

PYTANIE USTNE WYMAGAJĄCE DEBATY O-0060/10

zgodnie z art. 115 Regulaminu

skierowane przez: Philippe Juvin, Damien Abad, Simon Busuttil, Ernst Strasser oraz Andreas Schwab
w imieniu grupy politycznej PPE
do Komisji

Przedmiot: Stosowanie prawodawstwa europejskiego dotyczącego ochrony życia prywatnego i prawa konkurencji wobec Google i w odniesieniu do reklamy internetowej.

W ostatnich miesiącach, w wyniku skarg szeregu spółek, takich jak brytyjska Foundem, niemiecka Ciao, czy francuska ejustice.fr., krajowe organy ds. konkurencji we Włoszech (sierpień 2009), w Niemczech (styczeń 2010) i we Francji (luty 2010) zostały poproszone o zbadanie, czy postępowanie firmy Google może zostać uznane za możliwe naruszenie dominującej pozycji w sektorze reklamy internetowej. Ze swojej strony Komisja Europejska ogłosiła niedawno, że rozpatrzy złożone skargi, ale w chwili obecnej nie będzie prowadziła oficjalnego dochodzenia. Wyrażone zostały wątpliwości co do neutralności wyników wyszukiwania proponowanych przez wyszukiwarkę oraz oferowanych przez nią usług reklamowych.

Siła Google jako wyszukiwarki internetowej daje jej wyjątkowy potencjał w zakresie szczegółowej wiedzy o użytkownikach oraz sposobach korzystania z sieci. W istocie Google posiada ogromną ilość poufnych i osobowych danych dotyczących internautów, co budzi obawy wielu obywateli europejskich. Biuro Komisarza ds. Informacji dołączyło również do słów krytyki wyrażonych już przez niemiecki organ ochrony danych pod adresem Google Street View w odniesieniu do zbierania informacji o prywatnych sieciach Wifi i adresów MAC. Proceder ten niesie ze sobą poważne ryzyko, gdyż Google mógłby porównać dane uzyskane bez wiedzy obywateli z adresami MAC pozyskanymi za pośrednictwem usług internetowych i w ten sposób określić profil marketingowych użytkowników Internetu.

W związku z powyższym Parlament Europejski prosi Komisję, by odpowiedziała na następujące pytania:

1. Mając na uwadze, że władze krajowe ds. konkurencji w trzech państwach członkowskich zostały zaangażowane w tę sprawę, czy Komisja nie uważa za konieczne otwarcia oficjalnego dochodzenia na poziomie europejskim w sprawie możliwego nadużycia dominującej pozycji na internetowym rynku reklam?
2. W ramach działań zmierzających do aktualizacji postanowień dyrektywy 95/46/WE¹, jakie stanowisko zajmuje Komisja w odniesieniu do uznania danych służących do identyfikacji w Internecie za dane osobowe?
3. I wreszcie, czy, mając na uwadze problemy związane z zasadą terytorialności, Komisja uważa za użyteczne i godne rozważenia tworzenie przepisów na poziomie europejskim, tak by znaleźć rozwiązania problemów związanych z ochroną życia prywatnego i z reklamą internetową?

Przedłożone: 07.05.2010

Przekazane: 11.05.2010

Termin na udzielenie odpowiedzi: 18.05.2010

¹ Dz.U. L 281 z 23.11.1995, s. 31.