

TLAČOVÁ SPRÁVA

Európsky parlament zvažuje zákaz cielennej reklamy

Bratislava, 25.novembra 2021. Európsky parlament sa v aktuálnych dňoch zaoberá zásadnými otázkami v oblasti Zákona o digitálnych službách (Digital Services Act - DSA) a v rámci toho aj veľmi citlivou témou zákazu cielennej (targetovanej) reklamy na internete. Práve cielená reklama sa v dnešnej digitalizovanej dobe stala pre mnohé spoločnosti hlavným zdrojom príjmu, na ktorom majú postavený svoj obchodný model. Pripravované opatrenia, ktorých dôsledkom by bol zákaz cielennej reklamy v online priestore, by zasiahli najmä malé a stredné podniky, médiá, ale v zásade aj všetkých bežných užívateľov internetu. Môžu tak výrazne ovplyvniť konkurencieschopnosť a rozvoj celého digitálneho priestoru.

“Pripravovanú legislatívu DSA vnímame ako veľkú príležitosť na vytvorenie silného a aktuálneho legislatívneho rámca, ktorý posilní vnútorný trh EÚ a vytvorí tak potrebnú právnu istotu. Plne podporujeme tie požiadavky, ktorých cieľom je zlepšiť celkovú B2B a B2C transparentnosť digitálnej reklamy. Nemôžeme však súhlasiť s tými časťami legislatívneho návrhu, ktoré vedú k obmedzeniu digitálnych obchodných modelov prostredníctvom úplných zákazov, obzvlášť, ak sú už dnes vo veľkej miere regulované inými existujúcimi zákonmi na ochranu súkromia a údajov” - uviedol Michal Kardoš, výkonný riaditeľ SAPIE.

Fungovanie demokracií kriticky závisí od toho, či občania majú prístup k službám a informáciám online. Zákaz cielennej reklamy na internete by pripravil podniky o príjmy, ktoré by im umožnili zaručiť takýto prístup, a pripravil by tak aj európskych občanov o značnú časť obsahu a služieb, z ktorých dnes majú úžitok. Tiež by výrazným spôsobom znížil ich efektivitu a pružnosť v rámci poskytovaných služieb a zavádzania inovácií. Bez jasnej alternatívy by sa zamedzila veľká časť obsahu a služieb, čo by výrazne obmedzilo domácnosti s nižšími príjmami a ešte viac by sa obmedzil prístup k informáciám. Navyše, už dnes tí spotrebitelia, ktorí si neželajú dostávať personalizovanú reklamu alebo byť „sledovaní“ online, môžu jednoducho využiť existujúci zákon na to, aby ju odmietli, a to ešte predtým, než začnú konzumovať obsah podporovaný reklamou.

Koho by zákaz cielennej reklamy v online priestore zasiahol najviac?

1. Médiá a platformy fungujúce na príjmoch z cielennej reklamy

Obmedzenie cielennej reklamy by odrezalo životne dôležitý zdroj príjmov pre médiá a vydavateľov obsahu, ktorí sa vo veľkej spoliehajú na reklamy na financovanie žurnalistiky a tvorbu iného obsahu. Podľa [nedávnej štúdie](#) predstavuje reklama pre európske médiá až 81 percent z ich príjmov. Bez sponzorstiev by sa tak vydavatelia museli obrátiť na iné zdroje príjmov. Len [28 percent Európanov](#) pritom tvrdí, že by za správy zaplatili.

2. Segment malých a stredných podnikov a startupy

[Európska komisia nedávno zdôraznila](#), aká dôležitá je cielená reklama pre vstup malých stredných podnikov na trhy a ich rozširovanie. Ich výskum ukazuje, že až [68 percent](#) týchto podnikov uvádza, že používanie cielennej reklamy je efektívny spôsob, ako osloviť nových zákazníkov. Menej prekážok prístupu na trh znamená väčšiu konkurenciu a celkovo konkurencieschopnejšiu Európu. Naopak, obmedzenie online reklám by najviac zasiahlo malé podniky s malými marketingovými

rozpočtami a pre mnohé z nich by to bolo prakticky likvidačné. Naopak súčasná situácia spojená s pandémiou COVID 19 podporuje a prakticky núti podniky digitalizovať, preto by avizované opatrenia mali naopak umožňovať a podporovať tieto podniky, aby prežili a mohli byť konkurencieschopné.

3. Odberatelia online služieb teda koneční zákazníci

Zavedenie zákazu cielenej reklamy by taktiež znamenalo znamenať koniec bezplatného prístupu k obsahovým platformám (napr. Spotify, Youtube), ktoré ponúkajú bezplatné verzie svojich služieb pomocou reklám. Odhadované náklady na zákaz reklám by mohli byť až [106 miliárd EUR ročne, alebo 237 EUR na každého európskeho občana](#). To vytvára pozíciu v prospech online používateľov, ktorí môžu platiť za prémiové služby platformy. V dôsledku toho by už neexistoval prístup k neobmedzenému obsahu online, čím by sa vytvorila nevýhoda pre používateľov, ktorí si nemôžu dovoliť platiť tieto mimoriadne prémie. Okrem toho by to bolo v rozpore so základnými zásadami EÚ, ktorými sú rovnosť, sloboda a demokracia.

Personalizované ciele reklamy sú mimoriadne užitočné pre regionálne malé a stredné podniky, ale aj exportérov s jedinečnými produktmi, ktorí potrebujú osloviť zákazníkov na globálnej úrovni. Sú tiež nevyhnutné pre veľké spoločnosti v EÚ, ktorých podnikanie je zásadne podporované lepšou adresnosťou. EÚ má najpodrobnejší právny rámec ochrany súkromia a údajov na svete s prísnyimi sankciami. Ak chce Európsky parlament zvýšiť dôveru spotrebiteľov online – jeden z hlavných cieľov návrhu DSA – mal by trvať na účinnom presadzovaní tohto súčasného rámca a odmietnuť pokúšenie rozšíriť rozsah DSA spôsobmi, ktoré by vyvolali regulačné nepokoje a priniesli finančnú nestabilitu pre mnoho európskych podnikov.

“Európski regulátori by sa mali taktiež zamerať skôr na ochranu a transparentnosť obsahu a dát, ako zasahovať detailne a technicky do mechanizmu fungovania digitálnej reklamy. Rovnako by mali prednostne dbať na boj s nezákonným obsahom a dezinformáciami, ako zasahovať detailne a technicky do mechanizmu fungovania digitálnej reklamy. V Sapie sme pripravení všetky podobné aktivity podporiť,” dodal Michal Kardoš.

Ako sa zdôrazňuje vo vyhlásení Európskej komisie, nová legislatíva o digitálnych službách by mala zaručovať ochranu základných práv. *„Občania hrajú v politickom živote čoraz väčšiu rolu vďaka online nástrojom a službám, takže pri tvorbe predpisov ovplyvňujúcich online služby by sme mali venovať pozornosť napr. základným právam na prístup k informáciám a slobode prejavu online“*- znie v dokumente. Dodáva sa, že budúce nariadenia musia nájsť rovnováhu medzi digitálnou bezpečnosťou a slobodou toku dát, ako aj vývojom nových služieb.

Slovenská aliancia pre inovatívnu ekonomiku

SAPIE je najväčšou organizáciou združujúcou viac než 100 subjektov, ktoré tvoria ekosystém inovatívnej a digitálnej ekonomiky na Slovensku a tvorí platformu, ktorá podporuje dialógy medzi jej členmi navzájom a otvára diskusie na aktuálne témy inovatívnej ekonomiky. Vystupuje ako zjednocujúci hlas pre inovatívne spoločnosti na Slovensku a propaguje otvorenú, perspektívnu a flexibilnú legislatívu, ktorá slúži ako aktivátor inovácií. SAPIE tiež vytvára siete, ktoré podporujú zdieľanie vedomostí a zvyšuje informovanosť o

potrebách zainteresovaných strán v rámci inovatívneho procesu a v neposlednom rade slúži ako kontaktný bod pre podnikateľov, investorov a tvorcov rozhodnutí v inovatívnom ekosystéme.

Kontakt pre médiá**Sapie**

Grösslingova 6-8

811 09 Bratislava

www.sapie.sk*Diana Polónyi**E-mail: press@sapie.sk**+421 (911) 478 758*