

IAB France élit son Conseil d'Administration 2009

Ce jeudi 26 mars, les membres de l'**Interactive Advertising Bureau (IAB) France**, réunis en assemblée générale annuelle ont élu leur nouveau Bureau et leur Conseil d'Administration. A cette occasion, l'association qui regroupe tous les professionnels d'Internet et se positionne aujourd'hui comme le représentant légitime des différents métiers de la communication online, a fait part de ses objectifs pour l'année 2009.

Le programme de l'IAB en 2009 s'articule autour de **trois grandes idées fortes : Développement, Innovation et Résonances.**

- Etre présents auprès des pouvoirs publics et des médias pour assurer le développement des médias numériques en cohérence avec les intérêts de cette nouvelle industrie
- Apporter aux regroupements de professionnels et aux corporations d'annonceurs des réponses simples pour une meilleure connaissance et une meilleure compréhension de cet univers de la communication online
- Donner une nouvelle vision de l'Internet et de son efficacité par la diffusion de nouvelles études, pour donner aux annonceurs des repères clairs et compréhensibles dans le monde de la communication numérique

Les membres du nouveau Bureau (élus avec 95,87% des voix)

- **Président**
Jérôme de Labriffe - *Directeur du Développement et de l'Innovation de la banque multicanal – BNP Paribas*
- **Vice Présidente**
Catherine Gotlieb - *Directrice Internet et Nouveaux Médias - TF1 Publicité*
- **Trésorier**
Eric Troussel - *Directeur marketing – TNS media intelligence*
- **Responsable en charge de l'Innovation**
Pascal Dasseux - *CEO Havas Digital, DGA Havas Media*
- **Responsable en charge des Relations institutionnelles**
David Lacombed – *Directeur de l'Antenne et des Programmes – Orange*
- **Responsable en charge du développement**
Valérie Rudler – *Directrice commerciale – Microsoft Advertising*

Les listes des Responsables de Commissions élues lors de l'Assemblée Générale

Réseau d'experts professionnels du marketing tous métiers confondus, l'IAB France est au service du marché de la communication online. Ses actions visent à faciliter l'intégration du média Internet dans la stratégie marketing et à mesurer son efficacité.

Ses 4 commissions continuent leur évolution avec l'élection de nouvelles listes, représentatives du marché de la publicité sur Internet, avec des entreprises de toute taille et de tout type : annonceurs, régies, instituts d'études, agences médias, agences conseil en communication, centrales d'achat d'espaces, éditeurs, sociétés de conseil, fournisseurs de technologies, etc.

- **Commission Informer (élus avec 94,33% des voix)**
Richard Strul - *CEO - Résonéo*
Mathieu Roche - *Directeur Général - Weborama*

- **Commission Mesurer (élus avec 94,33% des voix)**
Fabien Omont - *Responsable marketing - Skyrégie Online*
Bruno Lenain - *Directeur de Département - IPSOS Media CT*
- **Commission Organiser (élus avec 97,87% des voix)**
Gilles Douieb - *Directeur Commercial Adjoint Nouveaux Médias - TF1 Publicité*
Guillaume de Villele - *DG UN77 - Groupe Nextedia*
- **Commission International (élus à l'unanimité)**
Eléonore Pascassio – *International Research Manager - Havas Digital*
Victoria Pell – *Directeur du Business Développement Continental Europe, Moyen Orient, Afrique du Nord – Millward Brown Dynamic Logic*

Les objectifs 2009 : IAB, carrefour de la publicité online

L'IAB France en tant que représentant des acteurs du marché de la publicité sur Internet se trouve aujourd'hui au cœur des débats des institutions politiques où se fixent les règles du « numérique » de demain.

En 2009, avec la prépondérance de l'Europe et le renforcement de la réglementation sur la communication on-line, il lui faut affiner sa stratégie de présence et de visibilité auprès de ces institutions pour continuer à véhiculer un message cohérent, preuve que le numérique est une « industrie de la communication » mature, propre à supporter le dynamisme de la communication d'après crise.

Il s'agira aussi de faire évoluer le secteur de la publicité en ligne en se tournant vers les organismes représentatifs des différents secteurs et corps de métiers qui sont eux-mêmes organisés en syndicats et en organisations professionnelles, et qui cherchent à dynamiser leur communication en faisant le choix du média numérique.

« Autant d'objectifs qui relèvent d'une passion commune et partagée, le Net » - commente Jérôme de Labriffe, Président de l'IAB France.

A propos de l'IAB France

Depuis 1998, l'Interactive Advertising Bureau France, association internationale (Amérique du Nord, Amérique du Sud, Europe, Asie, Australie), dédiée à l'optimisation et à la promotion de la publicité interactive, s'adresse aux organisations professionnelles, institutions et médias qui s'interrogent sur l'impact, la tendance et les prochains développements d'Internet en tant que média.

L'IAB France se structure autour de 4 commissions, dont les actions ont pour objectif de faciliter l'intégration du média internet dans la stratégie marketing et de mesurer son efficacité : « informer », « organiser », « mesurer » et « international » à l'origine de productions-phare telle que :

- son Booklet
- son Colloque annuel,
- les études NetImpact portant sur l'efficacité du média
- les publications semestrielles et annuelles des résultats du Baromètre IAB-SRI établi avec TNS Media Intelligence, sur les investissements publicitaires online

Le Président de l'IAB France est Jérôme de Labriffe, Directeur du Développement et de l'Innovation de la banque multicana de BNP Paribas.

<http://www.iabfrance.com>

Contacts Presse

Le Public Système

Prescilia Holleville - 01 41 34 23 02
pholleville@lepublicsysteme.fr

Agnès Guillard - 01 41 34 23 82
aguillard@lepublicsysteme.fr