

Charte de qualité

Notre promesse solennelle aux clients

La déclaration d'engagement de qualité de la Online Professional Publishers' Association Belgium (OPPAb) définit les standards que De Persgroep, IPM, Les Editions de L'Avenir, Mediahuis, Rossel et Roularta respecteront dans leurs relations avec les partenaires publicitaires. Elle détaille clairement comment les éditeurs en ligne professionnels traiteront avec eux et quel est le niveau de service auquel on est en droit de s'attendre.

En publiant ceci, nous avons voulu expliquer ce qui à nos yeux est équitable et démontrer que nous opérerons de façon ouverte et transparente afin d'obtenir de toutes nos parties prenantes la qualité la plus élevée qui soit.

Acceptation par les utilisateurs

1.1. Notre tout premier souci est l'expérience de nos lecteurs et le maintien du lien de confiance qui nous lie. Nous définissons clairement nos engagements envers les lecteurs en matière de transparence, de protection de données et d'expérience utilisateur, y compris la façon dont nous leur proposerons de la publicité.

Brand safety

2.1. Nous veillons à ce que toutes les annonces soient placées dans un contexte de qualité qui ne nuit pas à votre marque. Les membres de l'OPPAb sont des entités légales privées, ou des divisions de ces entités légales, qui remplissent les conditions suivantes :

- des éditeurs de produits de presse écrite ou de produits d'information audiovisuelle ;
- ayant pour activité principale la production et la publication de contenus ;
- propriétaires d'un ou plusieurs sites Web.be ;
- avec du contenu développé par une équipe rédactionnelle faisant partie intégrante de l'entité légale et dont au moins 50 % est journaliste belge reconnu ;
- audiences et trafic sont mesurés par le CIM.

2.2. Pour les campagnes menées sur des biens de membres de l'OPPAb :

2.2.1. nous opérons selon les normes les plus élevées pour garantir que leur publicité sera uniquement vue dans des contextes appropriés. Cela inclut :

- pas de *fake news* ;
- des normes élevées en matière de viewability (visibilité) ;
- peu ou pas de fraude.

2.2.2. Nous disposons de gens qui ont pour mission spécifique de guetter tout récit créant un contexte publicitaire inapproprié (p. ex. une catastrophe). En cas de doute, nous excluons ce type de récit jusqu'à ce que nous ayons pu en discuter avec l'annonceur.

2.2.3. Sur demande, nous offrons des exclusions standards ou sur mesure aux annonceurs qui souhaitent ne pas être vus en regard de certains contenus.

Viewability

3.1. Les membres de l'OPPA garantissent une optimisation continue des taux de visibilité afin de fournir des résultats au-delà des moyennes du marché. Nous utilisons les directives IAB concernant les 'viewable ad impressions' pour définir quand une annonce est comptabilisée comme étant 'viewable' :

- Unités standards IAB : 50 % des pixels ou plus sont visibles pendant une seconde ou plus.
- Annonces à grand impact* : 30 % des pixels ou plus sont visibles pendant une seconde ou plus.
- Annonces vidéo : 50 % des pixels sont visibles pendant deux secondes continues de l'annonce.

3.2. Nos résultats de visibilité moyenne sont disponibles via le lien suivant :

http://www.theppress.be/media/12/files/OPPA_VIEWABILITY_F.pdf

3.3. Les résultats de visibilité sont disponible à tout moment et sont fournis sur demande par l'outil exploité par l'éditeur (Moat ou Active View DFP).

Trafic non-humain et fraude

4.1. Nos serveurs de publicité (Adhese ou DFP) passent tous les clics et impressions au peigne fin à la recherche d'activités de clic invalides pouvant gonfler de façon artificielle les frais d'un annonceur ou les revenus d'un éditeur.

Nous utilisons uniquement des serveurs de publicité qui nous permettent de filtrer les clics et impressions les plus invalides, les annonceurs n'étant pas facturés pour cette activité.

4.2. Nous mesurons le trafic non-humain au niveau du site et rendons ces données accessibles aux annonceurs. Les résultats sont disponibles à tout moment et sont fournis sur demande par l'outil de l'éditeur individuel (Moat**).

4.3. Nous continuerons à collaborer avec des fournisseurs de technologie et des partenaires dans l'ensemble de l'industrie pour identifier tout trafic non-humain et l'exclure de nos sites.

4.4. Nos serveurs de publicité se servent de la liste noire internationale des robots de l'IAB/l'ABC ('IAB/ABC International Spiders & Robots List'), ainsi que de filtres supplémentaires basés sur des activités robotiques antérieures. Le fichier d'exclusion de la liste de robots IAB est lui aussi utilisée.

Tarification

5.1. Notre tarification pour la vente directe est publiée sur nos cartes de tarifs et peut être consultée à tout moment.

5.2. Notre inventaire programmatique n'est pas proposé à des prix cassés. Si vous pensez que vous vous êtes en passe d'acheter l'inventaire d'un membre de l'OPPA à un prix significativement plus faible que nos tarifs publiés, il y a fort à parier que celui-ci est frauduleux. Veuillez nous contacter si c'est le cas.

Rapportage et vérification

6.1. Nous mettons un rapport complet – tel qu'il a été fourni par notre serveur de publicité (Google DoubleClick for Publishers ou Adhese) – à la disposition de nos clients.

6.2. Toutes les métriques de campagnes digitales sont vérifiées par des fournisseurs de technologie extérieurs indépendants (viewability par DoubleClick Active View ou Moat, impressions et clics par DoubleClick for Publishers ou Adhese).

Personnel et service client

8.1. Nous veillerons à ce que tous nos clients publicitaires disposent de représentants bien entraînés et bien informés capables de fournir des orientations sur la meilleure façon de réaliser leurs objectifs marketing.

** La définition IAB de 'grand impact' est celui qui est supérieur à 242.500 pixels.*

***Excl. Rossel*

À propos de l'OPPAb

Dans le monde média évolutif dans lequel nous vivons, les éditeurs en ligne ont décidé de se réunir pour développer et partager leur savoir au sujet des évolutions numériques de leurs sites Web de contenu de qualité.

Partager des connaissances sur les contenus de qualité

L'Online Professional Publishers Association Belgium se fixe pour mission de stimuler la coopération entre ses membres et de communiquer des benchmarks et des études exclusives et pratiques au secteur média : éditeurs, annonceurs, agences, pouvoirs publics, ... L'Online Professional Publishers Association Belgium met en exergue les qualités et avantages de sites de contenu professionnels.

Des acteurs majeurs dans le domaine de l'édition et la publication de contenus

Les membres de l'Online Professional Publishers Association Belgium sont tous des acteurs de premier plan sur le marché belge. Selon le CIM, jusqu'à 80 % de la totalité des utilisateurs Internet mensuels en Belgique et visitent des sites de contenu OPPAb.

Les membres fondateurs de l'OPPAb sont De Persgroep, IPM, Les Editions de L'Avenir, Mediahuis, Rossel et Roularta. Les initiatives de l'OPPAb sont soutenues par Pub, Media Marketing, Sanoma et Ciné Télé Revue.

Contact

Siska.truyma@theppress.be

M : +32 (0) 497 03 91 22

T : +32 (0) 2 558 97 50

