


Les acteurs français craignent que les nouvelles règles sur les cookies profitent aux plateformes

Depuis le 1er avril 2020, les sites internet doivent obtenir le consentement des internautes français pour déposer des cookies tiers sur leur terminal. Ceux qui refusent constituent une audience plus difficile à cibler avec des publicités adaptées. Après s'être mis en conformité avec ces règles édictées par le Cnil, les éditeurs français vont devoir trouver comment commercialiser cette audience sans consentement. Ils anticipent un impact négatif sur leurs recettes mais cherchent d'autres modes de ciblage. En 2022, est programmée la fin des cookies tiers sur le navigateur Chrome de Google. Les acteurs français craignent que ces modifications du marché de la publicité en ligne les pénalisent et renforcent la position dominante des GAFA qui sauront s'en accommoder. 

[Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter](#)

[Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email](#)

[Vous avez oublié votre mot de passe ?](#)

Se connecter