

**DEUTSCHE TELEKOM, ORANGE, TELEFÓNICA Y VODAFONE**  
**EMPRESA CONJUNTA DE PUBLICIDAD DIGITAL**  
**Resumen del proyecto**

- Deutsche Telekom, Orange, Telefónica y Vodafone, junto con otros socios, trabajan desde hace más de dos años en una solución tecnológica de marketing digital para Europa. Diseñada priorizando la privacidad del usuario desde el principio, podría beneficiar tanto al consumidor como a anunciantes y editores.
- Una prueba piloto llevada a cabo por Vodafone y Deutsche Telekom en Alemania, junto con editores y anunciantes, ha abordado la necesidad de crear en Europa unas condiciones equitativas y un modelo orientado a la privacidad para el sector de la publicidad digital.
- Este proyecto aportará mejoras significativas en materia de privacidad para los consumidores europeos que deseen acceder a contenidos online de calidad. En concreto, los usuarios dispondrán de una mayor transparencia y control gracias a una plataforma específica sobre el uso de sus datos. Esto incluirá el pleno conocimiento de todas las empresas implicadas en el tratamiento de sus datos y el consentimiento explícito (únicamente sobre la base de participación voluntaria) para cada marca/empresa en la que el consumidor esté interesado en recibir publicidad. Se trata de un portal de privacidad que permitirá a los usuarios gestionar todos los consentimientos otorgados y ejercer sus derechos de protección de datos en una única plataforma y de forma autónoma.
- La solución se basa en tokens digitales utilizados para reconocer a los internautas que visitan los sitios de las marcas y los editores participantes, y que no incluyen ningún dato personal directamente identificable. Los tokens tienen una vida útil reducida y son específicos de los anunciantes y editores, por lo que operan en primera persona.
- El consentimiento es totalmente voluntario, afirmativo (opt-in), específico e informado.
- La plataforma está diseñada sobre el principio de dar a los consumidores un mayor control de su experiencia de marketing digital que el que poseen en la actualidad. Los requisitos de privacidad obligan a las marcas y a los editores a presentar una descripción clara del tratamiento de datos para que al usuario le resulte lo más fácil posible comprender lo que implica aceptar.
- No se trata de una "supercookie". La plataforma requiere del consentimiento de los clientes para ser activada. Los clientes son libres de aceptar o rechazar el consentimiento con un solo clic. También podrán revocar cualquier consentimiento dado, ya sea en el sitio de la marca o del editor, o a través del portal de privacidad. No se compartirá ningún dato de los operadores de telecomunicaciones participantes, aparte del token.
- La solución fomentará la innovación en Europa, por ser plenamente interoperable en todo el sector de las telecomunicaciones y el sector AdTech, impulsará la competencia y permitirá a las empresas europeas crear soluciones alternativas de publicidad online en interés de los medios de comunicación y de los consumidores europeos.