

Europese toezichthouders publiceren guideline voor social targeting

15-10-2020 10:52



Wat zijn de regels als je adverteert op sociale media? Wat is toegestaan als je e-mailadressen gebruikt om een 'custom audience' aan te maken, of juist om bestaande klanten uit te sluiten van een campagne? In een recent gepubliceerde conceptguideline publiceert de EDPB (Europese koepel van privacytoezichthouders) haar visie op dit onderwerp.

Wat deze guideline zo interessant maakt, is dat hiermee duidelijk wordt hoe de toezichthouders kijkt naar het gebruik van veelgebruikte advertentietools, zoals retargeting van custom audiences met behulp van cookies of het uploaden van e-mailadressen. Ook wordt er besproken wat je rol en verantwoordelijkheid is als je gebruik maakt van de data op een sociaal medium, of tracking pixels en cookies plaatst die het platform in staat stellen profielen op te bouwen. Het gaat over verschillende technieken die door vrijwel alle adverteerders in onze sector worden gebruikt. Vaak is niet helemaal duidelijk welke AVG taken de verantwoordelijkheid zijn van de adverteerder, en welke de verantwoordelijkheid van het platform. Die onduidelijkheid proberen de toezichthouders met deze guideline weg te nemen, door in te vullen hoe zij hiernaar kijken. Daaruit komen interessante inzichten, bijvoorbeeld over wie er moet informeren, wie er inzage moet bieden, en wanneer er toestemming nodig is.

Deze guideline staat open voor consultatie tot 19 oktober. DDMA zal hierop reageren. Heb je input? Laat het dan weten via matthiasdebruyne@ddma.nl

[Meer info bij DDMA](#)

David Huijzer