



Communiqué de presse

AdTech Summit, le 30 novembre 2018 à Paris

Le nouveau grand rendez-vous annuel de l'IAB France,
en partenariat avec l'IAB Tech Lab.

Paris, le 12 novembre 2018

Faire de Paris la capitale d'un jour de l'AdTech !

Le 30 novembre prochain, de 8h30 à 17h au Palais de Tokyo de Paris, l'IAB France organisera un nouveau rendez-vous destiné à l'écosystème de la publicité digitale et de ses technologies, en partenariat avec l'IAB Tech Lab. Le Tech Lab est une organisation internationale indépendante, émanant de l'IAB, où se forment les standards internationaux de la publicité digitale (<https://iabtechlab.com/>).

L'IAB France a pour ambition de capitaliser sur son réseau international et la somme des expertises de ses membres et partenaires pour parcourir les grands thèmes de l'innovation dans la publicité digitale qui marqueront 2019.

L'AdTech Summit sera rythmée par des interviews, des prises de parole, des tables-rondes et des *workshops* exclusifs. Des leaders et experts de la publicité digitale, de ses technologies et de sa régulation, interviendront pour livrer leur vision opérationnelle des grands enjeux de leur activité.

Parmi les personnalités ayant déjà confirmé leur participation :



Dennis Buchheim (SVP & General Manager, IAB Tech Lab), **Jennifer Derke** (Director of Product, Programmatic, IAB Tech Lab), **Mark Timlin** (Programmatic Trading Manager, BBC Worldwide), **Simon Baker** (Head of Digital & Programmatic EMEA, Bloomberg), **Mathieu**

Morgensztern (CEO, Group M France and WPP France), **Gautier Picquet** (Publicis Media), **Cédric Vandervynckt** (EVP EMEA, Criteo), **Sam Tingleff** (CTO, IAB Tech Lab), **Sylvia Tassan Toffola** (Directrice Générale Déléguée, TF1 Publicité - Présidente du SRI), **Jean-Luc Chetrit** (Directeur Général, UDA), **Denis Gaucher** (CEO, Kantar Media), **Régis Schultz** (Président, Monoprix...)

L'inscription à l'AdTech Summit est gratuite pour les membres de l'IAB France et de l'IAB Tech Lab.

Un tarif *early-bird* est proposé aux non-membres jusqu'au 16 novembre.

[Inscriptions](#)

[Programme complet](#)

Contact presse

Thomas Bordet, IAB France, thomas@iabfrance.com, 01 48 78 14 32

A propos de l'IAB France

L'IAB France (Interactive Advertising Bureau) est une association créée en 1998 dont la mission est triple : structurer le marché de la communication digitale, favoriser son usage et optimiser son efficacité. Elle compte à ce jour 140 sociétés membres, représentant l'ensemble des acteurs de la chaîne de la communication interactive (éditeurs, régies, agences, annonceurs, instituts d'études, fournisseurs de technologies, etc.).

A travers ses publications, ses études et les événements qu'elle organise, l'IAB France se met au service des annonceurs et de leurs agences conseil pour les aider à intégrer les médias numériques efficacement dans leur stratégie de marketing globale, et entend proposer des standards, des exemples de pratiques professionnelles aux nouveaux acteurs intégrant le marché du digital.

L'IAB est par ailleurs un réseau d'experts au service des autres organisations professionnelles, des institutions et des médias qui s'interrogent sur l'impact du développement de cette nouvelle donne économique.

L'IAB France est une entité indépendante, faisant partie du réseau mondial d'affiliés de l'Interactive Advertising Bureau.

Le Conseil d'Administration de l'IAB France est composé de Weborama, Ligatus, Smart, Le Monde Publicité, 366, Google, S4M, Konbini, Adways, Orange Advertising, Kantar Media, Leboncoin



Schibsted, Lindekin, Adverline, Sirdata, Ogury, Newbase, Graphinium, Adcleek, Deezer et Bayard
Media Développement