

Revenus publicitaires en jeu : préparez-vous à assurer la conformité avec le DMA avec Usercentrics

Munich, le 30 octobre 2023 – Usercentrics, l'un des principaux fournisseurs de solutions de gestion du consentement, a fait état de [taux de conformité au RGPD incroyablement bas](#) dans plusieurs secteurs dans l'Union européenne. Le manque d'attention et l'absence de priorité en matière de confidentialité des données et de consentement des utilisateurs sont sur le point de devenir encore plus risqués avec l'application du [Digital Markets Act \(DMA\)](#), à compter du 6 mars 2024.

Pas de consentement, pas de revenu : le *Digital Markets Act*, le signal d'alarme pour les annonceurs

Bien que le DMA (en français : législation sur les marchés numériques) affecte plus directement les six entreprises désignées comme « contrôleurs d'accès » par la Commission européenne — Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta and Microsoft — on oublie souvent qu'il affectera également toutes les entreprises dont les activités numériques dans l'UE dépendent des plateformes et services de ces six géants de la technologie.

« Le DMA sera un grand signal d'alarme pour de nombreuses entreprises. En bref : pas de consentement, pas de revenu. Il ne s'agit pas simplement d'une réglementation supplémentaire obligeant les entreprises ayant des activités dans l'UE et l'EEE à obtenir le consentement explicite des utilisateurs avant de traiter leurs données personnelles. Les contrôleurs d'accès exigeront probablement que les entreprises utilisant leurs services à des fins de publicité, de e-commerce, d'analyse et bien plus encore adoptent des processus de gestion du consentement conformes », explique Donna Dror, CEO de Usercentrics.

Le non-respect de la législation sur les marchés numériques représente un risque très coûteux pour les contrôleurs d'accès. Cependant, pour les tiers, ne pas se conformer n'est pas moins risqué, car ils seraient confrontés à une perte de données, d'audience, de revenus et de réputation de marque qui entraînerait la perte de l'accès à la base d'utilisateurs, aux données et aux services fournis par Google, Meta et d'autres.

Sauvez vos revenus et vos données analytiques : Usercentrics vous prépare à la mise en application du DMA



La bonne nouvelle, c'est qu'il est facile de se conformer au *Digital Markets Act* et de répondre aux exigences des contrôleurs d'accès. Avec les plateformes de gestion du consentement (CMP) [Usercentrics](#) et [Cookiebot™](#), les entreprises peuvent informer les utilisateurs, collecter et stocker un consentement valable et signaler le consentement aux contrôleurs d'accès.

La technologie brevetée d'analyse approfondie et les fonctionnalités automatisées détectent, catégorisent et gèrent les cookies et les technologies de suivi utilisés sur les sites web, les applications et les plateformes connectées.

Les CMP facilitent la mise en conformité avec le DMA en permettant des intégrations directes avec les principaux systèmes de gestion de contenu (CMS) web et e-commerce, notamment WordPress, Magento, HubSpot, Joomla et Shopify. De plus, elles prennent en charge des plateformes d'applications et de télévision, ainsi que des frameworks multiplateformes comme iOS, Android, Unity et React.

Vous souhaitez en savoir plus sur la manière dont vous pouvez préparer votre entreprise au *Digital Markets Act* ? Consultez [usercentrics.com](#).

Pour les demandes de presse et d'interviews, veuillez contacter :

Hannah Sinz
Sr. PR Manager
pr@usercentrics.com

À propos de 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 (notamment le RGPD, la directive ePrivacy et le DMA), 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 SaaS *plug and play*, 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.

Usercentrics est active dans plus de 180 pays, compte plus de 3 000 revendeurs et gère plus de 100 millions de consentements utilisateurs par jour. Plus d'informations sur [usercentrics.com](#).