

Entrate pubblicitarie a rischio: preparati a rispettare il Digital Markets Act (DMA) con Usercentrics

Monaco di Baviera, 30 ottobre 2023 – Usercentrics, provider leader nel campo delle soluzioni per la gestione del consenso, ha evidenziato [tassi incredibilmente bassi di conformità al GDPR](#) in diversi settori nell'Unione europea. Questa negligenza e mancanza di attenzione nei confronti della privacy dei dati e del consenso degli utenti sta per diventare ancora più rischiosa con l'applicazione della [Normativa sui mercati digitali \(DMA\)](#) a partire dal 6 marzo 2024.

Senza il consenso, il fatturato è a rischio: il campanello d'allarme della legge sui mercati digitali per gli inserzionisti

Anche se il DMA colpisce più direttamente le sei società "gatekeeper" designate dalla Commissione europea - Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta e Microsoft - spesso viene trascurato il fatto che il regolamento **interesserà anche tutte le aziende con attività digitali nell'UE che si basano su piattaforme e servizi di queste sei grandi aziende tecnologiche.**

"Il DMA sarà un grande campanello d'allarme per molte aziende. In pratica significa che, senza consenso, non ci può essere fatturato. È molto più che un altro regolamento che obbliga le aziende con attività commerciali nell'UE e nel SEE ad ottenere il consenso esplicito degli utenti prima di elaborare i loro dati personali. Ma non è tutto: i gatekeeper probabilmente richiederanno alle aziende che utilizzano i loro servizi per pubblicità, e-commerce, analisi, ecc. di adottare processi di gestione del consenso conformi alla legislazione", spiega Donna Dror, CEO di Usercentrics.

La non conformità alla legge europea sui mercati digitali rappresenta un rischio molto elevato per i gatekeeper. Per le terze parti, in ogni caso, non rispettare la normativa è altrettanto rischioso, in quanto si troverebbero ad affrontare la perdita di dati, pubblico, entrate e reputazione del marchio, che si verificherebbe come naturale conseguenza della perdita di accesso alla base di utenti, dati e servizi forniti da Google, Meta e altri.

Salva i tuoi ricavi pubblicitari e i dati analitici: Usercentrics ti prepara per il DMA

La buona notizia è che non è poi così complicato diventare conformi al Digital Markets Act e rispettare i requisiti dei gatekeeper. Grazie alle piattaforme per la gestione del consenso



(CMP) di [Usercentrics](#) e [Cookiebot™](#), le aziende possono informare gli utenti in merito ai dati raccolti e con chi questi vengono condivisi, proprio come richiesto da numerose leggi sulla privacy dei dati. Queste piattaforme poi raccolgono e archiviano il consenso valido e lo segnalano ai gatekeeper.

La tecnologia di scansione profonda brevettata e le funzionalità automatizzate rilevano, classificano e gestiscono i cookie e le tecnologie di tracciamento in uso su siti web, app e piattaforme connesse.

Le CMP semplificano la conformità alla privacy del DMA permettendo integrazioni dirette con i principali sistemi di gestione dei contenuti web ed e-commerce (CMS), tra cui WordPress, Magento, Hubspot, Joomla e Shopify. Inoltre, forniscono supporto per le piattaforme app e TV, nonché per framework multipiattaforma come iOS, Android, Unity e React.

Vuoi saperne di più su come puoi preparare la tua azienda per il Digital Markets Act? Visita usercentrics.com.

Contatto stampa e interviste:

Hannah Sinz
Sr. PR Manager
pr@usercentrics.com

Usercentrics

Usercentrics è un leader di mercato globale nel campo delle piattaforme di gestione del consenso (CMP). Permettiamo alle aziende di raccogliere, gestire e documentare il consenso degli utenti su app e siti web per raggiungere la piena conformità con le normative globali sulla privacy, tra cui il GDPR, la Direttiva ePrivacy e il DMA, facilitando al contempo alte percentuali di consenso e costruendo rapporti di fiducia tra le aziende e i clienti.

Usercentrics crede nella creazione di un sano equilibrio tra privacy ed utilizzo commerciale dei dati e fornisce soluzioni ad aziende di diverse dimensioni. Cookiebot CMP è il nostro SaaS plug-and-play, la nostra App CMP gestisce il consenso degli utenti sulle applicazioni per dispositivi mobili, mentre Usercentrics CMP serve aziende con necessità di personalizzazione di livello enterprise.

Usercentrics opera in più di 180 paesi, ha più di 3000 rivenditori e gestisce quotidianamente più di 100 milioni di consensi degli utenti. Per saperne di più, visita usercentrics.com.