

Google Consent Mode v2

Les nouveautés et leur impact sur vous

Comment les dernières normes de confidentialité de Google peuvent avoir un **impact** sur vos **revenus** et quoi faire à ce sujet.



Utiliser les services Google à des fins de personnalisation ou de mesure ? Vous souhaitez conserver ces fonctionnalités métiers fondamentales ? **Tout** ce que vous devez savoir se trouve **dans ce guide.**

En novembre 2023, Google a présenté **Google Consent Mode v2**.

Depuis mars 2024, pour continuer à utiliser les fonctions des services Google comme le ciblage et le suivi des conversions des utilisateurs de l'UE, vous devez ajouter Consent Mode à votre site Web ou application. Vous devez également utiliser une bannière de consentement conforme à la [politique européenne de consentement utilisateur](#) de Google.



Pour gérer tout cela, Google recommande de collaborer avec une plateforme de gestion du consentement mentionnée sur son Programme de partenariat CMP, alias un **CMP Partenaire de Google**.



Heureusement, **iubenda** était certifié **CMP Partenaire de Google** grâce à la prise en charge du **Google Consent Mode** bien avant l'introduction de ces nouvelles exigences.

Nous savons ce que nous faisons, et nous pouvons vous guider à travers les étapes requises **en un rien de temps** afin que vous puissiez conserver les fonctionnalités Google qui sont essentielles à votre marketing.



iubenda



[Cliquez ici pour configurer tout de suite la CMP certifiée Google avec iubenda !](#)



Ou continuez à lire pour **en savoir plus.**

Dans ce guide...

- 01 Aperçu : Nouveautés avec Google Consent Mode v2**
- 04 Comprendre Google Consent Mode**
 - 04** Qu'est-ce que Google Consent Mode ?
 - 05** Pourquoi devrais-je utiliser Google Consent Mode ?
 - 06** À qui Google Consent Mode est-il utile ?
 - 06** Comment fonctionne Google Consent Mode ?
- 09 Google Consent Mode v2 : Approfondir**
 - 09** Pourquoi cette nouvelle version ?
 - 09** 2 nouvelles balises supplémentaires
 - 10** Mise en œuvre Basic vs Advanced
 - 11** Que se passe-t-il si je ne réponds pas aux dernières exigences de Google ?
- 12 Comment configurer Google Consent Mode avec iubenda**
 - 12** Choisissez la bonne méthode d'intégration pour vous
 - 13** Google Consent Mode est-il actif sur votre site ?
 - 14** Pourquoi faire confiance à la CMP de iubenda
- 16 Compliance Made Easy : Solutions logicielles tout-en-un pour votre site Web**
- 18 Activez Google Consent Mode avec la CMP certifiée Google de iubenda → Configurez-vous à un prix exclusif !**

Approfondissons

Aperçu : Nouveautés avec Google Consent Mode v2



Quoi de neuf ?

Afin de continuer à tirer le meilleur parti des services Google de mesure et de personnalisation en Europe, vous devez répondre aux 2 nouvelles exigences suivantes sur votre site Web ou application :



Activer Google Consent Mode



Mettre en place une bannière conforme aux Règles relatives au consentement de l'utilisateur dans l'Union européenne pour recueillir le consentement des utilisateurs.

Pourquoi ? En un mot, la bannière de consentement transmet les choix de consentement de chaque utilisateur à Google Consent Mode, qui ajuste le comportement des produits Google pour respecter les préférences en matière de confidentialité des utilisateurs. Grâce à une technologie appelée modélisation des conversions, Google Consent Mode permet de récupérer les précieuses données modélisées des utilisateurs sans consentement au suivi sans violer leur vie privée.

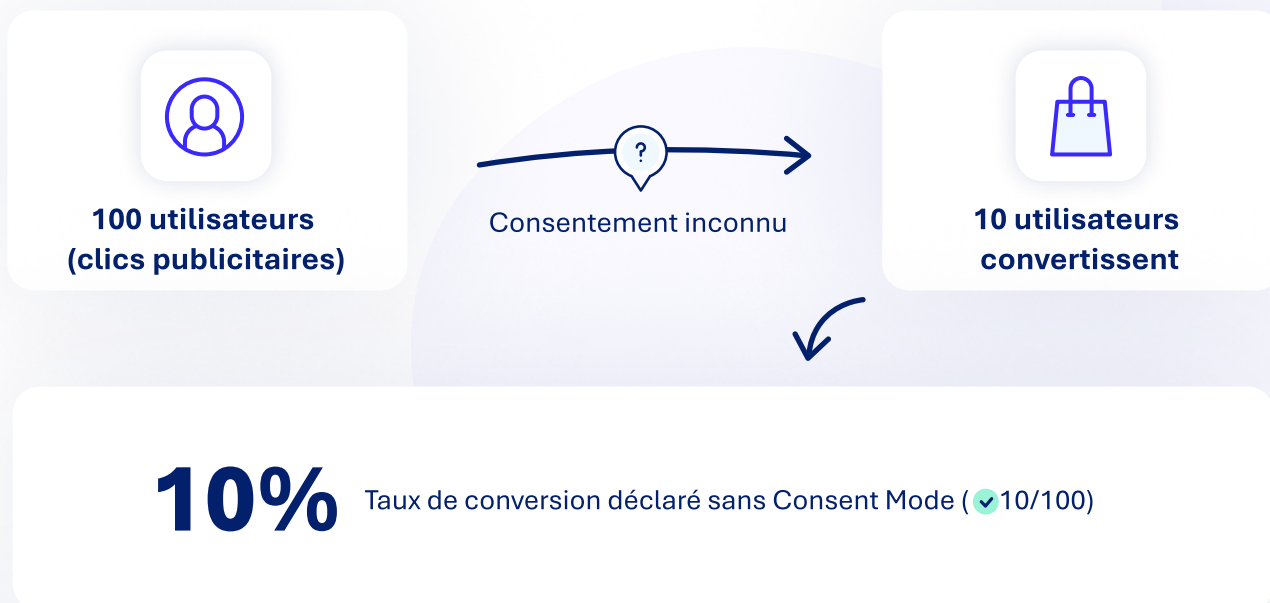


Quels sont les avantages de Google Consent Mode ?

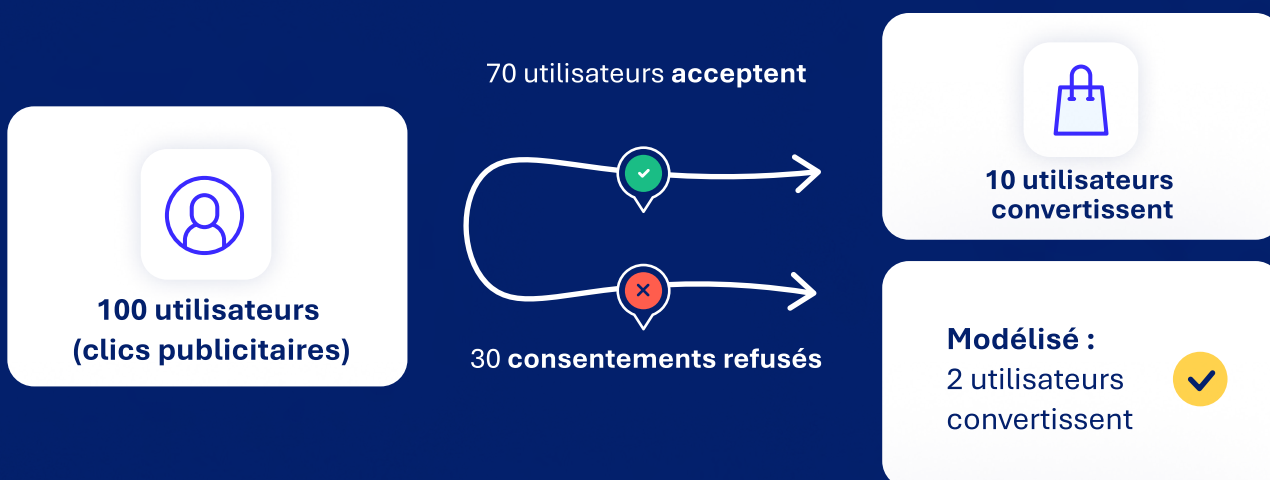
La nature de base des bannières de consentement (déjà requises pour répondre aux obligations légales en Europe) implique que vous perdez les précieuses données des utilisateurs sans consentement au suivi à des finalités de publicité ou d'analyse, ce qui entraîne une **diminution des données provenant de vos campagnes existantes et pour les enchères et l'optimisation de vos campagnes futures**. Votre entreprise peut être impactée si vous ne comptabilisez pas ces données perdues.

Google Consent Mode résout ce problème en toute confidentialité et **récupère les données marketing agrégées des utilisateurs qui refusent de consentement à la modélisation de conversion basée sur l'IA**. Vous avez ainsi une **idée plus précise des performances de votre campagne**. À votre tour, vous pouvez exploiter ces données modélisées afin d'optimiser les prises de décision, les actions marketing et les revenus tout en respectant les choix des utilisateurs en matière de confidentialité.

Campagne A **sans** Google Consent Mode :



Campagne A **avec** Google Consent Mode :



14% Taux de conversion déclaré AVEC Consent Mode (10/70)

7% Consent Mode modélisera les utilisateurs non-consentis en utilisant le taux de conversion ci-dessus comme entrée (2/30)

Une idée plus précise des performances



Cela s'applique-t-il à moi ?

Les nouvelles exigences s'appliquent si :



Vous utilisez l'une des fonctionnalités relatives à l'audience de Google pour mesurer l'audience dans les outils d'analyse, pour le remarketing dans Ads ou Floodlight dans Search Ads 360.



Vous opérez dans l'Espace économique européen (EEE).



Comment puis-je vérifier si Google Consent Mode est activé sur mon site ?

Découvrez-le tout de suite en suivant [ce lien](#).

Il vous suffit d'insérer l'URL de votre site Internet, l'adresse e-mail et de vérifier les résultats dans votre boîte de réception !



Quand cela sera-t-il effectif ?

Au cours de l'année 2024, Google va mettre en place diverses mises à niveau pour faciliter la transmission des signaux de consentement utilisateur au sein des produits Google. L'ajout de ces mises à niveau à votre site ou application deviendra finalement nécessaire si vous souhaitez continuer à utiliser les fonctionnalités publicitaires comme le suivi des conversions et le ciblage.

! Depuis mars 2024, Google impose progressivement aux sites ciblant des utilisateurs de l'UE d'utiliser Consent Mode v2 pour accéder aux fonctionnalités de mesure et de personnalisation d'audience dans ses services.



Que dois-je faire ?

Pour garantir la conformité avec ses nouvelles exigences, Google recommande d'utiliser une solution logicielle appelée plateforme de gestion du consentement (CMP). Ils recommandent expressément de faire appel à un **CMP Partenaire de Google répertorié**. De cette façon, vous pouvez être sûr que vos processus de collecte de consentement et l'activation de Google Consent Mode se feront en toute simplicité selon leurs normes.

Conformez-vous dès maintenant aux **nouvelles exigences de Google** et gérez les fonctionnalités relatives à votre audience.



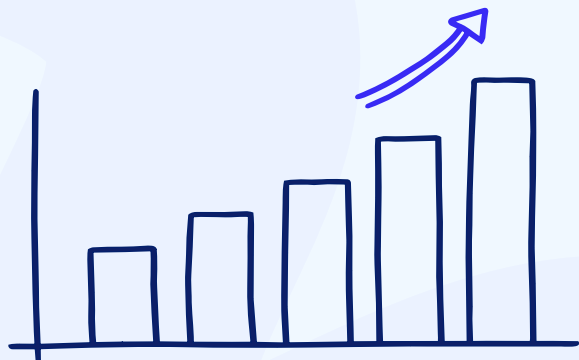
Utiliser la CMP certifiée par Google de iubenda



Comprendre Google Consent Mode

Qu'est-ce que Google Consent Mode ?

Google Consent Mode est une solution pour aider les annonceurs à respecter les réglementations en matière de protection des données relatives au consentement (comme le **RGPD** de l'UE, la **directive ePrivacy** ou la **législation portant sur les marchés numériques**), tout en tirant le meilleur parti des services Google comme Ads ou Analytics, en gérant les fonctionnalités de mesure et de personnalisation des applications et des sites Web grâce à la modélisation statistique.



 **Google Consent Mode** représente un bon **équilibre** entre la **confidentialité des utilisateurs** et les **besoins des détenteurs de sites Web** en matière de données et de monétisation.

En d'autres termes, il s'agit d'un moyen de se **conformer aux exigences en matière de consentement** stipulées par les réglementations sur la confidentialité des données tout en ayant une **vue d'ensemble des performances** pour **comprendre comment les utilisateurs convertissent sur un site en utilisant la modélisation de l'IA pour les conversions perdues**. Il aide les annonceurs à mesurer plus efficacement les conversions tout en respectant les choix des utilisateurs en matière de consentement concernant les traqueurs publicitaires et les traqueurs analytiques.



Le Google Consent Mode original a été introduit en 2020 parmi les raisons suivantes :



La protection de la vie privée en ligne est une préoccupation majeure des utilisateurs, impactant les activités de collecte de données pour l'ensemble de l'écosystème numérique ;



Les attentes accrues des utilisateurs dans le secteur exigent des mécanismes de consentement plus transparents et conviviaux ;



Les annonceurs qui ont mis en place des bannières de consentement ont constaté une baisse significative de leurs conversions attribuées/signalées. Cela a eu une incidence sur les rapports et la prise de décision éclairée, comme les appels d'offres intelligents, entraînant une perte de rendement sur les dépenses publicitaires.

Pourquoi devrais-je utiliser Google Consent Mode ?

AMÉLIORATION DE LA CONFIDENTIALITÉ UTILISATEUR ET CONFORMITÉ



Offrez plus de contrôle aux utilisateurs et **reflètez fidèlement leurs choix en matière de confidentialité** concernant les cookies publicitaires ou les cookies analytiques.



Assurez-vous que les balises Google tiennent **vraiment** compte **du consentement utilisateur**, conformément à des règlements tels que le RGPD.



Conformez-vous aux directives dans les régions où des réglementations strictes sur le consentement relatif aux cookies sont en vigueur (par exemple, l'EEE et le Royaume-Uni).



Veillez à ce que vos annonces ne soient diffusées qu'aux utilisateurs ayant donné leur consentement à des fins publicitaires.

71% des personnes ont déclaré préférer acheter auprès de marques honnêtes quant aux données qu'elles collectent et pour quelle(s) raison(s).*

Lorsque les gens font confiance à une marque, ils sont deux fois plus disposés à partager leurs informations personnelles.**

MESURE PRÉCIEUSE ET DONNÉES EXPLOITABLES



Respectez le consentement utilisateur ET continuez à signaler les conversions de vos campagnes.



Même avec des données limitées, il est possible de combler les lacunes grâce à la modélisation des conversions et d'obtenir des informations agrégées.



Attribuez les conversions à la bonne campagne pour un aperçu plus précis de vos résultats publicitaires.



Optimisez mieux les enchères de vos campagnes et réaffectez efficacement votre budget à vos campagnes les plus performantes.



Ciblez certains publics et diffusez des publicités plus pertinentes grâce à des fonctionnalités continues de personnalisation.



Apprenez-en davantage sur vos dépenses publicitaires que les entreprises qui n'utilisent pas Consent Mode.



Boostez vos revenus publicitaires et vos résultats commerciaux !

*BCG / Google, "Consumers Want Privacy. Marketers Can Deliver." January 21, 2022

**Google/Ipsos, France, Germany, Netherlands, Sweden, U.K., Privacy by design: the benefits of putting people in control, n=10,001, online participants aged 18-70, July 2022

À qui sert Google Consent Mode ?

Les **annonceurs, éditeurs, développeurs et propriétaires de sites Web** présents dans l'un des pays européens (ou dans une région où des réglementations de consentement opt-in sont en vigueur) souhaiteront utiliser Google Consent Mode s'ils diffusent des publicités personnalisées ou collectent des données de mesure des utilisateurs de l'UE.

Comment fonctionne Google Consent Mode ?

Consent Mode est compatible avec d'autres services Google comme **Google Ads, Google Analytics, Google AdSense, AdManager et AdMob**. Il peut également fonctionner avec **Floodlight** et **Conversion Linker**.

La façon la plus simple d'utiliser Google Consent Mode sur un site Web est via une plateforme de gestion du consentement (CMP) certifiée Google - **iubenda est un CMP Partenaire certifié de Google**.



Jetons un coup d'œil au processus détaillé pour **comprendre comment fonctionne Google Consent Mode.**

Processus étape par étape

- 01** Un utilisateur visite votre site Web et fait un choix de consentement sur la bannière de consentement de votre CMP (c'est-à-dire qu'il accepte ou rejette les traqueurs).
- 02** Google Consent Mode interagit avec la bannière de consentement de votre CMP, recevant des signaux de consentement pour déterminer si votre site a été autorisé ou non à utiliser des traqueurs pour un utilisateur spécifique. Votre CMP communique ce choix via Consent Mode à une balise Google. Elle fonctionne avec deux paramètres de balises appelés `ad_storage` et `analytics_storage`, pour les cookies publicitaires et les cookies analytiques, respectivement.
NEW Deux nouvelles balises supplémentaires appelées `ad_user_data` et `ad_customization` ont été ajoutées à la version 2.
- 03** Consent Mode ajuste la façon dont les balises Google se comportent en fonction du statut de consentement utilisateur et modélise également les lacunes des données de conversion.
 - ▶ Lorsqu'un utilisateur consent, les traqueurs sont tous installés normalement.
 - ▶ En l'absence de consentement, Google applique la modélisation des conversions pour récupérer les conversions perdues.
- 04** Les conversions modélisées via Consent Mode sont intégrées directement dans vos rapports de campagne, avec les mêmes détails précis que les conversions observées.
- 05** Dans Google Ads, par exemple, ces données sont prises en charge par les outils d'enchères de Google afin que vous puissiez optimiser vos campagnes en fonction d'un aperçu complet de vos résultats !

En moyenne, Consent Mode récupère environ 65 % des conversions perdues de clic publicitaire en raison des choix de consentement de cookies des utilisateurs.

Données internes Google, 2023



Mais comment Google peut récupérer les données de conversion si l'utilisateur n'a pas donné son consentement ?

En bref, la modélisation des conversions utilise **Google AI pour analyser les données observables et les tendances historiques** grâce à l'apprentissage automatique, y compris les signaux comme le type d'appareil, le type de conversion, le pays, l'heure de la journée et le type de navigateur.

À partir de parcours utilisateurs observables où les utilisateurs ont consenti aux traqueurs, les **modèles Google jugent les chemins d'attribution** des parcours utilisateurs auxquels le consentement manque. Cela permet de quantifier la relation entre les utilisateurs consentants et les utilisateurs non consentants et de mesurer l'impact des actions marketing de manière plus complète et précise.



La modélisation de conversion n'utilise pas d'informations d'identification, la vie privée est donc respectée. Elle utilise la probabilité pour modéliser le lien entre les interactions publicitaires et les événements de conversion comme les ventes.

Nous avons compris. Cela peut sembler un peu technique. Vérifiez ceci

Comment fonctionne Google Consent Mode : Exemple

01



L'utilisateur visite votre site web (ou votre application)



l'utilisateur **rejette** les cookies publicitaires



l'utilisateur **accepte** les cookies analytiques

02



Il fait un choix sur la bannière de consentement de votre site web



la balise `ad_storage` **n'est pas chargée**



la balise `analytics_storage` **est chargée**

03



Le statut consentement est envoyé de votre cmp au mode de consentement via les balises google



Les Cookies Publicitaires **Ne Seront Pas Utilisés**



les cookies analytiques **sont chargés normalement**

04



Les balises google ajustent le comportement en fonction du statut



les données relatives aux conversions **sont communiquées par le biais de la modélisation de la conversion**

05



L'utilisateur convertit



les données relatives à la mesure **sont communiquées normalement**

Google Consent Mode v2 : Approfondir

Pourquoi cette nouvelle version ?

Google Consent Mode a été initialement introduit en 2020 pour permettre aux annonceurs de se conformer le mieux possible aux réglementations en matière de confidentialité.

La version 2 était nécessaire pour suivre l'évolution constante du secteur, dans un **moment charnière en matière de publicité et de technologie**. Les utilisateurs veulent toujours plus de transparence, et l'IA offre de nouvelles possibilités. En retour, cela affecte la façon dont les objectifs marketing et la croissance peuvent être atteints tout en respectant la vie privée des utilisateurs.

Mars 2024 a également fait office de date de mise en œuvre des obligations établies par la **législation portant sur les marchés numériques (DMA)**, adoptée par l'UE pour favoriser un **paysage numérique plus équitable**. La DMA définit des critères objectifs pour identifier les **contrôleurs d'accès**, ou les plateformes numériques de premier rang ayant une influence significative en ligne, tels que les moteurs de recherche sur Internet, les « app stores » et les services de messagerie. Les contrôleurs d'accès, y compris Alphabet, la maison mère de Google, sont désormais tenus de respecter un nouvel ensemble de règles en matière de publicité, consentement et données en général.

 **Avec Google Consent Mode v2, Google vise à répondre à des normes plus strictes en matière de consentement utilisateur tout au long de 2024.**

Deux nouvelles balises supplémentaires

Comme mentionné précédemment, la version précédente de Consent Mode fonctionnait avec deux balises principales : Analytics_storage (cookies installés à des fins d'analyse) et ad_storage (cookies installés à des fins publicitaires).

Les nouveaux paramètres suivants ont été introduits dans la Version 2 (ce qui fait un total de quatre balises pertinentes) avec chacune deux valeurs, « accordé » ou « refusé ». Les nouvelles balises sont les suivantes :



ad_user_data, définissant si les données utilisateurs peuvent être envoyées à Google à des fins publicitaires ;



ad_personalization, définissant si la publicité personnalisée peut être activée (c'est-à-dire le remarketing).

En bref, nous pouvons dire que les balises analytics_storage et ad_storage concernent la **collecte des données**, tandis que les balises ad_user_data et ad_personalization concernent la **manière dont les données sont utilisées ou partagées**.



Depuis mars 2024, Google a progressivement commencé à exiger que ces quatre signaux soient transmis via Consent Mode pour que la publicité personnalisée dans les produits Google fonctionne pour les utilisateurs de l'EEE.

Mise en œuvre Basic vs Advanced

Tout en profitant des nouvelles opportunités technologiques grâce à des outils d'IA, Google utilise toujours des méthodes de modélisation des conversions similaires pour rapporter les conversions agrégées et fournir un aperçu plus précis des performances.

Toutefois, le processus technique avec consentement et balises a été revu dans la Version 2, et est maintenant divisé en **deux modes**, « Basic » et « Advanced ». Si le consentement est refusé pour un ou plusieurs paramètres, les balises concernées ajustent leur comportement (mode Advanced) ou restent entièrement bloquées (mode Basic).

	analytics_storage	ad_storage	ad_user_data NEW	ad_personalization NEW
Consentement Accordé :	La balise va écrire/lire des cookies à des fins d'analyse comme d'habitude	La balise va écrire/lire des cookies à des finalités publicitaires comme d'habitude	La balise permet l'envoi de données utilisateurs à Google à des finalités publicitaires	La balise va autoriser la publicité personnalisée
Consentement Refusé :	La balise ne va pas écrire/lire des cookies à des fins d'analyse, des pings sans cookie sont envoyés	La balise ne va pas écrire/lire des cookies à des finalités publicitaires, des pings sans cookie sont envoyés	La balise ne va pas envoyer de données utilisateurs à Google à des finalités publicitaires	La balise va désactiver la publicité personnalisée
Basic	La balise est bloquée : aucune information n'est collectée à des fins d'analyse	La balise est bloquée : aucune information n'est collectée à des finalités publicitaires		

 Globalement, vous serez en mesure de tirer le meilleur parti du mode Advanced de Google Consent Mode v2, car il peut vous donner de meilleurs aperçus des performances de votre campagne, même lorsque le consentement a été refusé. En fait, **avec la version Basic, l'impact de l'ensemble des conversions non consenties ou du biais de consentement sur le taux de conversion ne sera pas communiqué.**



Avantages supplémentaires de Google Analytics en 2024

! Vérifiez que vous avez bien migré vers Google Analytics 4 !

Après la mise en œuvre d'une bannière de consentement sur votre site Web ou application, Google Analytics ne sera pas en mesure d'exécuter pour les utilisateurs qui refusent le consentement, ce qui entraînera des lacunes de données qui pourraient être inestimables pour votre entreprise.

Activer Google Consent Mode vous aidera à récupérer ces données grâce à la modélisation comportementale et à la modélisation de conversion.

Que se passe-t-il si je ne réponds pas aux dernières exigences de Google ?

En 2024, les annonceurs qui n'utilisent pas Google Consent Mode perdront la possibilité d'intégrer de nouveaux utilisateurs européens (EEE) dans les listes d'audience des produits Google tels que Google Analytics 4, Google Ads (remarketing) ou Floodlight. Autrement dit, vous ne pourrez pas utiliser les fonctionnalités d'audience (mesure et personnalisation) pour les utilisateurs de cette région.

Vous passerez à côté de précieuses données qui pourraient être rapportées grâce à la modélisation de conversion pour tous les utilisateurs qui refusent le consentement sur le bandeau de votre site Web. Ces données exploitables sont essentielles au marketing et, en fin de compte, au succès de votre entreprise. **Consent Mode récupère environ 65 % des conversions perdues de clic publicitaire en raison des choix de consentement de cookies des utilisateurs.**

Si vous opérez en Europe sans bannière de consentement ou Plateforme de gestion de consentement mise en place, vous risquez d'enfreindre la **Politique européenne en matière de consentement des utilisateurs** de Google et d'autres règles de confidentialité.



Comment configurer Google Consent Mode avec iubenda

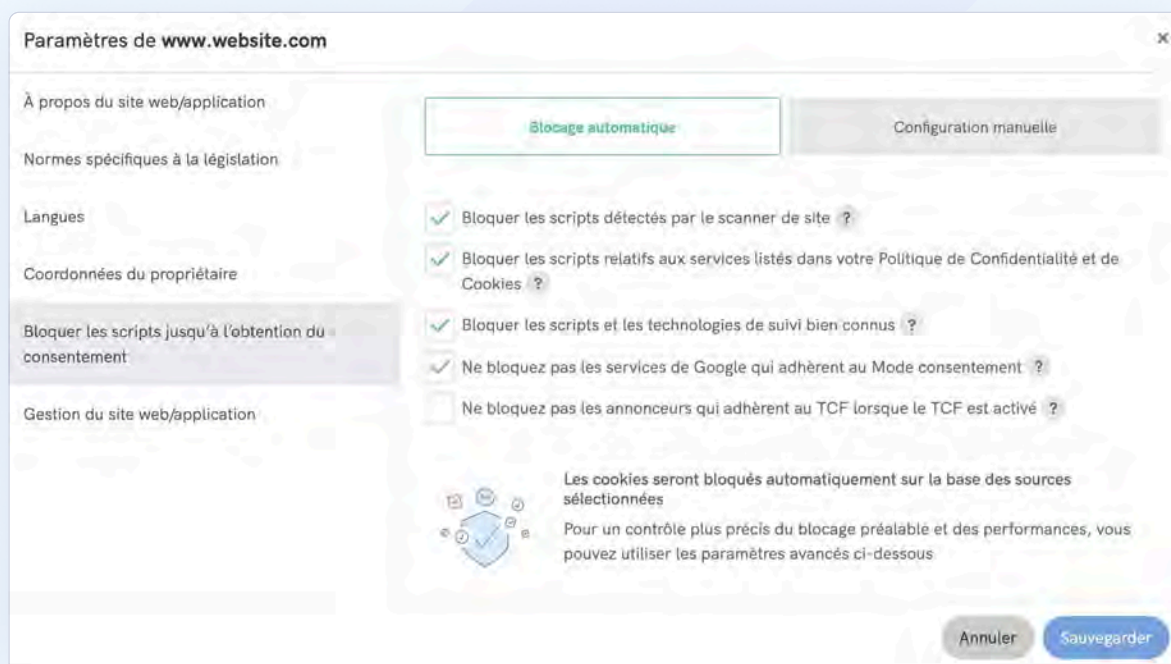
Choisissez la bonne méthode d'intégration pour vous

Bénéficiez facilement de tous les avantages du consentement Google grâce à la CMP d'iubenda. Deux options s'offrent à vous pour activer Google Consent Mode avec iubenda. Nous avons rendu la tâche aussi simple que possible, mais nous offrons également plus de flexibilité aux utilisateurs avertis. Jetons un coup d'œil.

01 Blocage Automatique **RECOMMANDÉ**

Lorsque vous commencez avec la CMP de iubenda (Nous l'appelons notre Privacy Controls and Cookie Solution.), la fonctionnalité « blocage automatique » sera **activée par défaut**.

Cette fonctionnalité **active et gère automatiquement Google Consent Mode v2** sur tous les scripts liés aux services Google sans **aucune action supplémentaire de votre part**. Oui, c'est aussi simple que ça !



02 Modèle Pour Google Tag Manager

En tant que CMP Partenaire de Google, utiliser iubenda est le moyen le plus simple d'activer Google Consent Mode. Notre **modèle Google Tag Manager** n'est qu'une façon de plus de vous faciliter la tâche. Recherchez-le dans les modèles CMP présentés de la communauté.

Ce modèle est un moyen simple de configurer Google Consent Mode sur votre site Web. De plus, il nécessite moins de connaissances techniques que l'intégration manuelle (ci-dessous). Il vous suffit d'ajouter ce modèle à votre installation GTM, de configurer les balises et de l'intégrer !

💡 Pour plus d'informations sur l'intégration de Google Consent Mode au modèle GTM de iubenda, consultez notre **guide ici**.

🔍 Pour en savoir plus sur chaque méthode d'intégration, consultez notre **guide complet**.

Google Consent Mode est-il activé sur votre site ?

Vous vous demandez si **Google Consent Mode** est déjà **activé** sur votre site Web ?

Vous venez de l'installer et vous voulez vérifier s'il est activé ?

Quelques options s'offrent à vous pour vérifier le statut Google Consent Mode.

Analysez Votre Site Avec Iubenda **RECOMMANDÉ**

Avec Iubenda, c'est facile. Il vous suffit de suivre les étapes ci-dessous.

01



Visitez [cette page](#)

02



Entrez L'URL De Votre Site Web Afin Que Nous Puissions L'analyser

03



Ajoutez Votre Adresse E-Mail Pour Que Nous Puissions Vous Envoyer Les Résultats

04



Consultez Votre Boîte De Réception Pour Voir Si Google Consent Mode Est Activé Sur Votre Site

Vérification Manuelle

Suivez les étapes ci-dessous pour vérifier manuellement votre statut Google Consent Mode.

01



Ouvrez Votre Site Web Avec Un Cache Vide Ou En Mode Incognito Ou Navigation Privée.

02



Dans Votre Console De Développement, Saisissez « DataLayer » Et Ouvrez L'objet Relatif.

03



Recherchez Le Tout Premier Événement De Consentement, Analytics_storage Doit Avoir Une Valeur Égale À Refusé.

04



Sur Votre Bandeau Cookies, Acceptez Tous Les Cookies (Ou Au Moins La Catégorie De Cookies Liés Au Service Google).

05



Recherchez L'événement De Consentement Mis À Jour Dans La Fenêtre « DataLayer » ; Analytics_storage Doit Avoir Une Valeur Égale À Accordé.

06



Google Consent Mode Fonctionne Sur Votre Site !

Pourquoi faire confiance à la CMP de iubenda

iubenda a reçu le badge CMP Partenaire de Google, notre CMP étant entièrement intégrée avec Consent Mode et Google Tag Manager. Cela signifie que nous proposons une configuration guidée simple et savons comment permettre de **relever tous les défis techniques auxquels vous pourriez faire face**.



La Privacy Controls and Cookie Solution de iubenda est votre **CMP Partenaire de Google** de confiance qui vous permettra de bien configurer Google Consent Mode et en toute facilité.

L'utilisation d'une **CMP Partenaire de Google** comme iubenda est **recommandée** par Google afin d'intégrer Consent Mode v2.



Soyez assuré que votre intégration de Consent Mode sera **rapide, simple et fiable**



Configurez facilement une bannière de consentement personnalisée sur votre site Web avec Consent Mode v2 intégré



En cas d'exigences supplémentaires, votre CMP sera **actualisée par notre équipe d'experts juridiques**



Les documents d'aide et le **support utilisateurs** sont toujours disponibles



Laissez-nous le travail difficile !

« Nous **recommandons** de travailler avec l'un de nos Partenaires de la Plateforme de gestion du consentement (CMP) pour mettre en œuvre une bannière de consentement »

Google

- ✓ **Répertorié CMP Partenaire de Google**
- ✓ **Conforme aux Règles relatives au consentement de l'utilisateur dans l'Union européenne de Google**
- ✓ **Conforme aux principales réglementations en matière de consentement (RGPD, directive « ePrivacy » et autres règles)**
- ✓ **Mis à jour lorsque les obligations légales changent pour vous aider à rester conforme à l'avenir**
- ✓ **Validé par l'IAB et principal contributeur au TCF v2.2 conformément aux dernières normes du secteur**



Configurez l'outil Privacy Controls and Cookie Solution

Site web/application
www.website.com

US Dans le monde entier IT

MODIFIER

Paramètres relatifs à la conformité

☒ RGPD Configuration manuelle Non configuré en respect des exigences légales en Europe Appliqué uniquement aux utilisateurs en Europe MODIFIER	☒ LGPD Configuration manuelle Configuré pour vous aider à répondre aux exigences de la loi brésilienne sur la protection des données Appliqué à tous les utilisateurs MODIFIER
☒ Suisse Si la loi LGPD ou le RGPD s'applique à l'échelle mondiale, ses paramètres prévaudront sur ceux de la législation suisse sur la protection des données. Par conséquent, nous adopterons une approche basée sur le consentement (par exemple, aucun dépôt de traqueurs tant que l'utilisateur n'y a pas consenti) plutôt que sur l'opposition. MODIFIER	☒ Lois d'États américains Cette configuration vous aide à répondre aux exigences des lois d'États américains sur la protection de la vie privée suivantes : CCPA et CPRA, VCDPA, CPA, CTDPA et UCPA. Appliqué uniquement aux utilisateurs des États-Unis MODIFIER

- ★ **Support complet avec Google Consent Mode v2 et Tag Manager**
- ★ **Enregistrez et gérez les préférences en matière de consentement des cookies utilisateurs comme vous êtes légalement tenu de le faire**
- ★ **Optimisé pour dispositif mobile, rapide et fiable pour éviter de perdre des visiteurs ou des revenus**
- ★ **Configurez votre bandeau pour aller de pair avec la notoriété de la marque et répondre à vos besoins spécifiques**
- ★ **Analyses détaillées en matière de consentement pour vous aider à optimiser les taux de consentement**
- ★ **Plugins disponibles pour l'ensemble des principaux CMS afin que vous n'ayez pas à vous soucier de la compatibilité**

Compliance Made **Easy** : Solutions logicielles tout-en-un pour votre site Web

L'expertise de iubenda va au-delà du simple blocage des cookies et de la mise en place de Google Consent Mode. Nous pouvons vous aider à gérer tout ce dont vous pourriez avoir besoin pour vous conformer aux obligations légales en matière de confidentialité.

Un ensemble complet de solutions de confidentialité faciles à utiliser pour votre site Web afin de se conformer aux principales règles de confidentialité à l'échelle mondiale.



Générateur de Politique de confidentialité et de cookies

Générez une politique relative aux cookies personnalisable et professionnelle en quelques minutes. Commencez facilement grâce à notre scanner de site gratuit !



Privacy Controls and Cookie Solution

Affichez votre bannière de consentement personnalisée et gérez les préférences en matière de confidentialité des utilisateurs avec notre CMP certifiée Google



Générateur de Conditions générales

Rédigez, mettez à jour et gérez vos conditions générales



Consent Database

Enregistrez et gérez les registres des consentements légalement requis pour les utilisateurs particuliers



Registre des activités de traitement des données

Inscrivez-vous et restez au courant des activités d'accès et de traitement des données dans votre entreprise



Whistleblowing Management Tool

Fournissez un canal de reporting interne pour collecter et gérer les rapports écrits des lanceurs d'alerte



Ultrarapide



Traduction professionnelle en un clic



Scanner de site intelligent



Créé par des experts juridiques



Mis à jour en permanence



Tableau de bord central unique



Le meilleur de sa catégorie pour le taux de consentement



Optimisé pour les résultats en matière de publicité, stratégie de référencement, expérience utilisateur



Configuration guidée infallible



RGPD + Loi Cookies En Europe



**RGPD Du Royaume-Uni
Au Royaume-Uni**



LPD En Suisse



LGPD Au Brésil



**Lois D'États Américains Aux États-Unis (CPRA,
VCDPA Et Autres Lois)**

Vous ne savez pas quelles lois sur la vie privée vous concernent ?



Découvrez-le maintenant en participant à ce quiz gratuit de 1 min



**Déjà 100 000 clients dans plus de
100 pays nous font confiance**



ARMANI
Hotel Milano



HONDA
The Power of Dreams

IHUFFPOSTI

jobtome

lastminute.com



MaxMara



Massachusetts
Institute of
Technology



NEAL'S YARD REMEDIES
Natural & organic health & beauty



OBEY

MONUMENT
VALLEY'S
ismo

THE
SPECTATOR

OPENGOV

SIEMENS



Visitez notre site Web



Activer Google Consent Mode v2 avec la CMP certifiée par Google de iubenda



La configuration la **plus rapide et facile** qui soit



Conservez les fonctionnalités d'audience et modélisez les données exploitables, ce qui est essentiel pour vos actions marketing



Conformez-vous aux dernières exigences et réglementations de Google en matière de confidentialité pour ne pas perdre de fonctionnalités



Cliquez pour commencer dès à présent

