

Communiqué de Presse

Paris, le 5 novembre 2024

GOVERNANCE DES BLOCKLISTS : L'UNION DES MARQUES PUBLIE SON PREMIER GUIDE SUR LES BONNES PRATIQUES

L'Union des marques annonce la publication de son premier guide des bonnes pratiques pour la gouvernance des blocklists, destiné à ses membres. Ce document essentiel offre une synthèse des meilleures pratiques pour la gestion des blocklists, ces listes de mots-clés utilisées par les annonceurs et leurs agences pour contrôler les environnements dans lesquels leurs publicités sont diffusées en ligne.

Les blocklists permettent aux annonceurs de maîtriser l'environnement de diffusion de leurs publicités en ligne. Cependant, elles peuvent également avoir des effets indésirables, notamment sur l'efficacité des campagnes, en excluant certains contenus de manière non intentionnelle, ce qui peut aller à l'encontre des démarches d'inclusion et de diversité, ainsi que sur le financement des médias d'information.

Alertée par les difficultés rencontrées par la presse liées à l'utilisation de blocklists dans la chaîne de diffusion des publicités digitales, l'Union des marques a lancé un groupe de travail à la demande de son Conseil d'Administration. Ce guide est issu des travaux de ce groupe de travail annonceurs et a été présenté dans le cadre d'échanges interprofessionnels avec l'APIG, l'UDECAM, le SRI et des représentants des mesureurs. Les discussions se poursuivent au sein de l'interprofession publicitaire sur des solutions opérationnelles ou technologiques permettant de garantir aux annonceurs la diffusion de leurs campagnes dans des inventaires sécurisés dits brandsafe et permettant de tenir compte de leurs enjeux de brandsuitability.

Ce guide propose des outils pour répondre aux enjeux de brandsafety et de brandsuitability. Il détaille les étapes de la gouvernance des listes d'exclusion lorsqu'elles sont utilisées et offre des recommandations pour une gestion efficace et responsable des blocklists.

A propos de l'Union des marques

L'Union des marques est l'organisation représentative des marques de toutes tailles et tous secteurs avec comme raison d'être : « Unis pour construire des marques durables ».

Elle promeut une communication et un marketing responsables et œuvre à renforcer leur efficacité et leur sécurité.

L'Union des marques est une plateforme d'inspiration et d'échange, de mise en contact, d'accompagnement et de représentation qui regroupe aujourd'hui 250 entreprises adhérentes, plus de 1600 marques.

Pour en savoir plus : www.uniondesmarques.fr

Contact presse :

Kévin Sdrigotti, Responsable de la relation adhérents et de la communication
ksdrigotti@uniondesmarques.fr

