

# GUIDE DE CONFORMITÉ RAPIDE AU programme Choix de pub

## ÉTAPE 1

### Utilisez un avis renforcé pour la publicité ciblée par centres d'intérêt.

L'utilisateur doit être en mesure de cliquer sur l'avis renforcé ou de le toucher, ce qui l'amènera vers une mention contenant plus d'information sur les pratiques de votre entreprise en matière de publicité ciblée par centres d'intérêt.



#### Qu'est-ce qui constitue un avis renforcé?

**Sur les sites Web**, la façon la plus efficace de fournir un avis renforcé est d'inclure l'icône Choix de pub (🔍), accompagnée du texte « Choix de pub » ou « AdChoices » quelque part au-dessus de la « ligne de flottaison » de chacune des pages où des données sont recueillies ou utilisées à des fins de publicité ciblée par centres d'intérêt.

**Dans les applications mobiles**, un avis renforcé peut prendre la forme d'une publicité interstitielle ou d'une fenêtre contextuelle qui fait partie intégrante du processus d'accueil de l'application ou encore, d'un affichage de l'icône Choix de pub quelque part bien en vue dans l'application (par ex., dans le bouton hamburger de l'application).

## ÉTAPE 2

### Offrez une description explicite de vos pratiques en matière de publicité ciblée par centres d'intérêt.

Une description explicite devrait expliquer en langage clair le type de renseignements qui sont recueillis (par ex., de l'information sur les activités de navigation sur les sites Web, sur les activités dans les différentes applications, etc.), à qui ils sont divulgués (par ex., des entreprises tierces) et à quelles fins ils sont utilisés (par ex., pour présenter des publicités en ligne plus pertinentes).

La mention doit également confirmer qu'un retrait est possible et doit inclure un hyperlien qui pointe vers un outil de retrait.



#### Sachez avec qui votre entreprise fait affaire.

Il incombe aux propriétaires de sites et d'applications de suivre la collecte et l'utilisation de données à des fins de publicité ciblée par centres d'intérêt par des tiers, qui s'effectuent sur leurs sites Web ou dans leurs applications mobiles.

Examinez périodiquement vos partenariats avec des tiers afin de rester informé de ceux qui sont présents sur vos propriétés numériques et d'offrir une option de retrait pour chacun d'eux.

Protégez contractuellement votre entreprise contre tout accès non autorisé à vos données servant à la publicité ciblée par centres d'intérêt.

## ÉTAPE 3

### Offrez un outil efficace de retrait de la publicité ciblée par centres d'intérêt.

Les participants doivent intégrer des hyperliens pointant vers des outils de retrait dans les mentions portant sur la publicité ciblée par centres d'intérêt. Ces outils doivent être faciles à utiliser et fonctionner de manière efficace, permettant ainsi aux utilisateurs de refuser toutes les entreprises tierces qui recueillent et qui utilisent des données à des fins de publicité ciblée par centres d'intérêt.

**Dans le cas des sites Web**, nous recommandons un lien qui pointe vers les outils WebChoices et Choix fondés sur le jeton d'identité de la DAAC. **Dans le cas des applications mobiles**, il suffit de décrire la façon de refuser le suivi publicitaire disponible sur les systèmes d'exploitation de différents appareils (soit iOS et Android). Cependant, nous recommandons l'affichage d'un hyperlien pointant vers l'outil AppChoices de la DAAC, qui permet aux utilisateurs d'exercer leur choix en matière de publicité ciblée par centres d'intérêt entre les différentes applications.



#### Soyez clair avec les utilisateurs quant à leur statut de retrait.

Il importe de s'assurer que les utilisateurs reçoivent un message de confirmation ou tout autre avis ou commentaire clair qui les informe qu'ils ont réussi leur retrait.

Même si votre entreprise dispose de son propre mécanisme permettant d'exercer un choix, soyez précis et transparent au sujet de ce qu'ont refusé les utilisateurs – soit la collecte et l'utilisation, par des tiers, de données à des fins de publicité ciblée par centres d'intérêt sur votre site web ou dans votre application. Nous recommandons également l'inclusion d'hyperliens qui pointent vers les outils de la DAAC, et ce, même si vous disposez de votre propre outil.

## ÉTAPE 4

### Assurez-vous que votre mention et que votre outil de retrait sont accessibles en tout temps.

Les mentions et les outils de retrait doivent être faciles à repérer, que ce soit par le biais d'une description explicite, d'une politique de confidentialité, d'une politique sur les témoins (cookies) ou d'une page dédiée Choix de pub ou « Publicité ciblée par centres d'intérêt » sur un site Web ou dans une application.

L'utilisateur doit toujours être en mesure de trouver de l'information portant sur les pratiques de votre entreprise en matière de publicité ciblée par centres d'intérêt.



#### Soyez cohérent.

De nombreux participants relient un avis renforcé à une page dédiée portant sur la publicité ciblée par centres d'intérêt, où un outil de retrait est inclus. Dans d'autres cas, les participants choisissent de relier directement l'avis renforcé à la section pertinente de leur politique de confidentialité. Il est recommandé que le contenu de toute politique ou mention qui porte sur la publicité ciblée par centres d'intérêt soit exacte et à jour. Et tentez d'utiliser un langage clair.

Une politique de confidentialité qui n'est pas à jour peut ne pas fournir une information complète sur la collecte et l'utilisation de données à des fins de publicité ciblée par centres d'intérêt, et ce, même si votre page dédiée à Choix de pub ou à la publicité ciblée par centres d'intérêt les décrit. Assurez-vous que toutes les politiques et l'information figurant sur votre site Web et dans vos applications sont à jour et sont cohérentes entre elles.