



## Communiqué de presse

*Paris, le 26 février 2019*

### RÉACTION DE VECTAURY À LA LEVÉE DE MISE EN DEMEURE DE LA CNIL

#### Un équilibre entre les standards des réseaux publicitaires et les exigences de la CNIL

VECTAURY se réjouit que la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) ait annoncé la levée de la mise en demeure publique la concernant.

Après plus d'un an et demi d'échanges avec la CNIL, auxquels se sont ajoutés les trois derniers mois de mise en demeure, VECTAURY a obtenu la reconnaissance par la CNIL de la conformité de ses services et de ses technologies au RGPD. Cette issue favorable définit un standard pour le marché de la publicité digitale. Cette clarification est une bonne nouvelle pour les utilisateurs, les retailers et pour l'industrie publicitaire.

#### Des solutions pragmatiques co-construites avec la CNIL

La CNIL a formulé deux mesures relatives à la collecte des données

**Tout d'abord, dans le cadre de son activité de collecte et d'analyse de données géolocalisées**, la CNIL demandait à VECTAURY d'ajuster son outil de recueil du consentement, appelé CMP (Consent Management Platform). C'est dans ce sens que VECTAURY a travaillé pour que les utilisateurs de mobiles puissent avoir une information plus accessible et détaillée et, ainsi, manifester activement leurs choix sur l'utilisation de leurs données à des fins marketing et publicitaires.

Cette solution repose sur deux principes :

- l'adaptation de l'outil de recueil du consentement VECTAURY ;
- la mise en place par VECTAURY d'une nouvelle grille d'audit de conformité des CMP tiers exigée par la CNIL à la lumière des demandes d'actions faites à VECTAURY.

**Ensuite, dans le cadre de l'activité de VECTAURY de diffusion de publicités personnalisées par un système d'enchères sur des milliers d'applications mobiles**, la CNIL demandait la traçabilité de la preuve du consentement lors de la collecte.

Dans ce contexte, le régulateur a formulé une requête inédite à VECTAURY, celle de contrôler manuellement la conformité du consentement originel pour chaque donnée collectée et d'en garder la trace dans ses bases de données.

La réponse aux exigences nouvelles des services de la CNIL était attendue par toute l'industrie, aussi bien en Europe qu'outre-Atlantique, tant l'impact est crucial pour le marché de la publicité digitale.

« Nous avons cherché à défendre une solution qui préserve les intérêts des éditeurs et des annonceurs tout en étant compatible avec les standards des réseaux publicitaires et les exigences des régulateurs » déclare Matthieu Daguenet, CEO de VECTAURY.

VECTAURY a, dans ce contexte, co-construit avec la CNIL une solution entièrement nouvelle alliant performance et conformité pour le marché et comportant trois étapes : (i) l'identification des plateformes de recueil du consentement utilisées sur des milliers d'applications mobiles, (ii) l'audit de conformité au RGPD desdites plateformes et (iii) le développement technique de l'intelligence artificielle de VECTAURY pour écarter automatiquement les plateformes non conformes.

### **L'émergence d'un nouveau standard pérenne pour le marché de la Retail Tech**

VECTAURY milite depuis 2016 pour un standard favorable au respect de la vie privée des utilisateurs. L'entreprise s'était dans ce sens rapprochée des services de la CNIL dès septembre 2017 pour les interroger sur l'application du cadre légal et identifier des pratiques de marché compatibles avec les standards des réseaux.

La solution co-construite sur la question de la traçabilité va au-delà du seul cas de VECTAURY. Un début de standard devient désormais disponible pour l'ensemble des acteurs du secteur. Cette méthode en trois étapes permet un consensus alliant performance marketing des retailers et préservation de la vie privée des utilisateurs.

Les associations de professionnels, dont l'IAB, portées par le cadre général posé par le RGPD, ont un rôle clé à jouer pour préserver cet équilibre. VECTAURY souhaite collaborer avec ces associations dans la consolidation du standard ayant été initié.

Matthieu DAGUENET, CEO de VECTAURY, ajoute : « *La sortie positive de la mise en demeure de la CNIL est la conséquence directe de notre mobilisation depuis 2016. Nous avons toujours été convaincus que le développement de ce marché ne pourrait avoir lieu que sur la base d'un partage d'une éthique portée par ces nouveaux services entre les leaders du monde digital et les utilisateurs finaux.* »

Au-delà de ces solutions pragmatiques, VECTAURY souhaite, dans les prochains mois, aller encore plus loin en proposant de nouvelles innovations qui bénéficieront aux utilisateurs et aux professionnels de l'industrie de la publicité digitale.

### **À propos de VECTAURY**

VECTAURY accompagne les retailers et les marques pour agir à chaque étape du parcours client et générer du trafic qualifié en points de vente, tout en respectant la vie privée des mobinautes. Basée sur les données de géolocalisation, la technologie propriétaire de VECTAURY permet aux retailers et aux marques d'activer leurs clients et prospects, d'analyser l'activité autour de leurs points de vente et de mesurer l'impact de leurs dispositifs plurimédia. Société française créée en 2014, VECTAURY accompagne plus de 100 marques et agences avec la capacité de toucher des millions de profils qualifiés en France. Pour plus d'informations, rendez-vous sur [www.vectaury.io](http://www.vectaury.io)

**Pour plus d'informations :**

[www.vectaury.io](http://www.vectaury.io)

**Contact Presse : Clément ROYER - TILDER**

**Tél : +33 (0) 6 01 02 72 61**

**Email : [c.royer@tilder.com](mailto:c.royer@tilder.com)**