent la présidente et le vice-président nouvellement élus.

Corinne Mrejen, présidente du SRI, précise les ambitions de son programme : *« Notre principal enjeu est d'adresser toutes les dimensions afférentes aux transitions. La transformation part de la question clé de la transition environnementale mais elle est plus large encore et par nature systémique. Pour adresser toutes les transitions, deux niveaux doivent être pris en considération. En macro, traiter des défis liés aux modèles économiques et sociétaux de notre industrie. De façon plus opérationnelle, aborder les sujets de transformation des métiers, des pratiques et des indicateurs de mesure du marché ».*

Olivier Rozental, vice-président du SRI complète : *« Nous allons notamment œuvrer sur 4 axes majeurs. Tout d'abord les transformations de la chaîne tech avec par exemple la rationalisation des flux programmatiques pour gagner en valeur et sobriété ; ensuite les transformations autour de la privacy où la fin des cookies tiers pourrait devenir une opportunité pour regagner de la souveraineté ; 3ème axe, les transformations autour de la mesure où nous questionnerons les indicateurs existants pour revaloriser les inventaires des régies internet et enfin, la plateforme, afin d'accompagner les transformations des achats multi media et les besoins d'automatisation entre régies et agences. »*

Du Digital Ad Trust au Sustainable Digital Ad Trust, le SRI lance son programme collectif pour accompagner les transformations

Simultanément à l'élection de sa présidence, le SRI lance le programme *Sustainable Digital Ad Trust*. L'ambition du SDAT est de définir ce qu'est une régie digitale responsable et de défendre une vision plurielle de leurs responsabilités où s'articulent qualité de l'offre et engagement corporate. Les régies engagées dans le programme évalueront périodiquement leur degré d'avancement sur quinze critères, classés selon trois thématiques :

- Maîtrise de l'environnement de diffusion,
- Optimisation de la chaîne de valeur technologique
- Démarche RSE.

« Nous sommes fiers de placer notre mandat sous le signe de l'engagement responsable, en lançant le Sustainable Digital Ad Trust. C'est en puisant et en s'adossant au collectif que nous trouverons le courage et la puissance de transformer et de nous transformer. Ce programme pose les jalons d'une trajectoire de progrès, tant individuelle que collective. Le SDAT répond aux enjeux de transformation qu'ils soient technologiques, business ou environnementaux. Ce programme s'appuie sur des prérequis exigeants et tient compte d'actions concrètes en faveur d'une publicité digitale plus responsable. Nous vous donnons rendez-vous au 1^{er} trimestre 2024 pour dévoiler les premiers résultats » ajoute Corinne Mrejen, présidente du SRI.

Le programme SDAT repose sur une grille d'évaluation précise, définissant les conditions d'atteinte et de reporting de chacun des engagements. La construction de ce programme s'est nourrie de tous les travaux menés au SRI dans les groupes de travail et s'enrichira de tous les sujets clés qui émergeront pour les régies digitales.

*Le SRI est une organisation interprofessionnelle qui représente les intérêts des régies dans la chaîne de valeur de la publicité digitale en France. En 2023, le SRI fédère 30 adhérents travaillant dans un esprit de coopération et se répartissant en 2 collèges : le collège « Régies » qui rassemble des régies digitales adossées à des publishers et le collège des « Partenaires Technologiques » qui réunit des acteurs exerçant une activité technologique de monétisation publicitaire sur Internet. Pour peser au sein de la chaîne de valeur de la publicité digitale, le SRI agit sur trois fronts complémentaires : le décryptage du marché, notamment au travers de la publication de l'Observatoire de l'e-pub, l'amélioration des pratiques et la défense des intérêts de notre collectif.

A présent, le Conseil d'Administration du SRI est composé des sociétés suivantes :

pour le Collège Régies,

- 20 Minutes, représentée par Ronan Dubois
- 366, représentée par Stéphane Delaporte
- Altice Media Ads & Connect, représentée par Olivier Rozental
- France TV Publicité, représentée par Vincent Salini
- Leboncoin, représentée par Fabien Scolan
- Les Echos Le Parisien Médias, représentée par Corinne Mrejen
- M Publicité, représentée par Elisabeth Cialdella
- M6 Publicité, représentée par Hortense Thomine-Desmazures
- MEDIA FIGARO, représentée par Aurore Domont
- Orange Advertising, représentée par Stéphane Bourse
- Prisma Media Solutions, représentée par Philipp Schmidt
- Reworld Media Connect, représentée par Elodie Bretaudeau-Fontailles
- TF1 Pub, représentée par Sylvia Tassan Toffola
- Webedia, représentée par Antoine Meunier.

pour le Collège Partenaires technologiques,

- Freewheel, représentée par Emmanuel Biscay.

Contact Presse

Myriam Waquet
 06 88 34 20 65 – myriam@sri-france.org
 @SRI_France / www.sri-france.org