

TDM	729.89	915.51	185.62	▲25.43%	FLR	660.27	745.28	85.01	▲12.88%
HUM	749.73	924.29	174.56	▲23.28%	UVD	155.59	181.57	25.98	▲16.70%
DMW	833.72	1004.01	170.29	▲20.43%	QUV	440.55	540.21	99.66	▲22.62%
YZJ	903.49	1127.46	223.97	▲24.79%	HZT	285.51	344.98	59.47	▲20.83%
GLY	982.07	1219.39	237.32	▲24.17%	PCW	811.44	1029.66	218.22	▲26.89%
VDA	113.74	143.41	29.67	▲26.09%	AIK	361.77	451.39	89.62	▲24.77%
UVV	468.08	535.41	67.33	▲14.38%	ZJJ	858.36	994.57	136.21	▲15.87%
HJS	515.49	659.05	143.56	▲27.85%	RHJ	994.79	1048.68	53.89	▲5.41%
ECC	583.99	748.69	164.70	▲28.20%	OV	912.63	1038.36	125.73	▲13.78%

QUELLES RÉGLEMENTATIONS S'APPLIQUENT À LA PUBLICITÉ CIBLANT LES CONSOMMATEURS ?

BBJ	912.63	1038.36	125.73	▲13.78%	Z&K	391.59	491.48	99.89	▲25.51%
UHL	1309.55	1655.62	346.07	▲26.43%	BNY	969.21	1130.65	161.44	▲16.66%
P	1295.17	1641.66	346.49	▲26.75%	NY	735.44	919.55	184.11	▲25.04%
T	654.33	775.84	121.51	▲18.57%	Y	823.91	972.75	148.84	▲18.06%
Y	511.19	611.19	100.00	▲19.56%	Y	843.41	972.75	129.34	▲15.33%

Linda Arcelin, Professeur de droit privé et sciences criminelles –
Doyen de la Faculté de droit et de science politique de La Rochelle



INTRODUCTION : QU'EST-CE QUE LA PUBLICITÉ CIBLÉE ET POURQUOI LA RÉGLEMENTER ?

I. LES RÉGLEMENTATIONS

II. VERS LA FIN DE LA PUBLICITÉ CIBLÉE ?

QU'EST-CE QUE LA PUBLICITÉ CIBLÉE ET POURQUOI LA RÉGLEMENTER ?

Caractéristiques : temps réel
et données personnelles

Variétés de publicités
ciblées selon la CNIL :

- Publicité personnalisée
- Publicité contextuelle
- Publicité comportementale



Image CNIL

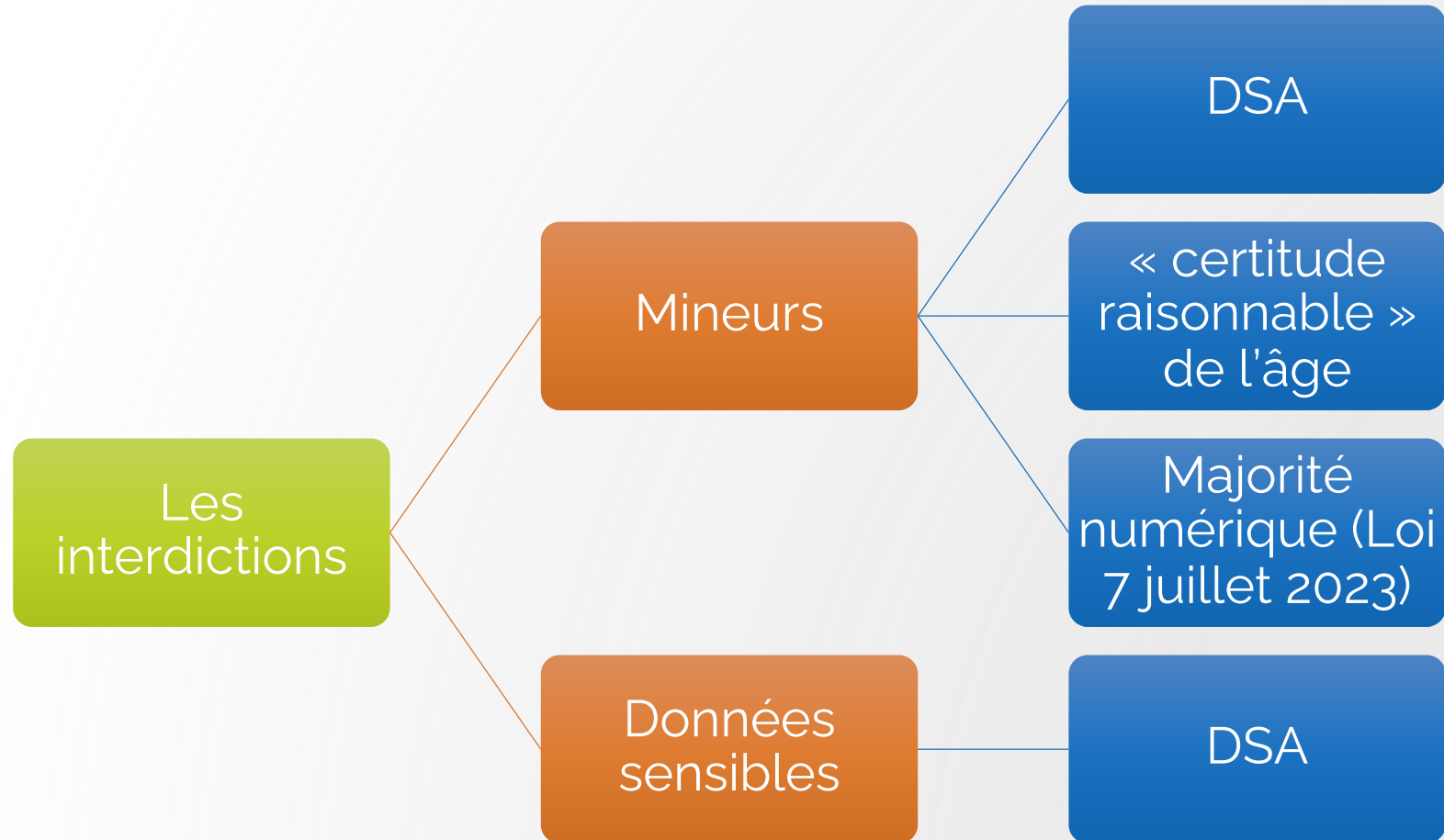




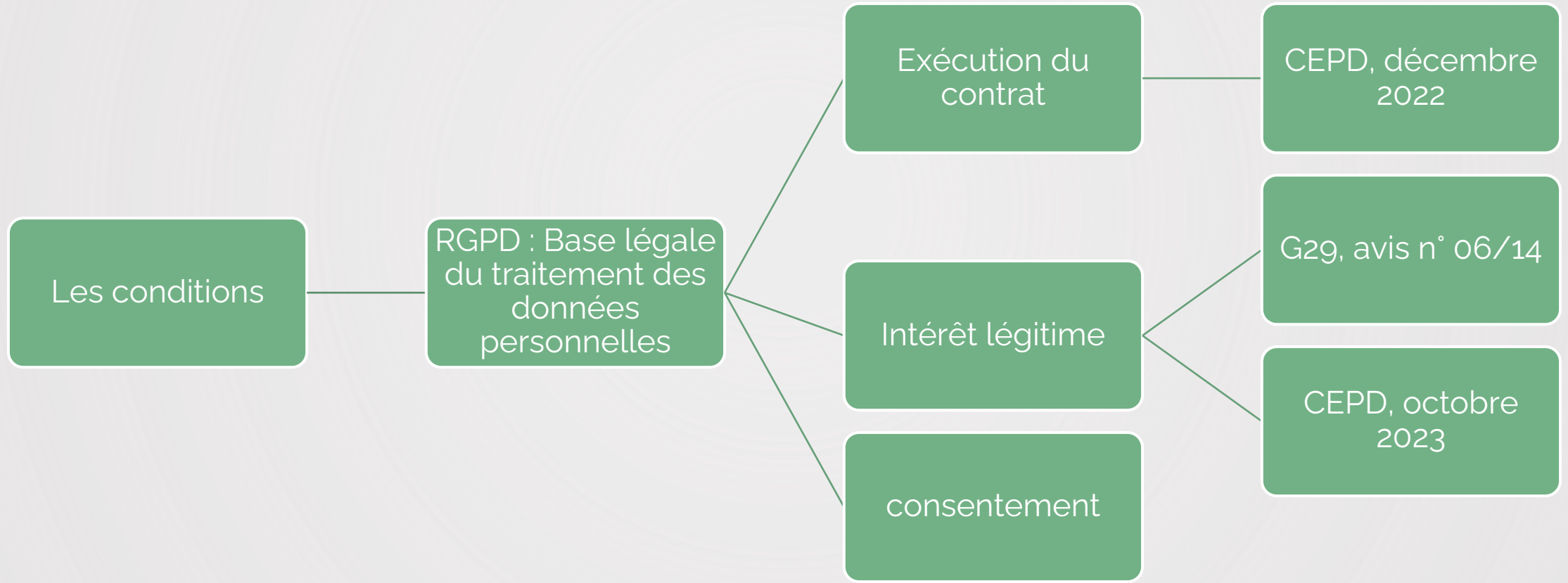
I. LES RÉGLEMENTATIONS DE LA PUBLICITÉ CIBLÉE

- Les interdictions
- Les conditions

I. LES RÉGLEMENTATIONS DE LA PUBLICITÉ CIBLÉE



I. LES RÉGLEMENTATIONS DE LA PUBLICITÉ CIBLÉE



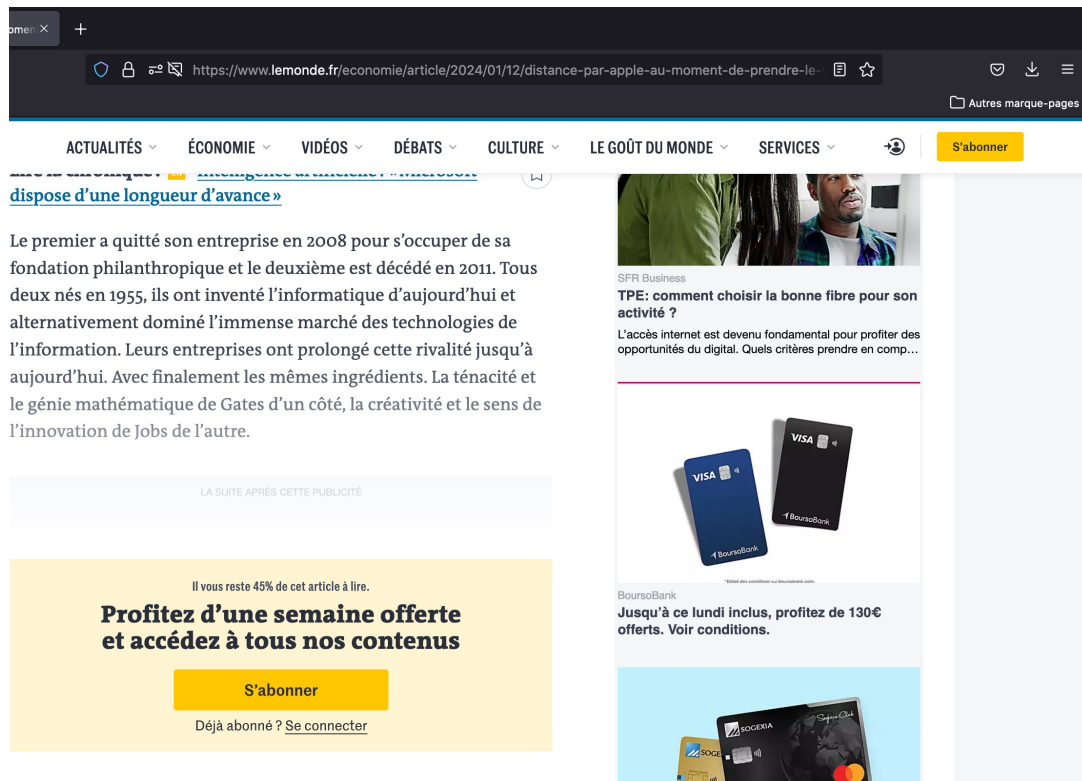
LE CONSENTEMENT

- **Violation de l'exigence :**
 - **Sanction par la CNIL : Exemple, Délibération de la formation restreinte n°SAN-2023-009 du 15 juin 2023 concernant la société CRITEO**
 - **Sanction par une Autorité de concurrence : CJUE, 4 juillet 2023, aff. C-252/21, Meta**

LE CONSENTEMENT

- **Modalités du consentement :**
 - **Moment et durée du consentement**
 - **Dark pattern**

LE CONSENTEMENT



The screenshot shows a web browser displaying an article on lemonde.fr. The article text is partially visible, discussing a philanthropic foundation and technology. A yellow banner at the bottom of the article area reads: "Il vous reste 45% de cet article à lire. Profitez d'une semaine offerte et accédez à tous nos contenus". Below this banner is a yellow "S'abonner" button and a link "Déjà abonné ? Se connecter". To the right of the article, there are two advertisements: one for SFR Business titled "TPE: comment choisir la bonne fibre pour son activité ?" and another for Boursobank titled "Jusqu'à ce lundi inclus, profitez de 130€ offerts. Voir conditions.".

Pay wall

- Exemples dans le secteur de la presse
- Caractère raisonnable du prix
- Liberté du consentement ?



II. VERS LA FIN DE LA PUBLICITÉ CIBLÉE ?

La régulation
de la GAFAM

Vers un mode
cookiesless

Les alternatives
à la publicité
ciblée

MERCI DE VOTRE ATTENTION !



D'ici, on voit + loin !



univ-larochelle.fr