

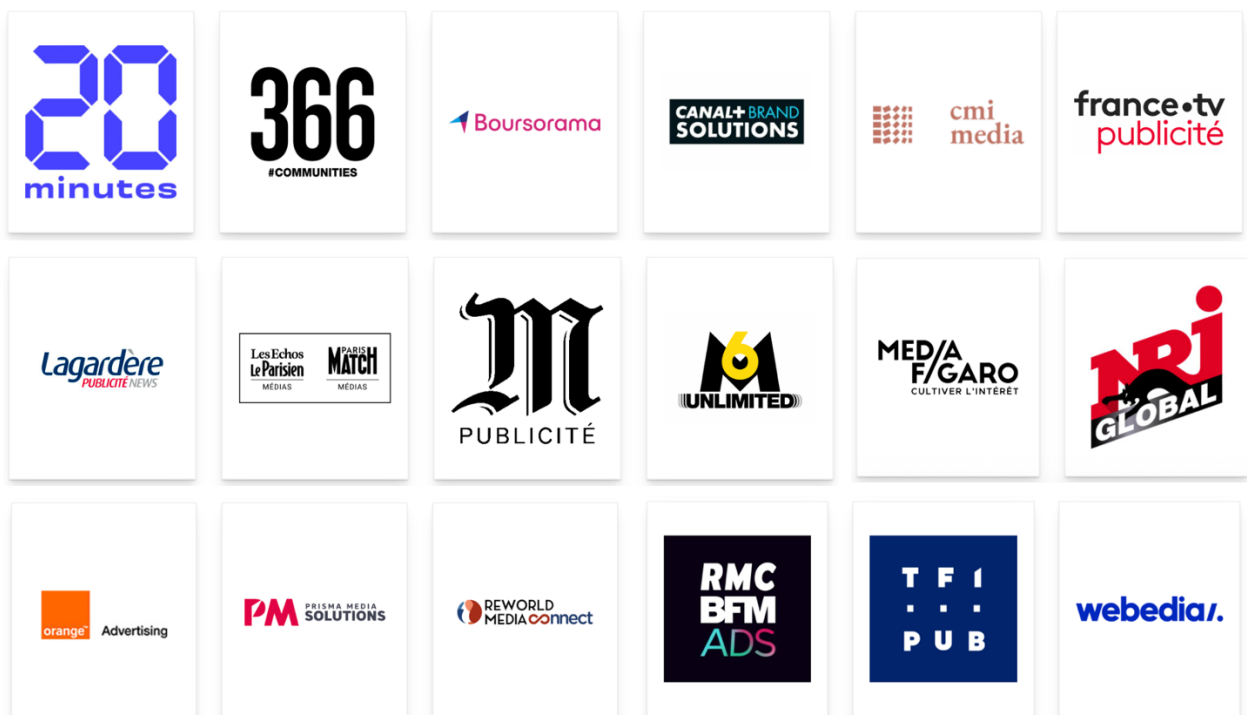


COMMUNIQUE DE PRESSE
Paris, le 22 septembre 2025

Programme Sustainable Digital Ad Trust :

la 3^{ème} vague confirme l'engagement et la progression continue des 18 régies engagées

Le programme Sustainable Digital Ad Trust (SDAT) vient de clore son 3^{ème} cycle d'évaluation. Avec 18 régies participantes, cette nouvelle vague illustre la mobilisation constante des membres du SRI en faveur d'une publicité digitale plus responsable et confirme la dynamique d'amélioration continue impulsée par le programme.



Créé en 2024, le SDAT fédère un collectif de régies qui ont fait le choix d'objectiver leurs pratiques et de s'inscrire dans une trajectoire de progrès mesurable. Deux cycles d'évaluation (**mars** et **octobre** 2024) ont déjà permis d'étalonner le référentiel commun multicritères définissant les bonnes pratiques d'une régie digitale responsable ainsi que les différents niveaux d'atteinte associés.

Un référentiel structuré et stable

Pour intégrer le programme, les régies candidates :

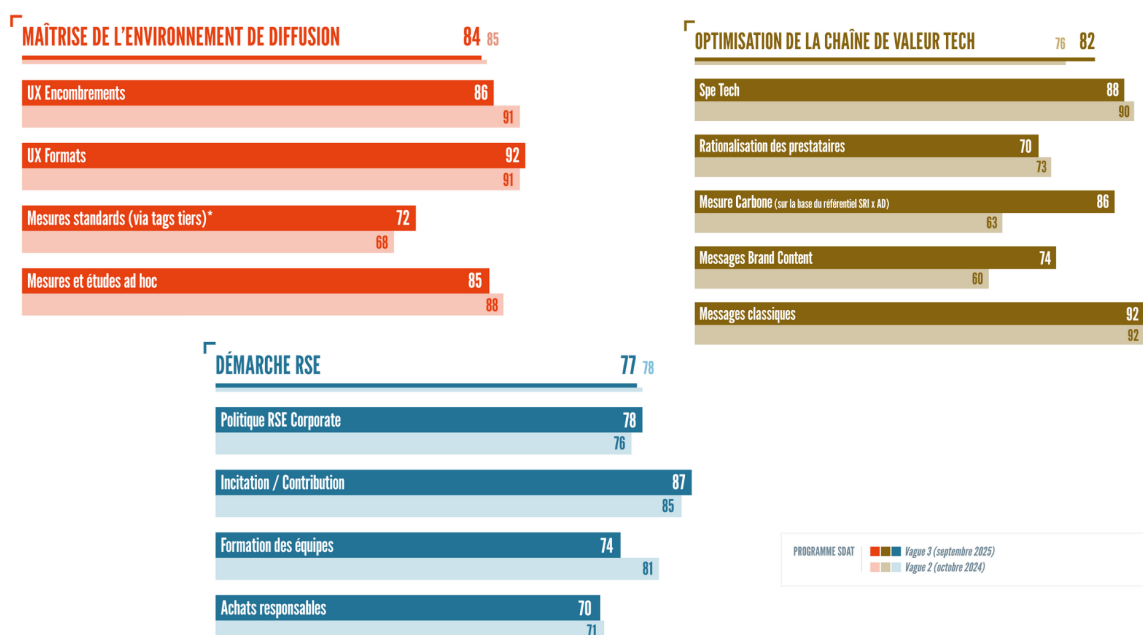
- justifient leur degré d'atteinte sur **15 critères répartis en 3 thématiques** : Maîtrise de l'environnement de diffusion, Optimisation de la chaîne de valeur technologique & Démarche RSE ;
- atteignent un seuil minimum de 50% sur l'ensemble des critères ;
- se situent sur l'un des 5 échelons définis (bronze, argent, or, platine ou diamant) en fonction de leur score global.

Pour chaque régie, s'engager dans le SDAT reflète une ambition claire : partager des preuves tangibles de qualité, de transparence et de responsabilité dans les pratiques métiers, quel que soit son niveau de maturité, et évaluer leurs avancées par un reporting normé et exigeant.

Un collectif toujours en progression

Les résultats de la 3^{ème} vague traduisent une progression continue et significative des pratiques :

- Le score moyen des 18 régies embarquées dans cette vague atteint un niveau très élevé de 81/100, en progression de 4 points par rapport à la précédente ;
- La thématique « Optimisation de la chaîne de valeur » progresse de manière très marquée (+6 points), preuve qu'elle recouvre des enjeux business clés dans un contexte économique tendu ;
- Les régies ont poursuivi leurs investissements pour renforcer la transparence de leurs pratiques. 2 items, identifiés à l'issue de la vague 2 comme leviers prioritaires, affichent une progression remarquable après un travail approfondi :
 - « Mesure carbone » : +23pts, portée par les régies qui ont investi dans l'automatisation de la mesure et le développement de solutions d'optimisation ;
 - « Messages Brand Content » : +14pts, reflet des démarches engagées par des régies pour concevoir des offres plus responsables, alignées aux recommandations de l'ARPP, et pour mesurer l'empreinte environnementale des projets avec l'Étiquette Pub Ecoprod.



En proposant une roadmap de progrès exigeante et mesurable, le SDAT est à l'origine d'une vraie dynamique, au sein des équipes des régies mais aussi du collectif SRI et permet d'embarquer progressivement de nouveaux participants.

« Cette nouvelle vague réaffirme l'objectif du programme : accompagner les régies du SRI dans l'évolution de leurs pratiques professionnelles, en phase avec les défis technologiques, commerciaux et environnementaux actuels. La progression constante de ce collectif prouve que, malgré un contexte économique incertain, les régies maintiennent des exigences élevées en matière de qualité pour les 'Safe Gardens', ces environnements digitaux sécurisés qu'elles proposent. Cette mobilisation en faveur de plus de transparence doit servir de base à un critère de différenciation et de sélection pour nos partenaires marques et agences » explique Corinne Mrejen, présidente du SRI.

Prochaines étapes

Le printemps 2026 marquera le lancement du 4^{ème} cycle avec de nouveaux ateliers de travail collectifs sur différents thèmes tels que les KPIs de mesure de l'empreinte carbone, la formation continue des équipes, une réflexion sur les bonnes pratiques liées à l'IA mais aussi avec l'onboarding de nouvelles régies. Un reporting consolidé viendra clôturer ce cycle à l'automne 2026.

A propos du SRI

Le SRI – Syndicat des Régies Internet – est une organisation interprofessionnelle qui représente les intérêts des régies dans la chaîne de valeur de la publicité digitale en France. Nos adhérents travaillent dans un esprit de coopération et se répartissent en 2 collèges : le collège « Régies », qui rassemble des régies digitales adossées à des publishers, et le collège « Partenaires Technologiques », qui réunit des acteurs exerçant une activité technologique de monétisation publicitaire sur Internet. Pour peser au sein de la chaîne de valeur et défendre le modèle économique publicitaire, le SRI agit sur trois fronts complémentaires : le décryptage du marché, l'amélioration des pratiques et la défense des intérêts collectifs.

www.sri-france.org

Contact presse

Myriam Waquet

06 88 34 20 65 / mdechasse@sri-france.org