

Règles et éthique : Quelles règles pour la publicité ciblée ?

OBJECTIFS

- Comprendre le cadre déontologique et réglementaire, européen et national, présent et à venir (RGPD // Projet de Règlement e-privacy // Loi informatique et libertés du 6 janvier 1978 // Recommandation ARPP « Communication Publicitaire Digitale »)
- Comprendre pourquoi il est nécessaire d'établir des règles déontologiques
- Comprendre les enjeux et les opportunités d'une publicité ciblée responsable

PROGRAMME

Accueil et tour de table

1. Quels sont les bénéfices de ces techniques ?
2. Maîtriser les risques sur l'ensemble de la chaîne de valeurs.
3. Quelles règles à respecter ?
 - Recommandation ARPP « Communication publicitaire digitale » : Publicité comportementale et Reciblage publicitaire (Retargeting)
 - Le programme paneuropéen Youronlinechoices (AdChoices) et la compétence du Jury de Déontologie Publicitaire
 - Règlement Général de Protection des Données personnelles (RGPD) : quel impact pour la publicité ciblée ?
 - Point sur le projet de Règlement e-privacy
4. Quelle responsabilité pour l'annonceur, l'agence de publicité, le média et tout intermédiaire ?
5. Une publicité ciblée responsable : véritable opportunité.



autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



Contact : Cindy Lafaux
clafaux@mediainstitute.eu
01 43 12 15 28

Durée : 2 heures
Petit-déjeuner inclus

Dates : 7 novembre 2017

Intervenants : Ellen ZEVOUNOU, Juriste-
Conseil à l'ARPP, chargée des
relations européennes
Mohamed MANSOURI, ARPP,
Directeur des Opérations et
des Systèmes d'Information.

Tarif : 108€ HT

90€ HT pour les adhérents de
l'ARPP et les membres de
Media Institute

Inscription

Téléchargez le [bulletin d'inscription](#) et envoyez-le à inscription@mediainstitute.eu

Pour toute question : sdefrance@mediainstitute.eu / 01 43 12 15 28

www.media-institute.com