

Več transparentnosti na spletu

GDPR Nov standard TCF 2.0 v zvezi z obdelavo podatkov v digitalnem marketingu

Nov industrijski standard TCF 2.0, ki ga je združenje IAB Europe razvilo v sodelovanju z organizacijami in strokovnjaki v industriji digitalnega oglaševanja, ureja zajemanje in obdelavo podatkov v digitalnem marketingu v skladu z aktualnimi uredbami.

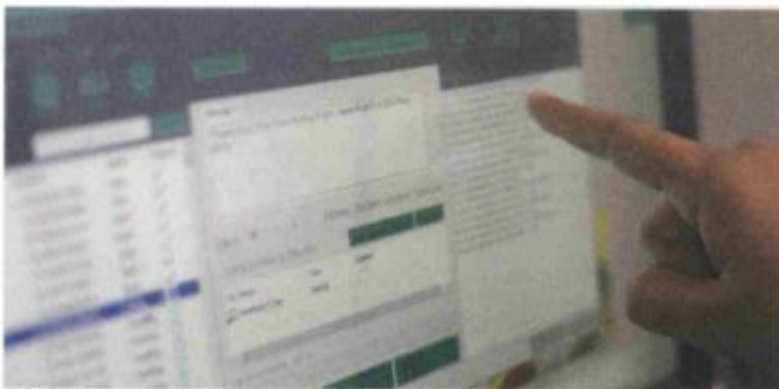
Standard je zasnovan tako, da medijem, agencijam, oglaševalcem in ponudnikom tehnoloških rešitev pomaga zagotoviti skladnost s splošno uredbo o varstvu osebnih podatkov (GDPR) in z uredbo o e-zasebnosti (ePrivacy) pri obdelavi osebnih podatkov, dostopu in/ali shranjevanju informacij prek piškotkov ali pri drugih oblikah zajema podatkov.

Ogrodje za transparentnost in soglasje 2.0, ki ga bo industrija poznala

pod kratico TCF 2.0, so med prvimi že uvedli v podjetju **iPROM**, kjer so prepričani, da bo tlakovalo pot razvoju spletnih izkušenj v prihodnje.

»Z uveljavitvijo novega standarda TCF 2.0 potrošnikom zagotovimo nadzor, transparentnost in izbiro glede tega, kaj želijo, da se dogaja z njihovimi podatki. Uporabniku omogočamo jasno, informirano in svobodno privolitev, s katerimi podatki se strinja, da jih lahko založnik in z njim povezane osebe oziroma partnerske mreže ter programatične tržnice obdelujejo,« je pojasnil Nejc Lepen, direktor razvojnega oddelka v **iPROMu**. Skladnost s TCF 2.0 že načrtuje tudi spletni velikan Google, dosegel naj bi jo do prihodnjega leta.

V. S.



V skladu z zahtevami GDPR morajo potrošniki ohraniti določen nadzor nad uporabo svojih podatkov. FOTO ANUSHREE FADNAVIS/REUTERS