



Pressmeddelande, Lund 2018-04-17

Emerse är GDPR-kompatibelt

EU har infört en ny dataskyddsförordning kallad GDPR – The General Data Protection Regulation – som träder i verket den 25 maj. Den är utformad för att ge individer bättre kontroll över sina personuppgifter. I dagens komplicerade ekosystem för onlinereklam behöver företag som Emerse omsorgsfullt följa de krav på öppenhet och samtycke som gäller i europeisk dataskyddslagstiftning. Som aktiv medlem i Interactive Advertising Bureau är vi på Emerse väl förberedda vad gäller GDPR.

På Emerse värnar vi om integritet och garanterar en säker hantering av personuppgifter. Sedan 2007 har Emerse arbetat med digital annonsering för ledande varumärken och byråer runt om i världen. Vi har naturligtvis vinnlagt oss om att se till att vi är kompatibla med GDPR och att alla personuppgifter fortsatt hanteras på ett säkert vis med hänsyn tagen till ändrade lagkrav.

Emerse står – tillsammans med branschkollegor från flertalet AdTech-bolag inom Programmatic både i Europa och globalt – bakom IAB:s 'Transparency & Consent Framework'. Det är ett ramverk som möjliggör ett legalt och smidigt sätt att samla in samtycke från konsumenter för leverans av relevant onlinereklam och innehåll. Avsikten är att undvika flera olika gränssnitt och standards. IAB Europe (Interactive Advertising Bureau) är Europas ledande branschorganisation för onlinemarknadsföring och representerar över 5 500 organisationer. Som ett tecken på Emerse aktiva stöd hittar du oss på <http://advertisingconsent.eu/>

Emerse vd Carl-Johan Grund har varit del av IABs Task Force, vars uppgift var att fastställa god praxis för onlineannonsering och ta fram riktlinjer för hela branschen för att öka öppenheten och val för webbanvändare. Han har dessutom haft ordförandeposten i den OBA-arbetsgrupp som utarbetade ramverket för 'Your Online Choices', eller på svenska 'Intressebaserad annonsering', åt europeiska Interactive Digital Advertising Alliance (EDAA), en ideell organisation baserad i Bryssel.

Emerse innehar licens från EDAA för användning av OBA-ikonen (Online Behavioral Advertising). Den innebär att bolaget arbetar för att stödja reklamens ekosystem enligt gällande konsumentvänliga standard för displayannonser.

Alla personuppgifter som vi innehar hanteras varsamt och används endast för avsett ändamål. Här kan du ta del av Emerse nuvarande Privacy Policy: www.emerse.com/privacy-policy

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Robert Whelan, Data Protection Officer på Emerse, på robert.whelan@emerse.com eller 046-3780106

Om Emerse Sverige AB

Emerse är ett snabbväxande svenskt företag verksamt inom programmatisk annonsering. Sedan starten 2007 har Emerse anlitats av annonsörer såsom Pizza Hut, Fonos, Zalando, Sjunde AP-fonden, Haglöfs, Hästens och många fler. Emerse produkter och tjänster har som mål att skapa effekt från digital annonsering som ger resultat och hjälper kunderna att växa. Genom att analysera och expandera målgrupper och riktade budskap med optimerade leveranser kan kunden öka varumärkeskännedomen och se resultat från annonseringen. Den egenutvecklade tekniska plattformen, baserad på avancerade algoritmer, har hjälpt både Barack Obama och New Yorks borgmästare Bill de Blasio till valsegrar. 2016 blev Emerse grundare och VD Carl-Johan Grund utsedd till Årets Företagare i Lund och Skåne av organisationen Företagarna. Sedan 2014 är investeringsbolaget Spiltan delägare. Mer information finns tillgänglig på www.emerse.se