



Université
Sorbonne
Paris Nord



COLLOQUE
**LES ENJEUX
JURIDIQUES**
DE LA PUBLICITÉ
DIGITALE

MARDI 25 FEVRIER 2020

BIBLIOTHÈQUE DE L'ORDRE,
PALAIS DE JUSTICE, ILE DE LA CITÉ,
4 BOULEVARD DU PALAIS - 75001 PARIS



#USPN     
dspd.univ-paris13.fr

 AVOCATS
BARREAU
• PARIS

Université Sorbonne Paris Nord
membre fondateur du

**CAMPUS
CONDORCET**
PARIS - AUBERVILLIERS

UFR **DSPS**

Droit,
Sciences
politiques
et sociales



PROGRAMME

LES ENJEUX JURIDIQUES DE LA PUBLICITÉ DIGITALE

Le commerce électronique (à la fois internet fixe et mobile) ne cesse de se développer. Les chiffres le démontrent : d'ici 2021, l'industrie du commerce électronique devrait engendrer près de 4000 milliards d'euros. La publicité accompagne ce développement. A la fin de l'année 2019, les dépenses en publicité digitale ont représenté, à l'échelle mondiale, près de 200 milliards d'euros. Les géants du web ne s'y sont pas trompés. La publicité digitale constitue ainsi la source principale de revenus de Google et Facebook. Ce nouveau mode de publicité suscite des difficultés juridiques de plus en plus nombreuses en ce qu'il fait appel à de nouvelles techniques permettant la mise en place de publicité ciblée – cookies, bannières, référencement payants, usage de l'IA – mettant en cause tant le droit des données personnelles, que le droit de la consommation, le droit de la propriété intellectuelle ou encore le droit de la concurrence. Ce sont ces problématiques que le présent colloque se propose d'examiner en faisant intervenir tant des praticiens que des universitaires.

9H MOTS D'ACCUEIL

Maître Hervé Guyader, Responsable de la Commission ouverte Commerce international,
Avocat au Barreau de Paris.

QUESTIONS PRÉALABLES :

9H15 PRÉSENTATION DES DIFFÉRENTS OUTILS DE LA PUBLICITÉ DIGITALE

Gilles Giudicelli, Head of Research, Global, Marketing, Criteo.

9H45 PUBLICITÉ DIGITALE ET DIP : QUEL JUGE ? QUELLE LOI ?

Bernard Haftel, Agrégé des facultés de droit, Professeur à l'université Sorbonne Paris Nord.

Questions de la salle

10H20 1^E PANEL : PUBLICITÉ DIGITALE ET ACTEURS DU MARCHÉ

Présidence : Maître Hervé Guyader

10H30 PUBLICITÉ DIGITALE ET DROIT DE LA CONCURRENCE

Sara Pomar, Avocate au Barreau de Paris, Counsel, Cabinet Nomos.

10H50 PUBLICITÉ DIGITALE ET DROIT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Nathalie Blanc, Agrégée des facultés de droit,
Professeur à l'université Sorbonne Paris Nord.

Questions de la salle

Pause

11H50 2^E PANEL : PUBLICITÉ DIGITALE ET INTERNAUTES

Présidence : M. Mekki, Agrégé des facultés de droit,
Professeur à l'université Sorbonne Paris Nord

12H PUBLICITÉ DIGITALE ET DONNÉES PERSONNELLES

Hélène Delabarre, Avocate au Barreau de Paris, Associée, Cabinet Nomos.

12H20 PUBLICITÉ DIGITALE ET DROIT DE LA CONSOMMATION

Anne Etienney de Sainte Marie, Agrégée des facultés de droit,
Professeur à l'université Sorbonne Paris Nord

Questions de la salle

RESPONSABLES SCIENTIFIQUES :

Nathalie Blanc, Agrégée des facultés de droit,
Professeur à l'université Sorbonne Paris Nord

Hervé Guyader, Avocat au Barreau de Paris,
Président du Comité Français pour le Droit du Commerce International

Sara Pomar, Avocat au Barreau de Paris, Counsel, Cabinet Nomos

**EN PARTENARIAT AVEC LA COMMISSION OUVERTE
COMMERCE INTERNATIONAL AVEC LE SOUTIEN
DE L'UNIVERSITÉ SORBONNE PARIS NORD,
DE L'IRDA ET DU DIMÉ HUMANITÉS NUMÉRIQUES**

RENSEIGNEMENTS :

colloques.dsps@univ-paris13.fr

INSCRIPTION OBLIGATOIRE AVANT LE 19 FÉVRIER 2020 :
irda.univ-paris13.fr

Conférence validée au titre de la formation continue