

Une étude de Usercentrics révèle que 9 jeux mobiles populaires sur 10 ne protègent pas la vie privée des utilisateurs

Les éditeurs de jeux mobiles ne demandent pas toujours le consentement des utilisateurs, et ne sont donc pas en phase avec cette évolution inévitable du secteur mobile, alors que les grandes marques et les annonceurs publicitaires insistent davantage sur l'utilisation de données conformes.

18 avril 2023, Munich : Une nouvelle étude menée par [Usercentrics](#), leader mondial dans le domaine des plateformes de gestion des consentements (CMP), a révélé que 90 % des jeux mobiles ne respectaient pas les règlements sur la protection de la vie privée. Cela signifie que des millions de joueurs n'ont aucun contrôle sur la façon dont leurs données personnelles sont utilisées.

« Malgré la menace de lourdes sanctions en cas de manquement et la volonté de plus en plus forte des consommateurs d'exercer leurs droits sur leurs données personnelles, l'étude démontre clairement que la plupart des éditeurs de jeux mobiles continuent à privilégier leurs bénéfices plutôt que la protection de la vie privée », déclare Valerio Sudrio, Directeur Mondial des Solutions d'Applications chez Usercentrics. « Les app stores, les annonceurs publicitaires et les grandes marques poussent le secteur vers un avenir où le consentement est omniprésent. Les développeurs et les éditeurs doivent donc prendre conscience que la conformité des données (données personnelles et consentement) sera leur atout le plus précieux. »

L'étude a examiné un large éventail des meilleurs jeux iOS et Android, en particulier ceux qui comptaient au moins 150 000 utilisateurs actifs par jour, pour un total de 269 jeux. Les données ont été collectées à l'aide de l'outil d'audit [Apptopia](#). Les résultats ont montré qu'une grande majorité (environ 94 %) des jeux mobiles dans la zone EMEA et d'Amérique du Nord (environ 86 %) collectent des données personnelles sans demander le consentement des utilisateurs. Il s'agit d'une violation du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) de l'Union européenne et de la Directive ePrivacy.

Les résultats de l'étude montrent que les développeurs de jeux mobiles ne sont pas en phase avec la tendance générale du secteur, qui est d'adopter une approche de la collecte de données basée sur le consentement. Par exemple, Apple a lancé l'année dernière son système App Tracking Transparency (ATT), qui permet aux utilisateurs d'avoir un meilleur contrôle sur leurs données et leur confidentialité. Google développe actuellement son



propre système équivalent. En outre, obtenir le consentement des utilisateurs est crucial pour générer des revenus, car 40 % des joueurs ont déclaré qu'ils désinstalleraient un jeu s'ils avaient des inquiétudes concernant la protection de leurs données.

La majorité des éditeurs et des développeurs de jeux mobiles n'ont intentionnellement pas intégré le consentement craignant un impact négatif sur leur chiffre d'affaires. Cependant, avec l'insistance grandissante des grandes marques et des annonceurs publicitaires pour une utilisation de données conformes, les développeurs de jeux doivent intégrer le consentement pour pérenniser leurs stratégies de monétisation avec la publicité In-App (IAA).

Vous pouvez télécharger le *rapport complet sur la confidentialité des données dans les jeux mobiles* [ici](#).

Pour obtenir plus d'informations, des images ou des entretiens, contactez :

Steve Green, Directeur Giant PR

steve@giantpr.co.uk

+44 (0) 777 5677 101

Usercentrics

Usercentrics est un leader mondial dans le domaine des plateformes de gestion du consentement (CMP). Nous permettons aux entreprises de recueillir, gérer et documenter les consentements des utilisateurs sur les sites web et les applications afin d'être entièrement conformes aux réglementations mondiales en matière de protection de la vie privée, tout en favorisant des taux de consentement élevés et en établissant une relation de confiance avec leurs clients.

Usercentrics croit en la création d'un équilibre harmonieux entre la protection des données et les activités axées sur les données, apportant des solutions pour des entreprises de toute taille.

Cookiebot CMP est notre *plug and play* SaaS, notre App CMP gère le consentement utilisateur sur les applications mobiles, et Usercentrics CMP s'adresse aux entreprises présentant des exigences de personnalisation au niveau de l'entreprise, en proposant une gestion unifiée du consentement et des données, de l'acquisition au traitement.

Usercentrics est active dans plus de 180 pays, compte plus de 2 000 revendeurs et gère plus de 100 millions de consentements utilisateurs par jour.

Plus d'informations sur <https://usercentrics.com/>