



## weborama s'engage sur le respect de la vie privée

Toujours très impliqué sur les questions de respect de la vie privée des internautes, weborama réaffirme sa volonté d'information sur les pratiques publicitaires en ligne, notamment sur la collecte des données servant au ciblage.

Dans une volonté de totale transparence sur ce sujet, les équipes de weborama se sont investies, au sein de l'IAB, dans la co-rédaction d'un **livre blanc intitulé « Ciblage publicitaire et respect de l'internaute »**, dont la sortie est prévue le 19 octobre.

Pour Alain Levy, PDG de weborama, *« le respect de la vie privée, et plus généralement le dialogue avec les internautes, représentent pour weborama un engagement réel et permanent »*.

Parallèlement à la sortie de ce livre blanc, **weborama renforce son dispositif sur le respect de la vie privée et met notamment en place une procédure d'opt out simplifiée**. Il s'agit d'un lien depuis le format exclusif de weborama, le Slide-in™, qui pointe sur une page d'information sur le ciblage publicitaire en ligne et l'utilisation des cookies. Depuis cette page l'internaute a la possibilité d'installer un cookie « opt out » qui l'exclut du programme de profiling de weborama. **Seconde initiative prise par weborama : l'ouverture du dialogue avec les internautes qui pourront également prendre la parole et interagir avec les marques.**

Ces initiatives, en faveur des internautes, sont inédites en France et vont au-delà des recommandations du livre blanc de l'IAB.

### A propos de weborama

*Pionnier de l'Internet depuis 1998, weborama continue d'anticiper, d'inventer et d'accompagner les évolutions de la publicité interactive, pour le compte des annonceurs, de leurs agences et des éditeurs. Son offre s'articule autour de la w.factory™ place de marché de marketing comportemental :*

*- Une plateforme organisée autour du ciblage comportemental*

*- La suite adPerf™ (adPerf™ Publisher, adPerf™ Advertiser et adPerf™ Analytics) qui permet la mesure, la gestion et l'optimisation des performances sur Internet*

*- Le Lab, le 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, notamment au bénéfice des marques*

*weborama accompagne plus de 300 clients grands comptes, en France, en Espagne, au Portugal, aux Pays-Bas et en Grande Bretagne. Elle a reçu le label « société innovante » par Oseo ANVAR, et figure aux palmarès français et européen du Deloitte Technology Fast. weborama est cotée sur Alternext depuis juin 2006.*