

## Weborama signe la charte européenne de bonnes pratiques de la publicité comportementale en ligne

### A propos de Weborama

Pionnier de la publicité sur Internet depuis 1998, Weborama anticipe, invente et accompagne les évolutions de la publicité interactive, pour les annonceurs, leurs agences et les éditeurs. Son offre s'articule autour de :

**-La suite adperf™** (adperf™ Publisher, adperf™ Advertiser et adperf™ Analytics), technologies qui permettent la mesure, la gestion et l'optimisation des campagnes sur Internet.

**-Une offre Média** organisée autour du ciblage comportemental.  
- **Adrime™**, outil de management, de diffusion et de tracking des campagnes rich media.  
- **La wfactory™**, centre d'intelligence et de recherche de Weborama, qui « fait parler Internet » à des fins de ciblage, de recherche de tendances et d'analyse d'actions de communication, au bénéfice des marques.

Weborama accompagne plus de 300 clients grands comptes et agences, en France, en Espagne, en Italie, au Portugal, aux Pays-Bas et au UK. Elle a reçu le label « société innovante » par Oseo ANVAR.

Weborama est cotée sur Alternext depuis juin 2006 (ALWEB).

Weborama s'associe à l'initiative de l'IAB Europe et signe la charte paneuropéenne d'autorégulation de la publicité comportementale en ligne présentée le 14 avril.

Cette Charte, délivrant un ensemble de bonnes pratiques afin d'assurer au grand public toujours plus de transparence et de contrôle, se traduit par un bénéfice pour le consommateur et les opérateurs privés d'Internet : plus de transparence et de contrôle par l'internaute lui-même, et la préservation d'une expérience de navigation optimale.

Weborama, pionnier de la publicité sur Internet et leader du ciblage comportemental en France, est également l'un des précurseurs de la défense des notions de respect de l'internaute et de sa vie privée sur Internet. « *Le développement durable de notre univers numérique passe par le respect de la vie privée, et plus généralement par le dialogue avec les internautes. Weborama s'associe pleinement à l'initiative de l'IAB Europe. C'est un dispositif riche qui vise à informer l'internaute et à protéger sa vie privée.* » déclare Alain Levy, PDG de Weborama.

Weborama s'engage ainsi, comme l'ensemble des autres signataires, à mettre en œuvre opérationnellement cette charte avant juin 2012, et donc à en suivre les principaux engagements :

- Eduquer les internautes et l'industrie de la publicité online sur la publicité comportementale en général et sur la charte,
- Etre transparent quant à la collecte de données et aux pratiques associées à la publicité comportementale en ligne, fournir une information simple, claire et facile d'accès à travers plusieurs initiatives,
- Permettre le contrôle sur la publicité comportementale au grand public ,
- Garantir la sécurité des données collectées et leur conservation dans un temps limité,
- Limiter la création de segments de ciblage spécifiques aux enfants,
- Limiter la collecte de données dites « sensibles » à des fins de publicité comportementale en ligne.

Un label sera délivré aux sociétés signataires de la Charte, certifiant que celles-ci y ont adhéré et se sont conformées à ses obligations.

La Charte est disponible sur le site Internet de l'IAB Europe et de l'IAB France : [www.iabeurope.eu](http://www.iabeurope.eu) , [www.iabfrance.com](http://www.iabfrance.com)