

Règles et éthique : Publicité ciblée et RGPD

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 re-ciblage 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 »



autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



4. Quelle responsabilité pour l'annonceur, l'agence de publicité, le média et tout intermédiaire ?

5. Une publicité ciblée responsable : véritable opportunité.

INFORMATIONS PRATIQUES

Contact : Stéphanie DEFRANCE COSTA
sdefrance@mediainstitute.eu
01 43 12 15 28

Durée : 2 heures
Petit-déjeuner inclus

Dates : 29 mai 2018

Intervenants : Mohamed Mansouri - Juriste
Conseil ARPP
Florent Sauli - Juriste Conseil
ARPP

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