

## TLAČOVÁ SPRÁVA

### Návrh o avizovanom zákaze cielenej reklamy sa blíži k svojej finálnej podobe

*Bratislava, 10. decembra 2021. Európsky parlament sa v posledných týždňoch intenzívne zaoberal zásadnými otázkami v oblasti Zákona o digitálnych službách (Digital Services Act - DSA) a v rámci toho aj veľmi citlivou témou zákazu cielenej (targetovanej) reklamy na internete. Táto téma sa dostala do pozornosti viacerých a to najmä dotknutých strán, akými sú podnikatelia, zvlášť segment malých a stredných podnikov, médiá a platformy fungujúce na príjmoch z cielenej reklamy a v neposlednom rade aj konečných odberateľov a užívateľov internetu.*

Online reklama je kľúčovým nástrojom a hybnou silou internetu, pomáha malým podnikateľom, ale aj technologickým firmám. Je čoraz sofistikovanejšia, používa rôzne algoritmy a jej ciele má za úlohu eliminovať početnosť a nevhodnosť reklamných cieľení. Návrhy na zákaz alebo obmedzenie targetovanej reklamy by výrazne ovplyvnili poškodili internetový ekosystém.

Sú to práve online reklamy, ktoré tvoria v súčasnosti kritickú súčasť digitálnej ekonomiky EÚ. Dve nedávne štúdie naznačujú, že [vydavatelia a poskytovatelia mediálneho priestoru majú až 65 percent príjmov](#) z targetovanej reklamy, ktorú si platia inzerenti. Keď si vezmeme poskytovateľov napríklad mobilných aplikácií v Európe, len v roku 2019 zarobili [12 miliárd EUR na príjmoch](#) z reklamy v aplikáciách. Podľa Centra pre inovácie EÚ zákaz cielenej reklamy by ohrozil príjmy Európanov vo výške približne 6 miliárd EUR. Pritom práve sektor ekonomiky zameraný na aplikácie v EÚ zamestnáva viac ako 1,5 milióna ľudí. A práve odvetvia s vyššou pridanou hodnotou by mali byť hybnou silou ekonomiky.

V SAPIE vývoj legislatívy ohľadom DSA dlhodobo sledujeme a uvedomujeme si, že podobným rozhodnutiam by mal medzi všetkých dotknutými stranami predchádzať dialóg. Prinášame preto vyjadrenia, ktoré reflektujú na súčasný návrh zákazu cielenej reklamy.

*“Chápeme, že DSA je jednou z kľúčových tém pre európsky trh. Ten je dnes doslova zahltený množstvom nepravdivých informácií, nenávisťným a v neposlednom rade aj nelegálnym obsahom. Všetky snahy na boj s tými škodlivými javmi podporujeme. V rámci obmedzenia cielenej reklamy však nesúhlasíme s tým, aby boli existujúce digitálne modely úplne zakázané, jednak preto, že dnes už sú regulované inými zákonmi, ale aj preto, že by to bolo pre mnohé, najmä malé a stredné podniky, doslova likvidačné“* uviedol výkonný riaditeľ SAPIE Michal Kardoš.

K navrhovanému zákazu sa negatívne stavia aj mediálna obec, nakoľko väčšinu príjmov médií, ale i elektronických médií tvorí reklama.

Eva Pauliaková, výkonná riaditeľka Asociácia tlačených a digitálnych médií (ATDM). *“Ako združenie zastupujúce Európske médiá dôrazne odmietame argumenty, ktoré odôvodňujú zákaz alebo obmedzenia cielenej reklamy, nakoľko online reklama financuje nezávislé a rôznorodé médiá spôsobom, ktorý rešpektuje súkromie. Zákaz by mal významný dopad na mediálne prostredie,*

*rovnako by to narušilo hospodársku súťaž. Rozumieme kontrole týkajúcej sa zberu údajov a ich používania v online reklame, ale veríme, že obmedzenie alebo zákaz cielennej reklamy nie je najlepším spôsobom ako rozptýliť obavy, najmä ak tieto rozhodnutia majú byť na úkor udržateľnosti médií.”*

Poslednou kategóriou sú firmy, ktoré využívajú targetovanú reklamu ako súčasť svojej komunikačnej a predajnej stratégie.

Lucia Šicková, CEO Pixel Federation: *„Ako organizácia si veľmi vážime súkromie každého človeka, ale zároveň vnímame aj dôležitosť podnikania v našich životoch. Tieto dve sú mnohokrát v kolízii a práve legislatíva by medzi nimi mala hľadať rovnováhu. Legislatívne návrhy nemôžu byť pre podniky likvidačné.“*

Eva Babitzová, Agentúra Promo Punks: *„Problém okolo legislatívy DSA a zákazu cielennej reklamy je nesmierne komplexný a málokto mu reálne rozumie. Je tu predstava, že zakážeme veľkým firmám používať naše dáta. To však už rieši GDPR, ktoré chráni oblasť súkromia. V rámci DSA a zákazu cielennej reklamy ide skôr o zakázanie používania nástroja pre malé a stredné firmy a startupy. Tie by tak stratili možnosť pracovať s veľmi efektívnou a cenovo znesiteľnou formou propagácie na internete. Je potrebné si uvedomiť, že zákaz používať nástroj je niečo, čo ľuďom beriete a nie dávate.“*

### **Legislatíva DSA ovplyvní aj používateľov online služieb a platforiem**

Mnoho aplikácií a služieb je dnes pre používateľov stále bezplatných. Poskytovatelia zarábajú peniaze predajom priestoru na svojich webových stránkach alebo v mobilných aplikáciách inzerentom. Tento obchodný model podporovaný reklamami umožňuje ľuďom získať prístup k bezplatným digitálnym tovarom a službám, ktoré sú dotované z príjmov z reklamy. Cielená reklama teda prospieva všetkým stranám: od spotrebiteľa a používateľa prospieva i vývojárom mobilných aplikácií, reklamným sieťam a firmám. Obmedzenie targetovanej reklamy by znížilo dostupnosť bezplatných aplikácií a služieb, ktoré by boli obzvlášť škodlivé pre Európanov s nižšími príjmami, ako napr. ako aj pre mnohých užívateľov internetu v rozvojových krajinách. Existuje množstvo empirických dôkazov, že väčšina používateľov internetu je ochotná vymieňať si údaje za prístup k sociálnej sieti, digitálnej mape alebo online.

Podľa nedávnej štúdie vykonanej spoločnosťou [Boston Consulting Group](#), zákazníci uprednostňujú jednoduché a krátke cielené reklamy, ktoré im pomáhajú pri rozhodovaní o nákupe. Menej premýšľajú o personalizácii reklamy ako takej, než o výhodách, ktoré im môže poskytnúť.

Odporcovia cielených reklám tieto informácie odmietajú alebo ignorujú a tvrdia, že budú používané „alternatívne metódy zobrazovania reklám, ako sú kontextové reklamy“, ignorujúc však fakt, že kontextové reklamy nie sú zameniteľné s cieľovými reklamami a že nezacielené reklamy by mnohým reklamám priniesli výrazne nižšie výnosy.

**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**

*Diana Polónyi*

*E-mail: [press@sapie.sk](mailto:press@sapie.sk)*

Grösslingova 6-8

811 09 Bratislava

[www.sapie.sk](http://www.sapie.sk)

+421 (911) 478 758