



## L'APPLICATION DE LA LOI SAPIN À LA PUBLICITÉ DIGITALE - ASPECTS JURIDIQUES ET PRATIQUES -

À L'AACC

Cette formation propose des repères juridiques et pratiques adaptés aux évolutions issues de la digitalisation du marché de la communication et de l'utilisation de la data.



### OBJECTIFS

- ▶ Maîtriser les aspects juridiques et pratiques de la Loi Sapin suite à la publication du décret du 9 février 2017 ;
- ▶ Acquérir les réflexes techniques indispensables en matière juridique et opérationnelle ;
- ▶ Analyser les implications liées au décret pour les intégrer aux processus.



### À SAVOIR

**Public concerné :**  
Les praticiens de la publicité digitale au sein des agences de communication.  
Formation d'une demi-journée.

9.30 | 12.30

12 PERS



### MATINÉE

## PROGRAMME

#### 1. La publicité digitale en question

Synthèse - L'objectif de la révision de la loi Sapin :  
- Notion de publicité digitale : champs d'application ;  
- Apport essentiel ou de pure forme ?

#### 2. Les acteurs de la publicité digitale

- Les différents acteurs ;  
- Le schéma d'intervention des acteurs.

#### 3. Les techniques disruptantes de la publicité digitale

##### 3.1. La data et les services spécialisés

Le fonctionnement de la data et ce que cela change : l'achat d'espaces n'est plus l'unique enjeu, les prestations de services spécialisées de ciblage coexistent avec ces derniers.

3.2 Le traitement de la data doit être effectué en conformité avec la loi de 1978 et le règlement européen sur la protection des données général (RGPD).

3.3. Les problématiques posées par ces nouvelles techniques :  
- La notion de performance ;  
- Le système d'enchères.

#### 4 - La transparence dans la publicité digitale

4.1 - L'exigence d'un mandat  
- La qualification des acteurs de la publicité digitale ;  
- L'application de l'obligation de mandat.

##### 4.2 - L'obligation de compte rendu

- Les informations du compte rendu ;  
- L'accessibilité du compte rendu.

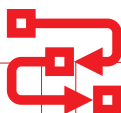
#### 5. La loi Sapin et les champs d'application territoriale

5.1. Les conditions cumulatives d'application de la loi

5.2. L'interprétation jurisprudentielle

## MÉTHODE

Une avocate spécialisée en Publicité & Marketing Electronique interviendra sur ces différents points en alliant théorie et pratique.



## INTERVENANT

### CÉLINE AVIGNON

Avocate à la Cour d'Appel de Paris depuis 2005.

Céline Avignon a rejoint le cabinet Alain Bensoussan en 2000 et y dirige le département Publicité & Marketing Electronique. Elle intervient également dans le cadre des procédures d'enquête, précontentieuses et contentieuses engagées par la CNIL ou la DGCCRF. Elle est coauteure de l'ouvrage "Informatique, Télécoms, Internet" (Editions Francis Lefebvre, 5ème édition 2012). Elle assure également des formations inter et intra-entreprise que le cabinet organise en sa qualité d'organisme de formation professionnelle depuis 30 ans.

### CONTACT : Laetitia HARDY

AACC - Association des Agences-Conseils en Communication - Syndicat Professionnel (loi 1884)  
40, boulevard Malesherbes - 75008 paris | Tél. : +33 (0)1.47.42.13.42 | [www.aacc.fr](http://www.aacc.fr) - email : [lhardy@aacc.fr](mailto:lhardy@aacc.fr)