

Paris, le 15 février 2016,

**CNIL – Facebook**

**L'IAB France propose un dialogue dans la durée avec la CNIL pour améliorer la prévisibilité juridique des professionnels**

L'IAB France qui réunit en son sein l'ensemble des métiers de la publicité digitale et qui est adossée à un réseau international intégré a pris bonne note de la décision de la CNIL de mettre en demeure la société Facebook et de l'enjoindre à mettre sa politique de protection de la vie privée et des données personnelles en conformité avec la loi.

Cette décision qui concerne certes une entreprise et non pas le secteur digital dans son ensemble est un signal important pour l'industrie car elle pourrait avoir des implications plus large et intervient dans un contexte où la compétitivité des entreprises françaises et européennes est de plus en plus dépendante d'une sécurité juridique qui jusqu'à présent leur fait défaut.

Les récentes évolutions réglementaires au niveau transatlantique (Safe Harbour et Privacy shield), européen (Règlement sur la protection des données personnelles et revue de la directive e-privacy) ou françaises (Loi pour une République numérique) créent un climat de confusion et d'incertitude.

Ces évolutions rendent aujourd'hui nécessaire la mise en place urgente d'un dialogue soutenu et constructif entre la CNIL, les pouvoirs publics et les associations professionnelles au sein desquelles l'IAB France serait ravie de jouer tout son rôle.

Une enceinte de discussion permettrait de s'assurer d'une interprétation homogène de la législation en impliquant les associations professionnelles et de doter les entreprises de la prévisibilité nécessaires à la bonne conduite de leur activité tout en assurant en mieux la protection de la vie privée et des données personnelles des utilisateurs.



## A propos de l'IAB France

---

**L'IAB France (Interactive Advertising Bureau) est une association créée en 1998 dont la mission est triple: structurer le marché de la communication digitale, favoriser son usage et optimiser son efficacité.**

Elle compte à ce jour 140 sociétés membres, représentant l'ensemble des acteurs de la chaîne de la communication interactive (éditeurs, régies, agences, annonceurs, instituts d'études, fournisseurs de technologies, etc.).

A travers ses publications, ses études et les événements qu'elle organise, l'association se met au service des annonceurs et de leurs agences conseil pour les aider à intégrer les médias numériques efficacement dans leur stratégie de marketing globale, et entend proposer des standards, des exemples de pratiques professionnelles aux nouveaux acteurs intégrant le marché du digital. L'IAB est par ailleurs un réseau d'experts au service des autres organisations professionnelles, des institutions et des médias qui s'interrogent sur l'impact du développement de cette nouvelle donne économique.

L'IAB France est une entité indépendante, faisant partie du réseau mondial d'affiliés de l'Interactive Advertising Bureau. Le Président de l'IAB France est David Lacombed, Directeur délégué à la stratégie des contenus, Orange.

Personne de contact : Stéphane Hauser, délégué général de l'IAB France, [stephane@iabfrance.com](mailto:stephane@iabfrance.com), 01.48.78.14.32

---