



© 04 febrero 2019, 13:30 (CET)

Didomi, [ESP]

Desde el 25 de mayo de 2018, el Reglamento General de Protección de Datos es el nuevo marco de privacidad para los editores en línea europeos. La normativa impone una sólida protección de los consumidores en materia de datos personales. Un aspecto clave de la conformidad con el RGPD para los editores en línea es recopilar correctamente los consentimientos de los usuarios para monetizar sus datos con publicidad. Como demuestran las últimas noticias (multa a Google), este reglamento es supervisado a fondo por las autoridades de protección de datos.

“Lo que supone un reto en la gestión del consentimiento no es la parte visible, como los banners de consentimiento con los que ya estamos todos familiarizados a día de hoy. El reto consiste en respetar lo que eligen los usuarios a lo largo de la compleja cadena de proveedores y anunciantes que manejan y hacen publicidad sobre la base de estos datos personales. Las Plataformas de Gestión del Consentimiento son la tecnología que resuelve este reto a través de las integraciones adecuadas. Y eso es lo principal que esperan los editores de una Plataforma de Gestión del Consentimiento”.

— Romain Gauthier, CEO de Didomi

Didomi ha ganado rápidamente cuotas de mercado entre los editores premium españoles desde el 25 de mayo. Didomi trabaja actualmente con los principales editores españoles, con clientes como Unidad Editorial (El Mundo, Marca.com) o El País.

“Nuestro primer cliente español fue el Grupo Vocento. Han implantado nuestra plataforma en todos sus sitios web y nos han recomendado a muchos de sus homólogos. Hemos podido tener en cuenta sus apreciaciones o feedback rápidamente para asegurarnos de que nuestra plataforma de gestión del consentimiento se adapte a las necesidades locales. Por ejemplo, hemos traducido nuestros avisos de consentimiento al catalán, lo que es único en el mercado español hasta la fecha”

— Romain Gauthier, CEO de Didomi

Según el proveedor líder de adtech Smart, en solo 8 meses Didomi ha crecido desde cero hasta alcanzar una cuota de mercado del 53% entre sus editores españoles que han implantado una plataforma de gestión del consentimiento. Esta cifra, desde enero de 2019, representa la cuota de peticiones entrantes de anuncios o solicitudes de oferta que incluyen una señal de consentimiento enviada por una plataforma de gestión del consentimiento.

“En España, hemos visto una adopción de las plataformas de gestión del consentimiento muy rápida en comparación con otros mercados. Los grandes grupos editoriales españoles han demostrado una verdadera determinación por evolucionar en sus prácticas de gestión del consentimiento. La implantación de una plataforma de gestión del consentimiento no resuelve todos los requisitos de conformidad del RGPD, pero indudablemente es una herramienta fácil de entender para el usuario y con la que este puede interactuar fácilmente, debido a su visibilidad.”

— Juan-Manuel Alvarez, Director nacional de Smartadserver para España

Los editores españoles han adoptado tempranamente el Marco de Consentimiento y Transparencia establecido por IAB Europe, que estandariza la forma en que se recopila y se transfiere el consentimiento a proveedores como Smartadserver, lo que garantiza que las decisiones de los usuarios relativas a sus datos personales se cumplen correctamente en todo el ecosistema publicitario.

Sobre Smart

Smart es una plataforma de monetización totalmente transparente diseñada para publishers premium. Nuestro exclusivo enfoque holístico y flexible, devuelve a los publishers el control al impulsar el rendimiento y el valor de la audiencia. Independiente de la demanda y la data, Smart permite a los publishers maximizar el rendimiento a través de todos los canales de venta, productos publicitarios y pantallas. Smart trabaja directamente con más de 1,000 publishers en todo el mundo, entre los que se incluyen Le Monde, Atresmedia, Grupo Prisa y Financial Times para ofrecer anuncios en display, video, native y rich-media a más de 50,000 sites y apps. Clasificada en el ranking de Deloitte Technology Fast 500 EMEA, con 11 oficinas y 215 empleados en todo el mundo, Smart lidera la carga en la construcción de un ecosistema transparente y basado en la calidad. Smart es una compañía “GDPR ready”, certificada por un especialista independiente en protección de datos: ePrivacy GmbH.

ACERCA DE DIDOMI

Didomi is a consent management platform helping brands and businesses collect, store and leverage their customer consents. Didomi provides widgets and solutions, such as banners, notices, pop-ups and forms, to collect consents across web, mobile and offline channels. Didomi widgets integrate with clients' vendors and tag managers to automatically enforce customer consents. With Didomi Preference Center solution, brands give their customers access to a dedicated space where they can access and manage their consent and preferences. All Didomi solutions are entirely whitelabeled, easy to embed and seamlessly integrated with leading data and marketing platforms.

 pr.co



Didomi