

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

#Transparency #Engagement #ApprovedStatus #Digital

Sirdata affiche fièrement sur son site un double sceau « Approved Status » reçu de l'IAB Europe pour ses activités de Consent Management Platform (CMP) et de Responsable de traitements (Vendor).

Paris, le 19 Mars 2019 – Sirdata reçoit le 6 mars deux sceaux « *Approved Status Registered CMP* » (CMP ID 92) et « *Approved Status Registered Vendor* » (Vendor ID 53) de l'IAB Europe. La société, qui s'est engagée dès l'entrée en vigueur du RGPD en faveur du *Transparency and Consent Framework* (TCF), se félicite de la reconnaissance de son travail en faveur du respect de la Vie Privée et de l'Utilisateur. Sirdata annonce qu'elle va innover encore et coupler sa CMP à son outil de traitement sémantique (NLP) qui lui a permis de bâtir sa notoriété, et testera sur 2019 avec ses partenaires le déclenchement automatique d'un ciblage contextuel en cas de « refus » (Consentement) ou « d'opposition » (Intérêt Légitime) à un ciblage « personnel ».

Afin de justifier à l'ensemble de l'écosystème digital l'engagement que les sociétés adhérentes au TCF prennent notamment en faveur de la transparence, élément indispensable à la mise en œuvre de bases légales de traitements des données personnelles telles que l'Intérêt Légitime et le Consentement, l'IAB Europe a créé et émet désormais des sceaux d'approbation des acteurs participant en tant que Vendor et en tant que CMP.

Sirdata se réjouit d'annoncer être la première entreprise Française membre du *Transparency and Consent Framework* (TCF) à afficher sur son site son double statut de CMP et de Vendor approuvés.

Benoît OBERLE, CEO de Sirdata, se dit « très fier de l'ensemble de son équipe, qui se mobilise au quotidien pour chercher et promouvoir des méthodes et outils équilibrés qui permettent aux acteurs de la publicité numérique de faire leur métier tout en garantissant à l'Utilisateur le respect de ses droits fondamentaux. Il remercie également ceux qui parmi ses partenaires et clients sont restés fidèles malgré les contraintes nouvelles et le manque à gagner parfois important qu'implique la mise en œuvre du RGPD. »

La nécessité d'un cadre européen équilibré, constructif, serein, normatif.

Administrateur de l'IAB France et membre du TCF Steering Group de l'IAB Europe, Sirdata est un acteur et un promoteur reconnu du développement du standard TCF, et défend l'idée que ce dernier peut sous certaines conditions apporter à l'ensemble de l'industrie publicitaire digitale la sérénité qu'elle attend et mérite.

La nécessité de permettre à chaque éditeur de monétiser

Consciente toutefois des effets importants que le respect du choix des Utilisateurs peut avoir, elle innove au quotidien pour permettre aux éditeurs de maximiser leurs revenus en toutes circonstances. La société annonce qu'elle teste actuellement, en vue d'une mise à disposition rapide de ses partenaires, une offre qui couple l'efficacité de sa CMP à la puissance de son outil originel de traitement sémantique. Cette solution permet à l'éditeur et ses clients de passer automatiquement d'un ciblage utilisant des données personnelles à un ciblage contextuel en cas d'impossibilité de cibler une donnée personnelle, en déterminant à la volée la ou les catégories de la page basées sur la taxonomie IAB dédiée à l'OpenRTB.





A propos de Sirdata

Sirdata, Jeune Entreprise Innovante française indépendante, collecte, agrège, et traite - *sémantiquement et statistiquement* - les données brutes de navigation des internautes, et ce dans le plus strict respect du cadre réglementaire. Un savoir-faire unique qui lui permet de créer des segments d'audience - *intentions d'achats, centres d'intérêts, moments de vie, données-sociodémographiques, buyer personas* - selon les stratégies de ciblage ou les cas d'usages souhaités par les marques.

Si la société est nativement intégrée aux principales plateformes sécurisées utilisées par les agences et les marques (DSP, CRM, DMP, CDP...), elle s'engage désormais aux côtés des éditeurs en leur permettant d'allier leur inventaire premium à la qualité de sa donnée et/ou de ses outils sémantiques directement dans leur Adserver ou leur SSP. Les solutions et services mis à disposition par l'entreprise permettent à ses clients et partenaires de faire levier sur une donnée de qualité, dans une gouvernance maîtrisée et respectueuse du désir exprimé par l'Utilisateur.

Sirdata est membre de l'ARPP | Board Member de l'IAB France | Coordonnateur de la Task Force Privacy de l'IAB France | Membre du TCF Steering Group de l'IAB Europe | Membre du Turing Club. L'ensemble de ces implications ont pour objectif de favoriser un usage utile et raisonné de la data aux fins d'une expérience Utilisateur qualitative.

Contacts Presse

Nathalie Harding / 01 84 25 02 00 / nha@sirdata.fr